

UNIVERSITE DE TOULOUSE - LE MIRAIL

UMR Dynamiques Rurales

**Les effets de la réappropriation de la culture du « Violet de Galmi »,
par les producteurs d'oignon de la région de TAHOUA – NIGER, sur
la dynamique du territoire local, l'organisation sociale et économique**

**Thèse pour l'obtention du titre de
Docteur en études rurales, Mention « Développement rural »**

Présentée et soutenue publiquement par

ASSANE DAGNA Moumouni
(Ingénieur agroéconomiste)

**Sous la direction de
Bernard Charlery de la Masselière, Professeur, Université de Toulouse – Le Mirail**

Jury :

Dominique COQUART, Professeur ENSAT/ INPT – Président
Michel LESOURD, Professeur, Université de Rouen – Rapporteur
Jean Claude BRUNEAU, Professeur, Université de Montpellier3 – Rapporteur
Bernard Charlery de la Masselière, Professeur, UTM - Directeur IFRA-Nairobi
Alain BONNASSIEUX, Sociologue, Chargé de recherche, UTM - Tuteur
Olivier DAVID, Géographe, SCAC, Yahoundé Cameroun - Membre

20 Décembre 2006

Table des Matières

<i>Remerciements</i>	6
<i>Sigles</i>	8
INTRODUCTION	10
1 - Méthodologie et sources mobilisées	15
2 - Les Problèmes rencontrés et les limites de l'étude	21
PREMIERE PARTIE : LE VIOLET DE GALMI : ECOTYPE LOCAL OU VARIETE AMELIOREE	23
CHAPITRE1 : DE L'ECOTYPE A LA VARIETE AMELIOREE « IRAT 69 » OU « VIOLET DE GALMI »	24
<i>A -Des origines de l'oignon à son introduction au Niger</i>	24
<i>B - L'oignon dans sa diversité au Niger</i>	29
<i>C - Le violet de Galmi issu de la recherche</i>	33
1 - Le processus de la sélection du Violet de Galmi	34
2 - Le schéma général de sélection des variétés-populations	37
<i>Conclusion du chapitre</i>	39
CHAPITRE 2 : LE RETOUR AU CULTIVAR OU LA DEMISSION DE L'INRAN.....	40
<i>A- Les présupposés d'une transition ratée</i>	40
1- La politique de mise en valeur de la colonie et ses conséquences. ...	41
2- La sécheresse du début des années 1970	44
<i>B- La création de l'INRAN : solution miracle ou affirmation d'une souveraineté nationale</i>	46
<i>C- Le départ de l'IRAT ou l'effritement de la qualité du violet de Galmi</i>	51
<i>D – Les nouveaux concurrents : Le Violet de Koudougou et le Violet de Korhogo</i>	57
1- Le Violet de Koudougou et la recherche sur l'oignon au Burkina Faso.....	58
2- Le violet de Korhogo et la recherche sur l'oignon en Côte d'Ivoire	60
<i>Conclusion du chapitre</i> :	61
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE.....	62
DEUXIEME PARTIE – DE L'INNOVATION A LA REPUTATION : LA FORCE DES REPRESENTATIONS SOCIALES DE LA QUALITE	65
CHAPITRE 3 : LES DETERMINANTS DE LA QUALITE, LES ATOUTS DU VIOLET DE GALMI.....	66
<i>A- La qualité une notion aux dimensions multiples</i>	66
<i>B- Le capital qualité, l'essence du produit</i>	69
<i>C- Le terroir et ses aménités</i>	73
1- La nature des sols	76
2- Les températures	77
3- La Photopériode	80
4- L'hygrométrie (ou humidité relative de l'air)	81
<i>D- L'indication de la provenance géographique « Galmi » un argument de vente</i>	82
<i>Conclusion du chapitre</i> :	83
CHAPITRE4 : UNE PROCEDURE DE QUALIFICATION QUI RELEVE DU CONSTRUIT SOCIAL.....	84
<i>A- Qualité recherchée, qualité acquise (les consommateurs)</i>	84

1- Stratégie de préservation et de pérennisation des semences de la ressource locale	86
2-Construction de la qualité à travers les pratiques culturelles	93
<i>B- Les garants de la qualité : les autres opérateurs de la filière.....</i>	<i>95</i>
<i>C- Logiques de la qualité selon les différents opérateurs de la filière... ..</i>	<i>103</i>
<i>Conclusion du chapitre :</i>	<i>104</i>
CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE	105
TROISIEME PARTIE - DE L'OUVERTURE DES DEBOUCHES COMMERCIAUX A LA GENERALISATION DE LA CULTURE DU VIOLET DE GALMI : L'ARENE DES MUTATIONS AGRAIRES ET ECONOMIQUES.....	106
CHAPITRE 5 - LE DEVELOPPEMENT DE LA CULTURE D'OIGNON DANS LA REGION DE TAHOUA : LES FACTEURS EXPLICATIFS	107
<i>A- Le violet de Galmi dans sa zone d'origine (la vallée de la Maggia et de la Tarka)</i>	<i>107</i>
1- Analyse critique des données sur la production et les exportations de l'oignon au Niger	108
2- Importance de la culture d'oignon dans le système des cultures maraîchères de la région de Tahoua.....	113
<i>B- L'extension géographique des aires de culture : facteurs endogènes et exogènes.....</i>	<i>117</i>
1- Les facteurs endogènes moteurs de la dynamique territoriale... ..	118
2- Politiques d'extension des superficies agricoles dans la région de Tahoua	123
<i>C- Transformation des systèmes de culture et tendance à la professionnalisation.....</i>	<i>124</i>
1- Evolution des règles d'accès à la terre	125
2- Le système traditionnel : une campagne de culture d'oignon par an (diversification)	127
3- Le système intensif : deux à trois campagnes de culture d'oignon par an	131
4-Tendance à la disparition de la campagne d'oignon d'hivernage à Madaoua au profit des nouvelles zones de production d'Agadez	138
<i>D- Une production qui rapporte des revenus conséquents</i>	<i>141</i>
1- Les données de base du calcul	141
2- Comptes d'exploitation.....	144
<i>E- la redistribution des revenus dans quels domaines ?</i>	<i>153</i>
<i>Conclusion du chapitre.....</i>	<i>156</i>
CHAPITRE 6 : L'ORGANISATION DE LA COMMERCIALISATION (LES OPERATEURS DE L'AVAL DE LA FILIERE)	158
<i>A- Le manque d'opérationnalité des coopératives en matière de commercialisation de l'oignon</i>	<i>158</i>
<i>B- Les différents circuits de commercialisation et leur spécificité</i>	<i>164</i>
<i>C- Les opérateurs de l'aval de la filière ou animateurs des différents circuits</i>	<i>169</i>
<i>D- Les intermédiaires de Galmi des acteurs incontournables.....</i>	<i>171</i>
<i>E- L'hébergement des acheteurs une affaire de réseau.....</i>	<i>172</i>
<i>F) Vers une nouvelle forme d'organisation.....</i>	<i>175</i>
<i>G- Les conséquences de la crise ivoirienne et la réadaptation des réseaux à de nouveaux circuits</i>	<i>176</i>

<i>H) La recherche de nouveaux débouchés commerciaux : l'Europe dans la ligne de mire</i>	178
<i>Conclusion du chapitre :</i>	180
CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE	181
QUATRIEME PARTIE - LORSQUE LE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE ENGENDRE DU DEVELOPPEMENT LOCAL.	182
CHAPITRE 7 : LORSQUE LE CHANGEMENT DANS LA SOCIETE S'APPELLE DEVELOPPEMENT.	183
<i>A- Les représentation du bien être et du développement</i>	183
<i>B- Le développement : de la notion au concept</i>	186
<i>C- L'augmentation du pouvoir d'achat à l'origine des changements dans la société</i>	194
1- Un pouvoir d'achat favorable au changement des habitudes alimentaires	194
2- Un pouvoir d'achat qui facilite l'accès aux soins de santé	196
3- Un pouvoir d'achat favorable à la scolarisation des enfants	198
4- Un pouvoir d'achat favorable à la modernisation du cadre de vie ..	200
<i>D- Les traits de différenciation sociale ou logique de construction de repères sociaux</i>	201
1- Le statut de commerçant	201
2- La répétition du pèlerinage à la Mecque	203
3- Le nombre d'épouses	207
<i>E- Des producteurs de plus en plus présents dans les organisations villageoises et la gouvernance locale</i>	209
<i>Conclusion du chapitre</i>	211
CHAPITRE 8 - LE DEVELOPPEMENT LOCAL : LA DIMENSION TERRITORIALE DU DEVELOPPEMENT.	213
<i>A- Le développement local, définition, principes et caractéristiques</i>	213
<i>B- L'événement déclencheur du processus de développement local</i>	218
<i>C- Le développement de la petite irrigation</i>	220
<i>D- La baisse de l'exode rural dans les villages producteurs d'oignon</i> ..	223
<i>E- L'existence de signes de modernité dans les principaux villages producteurs d'oignon</i>	225
1- L'électrification des villages un phénomène rarissime au Niger	225
2- L'existence du deuxième Hôpital national à Galmi	226
3- L'existence des cabines téléphoniques dans les principaux centres de commercialisation	226
4- L'implantation des systèmes financiers décentralisés dans la zone de production.	227
<i>E- La route de l'oignon pour désenclaver les villages producteurs</i>	228
<i>Conclusion du Chapitre</i>	229
CONCLUSION DE LA QUATRIEME PARTIE	230
<i>BIBLIOGRAPHIE</i>	237
<i>Table des illustrations</i>	249
<i>Annexe1 : le questionnaire d'enquête des producteurs</i>	252
<i>Annexe2 : guides d'entretien</i>	267

A mon fils Nicolas et sa mère Oksana KURCHAK qui m'ont donné tant d'espoir,

A mon ami et frère Ibra BOULAMA qui m'a tant soutenu pendant toutes ces années,

A mes sœurs Mme Idi née Mariama et Mme Saley née Haoua pour leur soutien constant,

A mes amis Dr Djibo DOUMA et Issoufou YAHABA qui m'ont convaincu de la dimension intemporelle de l'amitié.

Je dédie ce travail.

Remerciements

Nous avons l'agréable devoir d'exprimer notre reconnaissance à toutes les personnes qui nous ont aidé dans ce travail. D'abord, nous voudrions témoigner notre profonde gratitude à notre Directeur de thèse, le Professeur Bernard Charlery de la Masselière dont la confiance, les remarques et l'enseignement, nous ont permis d'aller au bout de ce travail ; à notre Tuteur M. Alain BONNASSIEUX qui malgré des soucis de santé, n'a pas manqué de nous apporter ses conseils avisés, ses remarques pertinentes, et sa disponibilité pour la correction de ce document. Qu'ils trouvent ici le témoignage de nos remerciements les plus sincères.

A Anne Marie Granié, nous voudrions dire combien ce travail lui doit, car c'est de notre rencontre à Saint-Afrique (Aveyron) en 1999 que nous avons été mis au courant de cette formation doctorale, et à partir de laquelle était né notre engagement à poursuivre les études après le CNEARC de Montpellier. Notre reconnaissance lui est acquise.

Nous avons également à cœur d'exprimer notre gratitude à Jean Pierre Olivier de Sardan et à Tidjani Alou pour nous avoir accueilli au LASDEL, et dont les conseils avisés nous ont permis de bien conduire nos travaux de terrain. Nous n'oublions pas de remercier tous les chercheurs du LASDEL, Notamment Eric HAHONOU, Hadiza MOUSSA, Kimba ADAMOU, El hadji DAGOBI, et Abdoulaye MOHAMED pour leur marque de sympathie et de bonne collaboration.

C'est aussi l'occasion d'exprimer notre profonde gratitude à M. Sadou BAWA, Coordonnateur du PPEAP pour avoir accepté de financer nos travaux de terrain. Qu'il trouve ici le témoignage de nos remerciements les plus sincères. Nous n'oublions pas tous ses collaborateurs, particulièrement Aboubacar SIDI, qui n'ont ménagé aucun effort dans le traitement du dossier afin que cet engagement soit honoré.

Nos remerciements vont également à l'endroit des chercheurs de l'INRAN plus précisément au Directeur scientifique GANDAH Mahamadou et au Docteur Moutari ADAMOU pour leur constante disponibilité et leur collaboration exemplaire tout au long de nos travaux de terrain.

Nos remerciements les plus vifs vont également à nos amis de toujours, Le Colonel Ibra BOULAMA et à son épouse Balki BALLA, à Ibrahim MAIDOKA, et à tous les amis du club de la Tourelle pour leur soutien indéfectible et leurs encouragements.

Notre profonde reconnaissance va également à nos amis de Konni, Galmi et Madaoua, notamment à Boubacar Abdoulaye de la Cofa, à Cheffou Tiza de l'agriculture, à Mahamadou Hassane le CDA de Galmi, à son ami Moussa de l'élevage, et tous leurs amis fonctionnaires avec lesquels nous partageons le thé le soir une fois rentré du terrain. Nos remerciements vont également au SAA de Madaoua, au SAGR et au communal Alou pour toute l'aide qu'ils nous ont apporté.

Notre profonde reconnaissance va également à tous les opérateurs de la filière oignon que nous avons rencontré lors de nos travaux de recherche, notamment les producteurs, les commerçants exportateurs, les exportateurs étrangers, etc., à tous les services, projets et personnes ressources que nous avons enquêté, au Directeur régional de l'ONAHA de Konni en la personne de El hadji Saminou et toutes les autorités administratives et coutumières qui nous ont aidé dans l'accomplissement de ce travail.

Nous ne finirons pas sans faire une motion spéciale à tous les enquêteurs qui nous ont aidé à la collecte des données qui ont servi à l'aboutissement de ce travail.

Nos remerciements vont également à l'endroit de tous les membres de l'UMR dynamiques rurales qui, à travers les séminaires internes, nous ont tant apporté.

Merci à tous.

Sigles

IRAT : Institut de Recherches Agronomiques Tropicales et des cultures vivrières

LASDEL : Laboratoire d'Etudes et de Recherche sur les Dynamiques Sociales et le Développement local.

INRAN : Institut National de Recherches Agronomiques du Niger.

PPEAP : Projet de Promotion des Exportations Agropastorales.

CNEARC : Centre National d'Etudes Agronomiques des Régions Chaudes.

CRESA : Centre Régional d'Etudes Supérieures en Agronomie.

IRD : Institut de Recherche en Développement.

CIRAD : Centre de Coopération Internationale de Recherche Agricole pour le Développement

IEMVT : Institut de Recherche et de Médecine Vétérinaire des pays Tropicaux.

CTFT : Centre Technique des Forêts Tropicales.

IRHO : Institut de Recherche pour les huiles et les Oléagineux.

IRCT : Institut de Recherche sur le Coton et les Textiles Exotiques.

ORSTOM : Office de Recherche Scientifique des Territoires d'Outre Mer.

DRA : Département de la Recherche Agricole.

NDHS : Nouveauté, Distinction, Homogénéité, Stabilité.

ICRISAT : Centre international de recherche agricole en zone aride et semi aride.

OMC Organisation Mondiale du Commerce.

DPI : Droit de Propriété Intellectuelle.

UPOV : Union pour la Protection des Nouvelles Variétés de Plantes.

OAPI : Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle

IRA : Institut de Recherche Agronomique.

IVRAZ : Institut Voltaïque de Recherches Agronomiques et Zootechniques

INERA : Institut de l'Environnement et de la Recherche Agricole.

SODEFEL : Société de Développement des Fruits et légumes.

FAO : Food and Agricultural Organisation.

CNRA: Centre National de Recherches Agronomiques.

F CFA : Franc de la Commission Financière Africaine.

AFNOR: Association Française de normalisation

ADM : Ader-Doutchi- Maggia.

ANPIP: Agence Nigérienne pour la Promotion de l'Irrigation Privée.

ASAPI : Projet d'Appui à la Sécurité Alimentaire par la Petite Irrigation.

PIK : Projet Intégré Kéita.

PDRT : Projet de Développement Rural de Tahoua.
FIDA : Fond International pour le Développement Agricole.
FED : Fonds Européen pour le Développement.
PBVT : Projet Basse Vallée de la Tarka.
SFD : Système Financier Décentralisé.
PADNN2 : Projet d'Appui au Développement du Nord Niger phase 2.
UCMT/ Union des Coopératives Maraîchères de Tabelot.
UCMA : Union des Coopératives Maraîchères de l'Aïr.
AHA : Aménagement Hydro Agricole.
UNC : Union Nationale des Coopératives.
CDEAO : Communauté Des Etats de l'Afrique de l'Ouest.
AFO : Association des Professionnels de l'Oignon.
PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement.
IDH : Indice de Développement Humain.
PNB : Produit National Brut.
RNDH : Rapport National du Développement Humain.
IPH : Indice de Pauvreté Humaine.
MPE : Malnutrition Protéino-Energétique.
PMR : Projet Promotion des Mutuelles Rurales.
AFD : Agence Française pour le Développement.

Introduction

Au départ de ce travail un constat : alors que j'étais en poste dans la région de Tahoua, plus précisément à Tchintabaraden¹ où j'avais en charge le service agricole d'arrondissement (1992-1994), j'ai été frappé à la fois par l'importance des quantités d'oignon produites tout au long de l'axe Tabalak-Badaguichiri-Konni et celle du trafic des camions gros porteurs chargés d'oignons en direction des pays côtiers. Cependant, les quantités produites sur cet axe ainsi que le trafic des camions étaient moins importants comparés à celui de Madaoua-Galmi-Konni.

Mes interrogations de l'époque étaient de savoir ce que cela rapportait aux producteurs et comment les revenus tirés de cette activité étaient-ils redistribués ou utilisés ?

Cinq ans plus tard, alors que je terminais ma formation au CNEARC² de Montpellier, DAVID Olivier (1999)³ dans sa thèse apporta un début de réponses à mes interrogations lorsqu'il établit une typologie des producteurs d'oignon du Niger, dans laquelle ressort clairement les revenus de chacun des 4 groupes qu'il avait identifiés. Le premier groupe était constitué de jeunes de 20 à 30 ans d'âge emblavant des superficies de 500 à 1000 m², avec des revenus annuels jugés faibles (moins de 200 000 F CFA). Le deuxième groupe était constitué de producteurs moins jeunes valorisant de petites superficies et dont les revenus annuels tournaient autour de 300 000 F CFA. Le troisième groupe, constitué de producteurs en culture intensive, moins vieux, avait des revenus variant entre 700 000 et plus de 10 millions de F CFA. Le quatrième groupe, qui représente des producteurs plus âgés emblavant de grandes superficies d'environ 3 ha en culture extensive, avait des revenus moyens tournant autour de 2.5 millions de F CFA. Cette étude, qui avait pour objet les réseaux marchands africains face à l'approvisionnement d'Abidjan, nous donne un ordre de grandeur des revenus engrangés par an et par type de producteur, mais laisse plusieurs questions en suspend notamment : comment ces revenus sont-ils utilisés, quelles sont les pratiques culturelles qui ont conduit à leur obtention, quelles sont les mutations sociales qu'ils ont pu engendrer.

Toutefois, l'importance de ces revenus qui, par comparaison, rappelle ceux tirés de la culture du coton, du café ou du cacao dans certains pays de la sous-région suscite des interrogations. Il convient ainsi de savoir, comment une culture de

¹ Chef lieu d'arrondissement situé au Nord de Tahoua

² Centre national d'études agronomiques des régions chaudes.

³ DAVID Olivier, 1999 « Les réseaux marchands africains face à l'approvisionnement d'Abidjan ». Le commerce régional de l'oignon (*Allium cepa* L.) Niger- Burkina Faso- Côte d'Ivoire. Thèse de Géographie Université Paris X - Nanterre, Tome I. 525p.

contre-saison telle que l'oignon arrive à générer d'aussi importants revenus aux producteurs dans un pays où pauvreté rime avec ruralité à cause des faibles performances de l'agriculture dues aux aléas climatiques. Quels sont les mécanismes mis en place pour obtenir de tels résultats ? Quels sont les atouts de l'oignon nigérien ?

Si les statistiques officielles chiffraient à 10.6 milliards de F CFA l'apport de la filière oignon à l'économie nigérienne en l'an 2000 ; les travaux de DAVID Olivier font état, par ailleurs, de sa prééminence en Afrique de l'ouest notamment en ce qui concerne l'approvisionnement d'Abidjan (Côte d'Ivoire) et des autres pays côtiers à savoir : le Ghana, le Togo, le Nigeria et le Bénin.

Dès lors, il nous a paru important d'étudier l'impact de ces retombées financières dans les zones de production et plus particulièrement chez les populations locales en terme de changement ou de développement. De ce fait, notre étude se voulait de compléter celle de DAVID Olivier dans le sens d'explorer, au-delà des revenus des producteurs, les différentes transformations engendrées à l'intérieur des zones de production, du territoire local.

Si la filière du Niger assure aujourd'hui l'exportation d'environ 300 000 tonnes d'oignon par an dans la sous-région ouest africaine, il y'a lieu cependant, de noter que 75% de ces exportations proviennent de la région de Tahoua et sont essentiellement constituées d'« oignons violets de la Maggia⁴ », plus précisément « l'oignon violet de Galmi », simplement appelé « Violet de Galmi ». Cet oignon dont la culture est, massivement, observée chez les populations locales suscite des interrogations, notamment à savoir : pourquoi fait-elle l'objet d'un tel engouement ? Que pouvait être la source d'une telle motivation ?

La réponse à ces questions nous renvoie aux travaux de l'IRAT⁵, pour apprendre que le « Violet de Galmi » est issu d'une innovation technique en 1975 et que, c'est depuis lors qu'il porte véritablement ce « nom ». Cependant, il convient de préciser que la relation entre les populations locales et leur ressource ne date pas de cette période. Elle remonte à trois siècles d'histoire commune, dont les fondements se rattachent au commerce caravanier. Ce dernier serait selon DAVID Olivier (1999), le vecteur de l'introduction de l'oignon dans l'espace nigérien. Cette relation séculaire, qui aurait permis aux populations locales de se forger une tradition maraîchère, peut être assimilée à une première appropriation. Mais celle-

⁴ Une des vallées du sud de la région de Tahoua dont est originaire le principal groupe des oignons violets du Niger.

⁵ Institut de Recherche Agricole Tropicale (Institut colonial, ancêtre du Cirad)

ci n'a pu engendrer un développement notable de la filière puisque malgré leur exportation traditionnelle, dans les pays de la sous-région par les commerçants Dioula, les oignons violets de la Maggia étaient restés peu connus jusqu'aux travaux de l'IRAT, dont la publication à travers le monde leur a fait l'écho d'une publicité⁶. C'est ainsi que les meilleurs d'entre eux à savoir : le Violet de Galmi, le Blanc de Galmi ainsi que le Blanc de Soumarana seront devenus des variétés connues.

Un vaste marché de consommation se serait ouvert en Afrique de l'Ouest aux nouvelles variétés ainsi créées plus particulièrement au « Violet de Galmi ». Mais son acquisition définitive nécessitera le concours de plusieurs facteurs dont entre autres celui relatif à la poursuite des travaux de recherche (ou finalisation de l'innovation technique) après le départ de l'IRAT, celui relatif au rôle des migrants ressortissants de la région dans l'organisation des réseaux marchands pour assurer la commercialisation du produit, et celui relatif à la conjoncture économique ayant abouti à la dévaluation du franc CFA pour favoriser les exportations des pays de la zone franc.

Cependant, depuis l'ouverture effective des débouchés commerciaux dans la plupart des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest suite aux effets conjugués des facteurs ci-dessus énumérés, la culture du violet de Galmi a connu un regain d'intérêt auprès des populations locales. Ceci s'est matérialisé par un accroissement des superficies emblavées et une augmentation conséquente du nombre de producteurs. Ce regain d'intérêt pour la culture du Violet de Galmi, nous l'appréhendons comme une réappropriation qui présente un caractère doublement collectif. D'une part on note, la généralisation de la culture d'oignon à l'intérieur du territoire local du fait d'une demande de plus en plus croissante, d'autre part l'action des migrants ressortissants de la région qui, depuis l'extérieur, s'activent à constituer des réseaux marchands en vue de drainer la production vers les consommateurs des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest. Ces actions simultanées et collectives aussi bien au niveau de la production que de la commercialisation sont l'expression d'un fort sentiment d'appartenance à une région commune et un fort attachement à la valorisation de leur ressource. Cette réappropriation prend dès lors la forme d'une « patrimonialisation collective », comme l'a si bien défini Bernard Charlery de la Masselière (2004)⁷ lorsqu'il abordait, les processus historiques par lesquels un produit crée et identifie terroir

⁶ Référence aux publications de Nabos dès 1976.

⁷ Bernard Charlery de la Masselière, 2004 « Fruits des terroirs fruits défendus », identités, mémoires et territoires.

et territoire, et les effets identitaires qu'il imprime à ces derniers. En effet, après l'étape de l'innovation technique qui lui aurait permis d'être connu à travers le monde ; le fort sentiment d'appartenance, fondé sur des valeurs communes que sont le commerce, l'émigration et la longue tradition du maraîchage, aurait servi de relais à la promotion du violet de Galmi.

Notre problématique s'articule ainsi autour de la détermination des effets de la réappropriation de la culture du Violet de Galmi par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua sur la dynamique du territoire local, l'organisation sociale et économique. Par « effet », nous entendons les changements induits dans son espace de production. S'il est permis d'admettre que le développement de la filière et sa prépondérance en Afrique de l'Ouest est un changement économique majeur, nous pensons comme Henri Mendras et Michel Forsé (1983)⁸ que ce changement pourrait induire d'autres changements dans la vie des populations locales par chaîne de causalité et conduire dans leur ensemble au changement social. Ce faisant, le développement de la filière et ses retombées économiques seraient ainsi, le moteur principal qui déclencherait un changement des pratiques sociales, puis celui des idéologies ou système de représentations et des valeurs, jusqu'à celui des institutions. Ainsi, favorisé à l'origine par l'innovation technique, ce changement économique pourrait induire des changements dans plusieurs domaines de la société à savoir : l'éducation, la santé, la politique etc. Nous pensons que ce changement global et qualitatif de la société dans toutes ses dimensions peut être assimilé au développement, pour cela, nous rejoignons Jean-Pierre Olivier de Sardan (1995)⁹, lorsqu'il dit que : « Le développement n'est qu'une des formes du changement social et ne peut être appréhendé isolément ».

A travers l'étude du cas du violet de Galmi, nous voulons étudier la relation de cause à effet qui existe entre l'introduction d'une « innovation technique » dans un processus économique et le « développement ». Cela va nous amener à élargir notre champ de recherche en considérant que l'introduction d'une innovation technique dans un processus économique vise la valorisation des ressources, de ce fait, la valorisation d'une ressource locale et le développement local sont deux éléments d'un même processus. Ainsi, tout au long de ce travail, notre démarche consistera à mettre en exergue, cette relation de cause à effet selon laquelle, la valorisation de ressources locales par une société rurale pourrait, sous certaines

⁸ Henri Mendras et Michel, Forsé. 1983. « Le changement social : tendances et paradigmes ». Paris Armand Colin 284 p.

⁹ J-P Olivier de Sardan, 1995 « Anthropologie et développement, Essai en socio-anthropologie du changement social ». Paris, Karthala.

conditions, engendrer du développement local. Ces conditions ou modalités qu'ils convient de préciser à partir des principes et caractéristiques de la théorie du développement local (VACHON, B. 1993) feront l'objet de ce travail.

Ainsi, dans la première partie de ce document, nous traiterons de la place des innovations dans une procédure de qualification des produits tout en insistant sur leur impact économique dans la valorisation des ressources locales. Ceci nous amènera à présenter par une démarche historique, la ressource locale, objet de la présente étude, tout en mettant en exergue le caractère inachevé de l'innovation qui lui a donné naissance. Puis, bien que l'innovation soit à l'origine du processus, nous montrerons que le développement de la filière a nécessité le concours de d'autres facteurs, tant structurel (achèvement de l'innovation) que conjoncturel (dévaluation du franc CFA).

Dans la deuxième partie, nous montrerons que la qualité du violet de Galmi est un autre facteur intégrateur du développement de la filière, qui va au-delà des simples critères de référence commerciale en ce sens qu'elle est basée sur sa notoriété. Puis de préciser que l'origine de celle-ci qui relève du domaine des représentations sociales provient à la fois de l'impact de l'innovation technique, des aménités du terroir de production et de l'indication de la provenance géographique (Galmi). Cependant, nous montrerons que la non utilisation de semences améliorées dans les zones de production conduira à une construction sociale de la qualité qui visera à restaurer les critères de référence commerciale devenus insuffisants.

Dans la troisième partie, nous montrerons que le développement de la filière a été un véritable changement économique susceptible d'engendrer d'autres changements, cela à travers l'étude des dynamiques territoriales et organisationnelles qui entourent aussi bien la production que la commercialisation. L'estimation des revenus qui en découlera, nous donnera des indications sur le pouvoir d'achat des producteurs qui est susceptible de favoriser des changements de leurs conditions de vie.

Dans la quatrième partie nous poursuivrons la mesure des différentes transformations sociales induites, tant du point de vue du système des représentations des populations locales que de celui des valeurs reconnues du développement. Puis nous mettrons l'ensemble du processus en relation avec la théorie du développement local afin d'en dégager des enseignements pouvant renforcer le cadre d'analyse du lien entre valorisation des ressources locales et développement local.

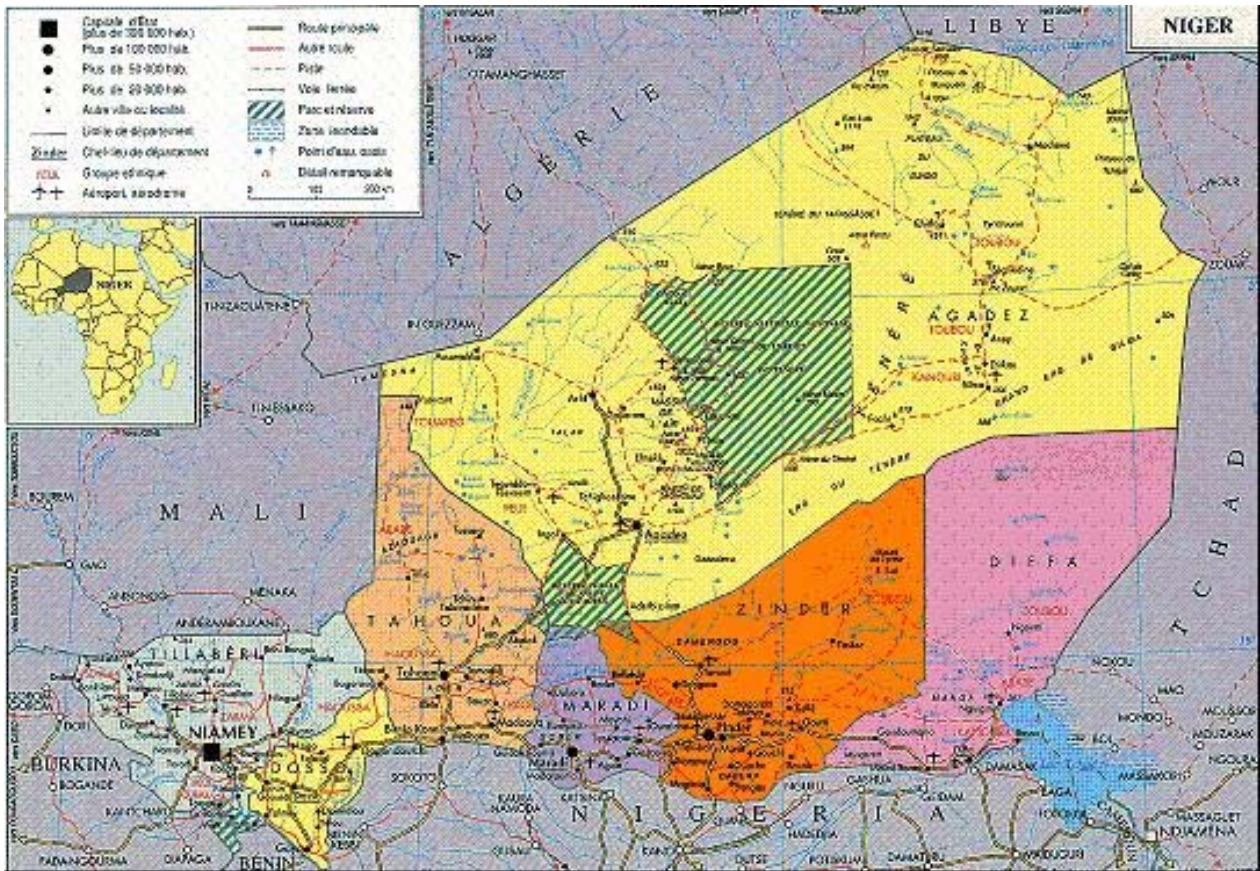
1 - Méthodologie et sources mobilisées

Le travail de recherche sur le terrain¹⁰ d'étude nous a pris au total douze mois en deux séjours : un premier de onze mois allant d'août 2002 à juillet 2003 au cours duquel nous avons bénéficié d'un laboratoire d'accueil à Niamey le LASDEL¹¹ suite à une convention signée avec notre laboratoire (Dynamiques rurales). Puis un deuxième séjour effectué en mars 2005 aux fins d'études complémentaires. Il y a lieu de noter que le terrain d'étude, proprement dit, est situé à 450 km à l'est de Niamey.

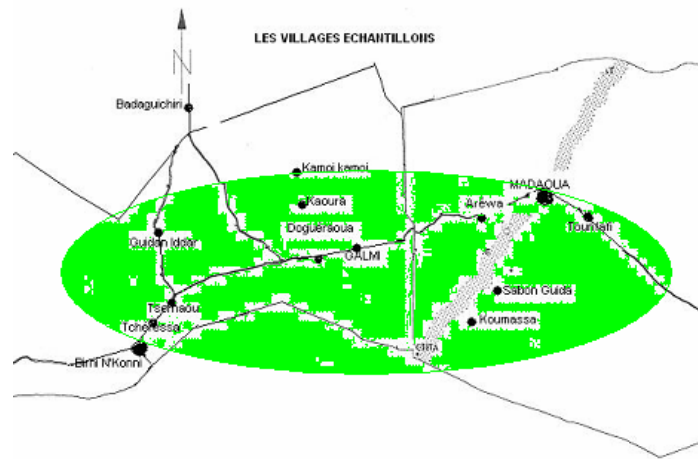
¹⁰ Le terrain d'étude étant situé à 450 km de Niamey, nous avons cherché et obtenu un financement couvrant toute la phase de terrain auprès du PPEAP (Projet de Promotion des Exportations Agropastorales) à travers sa convention de collaboration avec l'INRAN. En effet, le PPEAP finance des opérations de recherche conduites par l'INRAN sur les sept principales cultures des filières porteuses dont l'oignon. De ce fait, nos travaux ont été intégrés dans les leurs du point de vue financement en ce qui concerne la filière oignon.

¹¹ Suite à cette convention, et pendant tout notre séjour au Niger, nos travaux ont été conduits, sous les conseils et l'appui méthodologique constants du professeur Jean-Pierre Olivier de Sardan

Figure 1 Carte de situation de la zone d'étude



Les deux pôles de production de la région de Tahoua



La zone d'étude : deuxième pôle de production

Phase exploratoire

Après la recherche documentaire, nous avons abordé notre terrain d'étude par une phase exploratoire en septembre 2002, dont le but est de délimiter les limites géographiques de l'étude, de tester les outils de recherche afin de mieux les adapter à la réalité du terrain et de vérifier la pertinence de notre modèle d'analyse.

Ainsi, pendant 15 jours, nous avons sillonné l'ensemble des zones de production de la région de Tahoua, en particulier les deux principaux pôles de production : à savoir, le pôle Badaguichiri-Tamaské -Keita, et le pôle Guidan Idar-Galmi-Madaoua. Historiquement, le premier pôle constitué autour de Tamaské est le plus ancien, car on y cultive l'oignon depuis l'époque du commerce transsaharien. Par contre le deuxième pôle constitué autour de Galmi a pris de l'essor depuis au temps de la colonisation, qui l'a impulsé avec l'aménagement de la Maggia dès 1939 après celui du Goulbi Maradi. Il y a lieu de noter cependant que l'aménagement hydro-agricole de Galmi a été construit beaucoup plus tard au début des années 1970.

Le deuxième pôle présente l'avantage d'être plus désenclavé que le premier, et les quantités d'oignon produites sont de loin aussi plus importantes. Cependant sur le plan organisationnel, ces deux pôles ont des points communs : Pendant que Badaguichiri constitue le principal centre de commercialisation pour le premier pôle, ce rôle revient à Galmi pour le deuxième. De même, Tamaské étant connu pour la qualité de ses semences d'oignon dans le premier pôle, il en est de même pour Guidan Idar dans le deuxième pôle. Keita dans sa partie Nord Maggia est plutôt pourvoyeur du pôle en bulbe d'oignon, ceci est aussi vrai pour Madaoua dans le deuxième pôle. Néanmoins, il y a lieu de noter que cette description, qui fait ressortir une tendance à la spécialisation des différentes zones de production au sein de chaque pôle, est relative. Car chacune des activités à savoir la commercialisation de bulbes d'oignon, la production des semences et la production d'oignon bulbe est bien présente dans chaque zone de production à des degrés plus ou moins différents.

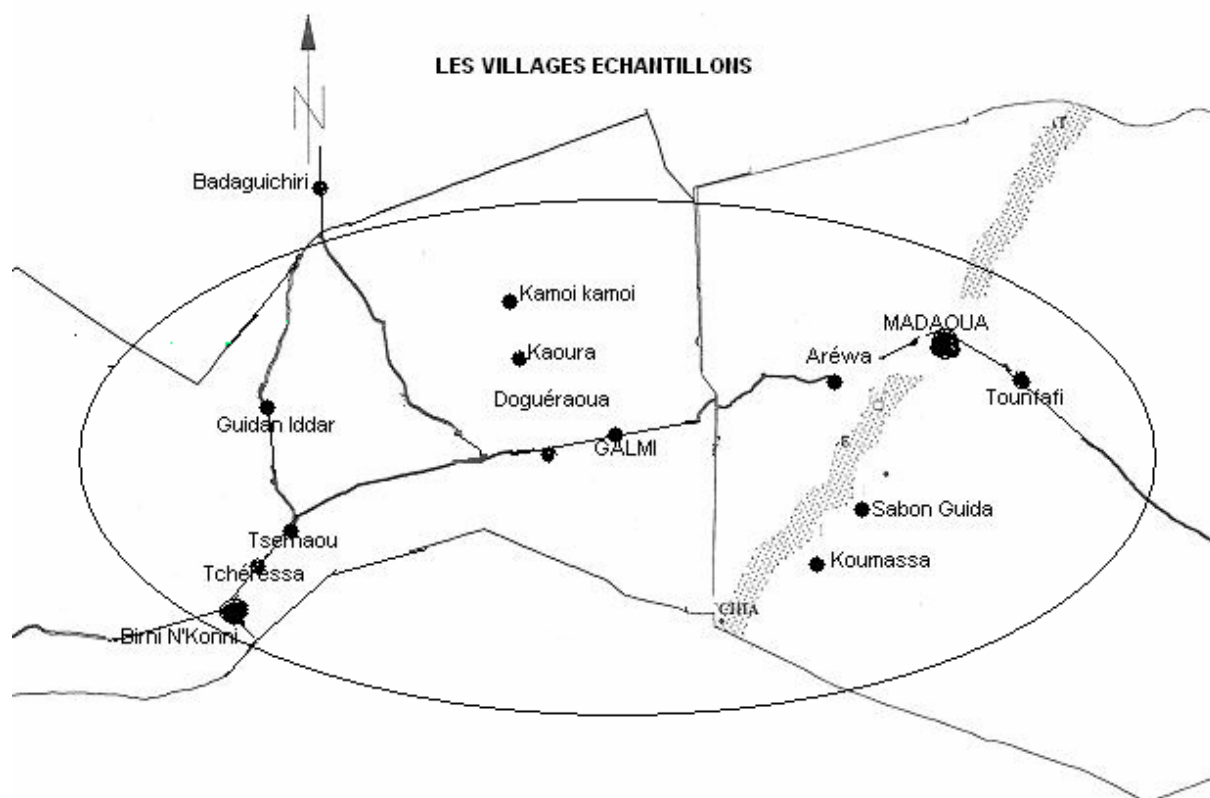
Du fait de la similitude entre ces deux pôles de production, nous avons retenu comme terrain de recherche le deuxième pôle de production à savoir le pôle Guidan Idar-Galmi-Madaoua ou tout simplement Konni-Galmi-Madaoua¹². Ce

¹² Guidan Iddar faisant partie du département de Konni, l'appellation Konni-Galmi-Madaoua semble plus appropriée.

choix est aussi motivé par le fait que certaines zones de culture de ce pôle utilisent des forages et des motopompes. Ce pôle présente également l'avantage de contenir Galmi, le bourg d'où est originaire la variété phare exportée en Afrique de l'Ouest. Notre terrain d'étude couvre ainsi les zones de production de Konni et de Madaoua, respectivement les parties sud des vallées de la Maggia et de La Tarka.

Cependant, dans la constitution de nos villages échantillons, sur les 12 villages retenus au total, un appartient au premier pôle. Il s'agit du village de Badaguichiri situé sur le plateau de l'Ader. Il a été choisi pour croiser les informations et trouver des éléments de comparaison entre le plateau et les vallées. Ainsi fut raisonné le choix de nos douze villages échantillons en fonction des trois principales activités de la filière oignon : à savoir la production des semences (4 villages), la commercialisation des bulbes d'oignon (4 villages) et la production de bulbe d'oignon (4 villages). Les douze villages retenus sont : Tcheressa, Tsernaoua, Guidan Idar, Badaguichiri, Doguéraoua, Galmi, Kamoi-Kamoi, Kaouara, Arewa, Sabon Guida, Koumassa, Tounfafi.

Figure 2 Situation géographique des villages échantillons



Au cours de cette phase, nous avons conduit des entretiens exploratoires (2 à 3 focus groupe et 4 à 5 entretiens individuels libres ou semi directifs) par village. Nous avons également testé nos questionnaires (1 à 2 tests) par village.

A l'issue de ce premier contact avec le terrain, suivi du traitement des informations recueillies, nous avons amendé nos outils de recherche plus précisément le questionnaire afin de l'adapter à la réalité du terrain.

Avant la phase de collecte des données quantitatives, nous avons fait un séjour d'insertion dans le milieu au cours du mois d'octobre 2002. Ce séjour nous a permis de nous familiariser avec les populations et de procéder à l'observation participante. Cette observation participante s'est poursuivie tout au long de nos différents séjours successifs sur le terrain.

Phase de collecte des données quantitatives

La collecte des données quantitatives a été réalisée au moyen d'un questionnaire établi à partir des indicateurs du modèle d'analyse et amendé au contact de la réalité du terrain. Ce travail a été réalisé en novembre 2002, et le financement du PPEAP nous a permis de recruter trois enquêteurs pendant quinze jours. Ces

enquêteurs ont été préalablement formés pendant 3 jours afin de les sensibiliser à notre problématique de recherche.

Ce questionnaire était essentiellement adressé aux producteurs d'oignons des douze villages échantillons à raison de dix producteurs échantillons par village, soit un total de 120 producteurs enquêtés. Les critères de choix de l'échantillonnage tenaient compte du type de producteur, du moyen d'exhaure, de la taille de l'exploitation et des revenus.

Les thèmes traités dans ce questionnaire étaient variés. Ils vont de l'inventaire des cultivars locaux, à la perception des changements induits, en passant par l'innovation technique, les systèmes de culture, les systèmes de production, les représentations de la qualité du produit, l'organisation des producteurs, l'organisation de la commercialisation, la redistribution des revenus etc....

Notre rythme de travail journalier était de 2 à 3 enquêtes par enquêteur. Ceci était fonction de la disponibilité des enquêtés et du temps de parcours d'un producteur à l'autre. Notons que, le mois de novembre est un mois de forte occupation pour les producteurs d'oignon, car c'est la période des récoltes pour ceux qui ont fait l'oignon d'hivernage, c'est aussi la période de semis ou de repiquage pour les autres.

La collecte des données qualitatives

La préparation de cette phase avait commencé au cours de la phase exploratoire, phase au cours de laquelle, nous avons identifié les groupes stratégiques et les personnes ressources auprès desquels devraient se tenir les entretiens.

En effet la détermination des groupes stratégiques est un des éléments constitutifs de l'enquête « ECRIS »¹³ qui est une méthode de recherche rapide et collective élaborée par les chercheurs de l'APAD dont Jean-Pierre Olivier de Sardan. Les groupes stratégiques identifiés, étendus aux personnes ressources, avaient constitué notre corpus d'individus auprès desquels nous avons conduit nos entretiens. Il y va souvent de simples groupes socioprofessionnels comme par exemple les différents opérateurs de la filière tels les producteurs, les collecteurs, les transporteurs, les commerçants exportateurs, etc. - à des groupes sociaux tels que les jeunes, les femmes, etc., les autorités administratives, les autorités coutumières, les services techniques etc.

¹³ Enquête collective et rapide de détermination des conflits et des groupes stratégiques.

En effet, il s'agit de tous les acteurs intervenants soit directement ou indirectement aux différentes activités autour de l'oignon. Cent cinq (105) entretiens ont été réalisés au total suivant des guides d'entretien comprenant des thèmes généraux, et des thèmes spécifiques orientés sur l'activité de l'interviewé et sa relation avec l'oignon. Cette phase s'est déroulée en avril 2003.

Pour la mener à bien, trois enquêteurs expérimentés du LASDEL de niveau maîtrise ont été recrutés dont un géographe et deux sociologues pour une période de 15 jours. Ces enquêteurs ont été sensibilisés à la problématique de recherche au cours d'une formation de deux jours. Notre rythme de travail était de deux à trois entretiens par jour en fonction de la disponibilité des enquêtés. Il y a lieu de noter que tous les entretiens ont été enregistrés et transcrits.

L'enquête complémentaire

Au fur et à mesure du dépouillement des données qualitatives et du traitement des données quantitatives, nous avons éprouvé le besoin d'un séjour de dix jours afin de compléter les données manquantes, et d'approfondir certains entretiens qui nous ont paru pertinents. Un dernier voyage entrepris en mars 2005 nous a permis de faire le point de l'évolution des tendances que nous avons observé depuis notre dernier séjour en avril 2003.

2 - Les Problèmes rencontrés et les limites de l'étude.

Malgré le financement acquis pour assurer, l'achat du matériel (enregistreurs, piles, bloc-notes etc.) et nos frais de séjours sur le terrain, la location d'une voiture tout terrain (4x4) était hors de portée au vu de l'enveloppe allouée. Nous avons alors eu à utiliser notre propre voiture lors de tous ces déplacements en reliant d'abord Niamey à la zone d'étude, puis de celle-ci aux villages échantillons. Ce qui nous a permis de faire des économies sur le transport, en affectant l'essentiel de l'enveloppe pour l'achat de carburant, de fournitures, d'appareils enregistreurs, de piles, de cassettes audio, des frais de déplacements, et des per diem des enquêteurs. Si nous avions procédé autrement en louant un véhicule tout terrain depuis Niamey, notre budget n'aurait pas suffi pour couvrir le premier séjour de 15 jours, car les frais de location représentaient au moins les trois quarts de celui-ci.

Pour les villages situés en profondeur de la zone comme Kaoura, Kamoi-Kamoi, Sabon Guida et Koumassa après les difficultés rencontrées lors des premiers déplacements en voiture, nous avons effectué les déplacements suivants à moto avec l'aide des agents de l'agriculture en poste respectivement à Galmi et à Madaoua. Concernant les entretiens et leur déroulement, il n'y a pas eu globalement de problèmes majeurs hormis les difficultés pour entrer en contact avec les autorités administratives et coutumières.

Du point de vue de la méthode de collecte des données quantitatives, nous avons procédé à un choix raisonné basé sur les critères cités plus haut et non à un tirage aléatoire de notre échantillon de villages, et de celui des producteurs, ce qui leur ôte le caractère représentatif de la population. De même, il nous aurait fallu étendre l'étude davantage sur les zones du premier pôle de production. Mais les similitudes que nous avons trouvées au niveau des deux pôles de production surtout en ce qui concerne leur organisation et leur tendance à la spécialisation, l'étroitesse du budget de financement et les limites liées au transport ont réduit notre marge de manœuvre en limitant ce travail principalement au deuxième pôle de production.

Première partie : Le violet de Galmi : écotype local ou variété améliorée.

Tel qu'intitulé, le titre de cette partie est évocateur de la levée d'un doute. En effet, il s'agit d'abord de savoir si le Violet de Galmi est un écotype local, c'est-à-dire un oignon qui a acquis des caractéristiques génétiques particulières résultant d'une sélection naturelle dans un milieu donné ou une variété améliorée, c'est-à-dire qui a subi une intervention de l'homme en vue d'améliorer certaines de ses aptitudes ou de ses caractères.

Si nous nous sommes posés cette question, c'est que nos enquêtes de terrain ont révélé que le violet de Galmi produit actuellement dans la région de Tahoua, puis exporté dans les pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest est un écotype local. Or nous savons qu'à l'origine, cet oignon était une variété améliorée issue d'une innovation technique conduite par l'IRAT en 1975. Il se pose alors la question de savoir comment en est-on arrivé là ? Pourquoi et comment expliquer ce retournement ?

Pour répondre à cette question, nous traiterons dans le premier chapitre du processus de l'innovation technique qui a conduit à la création du violet de Galmi. Puis dans le deuxième chapitre nous donnerons les raisons de ce retournement, c'est-à-dire, le retour à l'écotype local.

Par définition, toute innovation a pour but et résultat, une utilisation efficiente ou satisfaisante des ressources. De ce fait, lorsqu'une innovation technique est introduite dans un processus économique, comme par exemple l'amélioration de la qualité d'un produit, sa portée devrait se traduire par un développement de l'activité suite à la conquête des parts de marché. Cela a-t-il été le cas du violet de Galmi ?

La question fondamentale à laquelle devrait répondre cette partie est de savoir si l'innovation technique qui a conduit à la création du Violet de Galmi a-t-elle été à l'origine du développement de la filière oignon du Niger ?

Chapitre1 : De l'écotype à la variété améliorée « IRAT 69 » ou « Violet de Galmi ».

L'objectif de ce chapitre est, avant tout, de présenter l'objet d'étude le « Violet de Galmi », de montrer qu'il est issu d'une innovation technique, sachant que, celle-ci est le point de départ de notre analyse de la relation entre innovation technique et développement. Comme, l'histoire du Violet de Galmi n'est qu'une partie de l'histoire des oignons au Niger, nous retracerons l'itinéraire supposé de l'oignon depuis son centre géographique qui est l'Iran jusqu'à l'espace nigérien où son introduction selon DAVID Olivier (1999) remonterait au VII^{ème} siècle. Cependant, concernant l'histoire de l'oignon dans la région de Tahoua, les récits historiques n'ont mentionné sa présence que vers le XVII^{ème} siècle, ce qui donne aux populations de l'Ader une tradition avérée de la culture d'oignons d'environ trois siècles. Il faut cependant noter que les oignons cultivés dans cette région appartiennent pour l'essentiel au groupe des oignons violets de la Maggia, le groupe dans lequel a été sélectionné le Violet de Galmi.

A -Des origines de l'oignon à son introduction au Niger

Alors que son centre d'origine ou de diversité se situe en Iran (Asie), l'oignon a été introduit en Afrique où il est anciennement connu et cultivé. Sa présence au Niger aurait deux sources selon DAVID Olivier (1999 :129-130) : l'oignon se serait propagé par contact de proche en proche depuis l'Egypte jusqu'au Niger en passant par le Soudan et le Tchad ; ou il se serait propagé sur le pourtour méditerranéen selon un axe Nord-sud à la faveur du commerce Transsaharien, qui a longtemps été le moyen de contact et d'échange entre l'Afrique du nord et l'Afrique noire.

L'une dans l'autre, la porte d'entrée de l'oignon en Afrique, depuis l'Iran son centre d'origine, serait l'Egypte, car ce pays est un véritable pont reliant l'Afrique à l'Asie.

On retrouve encore les traces de ce fait historique dans la désignation du mot oignon en Haoussa. En effet en Haoussa, on désigne l'oignon par le terme « Al bassa », or en égyptien moderne, le terme correspondant est Bassal ou Bussul (CANDOLLE, cité par DAVID Olivier). Comme le Haoussa est une langue qui

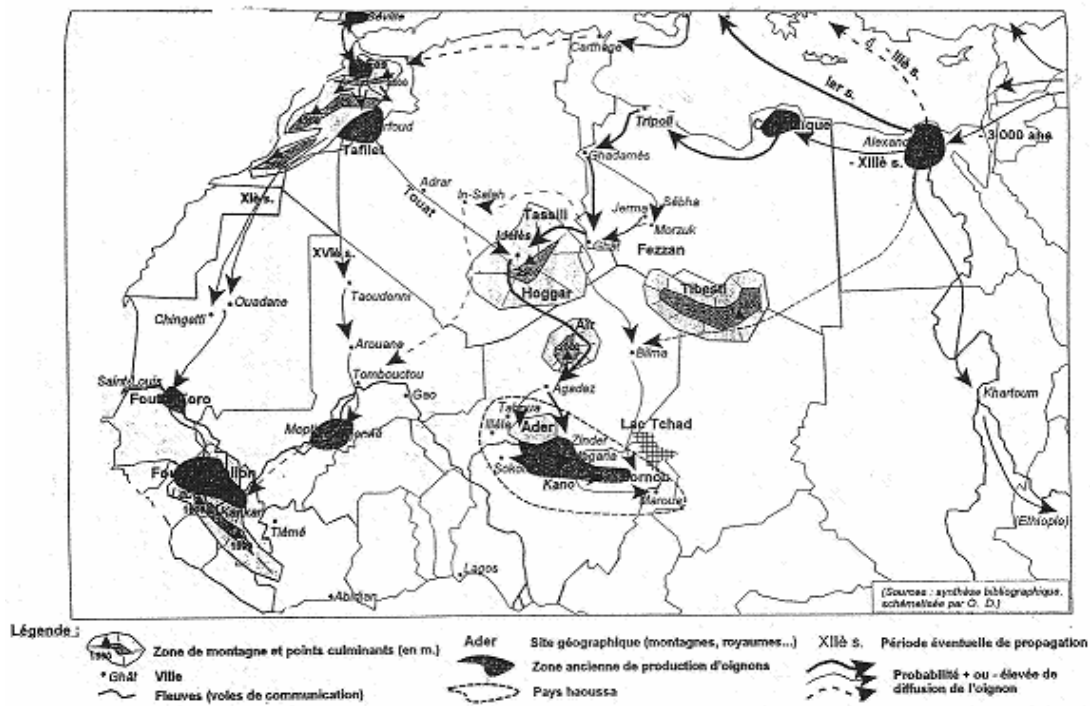
s'est considérablement enrichie de l'Arabe, et que le préfixe « Al » veut dire « le » en arabe, l'étymologie « Al bassa » pourrait littéralement dire : « l'oignon ».

En Egypte, l'oignon est une plante très anciennement connue, il était si prisé que le Pharaon Chéops l'a utilisé pour payer les ouvriers qui ont construit la grande pyramide (MEILLER. D et VANNER. P, 1991).

Des deux hypothèses émises par DAVID Olivier, celle qui semble la plus probable, au vu de la position géographique des zones actuelles de production de l'oignon au Niger, est celle qui privilégie la propagation selon l'axe Nord-sud par le biais du commerce transsaharien. Or qui dit commerce dit échange, et l'échange nous paraît le vecteur le plus crédible pour introduire des produits méditerranéens vers les profondeurs de l'Afrique.

Si l'on s'en tient à l'introduction de l'oignon au Niger par le biais du commerce transsaharien, DAVID Olivier en décrit le circuit au départ de Tripoli vers Kano par la desserte des villes de Ghadamès, Morzuk, et Ghât dans l'actuelle Libye pour remonter à Idelès dans le Hoggar algérien et pénétrer au Niger par l'Aïr dont Agadez est le principal carrefour. A partir d'Agadez, Kano est joint par deux voies : l'une la principale passant par Zinder et l'autre par Tahoua. Un autre circuit probable du commerce transsaharien depuis les côtes marocaines joint Kano en faisant jonction au circuit précédent à partir d'Idelès.

Figure 3 Les voies d'introduction de l'oignon au Niger



Source DAVID Olivier 1999.

Si l'introduction de l'oignon au Niger a emprunté ces circuits, et que sa principale zone de production est à cheval entre le Centre sud du Niger, et le Nord du Nigeria, c'est que l'oignon retrouve dans cette zone les conditions d'une bonne acclimatation. Au-delà, c'est à dire à l'intérieur des terres soudaniennes, il peut être confronté à des conditions de forte hygrométrie pouvant compromettre sa production en bulbe. Cet espace géographique entre le Niger et le Nigeria correspond à ce qu'on appelle le pays haoussa, qui était en connexion avec la méditerranée depuis l'antiquité soit par les conquêtes soit par le commerce. C'est pourquoi, DAVID Olivier à partir des récits de Heinrich BARTH¹⁴, a situé l'introduction de l'oignon dans l'actuel pays haoussa avec l'aide des commerçants arabes vers le VII^{ème}.

L'Ader était le grenier de l'Aïr au XVII^{ème} siècle et à ce titre, il fournissait et ravitaillait en vivres les caravanes en route pour Tripoli ou Kano (DAVID Olivier: 1999). Cette position qu'occupait l'Ader pour l'Aïr est due au fait que celui-ci est

¹⁴ Géographe et grand explorateur du monde Haoussa ayant relié le Bornou à Tombouctou entre 1849 à 1854.

situé à cheval entre la zone agropastorale et la zone agricole du Niger. Quant à l'Aïr, il est situé en zone pastorale désertique où la pluviométrie annuelle est inférieure à 300 mm, ce qui est insuffisant pour permettre aux cultures céréalières de boucler leurs cycles végétatifs. Sur le plan maraîcher, l'Ader était aussi l'un des foyers importants de culture d'oignon notamment à Tamaské et à Illela.

A cause du commerce caravanier transsaharien et du rôle que jouait l'Ader dans le ravitaillement des caravanes, un premier pôle de production d'oignon et de cultures maraîchères s'est constitué autour de Tamaské. Sa position de ville charnière et de passage obligé des caravanes a fait d'elle l'un des grands marchés de l'Ader du XIX^{ème} siècle avec Tahoua et Illéla (Hamani, 1975 cité par DAVID Olivier). La production d'oignon était importante autour de ces villages et les cantons d'Illéla et Tamaské étaient les grands producteurs de l'époque. Ces différents indices, selon DAVID Olivier, laissent présager d'une forte relation entre les principaux bassins de production d'oignon de l'Ader et le commerce transsaharien. Ils confortent également l'hypothèse de l'introduction de cette culture à partir des voies marchandes provenant de la côte méditerranéenne. Ceci illustre bien le fait que l'histoire ancienne de la région de Tahoua, plus particulièrement de l'Ader, est intimement liée à celle de la production d'oignon ; et que, bien adapté au terroir, l'oignon soit ainsi devenu l'une des ressources maraîchères pour laquelle les populations ont su développer un savoir-faire technique. Sa culture intègre dès lors les traditions, d'où son ancrage au territoire local.

Ce savoir-faire technique, acquis pendant trois siècles de pratique, a permis aux populations de maîtriser la culture de l'oignon en petits casiers ou petites parcelles de deux à cinq mètres carrés comme cela se faisait sur les bords du Nil en Egypte. Le but de cette pratique était d'arriver à un meilleur contrôle des eaux d'irrigation par gravitaire, qui sont conduites depuis un canal principal vers des canaux secondaires qui débouchent à leur tour sur les petites parcelles de culture. Ce savoir-faire technique leur a permis également une bonne maîtrise des fréquences d'irrigation adaptées aux zones arides : celles-ci se font par des apports répétés de petites quantités d'eau (2 à 3 fois par semaine), au lieu des apports très espacés de grandes quantités d'eau (1 à 2 fois par quinzaine) dont sont habitués les oignons introduits par l'IRAT au début de ses travaux. Les populations de l'Ader ont également une certaine maîtrise de la production des semences d'oignon malgré le défaut agronomique que présentent leurs écotypes, à savoir qu'ils

fleurissent en première année de culture, alors que l'oignon est une plante qui se reproduit tous les deux ans.

Au cours de la colonisation, ce savoir-faire technique avait attiré l'attention des premiers administrateurs coloniaux et les avait guidés dans le choix des premières politiques agricoles élaborées dans le cadre des plans de mise en valeur de la colonie. Ayant décelé l'importance de la culture d'oignon pour les populations locales au niveau du pôle de Tamaské, les administrateurs coloniaux avaient impulsé, et cela avant la Deuxième Guerre mondiale, la création d'un second pôle de production d'oignon dans la vallée de la Maggia, dont l'aménagement interviendra juste après celui du Goulbi de Maradi. Le pôle de production d'oignon impulsé par le pouvoir colonial va vite prendre un essor considérable au détriment du premier pôle constitué autour de Tamaské. Trois raisons expliquent cette décadence: premièrement, la zone de Tamaské a souffert d'une crise causée par des troubles liés dès 1865 à l'arrivée de peuples conquérants Touareg, les Kel Gress qui plongèrent la région dans des conflits à répétition jusqu'à la fin du XIX^{ème} siècle (DAVID Olivier, 1999). Deuxièmement, du fait de la colonisation, les voies commerciales sont détournées vers la côte atlantique, voie par laquelle transite désormais l'essentiel des échanges entre la colonie et la métropole : ceci a eu comme conséquence une baisse considérable du commerce transsaharien. Troisièmement, la vallée de la Maggia offrait de meilleures conditions de culture, aussi bien sur le plan édaphique¹⁵ que sur le plan hydraulique¹⁶ et géographique¹⁷.

Traditionnellement, le maraîchage se pratique autour des points d'eau de surface, notamment au niveau des mares temporaires ou permanentes en ce qui concerne les zones continentales du pays, et le long du Niger pour ce qui est de la zone du fleuve. Ce faisant, en dehors de la région de Tahoua, la culture de l'oignon se pratique aussi dans les autres régions du pays mais de faible ampleur. Certaines d'entre elles disposent de leurs propres écotypes locaux, ce qui élargit la gamme des écotypes nigériens.

¹⁵ Les sols sont de bonnes valeurs agronomiques

¹⁶ Bonne disponibilité en eau de surface et souterraine

¹⁷ La vallée de la Maggia est située dans la bande sud agricole du Niger

B - L'oignon dans sa diversité au Niger

Le Niger est un vaste territoire de 1 267 000 km² dont plus de la moitié est désertique. En fonction des isohyètes, le territoire du Niger se présente en trois bandes latérales superposées du sud au nord, dont chacune d'elles correspond à une zone agro-écologique distincte à laquelle s'adaptent les populations et leurs activités quotidiennes.

La bande méridionale, aux isohyètes compris entre 600 et 450 mm, correspond à la zone agricole. Sa superficie représente le quart de la superficie du territoire national, alors que les trois quarts de la population y sont concentrés à cause des possibilités offertes à la culture des principales céréales, mil et sorgho, constituant la base alimentaire au Niger.

Plus au nord se trouve la zone intermédiaire ou zone agropastorale dans la limite des isohyètes 450 et 300 mm. Les populations pratiquent à la fois l'agriculture et l'élevage, et sont de fait des agro-pasteurs.

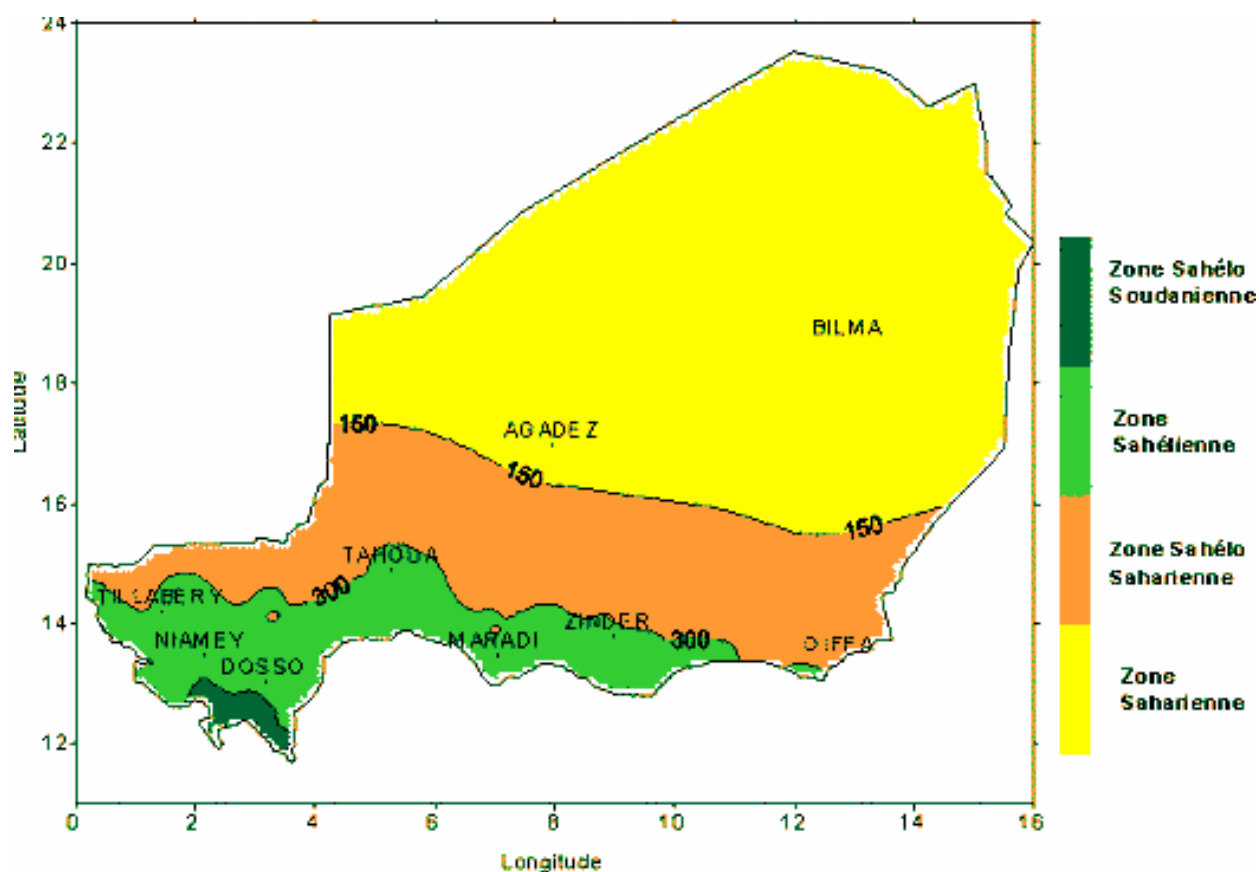
La bande encore plus au nord correspond à la zone pastorale, où l'activité exclusive est l'élevage, du fait d'une pluviométrie inférieure à 300 mm. Cette zone peut néanmoins être subdivisée en deux sous zones, dont celle purement pastorale aux isohyètes variants entre 300 et 150 mm de pluie, et celle désertique dont la pluviométrie est inférieure à 100 mm.

L'essentiel des réserves hydriques est constitué au cours de la saison des pluies. Saison au cours de laquelle les nappes phréatiques se rechargent en constituant ainsi les réserves d'eau souterraine, et les mares se remplissent temporairement ou de façon permanente en réservoir d'eau de surface.

Dans ce vaste territoire, on trouve plusieurs écotypes locaux d'oignon qu'on peut principalement localiser dans trois entités géographiques distinctes que sont : la zone du Sud-ouest (ou zone du fleuve), la zone du Centre-sud (ou zone du pays haoussa nigérien), et la zone de Sud-est (ou zone de Diffa).

De par leur coloration, les écotypes locaux nigériens sont : soit violet, rouge ou blanc. Il n'y a pas d'écotype local de couleur jaune. Les oignons jaunes qu'on peut y trouver ont été introduits par la recherche. Certains écotypes étrangers de couleur rouge-foncé, tels que le violet de Zaria originaire du Nigeria, et le Bisna originaire du Bénin, sont cultivés au Niger dans les zones frontalières comme Gaya avec ses deux frontières (Bénin, Nigeria).

Figure 4 Les trois bandes agro climatiques du Niger



Source : <http://www.meteo-niger.net/html/climatccI2.htm>, consulté le 13 avril 2006

La zone du Sud-ouest (ou zone du fleuve Niger)

Dans cette zone, on dénombre trois principaux écotypes, dont deux violets et un blanc.

Il s'agit du violet de Say, du violet de Gothèye et du blanc de Gothèye.

Le violet de Say

Cet écotype est principalement cultivé dans le sud-ouest du Niger, le long du fleuve sur l'axe Niamey-Say. C'est un oignon de jours courts, son cycle végétatif est bouclé au bout de 150 jours en moyenne. Sa coloration est violette et ses bulbes en forme de fuseau présentent une bonne aptitude à la conservation.

Le violet de Gothèye

Aussi, connu sous le nom du violet de Tillabéry, cet écotype est beaucoup cultivé le long du fleuve entre Gothèye et Tillabéry. Son bulbe de forme légèrement aplatie est de couleur violet foncée. Il a une forte tendance à fleurir en première année de culture, ce qui réduit considérablement ses rendements en bulbes qui sont estimés à 15 t/ha. Ses aptitudes au stockage sont très faibles, ce qui fait qu'il est généralement séché au soleil avant d'être conservé en « Gabu Koirey »¹⁸

Le blanc de Gothèye

Cet écotype est particulièrement cultivé dans la zone de Gothèye. Ses bulbes de forme sphérique présentent plusieurs lobes de couleur blanche. Ils se conservent mal suite à l'éclatement des lobes. Ils sont aussi généralement séchés au soleil avant le stockage.

La zone Centre-sud ou pays haoussa nigérien

Le pays haoussa nigérien, limité aux régions de Tahoua et Maradi, est de loin la zone du Niger la plus pourvue en écotypes locaux. Selon leurs origines, on peut distinguer trois sous zones, celle des vallées de la Maggia et de la Tarka, celle du plateau de l'Ader, et celle du Goulbi de Maradi. Les deux premières sous zones appartiennent à l'actuelle région de Tahoua, alors que la troisième sous zone relève de Maradi.

Les écotypes, les plus connus issus de la région de Tahoua sont au nombre de quatre à savoir : Le violet de Tahoua (plateau de l'Ader), le violet de Madaoua (Vallée de la Tarka), le violet et le blanc de Galmi (vallée de la Maggia). Quant aux écotypes issus du Goulbi de Maradi, ils sont au nombre de trois : le Blanc de Tarna, le blanc de Soumarana et le violet de Soumarana.

Notons que chacun de ces écotypes a un nom vernaculaire qui le désigne localement.

Le violet de Galmi

Communément appelé « Tassa », à cause de sa forme elliptique aplatie qui rappelle la base d'une tasse, le violet de Galmi est le principal écotype cultivé dans la vallée de la Maggia. De coloration violette, son bulbe a des écailles externes de coloration violet-foncé avec une tendance violet-clair au niveau des écailles internes. Principalement cultivé pour son bulbe, le violet de Galmi a des

¹⁸ Conservation de l'oignon par séchage total au soleil

rendements de l'ordre de 25 à 35 t/ha en culture traditionnelle, alors qu'en culture moderne, ceux-ci peuvent culminer à 60 t/ha. Ses bulbes ont une bonne aptitude à la conservation, et son cycle végétatif est de l'ordre de 140 jours.

Le violet de Madaoua

Cet écotype est principalement cultivé sur l'axe Madaoua-Galmi plus précisément dans la basse vallée de la Tarka. Il ressemble beaucoup au violet de Galmi. Mais la coloration violet-foncé de son bulbe est plus marquée.

Le blanc de Soumarana

Cet écotype originaire de Soumarana est parmi les oignons blancs le plus apprécié et le plus reconnu pour ses vertus médicinales. Il est très utilisé en pharmacopée traditionnelle et se vend, pour cette raison, plus cher que les autres oignons. Ses bulbes sont sphériques avec des écailles intérieures blanches et des veines bleu-clair. Son rendement oscille entre 25 à 45t/ha et son cycle végétatif est bouclé au bout de 170 jours.

Le blanc de Galmi

Cet oignon ne se distingue du violet de Galmi que par sa couleur blanche. Son bulbe a aussi un goût piquant mais se conserve mal. Son rendement est de l'ordre de 20 à 45t/ha.

La zone du Sud-est ou zone de Diffa.

Les principaux écotypes rencontrés dans cette zone sont des oignons violets tels que le violet d'Abéché et le Yacouri, qui sont tous les deux d'origine étrangère.

Le Yacouri

De par sa couleur et son globe aplati, il ressemble au violet de Galmi, mais cet écotype présente l'avantage d'être très résistant aux maladies et ses bulbes se conservent bien. Il est originaire du Nigeria.

Le violet d'Abéché

Cet oignon est originaire du Tchad mais sa culture se pratique bien dans la région de Diffa. Ses bulbes de couleur violette peuvent présenter plusieurs lobes (2 à3), mais s'adaptent bien à la conservation.

C - Le violet de Galmi issu de la recherche.

Dans la continuité des actions de recherche menées jusqu'alors par les instituts coloniaux, une convention de collaboration, signée entre la France et le Niger au lendemain des indépendances, autorisait l'IRAT à poursuivre la recherche agronomique au Niger (Mohamed, A. 2003). C'est ainsi qu'un vaste programme fut conduit par l'IRAT portant aussi bien sur la création de nouvelles variétés que sur l'amélioration des techniques culturales. En ce qui concerne la création des nouvelles variétés, à cause des incertitudes climatiques du Niger, l'accent était mis sur l'amélioration des rendements et la sélection de variétés précoces. C'est pourquoi le programme de recherche de l'IRAT portait à la fois sur les cultures vivrières (mil, sorgho), les cultures industrielles (arachide, coton) et les cultures maraîchères dont l'oignon, avant que le nouvel Etat indépendant du Niger se dote de son propre institut de recherche. Celui-ci fut créé en 1975, soit quinze ans après l'indépendance. Avant cette date, toutes les recherches agronomiques entreprises au Niger étaient conduites par l'IRAT et les autres instituts de recherche coloniaux à savoir : l'IEMVT, le CTFT, l'IRHO.

Pour progresser dans ses travaux sur l'oignon, l'IRAT avait introduit des variétés étrangères notamment européennes et américaines plus productives afin dans un premier temps de les adapter aux rudes conditions climatiques du Sahel, puis dans un deuxième temps de les croiser aux souches locales. Mais ces dernières se sont révélées inadaptées aux conditions climatiques du Niger, puisque certaines d'entre elles ne produisent pratiquement pas de bulbes. Suite à cet échec, une réflexion a été menée afin de créer de nouvelles variétés par épuration des souches locales : les trois variétés nigériennes les plus connues ont ainsi vu le jour. Au même moment, l'IRAT conduisait des essais similaires dans d'autres pays comme la Haute Volta (actuel Burkina Faso). Dans ce pays aussi, les variétés introduites d'Europe, des Etats unis et même du Moyen-Orient ont rencontré d'énormes difficultés d'adaptation comme au Niger, dues à l'insuffisance de la durée du jour ou (photopériode) en zone tropicale pour leur permettre de produire des bulbes. En effet, ces variétés étrangères sont dites de jours longs, c'est à dire qu'elles nécessitent une photopériode supérieure à 13 heures d'éclairement par jour, ce qu'elles n'ont pas en zone tropicale où les jours sont courts (leur durée est inférieure à 12 heures).

De même, certaines variétés hybrides de jours courts originaires des USA, susceptibles de donner de très hauts rendements (100t/ha) par rapport aux variétés

locales, n'ont pas été retenues car leurs bulbes se conservaient mal et supportaient mal le transport de long courrier. Parmi elles on peut citer pour les oignons colorés : le Early grano, le Early texas yellow grano, le Yellow granex, le Red star, le Dessex ; pour les oignons blancs : le White granex, le New Mexico white grano.

Finalement, ce sont ces tentatives infructueuses qui ont permis la création des variétés nigériennes. Mais l'objectif poursuivi par l'IRAT était de sélectionner des variétés industrielles pour approvisionner une usine de déshydratation dont la construction était prévue à Galmi. Du coup, un plan de mise en valeur de la vallée de la Maggia sous-tendait le projet, mais avant d'entamer cette deuxième voie de recherche, les travaux avaient commencé par la sélection de variétés d'oignon de consommation en bulbe frais desquels sera issu le violet de Galmi.

1 - Le processus de la sélection du Violet de Galmi.

Les critères retenus par l'IRAT pour la sélection du violet de Galmi étaient l'amélioration des rendements, celle des qualités de forme et de coloration, de la bonne aptitude de conservation des bulbes et enfin celle de la réduction du taux de floraison de première année. Cependant, parmi les écotypes locaux susceptibles de servir à la sélection, un bref rappel de leurs caractéristiques en fonction de leurs origines permet de donner une idée du groupe dans lequel les critères recherchés pouvaient se trouver.

Les oignons originaires du bord du fleuve se caractérisent par une bonne précocité (130 jours) et une excellente aptitude à la conservation ; mais leurs inconvénients résident dans l'aspect des bulbes divisés, les faibles rendements et une floraison généralisée de première année.

Les originaires de la vallée du Goulbi de Maradi, sont tardifs (160 jours) avec des bulbes de forme sphérique à oblongue, de coloration brun-rouge à violet, mais présentant des disjonctions vers le blanc. Le rendement est moyen et la conservation moins bonne que dans le groupe précédent, le taux de floraison de première année est élevé (entre 50 à 60 % des effectifs).

Ceux originaires de la vallée de la Maggia sont de bonne précocité (140 jours), des bulbes entiers de coloration brun-violet, de forme sphérique légèrement aplatie aux deux pôles, de bons rendements, une bonne aptitude à la conservation et une floraison moyenne de première année de l'ordre de 30 à 50 % des effectifs.

De cette description, il découle que les oignons de la vallée de la Maggia sont les plus indiqués au regard des critères définis, car ils sont non seulement précoces, ont de bon rendement, une bonne aptitude à la conservation, et un taux moyen de floraison de première année¹⁹. Ces valeurs génétiques de premier choix leur ont permis de servir à la sélection généalogique du violet de Galmi. Ce choix a été opéré au courant de l'année 1965 et la sélection de l'oignon violet de Galmi avait commencé au cours de la saison sèche 1965-1966 à la station expérimentale de Tarna près de Maradi. A l'époque, l'IRAT disposait d'une collection de 21 écotypes de la Maggia sur lesquels six avaient été retenus, suite aux tests de conformité par rapport aux critères définis. Ces derniers avaient été groupés 2 par 2 en trois champs de croisement isolés pour la production de semences dès la saison suivante. Les semences ainsi obtenues, battues en mélange avaient permis la constitution de trois populations composites (P1, P2, P3). Mais au cours de la saison 1968-1969, leur comparaison a permis l'élimination de la population P3 à cause de son faible rendement et sa mauvaise conservation (deux des critères importants recherchés). Les bulbes récoltés des populations P1 et P2 étaient à nouveau plantés pour la production de semences au cours de la saison 1969-1970 en parcelles isolées. Dans chacune de ces parcelles ont été choisis 50 plants mère (tête de lignée) en vue d'un test de rendement et de conservation.

A l'issue de la saison 1970-1971, le test de rendement et de bonne conservation effectué sur les 2 x 50 lignées a permis de retenir les lignées qui ont un rendement supérieur à 120% du témoin (mélange des 100 lignées) correspondant à 45t/ha avec un taux de conservation supérieur à 85% après 6 mois de stockage. Suite à ce test, seules 10 lignées de P1 et 16 lignées de P2 ont été retenues. Par contre les observations conduites sur les 100 lignées n'ont pas permis de mettre en évidence une corrélation entre d'une part, le taux de floraison variant de 30 à 70% et le rendement et d'autre part, entre le taux de floraison et la durée de conservation.

C'est à partir de ces 10 lignées de P1 et des 16 lignées de P2 retenues que deux champs semenciers S1 et S2 avaient été mis en place au cours de la saison 1971-1972, ainsi qu'un champ T mainteneur de témoin. C'est seulement après deux ans d'observation (saisons 1972-73 et 1973-1974) que le mélange semencier S1 a montré une légère supériorité vis à vis de S2 et du témoin T. Les conclusions tirées de ces observations ont constitué l'acte de naissance théorique du « violet de

¹⁹ La floraison de première année est un défaut agronomique De Bon (1987), par lequel les écotypes locaux montent en graine depuis la première année de culture alors que l'oignon est une plante bisannuelle. La montée en graine altère les bulbes puisque les réserves qu'ils contiennent sont utilisées pour produire des graines. Ainsi, un taux de floraison de première année de l'ordre de 30 à 50% est jugé satisfaisant pour un écotype africain.

Galmi », bien que la sélection se soit poursuivie jusqu'en 1975-1976 par le test des champs semenciers S1, S2 et l'hybride issu de leur croisement c'est à dire S1 x S2.

La variété « violet de Galmi » ainsi née se présentait alors comme suit : oignon violet atténué à brun clair, de calibre moyen et homogène dont le cycle végétatif est bouclé au bout de 150 jours, un rendement moyen de 45t/ha pouvant culminer à 60t/ha, une floraison de première année de l'ordre de 31%, une bonne conservation qui est de l'ordre de 91% en 3 mois et 84% en 6 mois.

Cependant, il y a lieu de noter que certaines de ces caractéristiques ne sont pas liées à la variété elle-même, mais aux techniques culturales. Ce faisant, les expérimentations de l'IRAT qui ont suivi, ont permis de mettre en évidence que le calibre des bulbes était fonction de la densité de plantation et que plus celle-ci est forte, plus le calibre est petit. C'est pourquoi, l'IRAT a recommandé une plantation à 500 000 plants /ha pour obtenir des bulbes de calibre homogène, de bonne présentation et qui se conservent bien. De même, la date de semis est un facteur qui influence fortement le caractère génétique de la floraison de première année. Ainsi, une date de semis retardée entraînerait une diminution importante de la floraison de première année mais pouvait avoir des conséquences sur le rendement qui baisse. Cependant, cette floraison de première année n'a jamais pu être baissée en dessous de 10%.

Dans la deuxième voie de recherche qui avait conduit à la sélection des oignons de déshydratation, le schéma était le même et les critères de la sélection étaient les suivantes : Une coloration blanche, un goût fort, un taux d'extrait sec élevé, et une bonne conservation naturelle en vue de limiter les coûts de stockage en enceintes climatisées. Cette sélection généalogique qui avait commencé en 1968 a permis l'épuration du blanc de Galmi et du blanc de soumarana. Les caractéristiques de ces oignons sont récapitulées dans le tableau suivant :

**Tableau N°1 Caractéristiques des trois variétés issues
des travaux de l'IRAT**

Variétés	Cycle Jours	Rendement Moyen T/ha	Taux de Floraison %	Taux de conservation		Taux d' extrait sec %
				3 mois %	6 mois %	
Violet de Galmi IRAT 1	150	55	31	91	84	11
Blanc de Galmi IRAT 2	150	54	48	85	73	12
Blanc de Soumarana IRAT 3	168	45	55	90	76	13

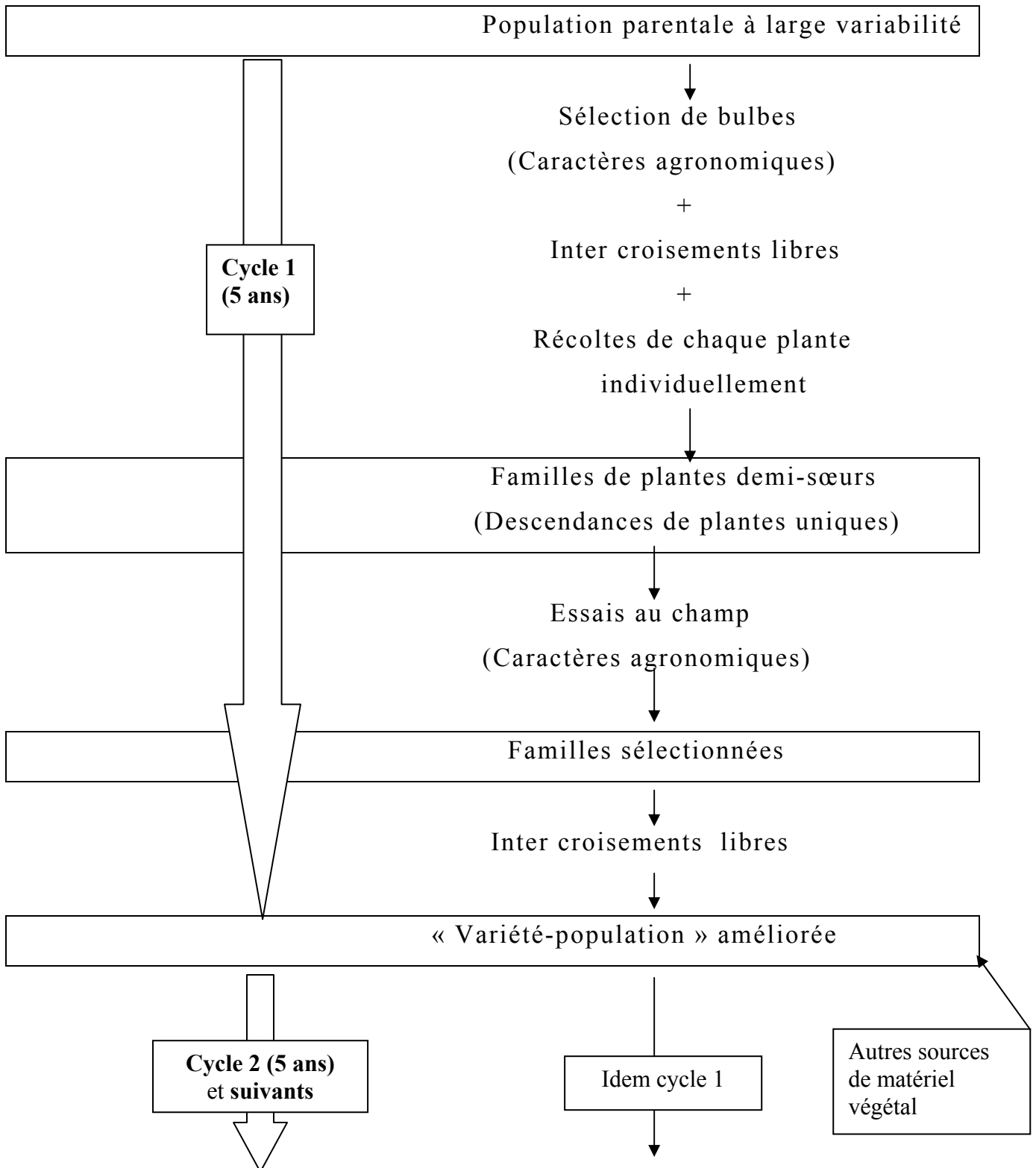
Source IRAT Agronomie tropicale XXXI

2 - Le schéma général de sélection des variétés-populations

Les travaux de sélection conduits par l'IRAT relèvent du schéma général d'amélioration des variétés-populations. Ce faisant, les trois variétés nigériennes qui en sont issues, sont des variétés-populations obtenues par épuration des souches locales. Ces dernières étaient longtemps restées égales à elles mêmes jusqu'aux travaux de l'IRAT qui ont permis d'en tirer des races : les trois sous-variétés améliorées. La technique consiste à retenir les caractères désirés représentants la part de supériorité des populations parentales, susceptibles d'être transmise aux générations suivantes. Mais les programmes d'amélioration variétale correspondants sont de longue durée, car ils portent au moins sur 5 à 6 générations de sélection soit 10 à 12 ans de travaux nécessaires. Puis, cette longue phase de sélection doit être suivie de 4 autres années d'expérimentation en moyenne avant la phase de multiplication et de production des semences, or l'IRAT avait commencé ses travaux au Niger en 1965 et en était arrivé au bout en 1975, soit juste les 10 minimum qu'exige le procédé. Son départ a suivi au cours de la même année suite à la création de l'INRAN. De ce fait, les 4 années d'expérimentation

nécessaires avant la multiplication et la production des semences devraient être assurées par l'INRAN qui venait de prendre le relais.

Figure 5 Schéma d'amélioration des variétés-populations



Source reproduit de : «L'oignon de garde » Ctifl, édition 1996.

Conclusion du chapitre

A la lumière du processus de sélection confronté au schéma général de sélection des variétés populations, nous pouvons dire que le Violet de Galmi est issu d'une innovation technique, dont le but était l'amélioration de sa qualité aussi bien sur le plan agronomique que commercial. Sur le plan agronomique, on note une amélioration des rendements qui sont passés de 25 à 55 tonnes à l'ha ; une augmentation de son aptitude à la conservation de l'ordre de 91% en trois mois et 84% en 6 mois et une diminution du taux de floraison de première année à 31% au lieu des 50% habituels. Sur le plan commercial, on note d'abord une amélioration de sa présentation à travers l'homogénéité du calibrage et l'atténuation de sa coloration passant de brun violet à violet clair. Cependant, il y a lieu de remarquer que cette nouvelle variété ainsi créée dispose à la fois d'un nom scientifique qui est l' « IRAT 69 »²⁰ et d'un nom commercial qui est le Violet de Galmi.

²⁰ Dans la nomenclature de l'INRAN, la variété « IRAT 69 » est appelée « IRAT1 ». Ces deux appellations sont donc équivalentes.

Chapitre 2 : Le retour au Cultivar ou la démission de l'INRAN

La sélection variétale est une innovation technique qui s'inscrit dans la durée car elle exige une quinzaine d'année avant que les semences quittent les stations de recherche pour le milieu paysan. Le départ de l'IRAT interviendra avant la phase d'expérimentation et de multiplication des semences mais cette tâche incombera désormais à L'INRAN qui l'a supplanté et qui a hérité de l'ensemble de ses travaux. En dehors de cette nécessité immédiate de poursuivre la recherche, il faut noter qu'à défaut de stabilité, la conservation de la pureté variétale des variétés populations exige le maintien d'une certaine pression de sélection, c'est-à-dire un travail de recherche permanent. Force est de constater que la recherche sur l'oignon va s'arrêter après le départ de l'IRAT, à cause de la démission de l'INRAN et le processus restera en veilleuse jusqu'à nos jours. Nous pouvons dès lors nous demander: pourquoi cette discontinuité ? Quelles étaient les raisons qui avaient poussé l'INRAN à abandonner la recherche sur l'oignon ? Mais avant de les découvrir, analysons le contexte de la transition afin de mieux appréhender les motivations profondes qui ont présidé à sa création.

A- Les présupposés d'une transition ratée.

Au début des années 1970, alors même que l'IRAT poursuivait ses travaux sur l'oignon au Niger, une grande sécheresse étalée sur deux campagnes successives sévissait dans le pays. Cette sécheresse sévère avait décimé une grande partie du cheptel et avait fait beaucoup de victimes au sein de la population.

A l'origine du désastre, une insuffisance prolongée des pluies avait empêché les cultures et les herbacées sauvages de boucler leur cycle végétatif. Le cheptel manquant d'herbe, les familles manquaient de quoi se nourrir, le « sauve qui peut » était la règle. Des familles entières auraient émigré dans la précipitation vers les centres urbains et les pays limitrophes. Les autorités politiques avaient fait appel à l'aide alimentaire internationale, celle-ci une fois en place aurait dit-on été mal gérée. Cela avait servi de brèche à l'armée pour renverser le régime civil du Président Diori Hamani²¹ dès 1974.

Au lendemain du coup d'Etat, les nouveaux maîtres du pays se sont impliqués dans la gestion de la crise, par l'acheminement de l'aide alimentaire aux sinistrés qui

²¹ Premier Président de la République du Niger.

étaient restés ou qui étaient de retour d'exil; par l'initiation de projets de reconstitution du cheptel pour les populations nomades et la reconversion de certains d'entre eux en maraîchers fixés autour des mares. Ceci aboutira par la suite à l'échelle nationale à une politique d'instauration des cultures de contre saison (ou cultures maraîchères).

Dans le même élan, les nouvelles autorités avaient eu le souci de mettre à la disposition des agriculteurs des variétés précoces de mil et de sorgho à cycle court en guise de solution à long terme du problème de la sécheresse. C'est ce souci pressant qui a conduit, un an après leur prise de pouvoir, à la création de L'INRAN.

Si la sécheresse du début des années 1970 a permis aux autorités politiques de se rendre compte de la fragilité de l'écosystème et de la limite de ses capacités à nourrir les populations, certaines pratiques acquises par ces populations depuis la colonisation peuvent être sujettes à caution et expliquer en partie certains aspects de la crise.

1- La politique de mise en valeur de la colonie et ses conséquences.

Conçue dans le cadre de la mise en valeur de la colonie, la politique agricole était basée essentiellement sur la culture de l'arachide qui est un produit dont la métropole avait besoin, et à partir de laquelle va se développer une économie de traite basée sur son exportation et sur l'importation des produits alimentaires et d'objets d'usage courant tels que les tissus. Mais cette économie de traite tardivement installée au Niger à la différence du Sénégal n'avait pris de l'essor qu'au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, parce que le Niger avait une vocation militaire plutôt qu'agricole à cause de son aridité. Les quelques terres agricoles disponibles avaient fait l'objet d'intenses négociations et de compromis entre les deux puissances coloniales administrant cette région : la colonie française du Niger en partie désertique et qui présentait moins d'atouts en comparaison à la colonie anglaise du Nigeria allait bénéficier d'une révision des frontières par le biais de la négociation, cette révision des tracés allait permettre au Niger d'étendre sa souveraineté sur toute la bande sud agricole actuelle du pays.

Le premier découpage de la frontière entre ces deux colonies voisines eut lieu en 1898 à Paris suivant la ligne Say-Baroua, c'est à dire du fleuve Niger au Lac Tchad, concédant ainsi aux Anglais toute la partie sud représentant l'actuelle zone

agricole du Niger (GREGOIRE, E. 1986)²². Après plusieurs missions de reconnaissance les Français obtinrent des Anglais d'importantes modifications du tracé de la frontière, car les zones qui leur avaient été concédées étaient pour la plupart désertiques et dépourvues de tout intérêt économique. La convention signée en 1904 à Londres, décalait en direction du sud la ligne Say-Baroua et donnait à la France tout le Gobir et une grosse partie de la rive gauche du Goulbi de Maradi. Cet autre tracé a été revu et repoussé à nouveau vers le sud lors de la deuxième conférence de Londres en 1906 et la nouvelle frontière fut abornée de bout en bout par une mission conjointe franco-britannique (mission TILHO-O'SHEE) puis définitivement adoptée à la conférence de Londres du 31 janvier 1910.

Ce faisant, l'actuelle zone agricole du Niger fut la zone comprise entre le premier tracé de 1898 et le dernier de 1910. C'est ce dernier tracé qui a séparé le pays haoussa en deux entités distinctes administrées séparément par les Français au Nord et les Anglais au sud. C'est également dans cette zone que commenceront les premières actions de mise en valeur par l'introduction de l'arachide en 1924. En effet cette année là, l'administration coloniale française diffusa les premières semences sélectionnées, alors que la culture de l'arachide était quasi généralisée dans le nord du Nigeria, encouragée par l'achèvement de la voie ferrée Kano-Lagos dès 1912. Cette voie ferrée britannique fut également le chemin par lequel passèrent les exportations françaises vers la métropole.

Dès la campagne 1924-1925, la France va exporter ses premiers tonnages issus des productions de Zinder et de Maradi estimées à environ 1590 tonnes. Le transport de cette cargaison était assuré à dos de chameaux jusqu'à Kano où elle était chargée sur le train en direction de la mer. Ce n'est qu'en 1927 que l'administration coloniale va étendre son action à l'ensemble de la colonie, et la zone arachidière s'étendra d'est en ouest, de Zinder à Dosso sur près de mille kilomètres le long de la frontière du Nigeria.

Dans cet élan de relance de l'économie locale par la culture de l'arachide, l'administration coloniale favorisera l'installation des maisons de commerce européennes, suivie d'une mise en place d'infrastructures et de voies de communication notamment à Maradi et à Zinder. Ces grandes firmes européennes assureront la collecte et l'achat de l'arachide auprès des producteurs, puis son exportation vers la métropole. Elles joueront également le rôle de fournisseurs de

²² GREGOIRE, E, 1986 « Les alhazai de Maradi (Niger) : histoire d'un groupe de riches marchands Sahéliens », ORSTOM. 228p

biens de consommation divers allant des produits alimentaires aux objets d'usage courant notamment les tissus. L'installation de ces firmes européennes donnera un coup de pouce à la production arachidière, mais cet élan s'estompera très tôt avec la crise économique de 1929 qui affecta l'économie mondiale dans sa globalité et dont les conséquences provoqueront la baisse des prix de l'arachide, ce qui entraînera un désintéressement des firmes européennes puisque l'activité devenait peu rentable et la production diminua dès 1932.

La production arachidière n'a repris son essor qu'après la Deuxième Guerre mondiale, où dès la campagne 1946-1947 les productions records d'avant guerre furent approchés puis dépassés (GREGOIRE, E. 1986). Mais la stratégie de relance était basée sur une lourde imposition des populations locales qui, pour s'acquitter de l'impôt, doivent accroître les superficies d'arachide au détriment des cultures céréalières dont le mil. Comme le note Claude RAYNAUT cité par GREGOIRE, E (1986) « la fiscalité qui s'exerçait sur la communauté rurale ne cessa d'augmenter au cours des années et l'obligea à accroître les superficies cultivées en arachide afin d'obtenir une production supérieure lui permettant de payer un impôt toujours lourd : c'est ainsi qu'en 1952, il fallait vendre 24 kilos d'arachide décortiquée à 16 francs le kg pour s'acquitter de l'impôt d'une personne qui s'élève à 384 F ». Ce montant ramené à la taille d'une famille africaine peut se révéler insupportable : à cette époque, une famille moyenne comptait facilement une dizaine de personnes imposables, c'étaient 3840 anciens Francs à déboursier par an. Cela représentait une fortune au vu de l'économie rurale de cette période. Aussi, en cette période, la richesse d'une famille se mesure par le nombre de bras valides qu'elle contient, donc de personnes imposables. A cause de l'impôt, beaucoup de familles essaient autant qu'elles le peuvent de dissimuler certains de leurs membres aux percepteurs, ce qui causait un problème de dénombrement.

Le premier problème que révèle cette pratique d'augmentation des superficies au profit de l'arachide est son empiétement sur les superficies de mil. Cela peut être lourd de conséquences lorsqu'on sait que le mil est la céréale de base au Niger, et que la rigidité des habitudes alimentaires fait que dès qu'elle vient à manquer l'on crie famine, même si par ailleurs les gens disposent de d'autres aliments comme le manioc, la patate, le blé ou même le maïs. Ni le blé, ni le maïs ou même le riz ne remplacent le mil et le sorgho, mais ils les complètent dans le régime alimentaire des populations rurales. Ceci est vrai en situation normale, car en situation de famine, la seule règle qui vaille est celle de ne pas avoir le ventre creux,

autrement dit, tout ce qui peut couper la faim est bienvenue au sens de l'adage qui dit : « tout ce qui ne tue pas engraisse ».

Donc cette pratique qui vise à étendre les superficies d'arachide au détriment de celle du mil couvait un danger au regard de la sécurité alimentaire du fait de l'incertitude climatique et de la rigidité des habitudes alimentaires. Néanmoins, elle a été poursuivie après les indépendances où les premiers dirigeants politiques avaient continué la politique coloniale d'augmentation progressive de l'impôt, si bien qu'en 1963 soit trois ans après l'indépendance du Niger, il fallait vendre 40 kilos d'arachide décortiquée à 24 francs CFA pour s'acquitter de l'impôt. Ce danger couvant a resurgi dès 1968 lors de la première sécheresse, puis a été amplifié par celle du début des années 1970 qui s'est singularisée par sa durée.

2- La sécheresse du début des années 1970

Au Niger l'agriculture est fortement dépendante de la pluviométrie, or même si celle-ci est abondante au cours d'une année, sa répartition dans le temps et dans l'espace ne donne aucune garantie quant à l'issue de la campagne. Chaque campagne est singulière avec ses incertitudes et ses angoisses pour les agriculteurs. Ces derniers ne peuvent en juger que lorsque les cultures arrivent à boucler leur cycle végétatif et que la récolte est estimée bonne ou satisfaisante.

La sécheresse au Sahel va au-delà du simple stress hydrique dont peuvent souffrir les plantes au cours de leur développement. Elle résulte d'un déficit pluviométrique incapable de couvrir les besoins annuels des cultures. Ce phénomène de déficit pluviométrique est cyclique au Sahel en général et au Niger en particulier, mais tout dépend de son intensité et de sa durée.

La particularité de la sécheresse du début des années 1970 était qu'elle avait touché toutes les zones d'activité agricole et pastorale. Ces conséquences étaient gravissimes et la population tout entière en avait beaucoup souffert, car elle avait entraîné des départs massifs et précipités des familles et du cheptel vers des destinations éparses.

Mais les éleveurs figuraient parmi les principales victimes de ces années de disette, et leurs troupeaux étaient en grande partie décimés. Cela avait porté un coup dur à l'économie nigérienne, l'élevage était en ce moment, le deuxième produit d'exportation après l'arachide.

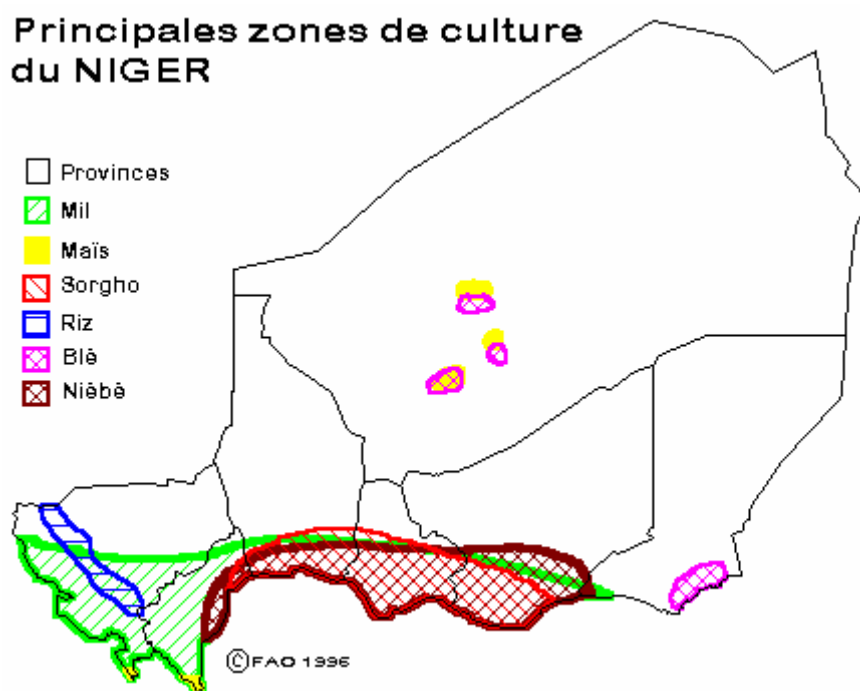
Au Niger, les systèmes de production animale et végétale sont adaptés aux conditions agro écologiques. Ainsi, l'agriculture se pratique dans la totalité de la zone agricole et la partie sud de la zone agropastorale, tandis que l'élevage occupe la partie nord de la zone agropastorale et la totalité de la zone pastorale. Une limite nord des cultures est fixée par les autorités politiques d'abord puis repris dans le code rural, afin d'éviter les conflits récurrents entre agriculteurs et éleveurs. De ce fait, toute la partie méridionale est réservée à l'agriculture, et la zone septentrionale (300 à 100 mm) à l'élevage.

Les systèmes de culture les plus dominants dans la partie méridionale sont : le système mil-niébé, le système mil-sorgho, le système mil-sorgho-niébé, le système mil pur, le système sorgho pur (en vallée) le système niébé pur et le système arachide pur. Cependant, les variétés utilisées en zone agricole sont différentes de celles utilisées en zone agropastorale. Les premières sont tardives alors que les secondes sont précoces du fait de la pluviométrie qui n'est pas la même d'une zone à l'autre.

L'une des conséquences multiformes de la sécheresse des années 1970 est le déclin de la culture arachidière au profit des cultures céréalières, comme le souligne E. GREGOIRE (1986) qui note pour la région de Maradi, un effondrement de la production de 136 000 tonnes en 1967 à seulement 15 000 tonnes en 1975.

Ce changement de tendance, renforcé par un souci de sécurité alimentaire imposera aux nouvelles autorités militaires la recherche d'une solution globale dont le but serait d'empêcher le retour d'un tel désastre. Pour cela, elles vont essayer de s'attaquer aux causes de la crise en dotant le pays d'un institut de recherche agronomique. Mais ce choix stratégique avait aussi d'autres motivations que nous allons évoquer.

Figure 6 :



Source FAO 1996

B- La création de l'INRAN : solution miracle ou affirmation d'une souveraineté nationale.

Au lendemain de leur prise du pouvoir, les nouvelles autorités militaires avaient pris dans l'urgence un certain nombre de mesures que nous pouvons décomposer en trois temps :

Dans un premier temps, elles se sont attelées à gérer la crise notamment par l'organisation d'une opération baptisée « retour au village » des sinistrés. C'était l'opération de distribution de l'aide alimentaire dans tout le pays, et aussi, l'opération de séduction des populations, car l'armée voulait se convaincre que son action était salubre pour le pays, et avait donc besoin du soutien de la population. Parmi les victimes durement frappées par la sécheresse figuraient les éleveurs dont beaucoup d'entre eux avaient assisté impuissants à la décimation en partie ou en totalité de leurs troupeaux. Les nouvelles autorités avaient aidé à la reconversion en agriculteur de ceux d'entre eux qui le désiraient et à la reconstitution du cheptel par l'installation dans la zone pastorale de plusieurs

centres de multiplication du bétail. En outre, convaincues que la lourde imposition pesait sur les populations qui n'hésitaient pas à s'exiler au passage des percepteurs pour y échapper, les nouvelles autorités l'avaient progressivement aboli et l'avaient remplacé par une simple taxe d'arrondissement dont le montant était à la portée des populations rurales (Mohamed. A, 2003).

Dans un deuxième temps, les nouvelles autorités militaires avaient défini leur politique agricole axée essentiellement sur l'atteinte de l'autosuffisance alimentaire, devenue dès lors « la priorité des priorités ». La junte militaire au pouvoir n'a cessé de dire sur toutes les tribunes : « qu'aucun nigérien ne mourra plus de faim, ni de soif ». Pour y parvenir, elle avait besoin de contrôler un puissant outil d'innovation qu'est la recherche agronomique, menée jusque là par l'IRAT. A dessein, il fallait coûte que coûte créer de nouvelles variétés de céréales d'abord, à cycle court, résistantes à la sécheresse et aux maladies, et les mettre à la disposition des populations le plutôt que possible afin de parer à jamais au retour de la famine.

Or, il se trouve que la recherche agronomique en place ne pouvait pas répondre « à l'œil et au doigt » des nouvelles autorités comme celles-ci l'auraient souhaité malgré la convention signée en 1961 entre la France et le Niger. Il faut souligner que l'IRAT dans son cahier des charges avait également la mission de créer des variétés adaptées et précoces dans sa composante cultures vivrières, et qu'il était fortement initiateur des premières variétés de mil et niébé créées au Niger.

Rappelons qu'à cette époque, l'IRAT était le coordonnateur des recherches de tous les instituts de recherche coloniaux travaillant au Niger. Ils étaient principalement au nombre de quatre : L'IRHO, l'IEMVT, le CTFT, et l'IRCT.

L'institut de recherche pour les huiles et les oléagineux (IRHO) créé en 1941 s'occupait de la culture arachidière depuis le temps de la colonisation, et de ce fait, il avait la charge d'étudier l'ensemble des filières oléagineuses depuis la production jusqu'à la transformation. Comme les deux cultures promues au cours de la colonisation étaient l'arachide et le coton, à l'instar de l'arachide dont s'était occupé l'IRHO, pour le coton il y avait l'IRCT qui était l'institut de recherche du coton et des textiles exotiques. Puis l'Institut de recherche et de médecine vétérinaire des pays tropicaux (IEMVT) créé en 1921, qui travaillait au Niger sur la santé animale pour laquelle de nombreux vaccins avaient été mis au point depuis le temps de la colonisation.

Quant à l'Institut de recherches agronomiques tropicales et des cultures vivrières (IRAT) créé en 1960, son domaine d'action était étendu à toute l'agronomie tropicale pour satisfaire les besoins vivriers des pays nouvellement indépendants

dont le Niger. A ce titre et par rapport à son rôle de coordonnateur des recherches des instituts coloniaux dans leur ensemble, l'IRAT était à l'image du CIRAD actuel, qu'il a d'ailleurs fini par intégrer avec neuf autres instituts de recherche coloniaux, dont les quatre précédemment cités. Il faut noter qu'à l'origine, l'IRAT était issu des services de recherche agronomique tropicale qui avaient été rattachés à l'ORSTOM à partir de 1953 pour accroître la production agricole et notamment vivrière dans les régions non tempérées. Ce faisant longtemps avant la création de l'IRAT, la recherche agronomique était assurée dans les colonies par l'ORSTOM.

Bien que le bilan des travaux de l'IRAT soit important, les autorités militaires au pouvoir au Niger ont décidé de la nationalisation de la recherche agronomique afin d'atteindre leur objectif d'autosuffisance alimentaire. C'est ainsi que le 7 janvier 1975, soit moins d'un an après leur prise de pouvoir, l'INRAN verra le jour et se substituera aux Instituts coloniaux français sous la forme d'un établissement public à caractère administratif, dirigé par un directeur général et un conseil d'administration, le siège social étant fixé à Niamey. L'organisation des services était calquée sur le modèle des Instituts coloniaux particulièrement de l'IRAT.

Les missions qui lui étaient assignées sont :

La conception et l'exécution des programmes de recherches agronomiques dans tous les secteurs de développement rural ; la coordination et la supervision de toutes les recherches agronomiques entreprises au Niger ; la participation à la formation à la recherche par la recherche ; la contribution au développement de l'information scientifique et technique et à la diffusion des résultats et produits de la recherche.

A travers ses missions, l'INRAN venait de se voir investir d'une lourde tâche dans la mesure où il avait en charge la recherche dans tous les secteurs du développement rural. Mais les premières difficultés que le nouvel Institut a affronté seront le manque de personnel hautement qualifié, puisque les 15 ans d'indépendance n'avaient pas suffi pour former suffisamment de cadres supérieurs, bien que cette création ait coïncidé avec la sortie des premières promotions d'ingénieurs agronomes. Le nouvel institut héritera des biens légués par l'IRAT et les autres Instituts coloniaux, notamment les bâtiments, les laboratoires et le matériel. A cet effet, notons que les stations de l'IRAT étaient localisées principalement à Tarna (Maradi), à Konni (Tahoua), à Kollo (Niamey) et à Bengou

(Dosso). Certaines régions comme Zinder, Diffa et Agadez n'avaient pas été touchées à cette époque.

Après la création de l'INRAN et sa dotation en moyens de fonctionnement sur financement de l'Etat, les autorités militaires avaient poursuivi leur politique agricole dans un troisième temps par la mise en place de grands projets de développement rural, en profitant de la manne financière issue du boom économique engendré par l'exploitation des mines d'uranium. En effet, suite au déclin de la culture arachidière après la sécheresse, l'Etat nigérien s'était investi dans l'exploitation de l'uranium, qui était devenu le premier produit d'exportation du pays. Ainsi, les ressources financières venant de la vente de l'uranium et des bailleurs de fonds bilatéraux ou multilatéraux avaient permis le lancement d'un projet de développement rural dans presque tous les départements du pays en dehors des grands projets à envergure nationale qui étaient eux basés à Niamey, tels que le programme céréalier national et le projet productivité.

De même, dans les zones favorables à l'irrigation, des aménagements hydro-agricoles ont été construits, tout particulièrement le long du fleuve Niger. Un important projet de construction d'un grand barrage à Kandaji était à l'étude afin d'aménager tout le bassin du fleuve et de produire en même temps de l'électricité à moindre coût. Mais ce projet de barrage n'a pas encore vu le jour. Dans la zone pastorale, afin de favoriser la reconstitution du cheptel après la sécheresse, des centres de multiplication du bétail ont été créés. Pour accompagner l'essor économique global, des unités de transformation des produits agricoles, telles les huileries, ont été installées dans les principales zones de production.

Toutes ces actions entreprises avaient pour ultime objectif de limiter la dépendance de la production agricole vis-à-vis des aléas climatiques en bannissant à jamais le retour de la famine. Tous les espoirs de renaissance étaient placés en L'INRAN pour la création de nouvelles variétés de céréales précoces, résistantes à la sécheresse et aux maladies, permettant ainsi au peuple nigérien d'atteindre l'autosuffisance alimentaire tant prônée.

A cette époque, l'approche du développement par les projets était une innovation dans laquelle les actions étaient entièrement conduites par des techniciens. Les populations concernées étaient de simples bénéficiaires et n'étaient pas associées aux prises de décision. C'était l'époque du tout technique et du « Top-down » où tout venait du haut.

Ce genre de projets de développement n'a pas fait long feu, puisque au terme du projet, les populations n'ayant pas été associées ne s'approprièrent pas des actions menées. C'est à ce constat amer que les évaluateurs de ces premiers projets de développement ont abouti quelques années plus tard.

Mais dès leur arrivée au pouvoir et après les années de sécheresse, les autorités militaires ont initié et appuyé la politique de culture de contre saison et cela dans un double objectif : premièrement, atteindre l'autosuffisance alimentaire par un apport complémentaire et diversifié des productions maraîchères ; et deuxièmement, trouver un moyen d'occupation des populations rurales pendant la saison sèche qui dure 7 mois (octobre en avril), ce qui pouvait entraîner une baisse des départs massifs en exode d'où une utilisation locale de la force du travail. Cette politique de contre saison toujours présente dans les discours officiels était devenue le moyen politique de mobilisation des masses tout particulièrement les jeunes, en ce sens qu'il n'y avait pas d'école même en milieu urbain qui n'ait pas de parcelle de maraîchage. Les APP (activités pratiques et productives) étaient devenues une discipline à part entière intégrée à l'éducation des jeunes.

Cette pratique de culture de contre saison sur l'étendue du territoire national a permis la mise en valeur des eaux de surface notamment les mares temporaires, semi permanentes et permanentes et cela même en zone pastorale. Dans les vallées où la nappe phréatique est à faible profondeur, des puits cimentés ont été construits au profit des populations. La pratique des cultures de contre-saison a eu un impact certain sur le développement du maraîchage et des cultures irriguées au Niger, au vu des investissements importants réalisés. Mais cet élan national de pratique du maraîchage, appuyé par les pouvoirs publics a renforcé les populations de la région de Tahoua dans leur principale activité de saison sèche : la culture de l'oignon, qu'elles ont fait le choix par elles-mêmes de privilégier, de consolider, et de poursuivre, et dont l'importance n'a cessé de croître depuis lors.

Notons que l'économie nationale fortement perturbée par la sécheresse a connu un début de reprise dès 1976, suite à l'effet d'entraînement de l'uranium sur les autres secteurs, et cette tendance s'est poursuivie jusqu'en 1982 où a commencé la baisse drastique des cours mondiaux de ce minerai. Par conséquent, toutes les actions menées par les autorités militaires se sont réalisées avant 1982, date à partir de laquelle les premières difficultés ont commencé à se faire sentir. Cela a commencé par la suspension des financements du monde rural à partir du budget de l'Etat. Après 1982, le régime militaire ayant signé un programme d'ajustement

structurel avec les institutions de Brettons Wood (Banque mondiale et le FMI) engageant le pays dans la voie de libéralisation économique, ne pouvait plus désormais subventionner le monde rural à travers le budget de l'Etat. Les interventions dans ce secteur ont été financées depuis lors par les bailleurs de fonds et les ONG.

C- Le départ de l'IRAT ou l'effritement de la qualité du violet de Galmi.

Vu l'objectif pour lequel l'INRAN a été créé et son ambitieux cahier des charges, les cultures maraîchères, bien qu'importantes du fait de la politique de cultures de contre saison, ne faisaient pas partie des priorités de la recherche face à l'urgence de créer de nouvelles variétés de céréales. L'INRAN créé, l'IRAT en partance, les premières difficultés remontent en surface lorsqu'il a fallu remplacer les chercheurs français par des nationaux. En prenant l'exemple du plus grand département qui est celui de la recherche agricole (DRA), il compte treize sections²³. Sur ces treize sections, quatre seulement ont été opérationnelles, il s'agit de la section génétique et amélioration des plantes, de la section protection des végétaux, de la section agronomie générale et de la section essais multi locaux. Quant on regarde de près ces quatre sections, on se rend compte que ce sont celles sur lesquelles les espoirs étaient fondés, c'est à dire celles susceptibles de permettre la création des nouvelles variétés tant attendues. Leurs actions s'articulent en une chaîne reliant le laboratoire de génétique au milieu paysan. Ainsi, si la section génétique et amélioration des plantes, met au point une nouvelle variété, sa résistance à la sécheresse et aux maladies sont respectivement testées par la section agronomie générale et la section protection des végétaux dont les conclusions permettront ou non à la nouvelle variété d'être testée en milieu paysan par la section essais multi locaux. La diffusion de la nouvelle variété est alors décidée à partir des conclusions de cette dernière section en bout de chaîne. Le travail de ces quatre sections constituera la principale activité de l'Institut depuis sa création, et les résultats qui en sont issus ont permis à l'INRAN d'être à la hauteur des espérances par la création de plusieurs nouvelles variétés. Mais les neuf autres sections n'ont jamais pu fonctionner normalement

²³ Section génétique et amélioration des plantes ; Section agronomie générale ; Section protection des végétaux ; Section machinisme agricole ; Section oléagineuse ; Section essais multi locaux ; Section hydraulique agricole ; Section cultures fruitières ; Section cultures maraîchères ; Section production des semences ; Section physiologie des plantes ; Section microbiologie ; Section banque des gènes.

depuis leur création. Donc l'INRAN a été confronté depuis sa création à un problème de ressources humaines et particulièrement à un manque de personnel qualifié. Beaucoup de ces sections ont commencé à fonctionner avec les techniciens qui avaient travaillé avec les chercheurs de l'IRAT, et cela jusqu'à une date récente. Au moment de sa création, toutes les compétences disponibles de l'INRAN ont été mobilisées dans le département des recherches agricoles principalement dans ces quatre sections dont les résultats devaient permettre au Niger de se lancer dans la voie de l'autosuffisance alimentaire prônée par le régime militaire de Seyni Kountché.

Par la suite d'énormes efforts seront faits en matière de formation, de recyclage, et de recrutement des chercheurs de qualité.

Comme on peut le voir, la section culture maraîchère fait partie des neuf sections qui n'ont pu fonctionner par faute de ressource humaine, puisque les priorités définies à l'époque étaient en faveur des cultures céréalières et toutes les ressources humaines disponibles leur y étaient affectées. La recherche sur l'oignon a donc été abandonnée alors même que venait d'être créé le violet de Galmi et les autres variétés (blanc de Galmi et blanc de Soumarana).

Bien que la recherche sur le violet de Galmi n'ait pas été poursuivie par l'INRAN, elle le sera par Technisem²⁴ qui est une Société française de production et de commercialisation de semences maraîchères d'essence tropicale créée en 1985 par des anciens chercheurs de l'IRAT. En effet après le départ de l'IRAT en 1975, ce dernier a poursuivi ses travaux en Haute Volta jusqu'après la création de l'IRA²⁵ en 1978. Sa restructuration est intervenue au début des années 1980 suivie de son intégration dans le Cirad actuel. Cependant avant Technisem, la recherche sur le Violet de Galmi sera reprise d'abord par un projet initié par la FAO au Sénégal en vue de valoriser les acquis de la recherche sur les espèces maraîchères d'essence tropicale. Puis, c'est seulement à la fin de ce projet que les anciens chercheurs de l'IRAT allaient poursuivre cette valorisation à titre privé ce qui va conduire à la création de Technisem. Depuis lors, la commercialisation des variétés nigériennes ressuscitées par Technisem va coïncider avec la deuxième grande sécheresse de 1984. Parmi les mesures prises pour la juguler figurait la distribution gratuite ou à prix subventionné de ces semences maraîchères dans le cadre de l'institutionnalisation des cultures de contre-saison.

²⁴ Société française de production et de distribution de semences basée en France, mais disposant de plusieurs filiales en Afrique dont Tropicasem, Nankosem, Semivoire et Agritropic

²⁵ Institut de Recherche Agronomique

Cette opération permettra au violet de Galmi d'être diffusé sur tous les sites de culture de contre-saison à travers le pays, à côté de la laitue, de la tomate, du chou, des aubergines et autres légumes. Cela va permettre aux populations rurales de diversifier leur source de revenu et leur habitude alimentaire en consommant autre chose que le mil. En effet un des objectifs visés par les cultures de contre-saison est d'élargir l'éventail alimentaire des Nigériens et d'amener le grand nombre c'est à dire le monde rural à s'habituer aux feuilles et aux légumes qui traditionnellement étaient réservés aux citadins. Ce faisant, les populations rurales ont pris goût aux choux et aux laitues et des adaptations culinaires leur ont été trouvées.

En effet, si en milieu urbain, la salade (laitue) est préparée dans un mélange d'huile, d'oignon et de tomate fraîche, en milieu rural, elle est préparée dans un mélange de tourteau d'arachide pilé, de farine de manioc communément appelée « Gari »²⁶ et d'un peu d'huile, et souvent de la tomate fraîche. Le secret de cette combinaison est d'alourdir le repas, puisque le Gari a bien cette vertu quand on le mélange à l'eau. Le « Gari » est l'aliment par excellence des périodes de famine. Il suffit d'une petite quantité mélangée à l'eau pour en faire un repas qui permet de se gaver l'estomac en donnant l'impression de satiété toute la journée. En période de famine, les gens consomment la farine sèche sans y ajouter de l'eau, puis ils prennent de grands gobelets d'eau qui leur ballonnent le ventre (le Gari lève et prend du volume quand on lui ajoute de l'eau). Cette pratique peut s'avérer dangereuse, mais le Gari raisonnablement préparé est très apprécié par les consommateurs et ne présente ainsi aucun danger. Ainsi, le renforcement de la salade par le Gari rassure les paysans.

La deuxième adaptation culinaire avec le chou est née à partir d'une habitude alimentaire des populations rurales Djerma²⁷ situées à l'Ouest du pays. En effet les Djerma sont consommateurs du « Kopto »²⁸ obtenu de la cuisson de feuilles vertes assaisonnées de tourteau ou de pâte d'arachide. Mais leurs cousins à plaisanterie les Gobiraoua²⁹ se moquent d'eux à cause de ce repas qu'ils considèrent comme un repas de période de vache maigre c'est à dire de famine.

En découvrant le chou en ces périodes d'après sécheresse, les populations rurales Djerma l'ont préféré aux feuilles de balanites aegyptiaca, qui devenaient d'ailleurs

²⁶ Farine de manioc obtenu à partir de tubercules de manioc râpés.

²⁷ Deuxième groupe ethnique du Niger après les Haoussa. Ils sont localisés dans la partie Ouest du pays

²⁸ Couramment, feuille de balanites aegyptiaca, ce dernier est un arbre épineux des zones arides

²⁹ Sous groupe Haoussa de la région de Maradi relevant de l'émirat du Gobir (sud Niger et nord Nigeria)

de plus en plus rares à cause de la déforestation. Cette recette a fait école dans tout le pays et le chou ainsi préparé est commercialisé partout au Niger, même dans les centres urbains sous le vocable de « Atchi acha roua³⁰ ». Aujourd'hui, le chou est abondamment cultivé pour être préparé de cette façon et vendu sur les marchés et dans les restaurants de bord de route.

Ces deux nouvelles adaptations culinaires ont fini par rentrer dans les habitudes alimentaires des populations rurales du Niger connues pour leur fort attachement au mil, la céréale qui, quand elle vient à manquer, fait planer le spectre de la famine dans le pays. La quasi utilisation d'oignon dans ces nouvelles habitudes alimentaires qui s'ajoute à son utilisation dans toute sauce a contribué à l'augmentation de la consommation interne.

Mais après, cette large diffusion dont ont bénéficié les cultures maraîchères en général et le violet de Galmi en particulier après la sécheresse de 1984, l'INRAN n'a toujours pas poursuivie la phase d'expérimentation laissée par l'IRAT afin d'aboutir à la multiplication des semences des variétés d'oignon dont il est héritier, malgré leur importance sur le plan de la consommation interne. En outre plus on s'éloigne des années de disette, moins les sachets de semences améliorées par Technisem sont distribués gratuitement ou à prix subventionné. La conséquence immédiate est double : premièrement, sur le plan national, la recherche sur le violet de Galmi n'a jamais abouti du fait de la démission de l'INRAN ; deuxièmement, les semences améliorées par Technisem introduites lors de la politique de culture de contre-saison ont dégénéré. On va ainsi petit à petit assister au retour du cultivar avec un taux de floraison de première année élevé, même si par ailleurs les techniques culturales demeurent acquises par les populations suite à l'action de vulgarisation des services techniques de l'Etat et des innombrables projets de développement rural. Mais cette dégénérescence variétale n'est que du point de vue agronomique, elle n'affecte pas la production d'une manière générale qui est d'ailleurs en progression d'année en année.

Ce faisant, du côté de Technisem où la recherche sur l'oignon est poursuivie à titre privé hors des frontières nationales principalement au Sénégal, les semences améliorées qui arrivent au Niger sont peu utilisées par les producteurs à cause de leur coût et de leur conditionnement. De ce fait, la proportion des oignons bulbes issus de ces semences par rapport aux oignons produits au Niger et exportés vers les pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest est très faible.

³⁰ Littéralement en Haoussa : « mange et bois de l'eau ». Une expression qui garde encore un fond des âpres de la famine.

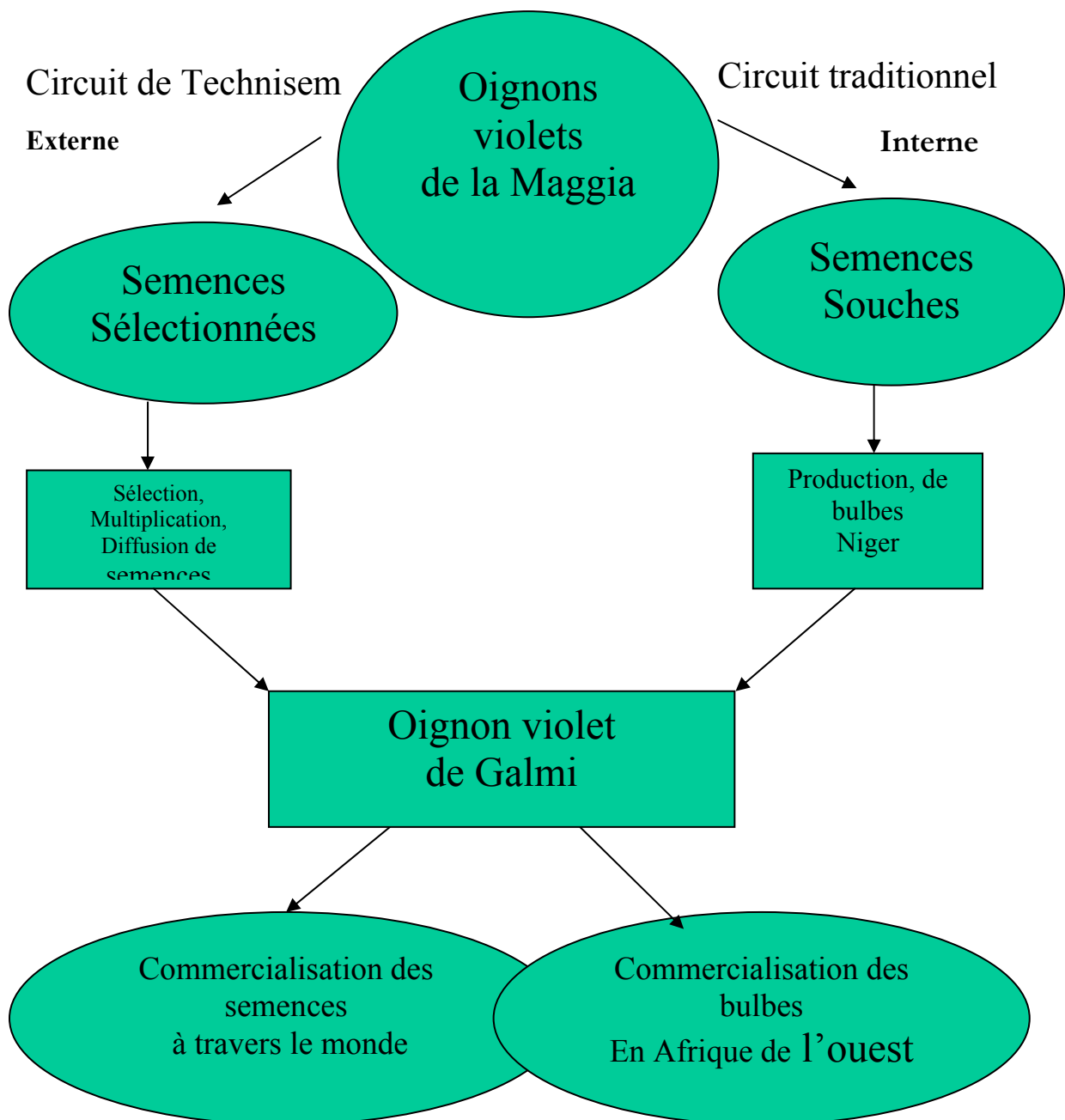
Il convient ainsi de déceler dans la production du violet de Galmi, deux circuits, dont l'un extérieur et formel, qui produit et diffuse des semences sélectionnées à travers le monde sous la bannière de Technisem ; l'autre intérieur et traditionnel, qui produit des bulbes d'oignon à partir de semences souches qui sont commercialisés en Afrique de l'Ouest par les producteurs nigériens. Ces deux circuits se côtoient mais s'interpénètrent rarement par manque de coordination.

Mais il y a lieu de relever que malgré ses activités de production et de commercialisation des semences sélectionnées du violet de Galmi, Technisem ne détient pour cette variété, ni un droit de propriété intellectuelle, ni un droit d'obtention végétale. La raison est que le violet de Galmi est une variété population donc hétérogène qui n'obéit pas aux critères du système NDHS (Nouveauté, Distinction, Homogénéité, et Stabilité). Autrement dit, handicapé par sa floraison précoce de première année qu'il est difficile de réduire considérablement en vue de le stabiliser et le rendre homogène et distinct. Il en ressort d'après les responsables de Technisem que son taux actuel de floraison de première année est de l'ordre de 25 à 30 %. Malgré les efforts de recherche de Technisem, le violet de Galmi commercialisé par ce dernier demeure une variété population qui est loin à ce jour d'obéir aux critères du système (NDHS).

Par ailleurs, il y a lieu de noter que la recherche sur l'oignon a connu récemment un regain d'intérêt au Niger où à la demande du Projet de Promotion des Exportations Agropastorales (PPEAP), l'INRAN et l'ICRISAT ont repris la sélection du violet de Galmi depuis 2002 dans le cadre d'une convention de collaboration. En effet, le PPEAP qui est un projet financé par la Banque Mondiale œuvre depuis l'an 2000 à la promotion de sept filières agropastorales qui sont : l'oignon, le niébé, le souchet, le sésame, la gomme arabique, bétail/viande, et cuirs & peaux. Cette démarche du PPEAP à reprendre la recherche sur l'oignon et les produits des autres filières porteuses répond à une demande de l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) qui appelle les pays membres à s'inscrire dans une démarche de la protection des droits de propriété intellectuelle (DPI) à travers l'UPOV(l'union pour la protection des nouvelles variétés de plante) et l'OAPI (Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle). Au terme de cette démarche, en ce qui concerne le violet de Galmi, vu qu'il n'obéit pas encore aux critères du système NDHS, à l'heure actuelle, seule la protection de l'indication de la provenance géographique est envisageable. Malgré ce défaut, et malgré la démission de la recherche nationale, le violet de Galmi, dont les exportations augmentent d'année en année en direction des consommateurs de la plupart des

pays côtiers de l’Afrique de l’Ouest, ne va pas manqué de susciter des convoitises dans certains pays limitrophes, au point que ces derniers lui opposer des variétés améliorées dans le but de lui prendre des parts de marché.

Figure 7 : Schéma simplifié des deux circuits de commercialisation du violet de Galmi



D – Les nouveaux concurrents : Le Violet de Koudougou et le Violet de Korhogo

Malgré la démission de l'INRAN, l'essor pris par le violet de Galmi dans la sous région lui a valu de nouveaux concurrents qui, en revanche à la différence de l'INRAN, avaient poursuivi leurs travaux de recherche en créant des variétés à partir, soit directement ou indirectement du Violet de Galmi. Mais si le violet de Koudougou (Burkina) détient une part de l'héritage des travaux de l'IRAT, le violet de Korhogo a vu le jour par la volonté du gouvernement ivoirien de réduire les importations par une politique de développement de la production nationale.

Forte de plus de trois millions de consommateurs, Abidjan la mégapole ivoirienne est une grande consommatrice d'oignon, qui a longtemps été approvisionnée par l'Union européenne pour l'essentiel. Mais depuis la dévaluation du franc CFA, elle se présente comme une opportunité pour les oignons africains, et le Niger fournisseur traditionnel de la Côte d'Ivoire en oignon, s'est repositionné en fonction de la nouvelle donne, pour se tailler la meilleure part du marché. Le secret de cette réussite est lié à la qualité reconnue à l'oignon du Niger qui peut se résumer à sa coloration, son goût piquant, son aptitude à épaissir les sauces et surtout son aptitude à la conservation. Ces qualités étaient longtemps connues des consommateurs des classes moyennes de la capitale ivoirienne, mais les classes favorisées habituées aux oignons jaunes de la Hollande, devenus chers, vont assez vite les découvrir avec la dévaluation du franc CFA. Les habitudes vont progressivement passer des oignons jaunes et doux aux oignons violets et piquants.

Sans être un label, le Violet de Galmi, se présente comme un produit qui a conquis la mégapole d'Abidjan. L'ayant bien compris, certains pays voisins dont le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire se sont engagés dans la conquête des parts du marché en présentant des produits similaires, mais différenciés par une appellation propre.

1- Le Violet de Koudougou et la recherche sur l'oignon au Burkina Faso.

La recherche sur l'oignon au Burkina Faso remonte du temps de l'IRAT, et qui plus s'est déroulée en même temps qu'au Niger. En effet, la station de recherche de l'IRAT à Maradi travaillait de concert avec celle de Farako-Ba au Burkina Faso. Dès la saison sèche de 1965-1966, l'IRAT avait transmis à Farako-ba les trois souches (violet de Galmi, Violet de Soumarna, et Blanc de Tarna) sur lesquelles il travaillait à Maradi en vue d'entreprendre les mêmes travaux de sélection qu'à Maradi. Puis dès 1974, l'IRAT Farako-ba était arrivé aux mêmes conclusions que l'IRAT Maradi, et disposait depuis lors, pour le Violet de Galmi et le Blanc de Tarna, d'une sélection généalogique au niveau obtention bulbe et une autre au niveau obtention de semences.

Depuis cette période, l'IRAT Farako-ba était disposé à une diffusion de ces variétés améliorées pour leur meilleur rendement, leur bonne conservation et leur faible pourcentage de floraison en première année. Pendant la saison sèche 1972-1973, le Violet de Galmi issu de la sélection généalogique, cultivé sur sol de plateau a donné un rendement de 41.6 tonnes de bulbes commercialisables, avec un poids moyen de 111g et un taux de floraison de 9.7% ce qui est une grande première au Burkina.

Après le départ de l'IRAT du Niger, ses travaux sur l'oignon se sont poursuivis à Farako-ba en Haute Volta jusqu'en 1978 date à laquelle fut créé l'Institut de Recherche Agronomique (IRA) pour se substituer aux instituts coloniaux, puis devenir en 1981, l'Institut Voltaïque de Recherches Agronomiques et Zootechniques (IVRAZ). L'IVRAZ va changer de nom pour devenir en 1988 l'Institut d'études et de recherches agricoles (INERA), puis suite à l'engagement d'un processus de planification stratégique, l'INERA prendra la définition suivante : Institut de l'Environnement et de la Recherche Agricole.

Cependant, en dehors de cette participation de la Haute Volta actuel Burkina Faso à la recherche ayant conduit à la création du Violet de Galmi par l'intermédiaire de l'IRAT, le Burkina est un pays où la culture de l'oignon est pratiquée depuis 1915-1920 avec des missionnaires catholiques européens premiers initiateurs, puis les chefs de village qui leur ont emboîté le pas vers les années 1930. Cette activité de saison sèche se présente à cette époque comme un meilleur moyen d'obtenir de l'argent pour payer l'impôt (DAVID Olivier, 1999). Deux zones de production se sont distinguées en Haute Volta, il s'agit du pays Bissa dont on dit que le chef du

village a appris la culture de l'oignon en prison et que c'est de là qu'il l'a introduit dans son village en 1915, et le pays Gourounsi dont la production alimente le marché de Koudougou. L'oignon du pays Bissa se caractérise par sa précocité, sa petite taille, sa coloration rouge vif et son goût piquant. Cet oignon serait celui que l'on retrouve vers la fin des années 1950 à Koudougou apporté par des Bissa, qui sont des cousins à plaisanterie des Gourounsi. Mais il en ressort que les premiers oignons Bissa cultivés à proximité de Koudougou précisément à Koukouldi remontent en 1961, et que les producteurs de cette époque étaient au nombre de deux. Cet oignon rouge de Bissa est communément connu sous le nom d'oignon de Garango (DAVID Olivier, 1999 :198), qui fut le premier écotype local Burkinabé sélectionné à la station expérimentale de l'IRAT de Farako-ba. Cet oignon est catalogué dans les créations de l'IRAT sous le nom d'IRAT 4.

Cependant, en 1974, les échanges vont s'intensifier entre la région de Koudougou et les zones de production nigériennes par l'intermédiaire de commerçants Burkinabé qui vont ramener des dattes, du poivre, de l'ail et des semences d'oignon du Niger, notamment des semences de Violet de Galmi qui seront largement diffusées au détriment des oignons rouges Bissa. Suite à des croisements incontrôlés entre oignon Bissa et Violet de Galmi, les oignons cultivés à Koudougou sont aujourd'hui très hétérogènes et difficiles à identifier. Cependant, leur taille, leur coloration violette rappelle celles du Violet de Galmi nigérien, mais une forte disjonction par la couleur fait qu'une même parcelle peut présenter aussi bien des oignons violets que des oignons blancs.

Le violet de Koudougou serait alors issu d'un croisement contrôlé ou pas entre l'oignon de Garango IRAT 4 et le Violet de Galmi IRAT1. Mais l'oignon de Garango anciennement connu sous le nom d'oignon Bissa de part sa petite taille (29g) et de son faible rendement 10 t/ha serait une composante faible dans ce qu'on appelle aujourd'hui le Violet de Koudougou. Ce qui laisse penser que le Violet de Koudougou est la réplique du violet de Galmi issue de la sélection burkinabé.

2- Le violet de Korhogo et la recherche sur l'oignon en Côte d'Ivoire

En Côte d'Ivoire, la demande annuelle d'oignon entre 1992 et 1998 était d'environ 41 000 tonnes alors que la production nationale n'était que de l'ordre de 4500 tonnes (soit environ 1/10 de la demande). Cette insuffisance de la production ivoirienne est essentiellement due aux conditions climatiques qui limitent la zone de culture au Nord du pays.

En effet, l'Etat ivoirien inquiet dès le début des années 1980 de l'augmentation de ses importations d'oignons décida d'introduire sa culture en Côte d'Ivoire. C'est ainsi qu'une mission de la société de développement des fruits et légumes (SODEFEL) s'est rendue au Niger dès 1982 pour chercher des semences de Violet de Galmi afin de promouvoir sa culture dans le nord du pays. Mais une fois de retour, la différence des milieux agro écologiques imposa une certaine acclimatation des semences avant de les diffuser en milieu paysan. Cette phase d'adaptation a été assurée par le projet FAO intitulé « développement de la culture d'oignon et des semences d'oignon » mis en place en 1984. Mais c'est seulement à partir de 1990 que les premiers essais en milieu paysans ont eu lieu, et à l'issue desquels, les premiers oignons ivoiriens ont été mis sur le marché de Korhogo. Le projet FAO quant à lui a continué ses travaux de sélection jusqu'en 1996.

Des recherches de variétés adaptées aux conditions de la zone de culture ont été conduites depuis 1994 par le Centre National de Recherche Agronomique (CNRA, ex IDESSA).

Cependant avant cette date, les travaux de recherche sur l'oignon ont été conduits par les structures d'encadrement et de vulgarisation telles que la SODEFEL de 1979 à 1990, puis par la CIDV de 1990 à 1994, et enfin par l'Agence Nationale pour le développement rural (ANADER) à partir de 1994. En prenant en charge la recherche sur l'oignon avec la volonté politique d'augmenter la production à la hauteur des importations, L'ANADER avait souhaité en généraliser sa culture sur l'ensemble du pays jusque dans le littoral, soutenant l'idée que la plante pouvait bénéficier de la fraîcheur océanique d'une étroite frange côtière, à l'instar des oignons cultivés dans le Gandiolais sénégalais (DAVID Olivier, 1999).

Comme nous venons de le voir, il n'y a aucun doute sur l'origine des oignons cultivés en Côte d'Ivoire, ni même sur les motivations qui ont conduit le Gouvernement ivoirien à décider de leur introduction. L'enjeu est économique, hormis les conditions d'acclimatation, ce qui serait appeler le Violet de Korhogo est une réplique conforme du Violet de Galmi à moins que des améliorations génétiques ne soient faites par croisement du violet de Galmi avec des oignons

introduits à cet effet. Dans la collection de la recherche ivoirienne, le Violet de Galmi est considéré comme une variété locale toujours prise comme témoin dans l'étude des comportements des variétés introduites. Mais les rendements du Violet de Galmi sont très faibles (14.58t/ha) en côte d'ivoire, de même que sa durée de conservation n'excède pas trois mois.

La variété Rouge de Tarna a été également introduite en 1998, et les essais comparatifs avec des variétés américaines et israéliennes ont montré que son rendement est inférieur à ceux des autres variétés introduites, par contre sa teneur en matière sèche est satisfaisante (20,86%) et sa conservation après trois mois est de l'ordre de 95% (S. Silué et al 2003).

Conclusion du chapitre :

Comme nous venons de le voir, la recherche sur l'oignon n'a pas été poursuivie par l'INRAN après le départ de l'IRAT, et les semences améliorées par Technisem, introduites lors de la politique de culture de contre-saison promue par les autorités militaires, avaient dégénérées par faute d'accessibilité. La conséquence est que le Violet de Galmi cultivé au Niger et commercialisé dans les pays côtier de l'Afrique de l'ouest est un écotype local. En effet, si les priorités assignées à l'INRAN à savoir la recherche de variétés précoces de céréales pour lutter contre un éventuel retour de la sécheresse étaient nobles, elles ne constituent pas pour autant une raison suffisante pour négliger la recherche sur l'oignon au Niger. La vraie raison est le manque de ressources humaines. Et comme la demande en oignon venant des pays côtiers est sans cesse croissante, particulièrement d'Abidjan, depuis la dévaluation du franc CFA, le Niger traditionnel fournisseur d'oignon de la Côte d'Ivoire va se repositionner en reprenant une bonne part du marché occupée jusqu'alors par les oignons de l'Union européenne. Ainsi, au regard de l'importance de la demande venant des pays côtiers et dans un esprit de libre concurrence, la Côte d'Ivoire et le Burkina vont se lancer dans la conquête des parts de marché en proposant des produits améliorés certes, mais de pures répliques du Violet de Galmi issu de la recherche en 1975. Mais, ces nouveaux concurrents, même s'ils ont de bons critères de référence commerciale (bonne présentation) il leur a manqué des conditions climatiques et agro écologiques favorables (ouest du Burkina et nord de la Côte d'ivoire) pour leur conférer toutes les aptitudes du Violet de Galmi produit au Niger. Ce dernier demeure de ce fait, l'un des meilleurs oignons vendus dans la sous région.

Conclusion de la première Partie

L'analyse de la production et des exportations d'oignon au cours de la décennie 1970-1980 permet d'apprécier l'impact de l'innovation technique qui a conduit à la naissance des nouvelles variétés. En effet, la production nationale d'oignon qui était de 30700 tonnes en 1970, c'est à dire avant la création des nouvelles variétés, va connaître un bond sans précédent en 1975 où elle se situera à 70770 tonnes (voir Tableau N° 2). Dans le même temps, les rendements ont presque doublé également passant de 16 tonnes/ha en 1970 à 27 tonnes/ha en 1975. Les superficies sont quant à elles en nette progression allant de 1900 ha en 1970 à 2555 ha en 1975. Cette augmentation des superficies emblavées en oignon à la sortie de la période de sécheresse est probablement due à l'adhésion d'un grand nombre de paysans à l'activité de maraîchage sous l'instigation du régime en place. Cette hypothèse se trouve confortée par l'analyse des exportations au cours de la même période.

Ainsi les exportations, qui étaient de l'ordre de 4656 tonnes en 1970, avaient connu une baisse drastique dans un premier temps au cours des deux années de sécheresse, où elles avaient atteint la barre fatidique de 1520 tonnes en 1973, avant de se redresser à 3704 tonnes en 1974, puis à 6084 tonnes en 1975. Cette baisse des exportations pendant les années de sécheresse pouvait s'expliquer par une forte autoconsommation, puisque la consommation de la farine de manioc (le Gari) a été très importante en cette période, et que l'oignon accompagne généralement tous les plats à base de Gari.

Le tableau suivant, nous donne une idée de l'évolution de la production de l'oignon au cours de la décennie 1970-1980.

Tableau N° 2 Evolution de la production et des exportations d'oignon sur la décennie 1970-1980.

Année	Production	Superficie	Rendement	Exportation
1970	30700	1900	16.1	4656
1971	36000	2100	17.1	2753
1972	20300	1500	13.5	2697
1973	29043	1711	16.9	1520
1974	44147	2611	16.9	3704
1975	70770	2555	27.6	6084
1976	79400	2800	28.3	2250
1977	62700	2000	31.3	6300
1978	78400	2900	27.0	177
1979	104286	3377	30.8	1431
1980	107800	3200	33.7	4998

Source : données de la Fao sur le Niger.

Même si l'innovation technique est restée inachevée en territoire du Niger, l'analyse des données relatives à la production et aux exportations depuis la création du violet de Galmi montre une évolution notoire comme indiquée dans le tableau ci dessus, caractérisée par une augmentation conséquente de la production et celle des rendements. Ceci permet, sans doute, de dire que l'innovation technique a été l'événement déclencheur du processus du développement de la filière notamment la publication des résultats des travaux de l'IRAT. Cependant, le décalage entre l'augmentation de la production et la stagnation des exportations au horizon des années 1980 met en évidence l'antériorité de l'offre de produit par rapport à la demande et que celle-ci n'a pris de l'ampleur qu'avec l'intervention de d'autres facteurs intégrateurs parmi lesquels on peut citer :

- Le parachèvement de la sélection variétale par Technisem, qui a permis l'utilisation, pour la première fois des semences sélectionnées du violet de Galmi, par les paysans nigériens, pour atténuer les effets de la sécheresse des années 1984-1985.

- La dévaluation du franc CFA intervenue en 1994 pour encourager les exportations africaines.

Par rapport à l'étude du lien entre valorisation des ressources et développement local, à la lumière de ce qui précède, il convient de noter que l'introduction d'une innovation technique est le point de départ de la valorisation d'une ressource locale.

Deuxième partie – De l’innovation à la réputation : La force des représentations sociales de la qualité.

Le développement de la filière suppose une augmentation des exportations, qui ne peut résulter que d’une augmentation des parts de marché. Or pour qu’un produit conquière des parts de marche, il lui faut se prévaloir d’une certaine qualité. Cela était l’objectif et le but de la sélection du violet de Galmi qui devait aboutir à l’amélioration de sa qualité organoleptique, notamment celle des critères de référence commerciale à savoir : la coloration, l’homogénéité du calibrage, la fermeté, l’habillage des tuniques, et l’aptitude à la conservation.

Nous savons que l’innovation technique n’a pu être achevée qu’en 1985 soit dix ans après l’acte de naissance du violet de Galmi ; et que les semences améliorées utilisées depuis lors ont dégénéré ; et qu’en définitive les exportations actuelles du Niger vers les pays côtiers de l’Afrique de l’Ouest sont constituées d’écotypes locaux. La question qui se pose est de savoir : comment un écotype local est t’il arrivé à conquérir les consommateurs des pays côtiers de l’Afrique de l’Ouest face à des concurrents potentiels issus de sélection ? Autrement dit, quels sont les atouts du Violet de Galmi dans la conquête des parts de marché en Afrique de l’Ouest ?

La réponse à ces questions sera apportée dans le chapitre trois notamment à partir des représentations de la qualité des consommateurs, tandis que le quatrième chapitre précisera les mécanismes mis en œuvre par les producteurs et les autres opérateurs de la filière pour corriger les insuffisances liées à la non utilisation des semences sélectionnées, c'est-à-dire à l’insuffisance des critères de référence commerciale. C’est pourquoi, dans cette partie, notre démarche consistera à appréhender les multiples dimensions de la qualité d’un produit, parce que selon le référentiel du consommateur, celle-ci peut provenir d’une innovation technique ; comme elle peut être liée à un terroir de par ses aménités ; ou simplement être du domaine des représentations sociales. Tout comme, le développement de la filière n’est pas du seul ressort de l’innovation technique, la question fondamentale à laquelle nous voulons répondre dans cette partie est de savoir si la qualité reconnue au violet de Galmi est un autre facteur intégrateur.

Chapitre 3 : Les déterminants de la qualité, les atouts du Violet de Galmi

Au Niger, il existe une panoplie de cultivars locaux d'oignon, dont certains sont catalogués³¹ par la recherche, d'autres ne le sont pas encore. Si de l'extérieur, on désigne le violet de Galmi à partir de sa coloration violette et de sa provenance géographique, au Niger on distingue plusieurs écotypes locaux de coloration violette, parmi lesquels, on peut citer : le violet de Tillabéry, le violet de Say, le violet de Tarna, le violet de Madaoua, le violet de Tahoua, le violet de Soumarana etc. - Mais aucun de ces oignons n'est aussi réputé que le violet de Galmi aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur des frontières nationales. Doré et déjà, nous pouvons nous demander : en quoi tient-elle sa réputation? Quels sont ses atouts? Mais avant de les énumérer, que comprend-on dans cette notion hautement polysémique qu'est la qualité ?

A- La qualité une notion aux dimensions multiples

La qualité d'un produit implique, une différenciation qui permet de préciser son identité et d'assurer sa distinction avec d'autres produits de même nature. De ce fait, on peut opposer à la qualité qui est l'excellence d'une chose, l'absence de qualité sur une échelle de valeur, pour distinguer la bonne qualité de la mauvaise. Ce faisant, la qualité exprime quelque chose de supérieur, ayant une connotation positive. Elle est une propriété intrinsèque du produit.

Ce type d'appréciation est celle des consommateurs lorsqu'ils doivent opérer le choix d'un produit au détriment d'un autre de même nature. Toutefois, dans une démarche individuelle, les critères de choix d'un produit sont subjectifs dès lors qu'apparaît la notion de préférence qui en soi est une notion éminemment relative.

Cette définition de la qualité « absolue » que nous avons abordé jusque là est restrictive dans sa définition, en ce sens qu'elle est centrée sur le produit plutôt que sur sa fonction. C'est pourquoi certains auteurs tel que E. Valceschini (1995) privilégie une deuxième définition, cette fois procédurale, de la qualité qui se rapporte à la fonction plutôt qu'au produit de manière à intégrer l'expansion de nouvelles méthodes de gestion de la qualité, allant de la conception du produit à sa

³¹ Référencés, classés.

production en passant par l'approvisionnement et les ventes. La qualité serait ainsi « l'aptitude d'un bien ou d'un service à satisfaire les besoins exprimés ou potentiels des utilisateurs ». Cette définition plus large que nous tenons de l'AFNOR, déplace la qualité du produit vers le client et l'organisation, et ce, depuis le développement des industries agroalimentaires.

On note ainsi que la qualité est devenue une notion économique qui ne saurait se définir indépendamment des acteurs économiques qui fournissent un produit et des acteurs économiques qui l'achètent et l'utilisent.

Ainsi pour chaque utilisateur et chaque produit référencé, les besoins sont nombreux, complexes et subjectifs, les qualités aussi. Ce faisant, le produit n'a plus une qualité mais un profil complexe de qualités dont on suppose qu'il est ordonné et synthétisé par les utilisateurs, pour aboutir à une évaluation globale de la qualité (B Sylvander, 1995).

De ce fait, il est dangereux dans l'action et illusoire dans la réflexion théorique de parler de la qualité tout court, mieux vaut parler des qualités.

Désormais, les qualités se formulent en de multiples dimensions, et A. François (1971) a été le premier à aborder de manière systématique les différentes dimensions de la qualité. Il en distingue quatre qu'on peut résumer comme suit :

Qualité hygiénique: C'est la non-toxicité de l'aliment. Elle reflète une exigence de sécurité, tant sur le plan chimique (résidus de produits de traitements, additifs, polluants) que sur le plan bactériologique (absence de germes pathogènes).

Qualité nutritionnelle : C'est l'aptitude de l'aliment à nourrir de manière équilibrée, selon les connaissances nutritionnelles du moment. Elle a un aspect quantitatif (énergie) et qualitatif (composition).

Qualité organoleptique : Elle se réfère aux sensations gustatives, olfactives, tactiles, visuelles, voire auditives qu'éprouve l'utilisateur au moment du contact avec le produit (y compris sa présentation).

Qualité d'usage: c'est l'aptitude du produit à satisfaire l'utilisateur. On retrouve ici strictement la définition normalisée, qui s'applique aux spécifications formulées par l'utilisateur intermédiaire mais aussi le consommateur final (aptitude à la conservation, commodité d'emploi, etc.).

Ces quatre dimensions de la qualité sont synthétisées par P. Mainguy (1989) en « 4 S » : Satisfaction, Santé, Sécurité et Service. En effet pour Mainguy, la satisfaction correspond à la qualité organoleptique qui permet aux consommateurs, à l'aide de ses cinq sens, d'identifier comme dans le cas du violet de Galmi, sa coloration violette grâce à la vue, sa fermeté grâce au toucher, l'état des tuniques

grâce à l'ouïe, son parfum grâce à l'odorat, et son goût piquant grâce à la langue. La sécurité quant à elle, correspond à la qualité hygiénique de A. François pour laquelle l'aliment doit être non toxique pour les utilisateurs aussi bien sur le plan chimique, bactériologique, que fongique. A travers la santé, Mainguy parle de la qualité nutritionnelle. Le service fait allusion à la qualité d'usage, par laquelle l'utilisateur trouve toutes les commodités d'usage du produit à commencer par la présentation, la praticité et les différentes aptitudes du produit.

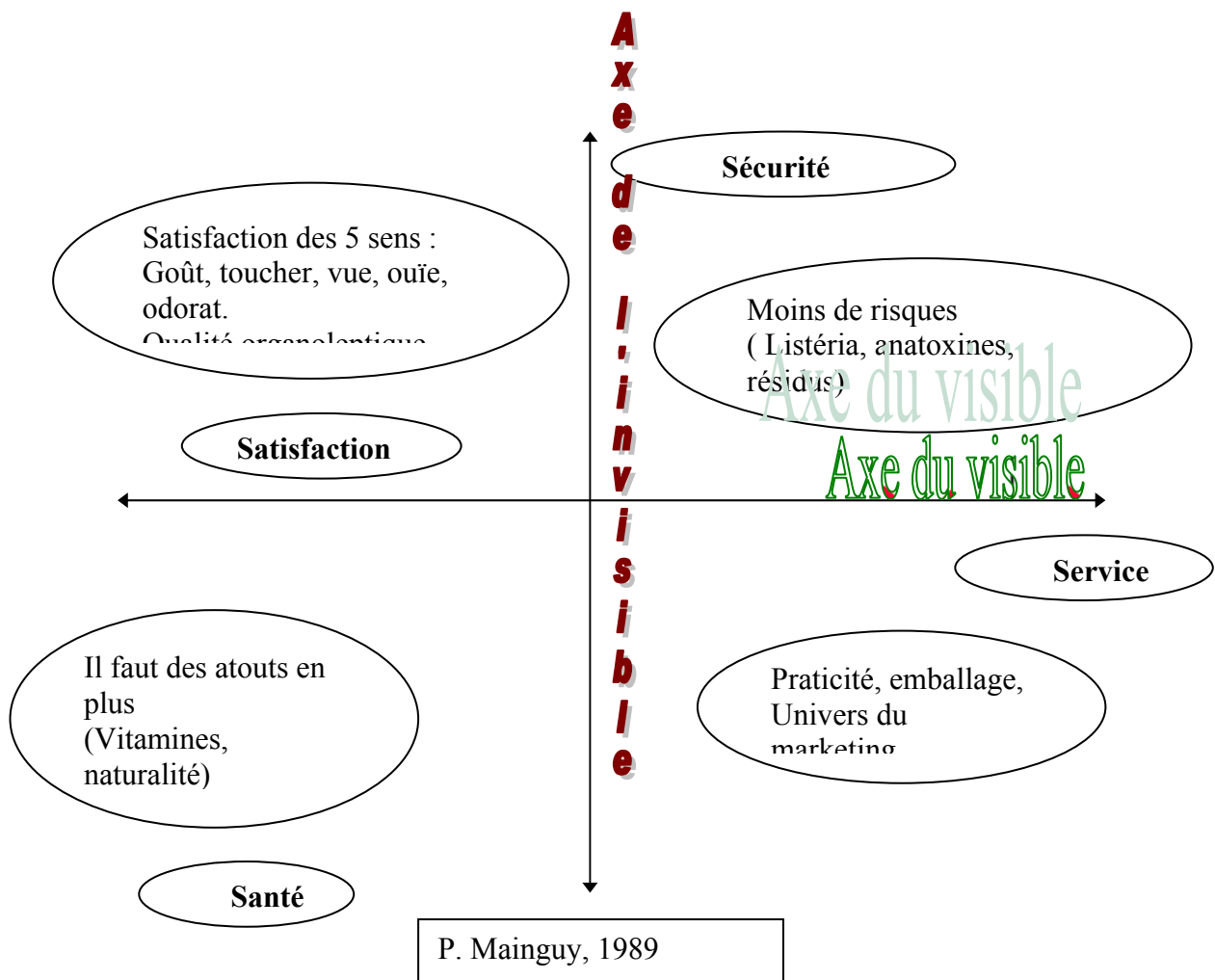


Figure 8 : La croix des 4 S

NB : D'après le schéma de Mainguy, l'axe du visible correspond à la satisfaction et au service, c'est-à-dire à la présentation du produit : emballage, goût, toucher, vue, ouïe, odorat. Tandis que l'axe de l'invisible correspond à ce qu'on ne peut voir à l'œil nu pour apprécier le produit à savoir : la toxicité, les microbes et les vitamines. Ils relèvent des deux S (la sécurité et la santé).

B- Le capital qualité, l'essence du produit

La qualité d'un oignon se mesure sur le plan commercial à partir des outils de référence que sont : l'homogénéité du calibrage, l'habillage des tuniques, la coloration, la fermeté, la forme des bulbes, leur état sanitaire, et l'absence de germination après une période de conservation. Or, il se trouve que, tous ces éléments de référence commerciale à l'exception du calibrage sont sur le plan agronomique pour partie des facteurs génétiques liés à la variété. Ces facteurs génétiques, communément appelés caractéristiques variétales, constituent le socle ou le capital qualité d'une variété d'oignon donnée. Ce faisant, les variétés étant différentes les unes des autres, par un ou plusieurs caractères, leur « capital qualité » se trouve également différencié les uns des autres, si bien que chaque variété a sa essence propre qui la distingue fondamentalement des autres variétés.

Pour la variété améliorée du « violet de Galmi » issue des travaux de l'IRAT, rappelons que ses caractéristiques initiales étaient les suivantes : une coloration violette atténuée à violet clair, une bonne aptitude à la conservation (3 à 6 mois), un bon habillage des tuniques, une bonne fermeté des bulbes, une forme elliptique aplatie rappelant la base d'une tasse d'où son nom vernaculaire « Tassa ». A ces caractéristiques variétales s'ajoute l'homogénéité du calibrage (calibre 50- 70 mm). Ce dernier facteur non variétal, dépend en partie de la structure du peuplement (la densité), de l'alimentation hydrique et de la nutrition azotée.

Mais ces références commerciales telles que décrites et qui se raréfient depuis la dégénérescence de la pureté variétale suite à la démission de l'INRAN, sont-elles suffisantes pour expliquer la réputation du violet de Galmi aux yeux des consommateurs d'aujourd'hui ?

Si la coloration violette est un facteur discriminant comparée aux oignons jaunes d'Europe, cet argument est loin d'être convainquant localement au Niger, car chacune des zones productrices du pays contient au moins une ou deux variétés de coloration violette. A priori, la coloration est certes un facteur discriminant mais insuffisant pour expliquer cette réputation. Cet exercice de comparaison peut être poursuivi caractéristique par caractéristique, mais la réponse nous vient des consommateurs qui définissent la réputation du Violet de Galmi en ces termes : la coloration violette (92% des enquêtés), l'aptitude à la conservation (100%), l'aptitude à épaissir les sauces (80%), le goût piquant (90%), et l'indication de la provenance géographique « Galmi » (97%).

Ainsi, des critères de choix des consommateurs définissant la réputation du Violet de Galmi, deux seulement figurent parmi les critères de référence commerciale, il s'agit de la coloration et de l'aptitude à la conservation. Tous les trois autres critères sont nouveaux, et constituent en réalité le fondement de la réputation du violet de Galmi, à savoir : l'aptitude à épaissir les sauces, le goût piquant et l'indication de la provenance géographique. Si ces critères combien importants dans l'appréciation de la qualité du violet de Galmi par les consommateurs, ne font pas partie des critères conventionnels à partir desquels sont déterminés la qualité d'un oignon, c'est qu'au Niger en particulier et en Afrique en général, les habitudes culinaires placent ces critères au cœur des choix des consommateurs. En effet, au Niger tout comme dans bon nombre de pays de l'Afrique de l'Ouest constituant le marché potentiel du violet de Galmi, l'aptitude d'un oignon à épaissir les sauces est recherchée, car elle stigmatise ce que l'on peut appeler un « fait culinaire africain » qui est l'accompagnement quasi unanime des plats cuisinés de sauces, complètement différentes de par leur composition de ce qu'on appelle sauce en occident. En Afrique de l'Ouest en général, et au Niger en particulier, les sauces se doivent d'être épaisses afin de bien adhérer au plat cuisiné.

Dans cet espace géographique étendu, un plat a généralement deux composantes : une composante céréale ou tubercule qui représente la partie consistante et une composante sauce avec un large éventail de variantes. La composante céréale peut être du riz, de la pâte de mil, de sorgho, de maïs, des pâtes alimentaires, de l'igname, du manioc etc. La composante sauce quant à elle peut différer par la nature des légumes ou feuilles qu'on y ajoute, mais à la base, elle contient le plus souvent de la viande de mouton, de bœuf, de volaille ou du poisson que l'oignon est sensé aromatiser dans un premier temps en adoucissant ou en atténuant l'odeur, puis l'épaissir dans un deuxième temps.

C'est pourquoi, une sauce sur un plat cuisiné de riz, de pâte de mil ou autre se doit d'être épaisse, car trop fluide, elle donne l'impression de ne pas être garnie. Or, garnir une sauce demande des moyens, que l'usage du violet de Galmi peut amoindrir en épaississant naturellement les sauces. Cette aptitude à se fondre complètement dans les sauces en les épaississant, est un atout majeur du violet de Galmi, car bon nombre de variétés d'oignon en sont dépourvues, on retrouve quasiment intactes leurs tranches de bulbe dans les sauces à la fin de la cuisson. Généralement, de telles variétés d'oignon n'ont pas la cote dans les préparations

de sauces. Elles sont seulement utilisées dans la préparation de crudités, pour cette raison, bon nombre de consommateurs les relèguent au second choix.

En ce qui concerne le deuxième critère de choix des consommateurs du violet de Galmi faisant sa réputation : le goût piquant, ce critère représente l'un des caractères de différenciation les plus saillants de la variété qui permet de préciser son identité et d'assurer sa distinction avec les autres oignons. En effet, le goût de l'oignon est une caractéristique variétale à partir de laquelle on procède souvent à la classification des oignons. C'est ainsi qu'en Europe, certains oignons jaunes sont classés et labellisés « oignons doux » par opposition aux oignons piquants comme le violet de Galmi. Ce critère de différenciation des oignons est dû à une huile essentielle qu'ils contiennent : le fructane, riche en sulfures d'allyle qui provoque des larmes à celui qui les épluche ou qui les écrase. Le fructane est donc à la base du goût, et dans le cas du violet de Galmi, sa concentration doit être plus élevée que chez les oignons reconnus doux, c'est pourquoi son utilisation demande plus de délicatesse, ce qui fait que le bulbe épluché doit être gardé à une certaine distance des yeux de l'utilisateur. Ainsi, le fructane donne du goût aux sauces en élevant leur saveur et neutralise les odeurs des viandes particulièrement celles des poissons et de certains gallinacés.

Le Niger étant un pays d'élevage par excellence, la consommation de viande grillée accompagnée de tranche d'oignon frais est en train de rentrer de plus en plus dans les habitudes alimentaires des populations urbaines, notamment celles des fonctionnaires à certains moments de la journée. Le métier de boucher contribue à la vulgarisation de la consommation de l'oignon en général et du violet de Galmi en particulier. Au Niger, il se transmettait de père en fils comme dans les sociétés traditionnelles, mais depuis quelques années, ce métier est devenu un moyen d'installation des jeunes ruraux dans les centres urbains lors d'exode temporaire ou définitif, et ce, même au-delà des frontières nationales. Dans les centres urbains, de l'intérieur du pays comme de la capitale Niamey, il n'y a point de rue sans grilleur de viande, communément appelé « Maï-nama »³². Mais on distingue les bons des mauvais à partir de trois éléments : la qualité de la grillade, la qualité du mélange piment épices (le Yaji)³³, et l'existence d'oignon frais pour accompagner la viande grillée. Les deux premiers éléments relèvent du savoir-faire du grilleur, mais le troisième relève de sa capacité à trouver le bon oignon qui est le plus souvent d'un goût piquant, attribut par excellence du violet de Galmi.

³² Terme Haoussa désignant un boucher qui vend principalement de la viande grillée d'ovin, de bovin ou de caprin.

³³ Poudre obtenue à partir d'un mélange de piment, d'épices et de tourteau d'arachide

En matière de grillade de viande, les Nigériens sont réputés en Afrique. On les retrouve dans presque toutes les capitales des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest et du centre (Cameroun, Gabon, Centre Afrique) où ils figurent parmi les meilleurs, car même s'ils sont égalés en matière de grillade, ils se singularisent dans l'art de préparer le meilleur « Yaji » et d'accompagner la grillade avec des tranches d'oignon piquant du violet de Galmi ou apparenté.

Le Yaji est un mélange pilé de piment, d'épices, et de tourteau d'arachide, donnant une espèce de poudre de coloration brun-rouge dont la recette est transmise du maître à l'apprenti. En effet, les grands maîtres de boucher-grilleurs ont plusieurs apprentis qui en plus de la grillade de la viande font office de serveurs des clients confortablement installés sur des bancs en planche placés autour d'une table, coupés du regard des passants par un hangar en séko³⁴ qui les protège aussi bien contre la pluie que les vents. Chez les maîtres boucher-grilleurs « fortunés », ce hangar peut-être en tôle ondulée avec un terrassement en ciment et des chaises et tables métalliques. Le rapport entre le maître boucher grilleur et ses apprentis est basé sur la confiance, le dévouement et l'ardeur au travail, ce qui permet, au bout d'une certaine période de loyaux services, d'aboutir à la création d'une succursale dans une autre rue par le maître boucher grilleur afin de récompenser les apprentis méritants qui prennent ainsi la voie de leur autonomisation.

Cette profusion des Maï-nama ou boucher-grilleurs dans tous les coins de rue des centres urbains particulièrement à Niamey la capitale a modifié le comportement alimentaire de beaucoup de citoyens dont en première ligne la frange des fonctionnaires depuis quelques années. En effet rare sont les fonctionnaires qui prennent leur petit déjeuner avant de sortir de chez eux le matin. Chacun se réserve une récréation sous le coup de 10 -11 heures pour se rendre chez le Maï-nama le plus proche de son lieu de travail. Il se trouve que chaque lieu de travail (service) important, a son Maï-nama y compris les Ministères. Ce phénomène a eu le mérite d'augmenter la consommation intérieure de l'oignon en général et du violet de Galmi en particulier, puisque chaque assiette de viande servie est accompagnée de tranches d'oignon dont le plus prisé est le violet de Galmi à cause de son goût piquant.

Le troisième nouveau critère des consommateurs est l'indication de la provenance géographique « Galmi » qui dans son évocation peut être considérée par les

³⁴ Tissage effectué, à partir de tiges de graminées hautes, utilisé pour faire des hangars, des cases ou des enclos

acheteurs étrangers du violet de Galmi comme la recherche d'une certification de conformité, gage d'une reconnaissance du savoir-faire technique des producteurs de cette région. Ce critère de choix exprime aussi l'établissement d'un lien fort entre le produit et son origine comme pour dire que la qualité du produit est fortement en rapport avec son terroir de production du fait de ses aménités.

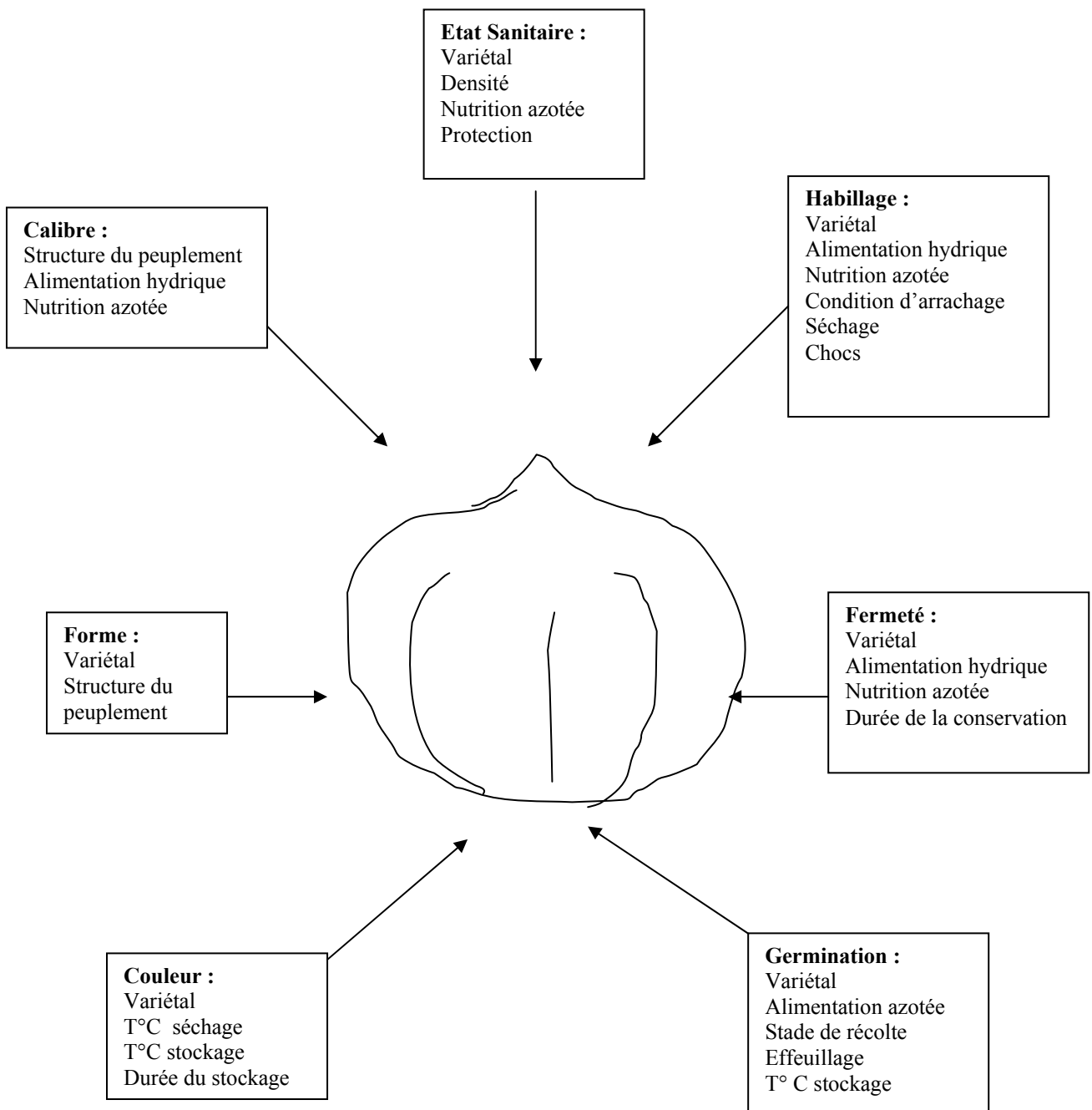
C- Le terroir et ses aménités

L'oignon est une plante qui s'est adaptée à toutes les latitudes du globe, allant des régions tropicales jusqu'au nord de l'Europe. Mais sa culture est essentiellement faite pour son bulbe qui est cette partie souterraine de la plante constituée d'écaillés charnues concentriques recouvertes de tuniques papyracées, le tout réuni à la base par un plateau aplati représentant la tige.

En Afrique comme ailleurs, à l'instar du Violet de Galmi, beaucoup de variétés portent en leur nom, leur lieu d'origine comme par exemple : le Red Kano ou rouge de Kano, le jaune de Valence, le violet d'Abéché, Le violet de Tillabery etc.... Cette référence au lieu d'origine dans le cas de l'oignon n'est certes pas une simple nomenclature pour distinguer les oignons les uns des autres, mais une sorte de prise en compte des effets de l'environnement naturel sur la typicité du produit qui permet au-delà des caractéristiques variétales d'affirmer son identité.

Ainsi, pour mieux maîtriser la qualité d'un oignon, il faut pouvoir en identifier les facteurs de variation. Deux d'entre eux qui agissent en interaction, à savoir les effets variétaux et d'environnement, sont à même d'expliquer les écarts de qualité observés. Ils ont de l'influence, sur l'état sanitaire des bulbes, leur habillage, leur fermeté, leur forme, leur coloration et leur aptitude à la conservation. Les autres variations sont dues aux facteurs agronomiques, et aux itinéraires techniques mis en œuvre dans les parcelles de production, comme l'indique le schéma suivant :

Figure 9: Les principaux facteurs de variation de la qualité de l'oignon



Source : Reproduit à partir de : (Fruits, 1996 ; vol 51, p 345)

Dans cette partie nous allons mettre en évidence le lien qui existe entre l'influence des conditions du milieu (facteurs climatiques et édaphiques) et l'expression des facteurs génétiques (ou caractéristiques variétales) d'un oignon pouvant conduire à la formation de son profil de qualité en considérant la connotation positive. En

effet, l'influence du milieu peut dans certains cas complètement contrarier l'expression des facteurs génétiques au point où l'oignon peut ne même pas produire des bulbes ; c'est le cas de beaucoup de pays tropicaux humides où les fortes chaleurs conjuguées à une forte hygrométrie compromettent la bulbification. Autrement dit, nous allons aborder dans les paragraphes suivants, l'influence du terroir, de l'environnement naturel dans le sens de ses spécificités, comme un élément fondamental qui imprime un sceau particulier au profil de qualité du violet de Galmi duquel tient sa réputation.

Ainsi, tout terroir au sens agronomique du terme est singulier en ce sens qu'il marque les plantes cultivées de l'empreinte de ses spécificités, à travers la nature des sols, la température, la pluviométrie, l'hygrométrie, la photopériode, le régime des vents etc. Ces facteurs climatiques et édaphiques sont très déterminants dans la formation de la qualité. S'ils sont favorables, les facteurs génétiques pourraient potentiellement s'exprimer en donnant le meilleur d'eux-mêmes ; et s'ils sont hostiles, la culture de la plante peut être compromise et son inadaptabilité avérée.

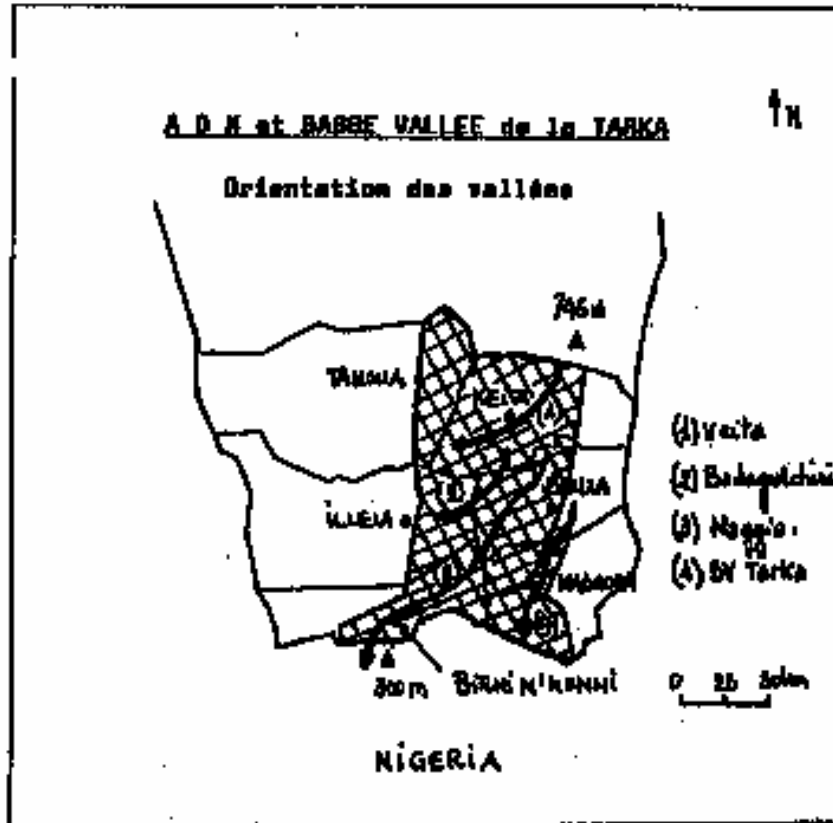
Au Niger, la culture de l'oignon s'effectue pour la plupart pendant la saison sèche, de ce fait, le premier facteur important est la disponibilité en eau de surface (fleuve, mare permanente ou temporaire) et en eau souterraine à faible profondeur de la nappe phréatique. Les réserves en eaux sont constituées au cours de la saison des pluies et l'activité de maraîchage se concentre dans les milieux fournis en cette ressource, à savoir au bord du fleuve, dans les vallées, les Dallols, les Goulbis, les bas-fonds, les cuvettes oasiennes, en bordure du lac Tchad et de la Komadougou yobé.

La région de Tahoua ne fait pas exception à cette règle, mais la culture de l'oignon s'est développée, rappelons le, dans deux grands pôles de production qui s'étendent sur quatre vallées prises deux à deux ; dont l'un est situé dans les vallées de Keita et de Badaguichiri, (occupant 20% des superficies d'oignon). L'autre est situé dans les parties sud des vallées de la Maggia et de la Tarka. Ces deux vallées occupent plus de 70% des superficies d'oignon cultivées dans la région de Tahoua. Cet espace de culture qui s'étend sur les quatre vallées constitue le terroir au sens agronomique du terme de culture du violet de Galmi.

Ces quatre grandes vallées sont plus connues sous le nom du complexe Ader-Doutchi-Magia (ADM) associés à la basse vallée de la Tarka. En effet l'ADM est

le plateau de l'Ader qui est traversée par les trois grandes vallées à savoir : celle de Keita, de Badaguichiri (Illéla) et de la Maggia.

Figure 10 Carte des quatre vallées de culture du violet de Galmi.



Source : DEP, Ministère de l'agriculture et de l'élevage

1- La nature des sols

Le relief de la région de Tahoua est constitué d'une succession de plateaux et de Vallées, entaillé d'innombrables cours d'eau intermittents ou « Kori» pendant la saison des pluies. Ces « Kori » drainent les eaux de ruissellement des plateaux vers les vallées et ce, dans un plan nord-sud. C'est ainsi que les lits des Vallées de la Maggia et de la Tarka collectent les eaux de ruissellement provenant des plateaux situés au nord. Le caractère orageux des pluies, caractéristique des zones tropicales arides, conjugué au relief accidenté provoque une érosion des sols permettant de leur arracher de fines particules d'argile et de limon qui sont

transportées et déposées au fond des vallées, plus précisément dans les zones de concentration des eaux de surface.

Ce phénomène de déportation de fines particules d'argile et de limon des plateaux vers les vallées a permis un enrichissement en dépôts alluviaux des bassins de production du violet de Galmi,. Ainsi, du fait du relief, les innombrables cours d'eau intermittents ou Kori transportent des éléments minéraux qui mélangés au sable donnent des sols de bonne valeur agronomique pour les cultures de saison sèche (BRGM-SATEC, 1988). Cet enrichissement des sols des vallées de la région de Tahoua sous l'effet de l'érosion hydrique des plateaux a été aussi confirmé par les travaux de Simonelli (1994, cité par DAVID Olivier).

Ce faisant, les sols des vallées sont, en général, reconnus fertiles. Ils sont plus adaptés à la culture d'oignon que les sols dunaires. On en distingue cependant trois types fondamentaux : des sols hydromorphes, des sols ferrugineux tropicaux, et des vertisols. Ces sols de très bonne valeur agronomique constituent un atout majeur pour la culture du Violet de Galmi dans ses différents bassins de production et lui assurent ainsi les éléments nutritifs nécessaires à l'élaboration de sa qualité nutritionnelle et organoleptique.

La fertilité des sols contribue certes à la qualité nutritionnelle du violet de Galmi, mais elle est une condition nécessaire mais pas suffisante pour la formation de sa qualité organoleptique. D'autres facteurs ayant une plus grande influence interviennent dans la formation de cette qualité.

2- Les températures

La région de Tahoua est à l'image du pays sous l'influence d'un climat tropical semi-aride de type sahélien continental, où en fonction des conditions de température, l'année peut être divisée en quatre périodes distinctes que sont :

Une période fraîche allant du premier novembre au 10 février

Une période transitoire du 10 février au 20 mars

Une période chaude du 20 mars au 10 juillet

Une période des pluies du 10 juillet au 31 octobre

En fonction de ces périodes, les températures connaissent une forte variabilité résumée dans le tableau suivant :

Tableau N° 3 : Températures et saisons dans la région de Tahoua

Saison	T° Minimale (° C)	T° Maximale (°C)	° Moyenne (°C)
Période fraîche 1 ^{er} novembre au 10 février	12	30 à 33	21 à 24
Période transitoire 10 février au 20 mars	12 à 15	33 à 36	24 à 28
Période chaude 20 mars au 10 juillet	20 à 23	36 à 39	28 à 31
Période des pluies 10 juillet au 31 octobre	20 à 23	30 à 33	24 à 28

Source IRAT

Du fait de ces températures très variables d'une saison à l'autre, la culture de l'oignon se pratique pour la plupart de novembre en avril, hormis chez les producteurs qui anticipent la culture pendant la saison des pluies dans le but de faire l'oignon d'hivernage. Mais cette variation de la température a-t-elle un effet sur la qualité?

Dans les pays tropicaux humides, la production de graine d'oignon est le plus souvent contrariée par l'absence d'une période fraîche permettant à l'oignon de « vernaliser » afin de pouvoir monter en graine. Au Niger, l'existence d'une période fraîche de novembre à février est une bonne condition de reproduction des semences, car pour la formation des boutons floraux, une durée minimale de passage au froid de 4 à 5 jours est nécessaire (ITO, 1957), mais ce besoin en froid dépend des variétés (SINNADURAI, 1970).

Cependant, dans les zones de culture, cette période fraîche provoque une perturbation physiologique chez le violet de Galmi en ce sens qu'il fleurit prématurément dès la première année de culture, alors que l'oignon est une plante bisannuelle, c'est à dire qui produit normalement des bulbes en première année de culture, puis des graines en deuxième année. Mais ce défaut agronomique du Violet de Galmi (De bon, 1987) qui fait que ces deux aspects de sa culture ne sont pas toujours bien séparés, est contrôlable d'après les travaux de l'IRAT par un retardement de la date de semis plantation pour la mi-novembre. Cette montaison précoce ou floraison de première année n'est pas spécifique au violet de Galmi ;

elle est observée sur toutes les populations d'oignon de la zone soudano-sahélienne à savoir tous les cultivars du Niger (Violet de Galmi, Violet de Soumarana, Blanc de Galmi etc.), la variété Garango du Burkina, Goudami et Gebaké du Cameroun, le Red onion du Soudan, le Red Kano du Nigeria, le Bawku du Ghana etc....

Sur le plan physiologique, on peut faire l'hypothèse que cette floraison de première année stigmatise une adaptation incomplète de l'oignon sous les tropiques, si bien que pour assurer la pérennité de l'espèce, du fait des conditions climatiques parfois contraignantes, le stimulus de survie le pousse à produire des graines dès sa première année de culture. Ce phénomène perçu sur le plan agronomique comme un défaut n'affecte que la production et dans une certaine mesure l'aptitude à la conservation des bulbes. Pour les consommateurs, il est sans grande importance sur la qualité.

Cependant, si les températures basses favorisent l'initiation des hampes florales, il est aussi admis que le goût de l'oignon s'affirme lorsque la température moyenne de la zone de culture s'abaisse. Cela laisse penser que les récoltes qui interviennent en janvier-février au moment des basses températures moyennes donnent des bulbes au goût piquant, tout comme celles qui interviennent en période de forte chaleur (avril-mai), car des essais agronomiques conduits par Yamaguchi ont montré un accroissement considérable de la saveur et de la concentration des arômes volatiles de l'oignon lorsque la température du sol est élevée alors que les teneurs totales en matière sèche et en sucres restent inchangées (Yamaguchi et al, 1975).

Par ailleurs, il faut noter que, les températures élevées de la période chaude (de mars à mai) contribuent sur le plan agronomique, dans les bonnes conditions de nutrition et d'alimentation hydrique, au renflement et au remplissage des bulbes, donc à une augmentation des rendements.

L'importance de la température, sur la bulbification de l'oignon en zone tropicale aride, a été observée par Abdalla (1967), lorsqu'il découvre qu'en milieu aride, du fait de sa variabilité, la température serait le facteur le plus important dans la bulbification de l'oignon et ce, plus que la photopériode qui est jusque là reconnue comme le facteur initiateur de celle-ci. Le facteur température intervient également lors de la conservation de l'oignon où la dormance est favorisée par des températures basses (0 à 5 ° C) ou élevées (supérieures à 25 ° C) suivant les populations et les individus. Ainsi, les températures ambiantes des zones de

production généralement supérieures à 25 ° C permettent une bonne conservation du violet de Galmi sur une période de 3 à 6 mois.

3- La Photopériode

En moyenne au Niger, la durée du jour est inférieure ou égale à 12 heures. Pour la période de production de l'oignon, c'est à dire de novembre en avril, les moyennes mensuelles se présentent comme suit :

Tableau N° 4 : Durée d'insolation dans la région de Tahoua

	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril
Insolation possibles en heures	11.5	11.3	11.4	11.7	12.0	12.4

Ces moyennes mensuelles qui tournent autour de 11 heures d'insolation par jour sont conformes à la latitude du Niger et permettent au Violet de Galmi de bulbifier en donnant des bulbes de calibre satisfaisant de moyen à gros. D'après les connaissances sur la physiologie de l'oignon, la photopériode serait le facteur externe le plus important qui déclenche la bulbification. Selon les latitudes, la photopériode (ou durée du jour) nécessaire pour la bulbification est variable. Elle est de 14 à 16 heures pour les latitudes éloignées de l'équateur, et de moins de 13 heures sous les tropiques comme le Niger. Dans le premier cas on parle d'oignon de « jours longs » et dans le second on parle d'oignon de « jours courts ». Mais ce concept de jours courts n'est utilisé que pour exprimer l'adaptation de l'oignon aux milieux tropicaux lors de sa domestication. Physiologiquement, l'oignon reste une plante de jours longs.

La durée du jour inclut également la qualité de l'intensité lumineuse qui a une influence considérable sur l'épanouissement des bulbes. Une faible intensité lumineuse inhibe celui-ci (Kato, 1964), tandis qu'une intensité lumineuse élevée accélère la bulbification et la maturation (BRUTT, 1968 et BREWSTER et COLL, 1975).

Ainsi, il s'avère que la photopériode est le facteur déterminant dans le renflement des bulbes, bien que d'autres facteurs tels que la température, la nutrition et la densité de plantation ont un effet important sur l'accélération ou le ralentissement du processus.

4- L'hygrométrie (ou humidité relative de l'air)

L'oignon étant cultivé au Niger pendant la saison sèche, l'hygrométrie, ou l'humidité relative de l'air, est relativement basse en cette période. Elle est en moyenne inférieure à 35% ce qui permet au violet de Galmi de se développer bien. Ceci n'est pas évident dans les pays tropicaux humides où les fortes chaleurs associées à une hygrométrie élevée entravent le développement de l'oignon au point où, il ne bulbifie pas ou pas assez. C'est pour cela que des pays comme la Côte d'Ivoire ne peuvent produire de l'oignon bulbe que dans la partie nord du pays, au-delà de cette limite, la production du bulbe est entravée à cause des raisons citées plus haut.

Ce degré d'humidité relative de l'air est aussi un facteur important qui intervient dans la conservation de l'oignon. Dans les bassins de production du violet de Galmi, l'humidité de l'air étant relativement basse, la conservation de l'oignon peut être assurée sans trop de perte pour une période de 3 à 6 mois, dans des abris de conservation traditionnels (Roudou) à l'air ambiant. Par contre, il y a lieu de noter que toute montée de l'hygrométrie peut entraîner le développement du parasitisme sur l'oignon. Sa variation est influencée à la fois par la pluviométrie, l'évaporation de l'humidité du sol et la transpiration des plantes. L'oignon étant une culture de saison sèche, la basse hygrométrie dont il bénéficie pendant cette période ne varie qu'en fonction des eaux de surface, des apports d'eau d'irrigation et de l'évapotranspiration des plantes et du sol. De ce fait, dans les zones de culture de l'oignon, l'évapotranspiration journalière moyenne mesurée sur gazon est de l'ordre de 6 à 7.5 mm.

Une autre composante intervenant sur ce facteur est le régime des vents. En effet, au Niger soufflent deux types de vents dominants : Un vent de secteur nord-est appelé Harmattan, et un autre de secteur sud-ouest appelé Mousson.

L'Harmattan souffle pendant la saison sèche, mais son intensité augmente pendant la période froide allant de novembre en février avec des rafales pouvant dépasser souvent les 100 km /heure. La Mousson quant à elle domine pendant la saison des pluies. La rencontre de ces deux vents dominants forme un front qu'on appelle FIT (front intertropical) qui est l'indicateur par excellence de la tombée des pluies en zone tropicale. Ces deux vents dominants interviennent dans la régulation de hygrométrie.

D- L'indication de la provenance géographique « Galmi » un argument de vente.

Reconnue par la communauté nationale et par extension celle de la sous région comme étant le « pays de l'oignon », la région de Tahoua conforte sa position de leadership à travers son niveau de production (75% de la filière), la longue expérience de ses producteurs et l'avantage de contenir le village d'origine de la variété phare du Niger, dont l'indication de la provenance géographique « Galmi » est devenu un argument solide de vente ou de marketing. Cette association d'images entre la variété et son village d'origine est le « label » non officialisé dont bénéficie le violet de Galmi dans l'imaginaire collectif des différentes représentations de sa qualité que se font ses principaux consommateurs. L'indication de la provenance géographique témoigne de la bonne qualité du produit et résume l'ensemble des critères sur lesquels est fondée sa réputation.

En effet, le Violet de Galmi doit son nom à ce gros bourg rural qu'est le village de Galmi dont le terroir a fourni à la recherche les premières souches de cultivars locaux d'oignons violets qui ont conduit à sa création. Mais ce village est aussi et surtout connu pour être le plus grand centre de commercialisation d'oignon de la région. Certaines sources pensent que c'est grâce à l'importance de cette activité de commercialisation que l'on a associé son nom à la nouvelle variété d'oignon. L'évocation du nom « Galmi » valorise l'oignon, qu'il s'agisse de l'oignon produit à Galmi même ou dans ses alentours y compris Madaoua.

Ce faisant, à cause de sa renommée de gros centre de commercialisation associé à l'image d'origine géographique de la variété, le village de Galmi attire les acheteurs étrangers et leur est fortement recommandé, par rapport aux autres centres de commercialisation de la région. Ainsi, en venant au Niger pour s'approvisionner en oignon de qualité, les acheteurs étrangers en mettant cap sur Tahoua procèdent à un premier niveau de sélection, laissant de ce fait sur leur passage tout ce que l'Ouest du pays a comme variétés d'oignon. Puis une fois dans la région de Tahoua, ils affinent leur sélection en allant prioritairement acheter à Galmi.

Cette perception de la qualité des oignons achetés à Galmi sur les autres oignons de la région de Tahoua se remarque sur les prix de vente pratiqués. En effet, les prix à Galmi sont des prix de référence à l'exportation. Ils sont toujours les plus élevés par rapport aux autres points de vente. Si par exemple le sac de 100 kg se

vend à 10 000 F CFA dans les villages environnants de Galmi distants de quelques km, à Galmi le prix du sac est majoré de 1000 F CFA, ce qui fait que le sac se vendra à 11 000 F CFA au lieu de 10 000 F CFA, cela à cause de la prise en compte du transport, qui en fonction des distances permet de dégager une marge spéculative assez importante et aussi à cause du label inavoué.

En ce qui concerne la commercialisation de l'oignon, le village de Galmi rayonne sur tout le bassin de production de Galmi- Madaoua alors que la production de ce bassin est à plus de 70% l'œuvre de Madaoua. Ainsi, dans ce second pôle de production de Galmi-Madaoua, la commercialisation de l'oignon est l'œuvre des commerçants de Galmi qui sont les intermédiaires incontournables entre les acheteurs étrangers et les producteurs. A l'arrivée des camions, chaque acheteur a son intermédiaire à qui il confie les opérations d'achat. Chaque intermédiaire a son réseau de villages fournisseurs, de collecteurs et de producteurs avec lesquels il engage les opérations d'achat, ceci jusque dans les villages producteurs de Madaoua. Nous reviendrons plus en détail sur ces transactions dans le prochain chapitre.

Ce qu'il y a lieu de retenir est que le village de Galmi joue un rôle prépondérant dans la commercialisation de l'oignon à cause de sa renommée, et que l'indication géographique « Galmi » est perçue par les acheteurs étrangers comme un signe de bonne qualité, une sorte de label inavoué, dont il bénéficie de tous les avantages

Conclusion du chapitre :

Le violet de Galmi a conquis les consommateurs de l'Afrique de l'ouest non pas sur la base des critères de référence commerciale généralement obtenus à partir d'une innovation technique, mais sur la base de critères issus de l'interaction entre ses propriétés intrinsèques et les effets de son milieu de culture (terroir). Ces critères sont : le goût piquant, l'aptitude à épaissir les sauces et l'indication de la provenance géographique. Loin des critères de référence commerciale, ces critères de par leur spécificité confèrent au violet de Galmi le signe d'un produit de qualité « spécifique ». Ils sont à la base de sa réputation. Celle-ci se trouve renforcée par sa coloration violette et sa bonne aptitude à la conservation. Néanmoins, pour la plupart des consommateurs, l'indication de la provenance géographique « Galmi » résume l'ensemble de ses critères de qualité et se présente aujourd'hui comme un label officiel.

Chapitre 4 : Une procédure de qualification qui relève du construit social

Ayant conquis les consommateurs de la plupart des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest sur la base de sa réputation, le violet de Galmi peut aujourd'hui prétendre à deux signes officiels de qualité : celui d'un « produit spécifique » relevant d'un terroir particulier, et celui d'un « label » IGP35. Mais si la qualité que lui reconnaissent les consommateurs lui permet de prétendre à ces signes officiels, force est de constater que sa culture n'est pas faite sur la base de semences améliorées conformes à son nom scientifique, et susceptible de lui conférer sur le plan commercial une meilleure présentation. Doré et déjà nous pouvons nous demander, comment, dans de telles circonstances arrive-t-il à se conformer aux critères de référence commerciale? Quels sont les mécanismes mis en œuvre pour compenser la non utilisation de semences sélectionnées?

A- Qualité recherchée, qualité acquise (les consommateurs)

La qualité d'un oignon s'apprécie sur le plan commercial à partir de l'état du bulbe qui en réalité est la raison pour laquelle cette plante est généralement cultivée. En effet, un oignon de bonne qualité se doit de présenter des bulbes aux meilleurs aspects possibles commercialement retenus comme des critères de référence. Or il se trouve que, les bulbes du violet de Galmi, du fait de la non utilisation de semences sélectionnées, présentent parfois des différences de coloration (récolte dans une même parcelle de bulbes blancs et de bulbes violets). On peut noter également, une absence d'homogénéité du calibrage et de la mauvaise tenue des tuniques etc. Dans de tels aspects, les bulbes sont certainement difficiles à vendre même si le violet de Galmi est réputé pour des critères plus spécifiques. Cependant, si la décoloration des bulbes est inévitable à cause de la dégénérescence, l'homogénéité du calibrage, et la tenue des tuniques sont liés aux techniques culturales y compris celles d'irrigation. Elles sont donc contrôlables et le sont d'avantage puisque adoptées par la plupart des producteurs, depuis les travaux de sélection de l'IRAT qui ont été accompagnés d'un paquet technologique portant aussi bien sur l'amélioration des techniques culturales que

³⁵ Indication Géographique Protégée.

sur l'étude des besoins en eau, dans le but de contrôler les critères de référence commerciale.

D'après nos enquêtes de terrain, si les techniques culturales et celles d'irrigation sont maîtrisées afin de contrôler les critères de référence commerciale, l'utilisation des semences sélectionnées n'a été que peu pratiquée depuis la création du violet de Galmi et cela pour plusieurs raisons :

Premièrement, depuis la création de l'IRAT 69 ou violet de Galmi issu de la recherche, la production des semences améliorées de cette nouvelle variété a toujours été l'œuvre de Technisem et de ses filiales à savoir : Tropicasem basé au Bénin, Mali, Cameroun et au Sénégal ; Agritropic basé au Nigeria ; Semivoire en Côte d'Ivoire et Nankosem au Burkina Faso.

Deuxièmement, le conditionnement en petit sachet de quelques grammes et en boîte de 500g fréquemment mis sur le marché par Technisem et ses filiales n'ont pas l'assentiment des producteurs à cause de leur besoin de plus en plus croissant en semences au vu des superficies emblavées. Aussi, le rapport qualité/prix n'est pas toujours à la portée du grand nombre des producteurs, depuis qu'a passé le temps de l'institutionnalisation des cultures de contre-saison où les semences sélectionnées conditionnées par Technisem étaient distribuées aux producteurs gratuitement ou à prix subventionnés.

Troisièmement, les producteurs nigériens perpétuent une longue tradition africaine qui consiste à produire eux-mêmes les semences afin de s'assurer d'une part, d'être en possession des semences souches traditionnellement cultivées, mais aussi de rester dans le secret de la qualité de leur pouvoir germinatif qui n'excède pas deux ans en général dans le cas de l'oignon, ce qui n'est possible que quand on les produit soi-même. D'autre part, c'est aussi le moyen le moins coûteux pour eux de se procurer des semences en quantité suffisante, et même de vendre le surplus à ceux qui viennent d'en manquer. Localement, la Tia36 de semence (1.8 kg) se vend en moyenne autour de 25 000 F CFA. Parfois, son prix monte jusqu'à 40 000 voire 50 000 F CFA.

Quatrièmement, l'Etat nigérien n'a trouvé de l'intérêt aux activités de la filière que très tardivement, car il aurait pu relancer le programme au début des années 1990 lors du démarrage du projet basse vallée de la Tarka afin de disposer des

³⁶ Unité de mesure locale

centres de multiplication de semences d'oignon à l'image des centres de multiplication des semences de céréale.

1- Stratégie de préservation et de pérennisation des semences de la ressource locale

Comme la qualité d'un oignon s'observe à partir de l'état des bulbes et de leurs différentes aptitudes, le processus de qualification débute à partir du choix de la variété ou plus précisément de l'écotype local susceptible de satisfaire la demande des consommateurs. Sachant que l'une des premières exigences de cette demande porte sur la coloration violette.

En effet, traditionnellement, la région de Tahoua regorge de plusieurs cultivars locaux de coloration violette, mais quatre d'entre eux sont plus couramment utilisés par les producteurs, il s'agit de cultivars connus sous les noms vernaculaires suivants : Tassa, Tawaraka, Kankaré et Zalbo. Les trois premiers constituent les cultivars les plus utilisés par les producteurs de la région, le quatrième est aujourd'hui de plus en plus abandonné à cause de sa faible valeur marchande et de sa faible aptitude à la conservation.

A partir de leur forme de bulbe, ces trois cultivars peuvent être regroupés en deux lots : le lot des bulbes de forme elliptique aplatie qui comprend les deux premiers à savoir Tassa et Tawaraka, et le lot des bulbes de forme oblongue qui caractérise le cultivar Kankaré ou littéralement « Tête de chien ». Si les cultivars Tassa et Tawaraka ne se distinguent que par la teinte de leur coloration, les producteurs d'oignon de la région de Tahoua les distinguent assez clairement et désignent le violet de Galmi par le cultivar Tassa de coloration plus foncée, alors que Tawaraka qui lui est très proche de par sa forme et sa coloration violet clair est rarement désigné sous cette appellation. Cette similitude de forme et de coloration, peut laisser penser à une disjonction par la couleur de la même variété, et supposer ainsi que Tawaraka est la forme dégénérée de Tassa. Mais aujourd'hui encore en milieu paysan, ces deux cultivars sont distinctement nommés par les producteurs et constituent le groupe d'oignon le plus recherché par les acheteurs étrangers.

Ce faisant, sur le plan de la valeur marchande, Tassa occupe le premier choix suivi de Tawaraka, puis de Kankaré. Mais il y a lieu de noter que les producteurs de Galmi et ceux de Madaoua se disputent l'antériorité de la culture du cultivar

« Tassa ». Chacun se réclame d'être l'ultime détenteur, au point que, chacun adjoint le nom de sa localité au cultivar, c'est ainsi qu'on entend parlé du « Tassa Galmi » et du « Tassa Madaoua », deux écotypes initialement distincts dont l'un est connu sous le nom du Violet de Galmi et l'autre sous le nom du violet de Madaoua. Aujourd'hui sur les marchés, ces deux écotypes n'en font qu'un, commercialisés sous l'appellation « Tassa » qui désigne le Violet de Galmi. Puisqu'en réalité avec la tendance à la spécialisation des villages de l'Ader dans la production des semences, les producteurs de Madaoua s'en procurent pour la plupart dans ses villages, dont les principaux sont : Tamaské, Guidan Iddar, Sabonga, Louhoudou et Nagaret.

D'après les pratiques les plus répandues dans la région de Tahoua, les producteurs d'oignon produisent eux-mêmes leurs semences dans une proportion de 70% des personnes enquêtées, alors que 26% affirment en acheter chez des producteurs connus et seulement 4% achète au marché du « tout venant³⁷ » avec l'aide d'un témoin. Cette pratique de prendre un témoin lors d'un achat du tout venant est récente, elle date des cinq dernières années suite à la recrudescence de vente de semence de mauvaise qualité ou de semence en provenance du Nigeria donnant des oignons de faible valeur marchande (les oignons rouges). Car dans la région, les oignons rouges ne trouvent preneurs qu'après les oignons violets, de ce fait produire des oignons rouges à la place d'oignons violets ou de semence au pouvoir germinatif altéré est un abus de confiance passible d'un jugement à la cour du chef de village en présence du témoin au premier degré ou à celle du chef de canton au second degré puis au palais de justice au cas où l'affaire ne serait pas réglée aux deux précédents niveaux.

Ces dispositions couramment prises par les producteurs à savoir produire eux-mêmes leurs semences ou les acheter chez des producteurs reconnus ou au marché du « tout venant » en présence d'un témoin, sont essentiellement opérées dans le souci de s'assurer de la qualité des semences d'abord, mais aussi de perpétuer la culture de la ressource du terroir, le violet de Galmi en préservant sa qualité à l'absence de toute accessibilité de semences améliorées.

Ainsi, une des étapes de la construction sociale de la qualité du violet de Galmi réside dans le souci des producteurs de préserver la ressource locale autant que possible. Puisqu'elle est la composante principale de motivation de la demande aussi bien intérieure qu'extérieure.

³⁷ Semences douteuses dont l'origine est peu connue.

Tableau N° 5 Les principaux cultivars locaux couramment utilisés

Cultivar	Couleur	Goût	Calibre	Cycle	Conservation
Tassa	violet	+++	moyen	130	3 à 6 mois
Taouraka	violet-clair	++	moyen	130	3 à 5 mois
Kankaré	violet	+	gros	140	3 à 4 mois

Source enquête de terrain

+++ Très piquant

++ Moyennement piquant

+ piquant.

Ces trois cultivars locaux couramment utilisés par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua donnent les bulbes les plus recherchés par les consommateurs à quelques différences près. Mais comme à partir des semences, il est difficile de distinguer les différents cultivars les uns des autres, tout producteur qui est amené à acheter ses semences est contraint de se fier à la bonne foi du vendeur, d'où le recours à l'achat chez des producteurs reconnus pour ne pas dire certifiés, et la prise d'un témoin en cas d'achat effectué au marché du tout venant.

L'oignon est une plante bisannuelle qui produit des bulbes en première année de culture et des graines l'année suivante à partir de bulbes mère ayant connus une période de repos de quelques mois. En l'absence de tout encadrement des producteurs de semence par la recherche ou insuffisamment par les services classiques d'agriculture ou par les projets de développement, les producteurs de la région de Tahoua produisent leur semence de la façon suivante :

A l'issue de la production des bulbes de la première année de culture, les producteurs de semence choisissent les bulbes mères à partir des critères suivants : coloration violette, la forme elliptique aplatie (Tassa), le calibre moyen à gros, l'état sanitaire et leur aptitude à la conservation qui inclus la fermeté et l'habillage des tuniques. Ces bulbes, qui sont généralement récoltés aux mois d'avril mai, après une mise en condition pour le stockage, qui consiste à un arrêt des irrigations une à deux semaines environ avant la récolte, suivi d'un séchage au soleil de 1 à 2 jours ; sont stockés dans des abris de conservation de type traditionnel ou « Roudou » pour un séjour de cinq à six mois, c'est à dire jusqu'au mois de septembre octobre.

Pendant leur stockage où ils rentrent en repos végétatif, les bulbes mères sont périodiquement surveillés tout au long de la durée de leur conservation afin

d'éliminer ceux qui connaissent un début de pourrissement ou de germination. Traditionnellement aucun produit de traitement n'est utilisé pendant le stockage.

Au sortir de l'hivernage c'est à dire au mois de septembre octobre, les bulbes mères destinés à la production des semences sont sortis des abris traditionnels, puis préparés de la façon suivante :

A l'issue d'un tri sélectif des bulbes en bon état après cette longue période de stockage et la préparation d'une pépinière, les producteurs de semences procèdent à une coupe transversale des bulbes choisis. La partie à planter est uniquement constituée des bases portant les racines de l'année d'avant, tandis que l'autre partie (supérieure) est destinée à la consommation directe ou séchée au soleil.

Cette pratique qui vise à couper transversalement le bulbe avant de le planter est du point de vue des producteurs de semences une technique traditionnelle, qui permettrait d'obtenir un maximum de plants mères de bonne vigueur, destinés à la transplantation. Or, il se trouve que ce point de vue est récusé par la recherche (ARRONDEL de HAYES, J.1985), qui préconise plutôt de planter le bulbe entier afin d'obtenir des plants mères plus vigoureux. En effet, le bulbe étant une accumulation de réserves nutritives, le planter en entier permettrait une mise à disposition de ses réserves aux nouvelles plantules qui en seront issues d'où leur bonne vigueur. Mais la logique des producteurs à travers cette pratique traditionnelle vise le nombre de plants produits plutôt que leur vigueur, car en procédant à cette coupe ils espèrent donner plus de possibilités au bulbe de produire des plants mères que lorsqu'il est resté entier et fermé.

Par la suite, les bulbes ainsi préparés sont plantés dans une pépinière d'où sortent au bout de 35 à 40 jours d'entretien régulier, des plants mères susceptibles d'être transplantés dans des parcelles prévues à la production des semences.

Ces plants mères repiqués donnent au bout de 3 à 4 mois des semences qui sont séchées, battues et conservées en vue d'une nouvelle production de bulbes d'oignon l'année suivante d'où le cycle bisannuel. Le pouvoir germinatif des graines d'oignon est généralement de deux ans, passé ce délai, il peut être fortement altéré, ce qui entraîne un surcoût aux producteurs à cause des quantités de plus en plus importantes qu'il faut utiliser pour réussir leur pépinière suite aux fontes de semis.

L'inconvénient technique le plus courant chez les producteurs est le manque d'isolement des parcelles de production de semences, ce qui a pour conséquence,

des croisements incontrôlés qui altèrent génétiquement les semences au vu de l'allogamie de l'oignon et de l'importance de la montaison de première année dans les champs de culture.

Comme les graines ont une maturité échelonnée, leur récolte se fait au fur et à mesure de celle-ci. Les inflorescences matures sont séchées au soleil, puis égrainées et vannées. Les graines ainsi obtenues sont conditionnées dans des tissus en coton puis stockées dans des endroits frais et sec. D'autres producteurs préfèrent conserver leurs semences en l'état sous forme de gerbe d'inflorescence qu'ils accrochent au plafond de leurs greniers ou de leur maison d'habitation. Les opérations d'égrainage et de vannage n'interviendront que peu avant les semis.

Les producteurs de semences reconnus ne mélangent jamais les graines issues d'une production de semence avec celles récoltées sur des pieds ayant fleuris en première année de culture, c'est à dire, issues d'une montaison précoce. La raison est que les graines issues d'une montaison précoce ont un faible pouvoir germinatif, cause des fontes de semis, de plus les plants auxquels elles donnent naissance sont généralement peu vigoureux.

Au marché du « tout venant », certains revendeurs de semences peuvent opérer ce mélange en vue de se faire malhonnêtement des bénéfices surtout en période de pénurie où la « Tia » de semences monte jusqu'à 50 000 FCFA. C'est en lutte contre cette pratique et pour être sûr d'avoir des semences d'oignon de la région de Tahoua (oignon violet) que les producteurs, comme nous l'avons évoqué plus haut, ont recours à la prise d'un témoin lors d'achat de semence sur ce type de marché.

Il y a lieu de noter que dans les bassins de production du violet de Galmi, subsistent quelques coopératives de producteurs de semences créées par les projets de développement tels que le PIK (Projet intégré de Keita) financé par la coopération italienne, la FAO et le Niger ; et le PBVT (Projet basse vallée de la Tarka) financé par l'Union Européenne, mais ces coopératives n'ont pas bien fonctionné. Ce que nous appelions les « producteurs reconnus » sont en fait les quelques producteurs issus de ces coopératives qui continuent leur activité de production de semence sans grande assistance de la recherche pour ce qui concerne le maintien de la pureté variétale. Comme ces grands projets sont au terme de leurs activités, les coopératives de producteurs de semence qu'ils ont créés ne portent statutairement que le nom.

Une évolution importante se s'opère depuis la mise en oeuvre de nouveaux projets de développement dans la région, l'ANPIP³⁸ et l'ASAPI³⁹. Elle se traduit par une redynamisation des organisations paysannes du fait de leur mode opératoire. En effet ces deux structures dans leur démarche ne travaillent qu'avec des groupements de producteurs, ce qui fait qu'en 2003, on a enregistré 985 groupements de producteurs créés dans le bassin de production de Galmi -Madaoua (dont 618 à Madaoua et 367 à Konni) dans le but d'obtenir des crédits pour développer la petite irrigation. Parmi ces nouveaux groupements de producteurs créés en quête de financement, bon nombre sont des groupements de producteurs de semences, ce qui laisse présager d'une amélioration future de l'activité de production de semence dans cette zone.

³⁸ Agence Nigérienne pour la Promotion de l'Irrigation Privée

³⁹ Appui à la Sécurité Alimentaire par la Petite Irrigation

Planche N°1 - Photos : Production de semence, de bulbe et structure de conservation.



Photo1 : la production de semence



Photo2 : la production d'oignon bulbe



Photo3 : structure traditionnelle de conservation des bulbes d'oignon (Roudou)

2-Construction de la qualité à travers les pratiques culturelles

Après cet effort de préservation du capital génétique de la ressource locale par la perpétuation de ses semences sans l'assistance de la recherche, les producteurs d'oignon de la région de Tahoua participent également à la construction de sa qualité à travers la mise en œuvre de leurs pratiques culturelles. En effet, dans la région de Tahoua, les producteurs d'oignon de consommation en bulbes frais ne font pas de semis direct. Ils procèdent toujours par la mise en place d'une pépinière avant de transplanter sur des parcelles de culture les plants issus de celle-ci.

Les semis en pépinière sont faits couramment à la volée, et les plants qui en seront issus doivent être suffisants pour emblaver les parcelles de culture prévues à cet effet. A ce niveau intervient une pratique qui a une incidence certaine sur la qualité du bulbe appréciée à partir de son calibre. En effet, lors du repiquage, en fonction des écartements prévus entre les plants, le producteur est à mesure de prévoir le calibre des bulbes qu'il souhaiterait mettre sur le marché. Or le calibre des bulbes est un des critères de choix des commerçants exportateurs qui doivent tenir compte des préoccupations liées au transport vu la distance entre les zones de production et celles de consommation potentielle.

Ainsi, le producteur qui laisserait un grand écartement entre les plants repiqués (15 à 20 cm) aurait l'intention de fournir le marché en bulbes de gros calibre (plus de 70 mm). A l'inverse, si l'écartement entre les plants repiqués est faible (10 cm) les bulbes qui en seront issus auront un calibre moyen (moins de 70 mm).

Or, ces bulbes de moyen calibre sont ceux qui sont recherchés par les commerçants-exportateurs par ce qu'ils se conservent mieux et se prêtent au transport de long courrier. De ce fait, un producteur soucieux d'écouler sa production, en présentant son produit sous le profil type recherché sur le marché, se doit de se soumettre à cette exigence, même si, elle lui demande plus de semence, plus d'intrants et de charge de travail.

En dépit de cette exigence, certains producteurs souvent limités par les moyens ou tout simplement qui veulent augmenter leurs rendements, font le choix de pratiquer des grands écartements entre les plants avec comme conséquence la production de gros bulbes qui passent au second choix des commerçants-exportateurs bien que le marché intérieur soit fortement demandeur d'oignon de ce calibre. Ce type de production est risqué quand la demande intérieure est faible ou saturée. En de telles circonstances, les producteurs de bulbes de gros calibre sont obligés de

brader leur production, puisque même écoulée, elle ne s'apprête pas au transport de long courrier à cause souvent de leur forte teneur en eau. Un séchage de plusieurs jours serait nécessaire avant leur exportation. Mais il y a lieu de noter que le calibre des bulbes ne dépend pas que de l'écartement entre les plants lors du repiquage, il dépend aussi de la nutrition azotée et de l'irrigation. C'est pourquoi, un oignon de gros calibre peut également être apte à la conservation si ces deux derniers facteurs sont bien contrôlés et maîtrisés. De l'avis des producteurs, les oignons qui se conservent longtemps doivent au départ être de gros calibre pour supporter les différents changements de tuniques qui se font de l'extérieur vers l'intérieur au fur et à mesure de leur endommagement.

En ce qui concerne la nutrition azotée, beaucoup de producteurs n'ont pas la maîtrise des doses à apporter. Ils apportent souvent beaucoup plus qu'il n'en faut ou pas assez. Rares sont les producteurs qui l'apportent à la bonne dose, ce qui résulte d'une insuffisance de l'encadrement et d'une non prise en compte de la richesse préalable des sols de vallée. De ce fait, comme les sols de vallée de la région de Tahoua sont naturellement riches, un apport de fumure à une dose normative jugée satisfaisante, peut s'avérer excessive additionnée à la richesse du sol. C'est pourquoi une analyse du sol est nécessaire afin de maîtriser les apports de la fumure minérale en général. Les oignons produits en condition de forte nutrition azotée perdent leur aptitude à la conservation, et commencent à noircir dès que les températures s'élèvent et se transforment en purée lors du transport de long courrier. C'est en général de ces types d'oignon dont les commerçants exportateurs ont peur, mais par précaution, ils mettent dans le même panier tous les oignons de gros calibre sous le prétexte qu'ils sont gorgés d'eau.

Pour améliorer l'aptitude à la conservation des oignons, les apports d'eau d'irrigation doivent être arrêtés quelques semaines (1 à 2) avant la récolte. Cela donne aux bulbes une bonne fermeté et une teneur en eau acceptable à la commercialisation. Les 2 à 3 jours de séchage au champ après la récolte permettent aux tuniques d'avoir une bonne tenue ce qui améliore leur présentation.

En ce qui concerne la montaison de première année qui abaisse la valeur marchande des bulbes qui en sont issus et qui est susceptible de causer des croisements incontrôlés qui altèrent la qualité des semences, les producteurs avisés les éliminent dès à leur apparition par une coupe des hampes florales sur les pieds ayant monté. Mais l'importance dans les champs de culture de cette montaison de première année dépend des campagnes de culture. D'après les producteurs, la

montaison de première année est surtout importante pendant la campagne qui a lieu au cours de la période froide. Elle se manifeste beaucoup moins au cours de la campagne qui suit, c'est à dire celle qui finit avant la saison des pluies.

De part ces pratiques, malgré leur insuffisance, il ressort que les producteurs d'oignons de la région de Tahoua, constituent le premier maillon de la construction sociale de la qualité du violet de Galmi. Et qu'à ce titre, ils mettent tout en œuvre pour que les consommateurs retrouvent la qualité recherchée au violet de Galmi à commencer par sa coloration violette, son goût piquant, son aptitude à épaissir les sauces et son aptitude à la conservation. Mais comme les producteurs ne constituent que le premier maillon de la chaîne de construction sociale de sa qualité, certaines améliorations sont apportées par les autres opérateurs de la filière.

B- Les garants de la qualité : les autres opérateurs de la filière

Les efforts fournis par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua pour assurer la qualité recherchée par les consommateurs sont complétés par ceux des autres opérateurs de la filière à savoir : les commerçants locaux, les commerçants exportateurs, les intermédiaires, et les transporteurs, chacun dans son espace d'activité.

Les commerçants locaux

Depuis la politique de libéralisation des échanges suivie du désengagement de l'Etat, certaines fonctions traditionnellement assurées jusque là par ce dernier ont été délaissées sans préparation préalable et sans transition. Certains opérateurs privés ont profité de l'opportunité créée par le retrait des services étatiques pour offrir tant bien que mal des services à l'agriculture notamment l'approvisionnement en intrants. Dans le secteur de la filière oignon, ce sont les commerçants locaux établis dans les zones de production qui jouent cette fonction. Ce rôle stratégique leur permet d'avoir un droit de regard sur les activités de certains petits producteurs démunis et de contrôler, par voie de conséquence, la qualité de l'oignon que ces derniers sont appelés à mettre sur le marché.

En effet, ces petits producteurs qui, dans la typologie des producteurs d'oignon élaborée par DAVID Olivier (1999), sont majoritaires puisqu'ils représentent 75% des producteurs, cultivent des superficies comprises entre 500 et 1000 m² avec des

revenus annuels de l'ordre de 200 000 FCFA. Au sortir de l'hivernage, ce groupe de petits producteurs n'a pas toujours les moyens d'assurer la culture d'oignon sans contracter des crédits pour acquérir les semences, les engrais et parfois les pesticides. Ils contractent ces crédits le plus souvent auprès des commerçants locaux. Ainsi, au vu de l'étroitesse des superficies emblavées (moins de 1000 m²) et du fait qu'ils n'exercent pas cette activité en tant que professionnels (une campagne par an), beaucoup d'entre eux au sortir de l'hivernage manquent de ressources suffisantes pour s'acheter des semences afin d'installer leur pépinière. Pour y arriver, ils contractent des prêts en nature ou en espèce dans la limite des services proposés allant des semences aux pesticides pour ainsi s'adonner à leur activité de saison sèche. Mais ce qu'on observe c'est que paradoxalement, le remboursement de ces emprunts se fait le plus souvent en nature. Autrement dit, si par exemple le producteur prend à crédit une « Tia » de semence à 25 000 FCFA et deux sacs d'engrais à 7500 f CFA l'unité, le montant de son emprunt s'élèvera à 40 000 FCFA, qu'il doit rembourser en oignon et non en espèce. Si à la récolte, le sac d'oignon est vendu à 4 000 FCFA, alors le producteur aura à rembourser son crédit en donnant 10 sacs d'oignon au commerçant. Ce dernier les conserve jusqu'à ce que les prix montent à un niveau acceptable pour les revendre. A travers cette pratique, les commerçants se font une plus value considérable sur le dos des producteurs les plus faibles.

De ce fait, on remarquera que la conservation de l'oignon est surtout l'œuvre des commerçants locaux et des grands producteurs. Les petits producteurs n'ont pas toujours cette opportunité à cause d'un besoin urgent de liquidités qui fait que dès qu'ils récoltent, ils sont obligés de vendre souvent à des moments où les prix sont les plus bas.

Malgré leur comportement d'usurier qui défavorise les petits producteurs, les commerçants locaux, contribuent d'une certaine manière à la l'élaboration de la qualité d'oignon recherchée par les consommateurs. Etant à l'interface entre les producteurs et les consommateurs, les commerçants locaux connaissent la qualité d'oignon que recherchent les acheteurs de tout horizon à commencer par le type d'oignon. Ainsi, sachant que les écotypes locaux nigériens sont préférés aux écotypes étrangers (notamment les écotypes rouges du Nigeria), les commerçants locaux s'approvisionnent en semences auprès des producteurs de semences reconnus de la région de Tahoua. C'est ainsi que les semences qu'ils donnent à crédit aux petits producteurs sont celles produites dans la région, par conséquent celles du violet de Galmi. De même, les engrais et les pesticides qu'ils donnent à crédit concourent également à l'amélioration de la qualité du violet de Galmi,

surtout que dans certaines parties des vallées, les sols sont sablonneux et nécessitent des apports conséquents de fumure minérale. A travers leurs activités commerciales, les commerçants locaux se positionnent comme les garants de la qualité, en ce sens qu'ils assurent aux petits producteurs d'oignon la continuité de la culture du violet de Galmi ou ses apparentés, faute de pouvoir les produire eux-mêmes à l'image des producteurs professionnels.

En contrôlant les petits producteurs, les commerçants locaux contrôlent ainsi indirectement 75% de la production, ce qui est considérable à tout point de vue.

Les commerçants exportateurs

Les commerçants exportateurs nationaux et étrangers participent également à la construction sociale de la qualité du violet de Galmi par le choix des bulbes d'oignon en fonction des critères de référence commerciale. En effet, comme les semences utilisées ne sont pas pour la plupart des semences améliorées et certifiées, à la récolte, il n'est pas surprenant de trouver dans une même parcelle, des bulbes de couleur et de calibre différent. Cette hétérogénéité qui caractérise les oignons mis sur le marché en vrac par les producteurs doit faire l'objet d'un tri sélectif en vue d'homogénéiser les bulbes en fonction de leur couleur et de leur calibre. Ce travail de tri et d'allotement est assuré par les acheteurs eux-mêmes, en prélude aux opérations d'achat. Ainsi, une fois que la récolte est effective, les producteurs assurent le transport des oignons jusqu'aux points de vente des différents centres de commercialisation communément appelés « gares » où les attendent les acheteurs accompagnés de leurs intermédiaires. En période de pénurie, c'est le mouvement inverse qui se produit, les acheteurs vont à la rencontre des producteurs jusque dans les champs de production.

Les prix de vente, évoluant en fonction de la demande, sont généralement connus au niveau de chaque point de vente. Mais les opérations d'achat ne commencent qu'après la séparation des bulbes en fonction de leur couleur, de leur calibre et de leur état sanitaire.

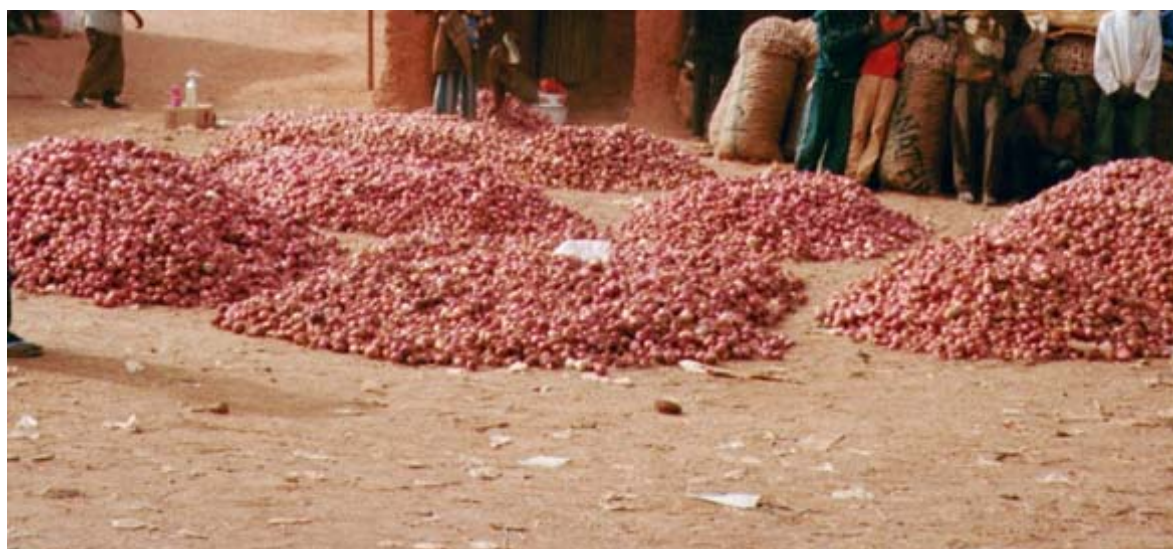
Comme les consommateurs de la plupart des pays côtiers recherchent le violet de Galmi, alors, les acheteurs éliminent tous les bulbes de couleur blanche, des lots de bulbes de coloration violette ou violet clair dans un premier temps. Puis dans un deuxième temps, ils procèdent à l'élimination des bulbes blessés et ceux de très petite taille. A ce stade de tri, en fonction des destinations, le remplissage des sacs peut commencer. Pour les acheteurs désirant les calibres moyens, ils peuvent continuer le tri en séparant les gros bulbes des moyens etc. En définitive, chaque acheteur essaie de choisir la qualité d'oignon qui convient à sa clientèle.

De ce fait, en fonction des cinq réseaux de commercialisation, chaque réseau se porte garant de la qualité d'oignon recherchée par ses consommateurs.

Planche 2 : Tri et allotement des oignons en fonction de la couleur, du calibre et de l'état sanitaire



Allotement : tri des oignons par la couleur, séparation des oignons blancs des lots d'oignon violet. (Photo 1)



Allotement : tri des oignons en fonction de la couleur et du calibre (Photo 2)

Les intermédiaires

Dans les zones de production d'oignon de la région de Tahoua, les intermédiaires se présentent comme des facilitateurs des opérations d'achat ou de vente d'oignon. Ils travaillent à la tâche et en sont rémunérés. Ils sont à l'interface entre les acheteurs et les producteurs pour la plupart, mais aussi entre les acheteurs et les transporteurs pour certains d'entre eux. Cela laisse supposer qu'ils sont de deux types bien différenciés par leur hiérarchie. En effet, au niveau de Galmi, qui est le plus grand centre de commercialisation ou du moins le plus influent, chaque réseau a ses correspondants locaux qui sont de fait, les intermédiaires en chef, qui s'occupent de l'accueil, de l'hébergement et des opérations d'achat. Ce sont ces intermédiaires en chef ou responsables des opérations qui s'occupent souvent de la préparation du transport au cas où leurs hôtes, les acheteurs étrangers, le leur délégueraient.

Par ailleurs, chaque intermédiaire en chef dispose de plusieurs dépendants qui constituent le contingent des intermédiaires qui accompagnent les acheteurs sur le terrain. Il se trouve que ce groupe d'intermédiaires peut se voir confier certaines opérations à savoir : l'achat des sacs vides ou des chapeaux (Tchali) pour le conditionnement des oignons en sac.

La contribution de ce maillon de la filière dans la construction sociale de la qualité du Violet de Galmi réside d'une part dans leur connaissance du terrain, mais aussi d'autre part dans leur rôle de courroie de transmission de l'information sur les marchés comprenant, la disponibilité de l'oignon, sa qualité et son prix. Ainsi, en accompagnant les acheteurs sur le terrain, ils sont amenés à les orienter vers les points de vente où ils sont susceptibles de trouver des oignons correspondants à la qualité recherchée. Ils constituent ainsi, le maillon prépondérant du système traditionnel d'information sur les marchés. Ils sont à la fois, collecteurs et diffuseurs d'information sur l'ensemble des marchés de la zone d'influence du centre de commercialisation de Galmi qui couvre toutes les zones de production de la région de Tahoua. Leurs chefs jouent le rôle de conseil aux acheteurs étrangers.

Les camionneurs

L'oignon étant un produit hautement périssable, son transport des zones de production vers les zones de consommation doit se faire dans les meilleurs délais en vue de préserver sa qualité. Autrement tous les efforts fournis en amont, par les précédents opérateurs de la filière allant des producteurs aux exportateurs, seraient voués à l'échec.

La distance à parcourir entre les zones de production et les zones de consommation des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest varie entre 1500 à 2500 Km en fonction des destinations. La contribution des camionneurs au maintien de la qualité du violet de Galmi réside dans leur aptitude à effectuer ces longs déplacements dans les meilleurs délais afin que la cargaison arrive à destination avec le minimum de perte possible. Cet effort de livraison dans les meilleurs délais recherché chez les camionneurs est une course contre la montre, dépendante de la capacité de ces derniers à surmonter les obstacles divers qui jonchent la route à savoir : les postes de contrôle, les pannes du camion, et l'insécurité liée à la rébellion dans le Nord de la Côte d'Ivoire.

En effet, après le chargement, les camions font halte au bureau des douanes le plus proche (Galmi, Madaoua ou Konni) afin de s'acquitter du paiement des droits à l'exportation qui sont de 650 FCFA par sac d'oignon chargé dans le camion. Cette formalité est suivie d'une autre qui consiste à l'établissement d'un certificat de contrôle phytosanitaire au poste frontalier de l'itinéraire choisit (à Gaya pour les camions qui vont au Bénin ou au Togo ; à Torodi pour ceux qui vont au Ghana ou en Côte d'Ivoire). Munis de tous ces documents officiels auxquels s'ajoutent les droits de transit des pays tiers, les camionneurs sont contraints de payer des faux frais à chaque poste de contrôle des douanes, de la gendarmerie ou de la police, tout au long du trajet.

Pour amoindrir ces faux frais perçus en sus des frais officiels de tous les pays traversés, le camionneur se doit d'être un bon négociateur. Il se trouve que ces faux frais payés sur chaque camion et à chaque poste de contrôle sont arrêtés comme suit : 5 000 F CFA par poste de douanes au Niger à l'exception des postes de Yaya, de Gaya, de Niamey et de Torodi où les faux frais sont de l'ordre de 10 000 FCFA. Ce montant informellement arrêté à 5 000 FCFA par poste de contrôle de douanes à l'intérieur du Niger est doublé dès à la sortie du pays jusqu'à destination puisqu'il s'agit des exportations nigériennes. Dans les autres pays traversés, ces faux frais sont accompagnés d'un colis d'oignon distribué à chaque poste de contrôle (cas au Burkina).

D'après les exportateurs, ces faux frais sont payés à chaque poste de contrôle pour éviter la menace de déchargement du camion en vue de vérifier la déclaration en douanes par le recomptage des sacs. Ainsi disent-ils qu'à chaque poste de contrôle, les douaniers menacent de faire décharger le camion, ce qui prendra du temps et exposera la cargaison à une avarie certaine qu'il faut éviter à tout prix.

Pour la gendarmerie et la police ces faux frais sont de l'ordre de 1000 FCFA par postes de contrôle au Niger puis 2 à 3000 FCFA dans les autres pays traversés. Vu le nombre de poste, un camionneur peut dépenser de 200 000 à 350 000 FCFA de faux frais. Mais à certains postes de contrôles, les forces de l'ordre exigent des montants plus importants que ceux informellement arrêtés entre eux et les camionneurs. C'est au niveau de tels postes que le camionneur doit user de son talent de négociateur afin d'éviter que le camion soit bloqué pour un long moment ce qui causerait des dommages certains à la cargaison.

Les mauvais jours où les camionneurs peuvent trouver plus de postes de contrôle sur le trajet que d'habitude ou sont plus fortement amendés par les agents des forces de l'ordre, ils sont obligés d'emprunter de l'argent chez des correspondants locaux afin d'arriver à poursuivre leur route. Cet esprit de débrouillardise est recherché chez les camionneurs afin d'éviter les pertes de temps dommageables à la cargaison. Il faut noter que le montant pour couvrir les faux frais est remis au camionneur depuis le départ par le ou les exportateurs ayant affrété le camion. Il est estimé à environ 1000 F CFA le sac d'oignon, alors que le chargement d'un camion est estimé à 350 sacs.

Les camions utilisés, dans le transport de l'oignon entre le Niger et ses voisins, sont pour la plupart des vieux camions arrivés en fin de carrière en Europe. Cette raison peut être à l'origine du désintéressement que cherchent les gendarmes et les policiers lors du trajet puisque techniquement bon nombre de ces camions ne sont pas aux normes. Il arrive qu'ils tombent fréquemment en panne lors du parcours, ce qui est susceptible de causer des pertes énormes pouvant fortement avarier la qualité de l'oignon. Mais là encore, la capacité du camionneur à trouver une solution rapide est souhaitée. Aujourd'hui le développement des moyens de communication est tel que, un camion de remplacement peut être affrété en cas de panne grave, si les exportateurs ont été avisés à temps.

De même, depuis l'éclatement de la crise ivoirienne, les camionneurs qui prennent le risque d'approvisionner Abidjan en traversant la zone rebelle sont rares, Ils sont obligés de faire le détour par le Ghana, ce qui rallonge considérablement les délais de livraison.

C- Logiques de la qualité selon les différents opérateurs de la filière

La qualité de l'oignon de la région de Tahoua est différemment perçue par les principaux opérateurs de la filière. Chacun l'apprécie à sa manière, et se la représente en fonction de ses propres intérêts, et des logiques qui sous tendent son activité au sein de la filière.

Mais en dépit de cette divergence d'intérêts, souvent contradictoires, le violet de Galmi finit toujours par parvenir aux consommateurs avec un optimum de qualité requise.

Ainsi, si les producteurs d'oignon de la région de Tahoua, garants de la pérennité de la culture du violet de Galmi se représentent sa qualité du fait de sa coloration, son goût piquant et son aptitude à la conservation ; leurs intérêts économiques les poussent souvent à produire des oignons de gros calibre qui permettent de remplir facilement les sacs preuve d'une amélioration des rendements. Or cette pratique va à l'évidence à l'encontre des intérêts des commerçants exportateurs. Ces derniers eux-mêmes garants des critères de référence commerciale du violet de Galmi prennent en compte dans leurs logiques, des préoccupations liées au transport qui font qu'ils choisissent en priorité des bulbes de calibre moyen, qui s'adaptent au transport de long courrier au détriment des bulbes de gros calibre issus de la logique productiviste des producteurs.

A l'inverse, ces bulbes de gros calibre qui passent au second choix des commerçants exportateurs se trouvent activement recherchés sur les marchés intérieurs du Niger, notamment à Niamey la capitale où ils trouvent l'assentiment des consommateurs particulièrement les ménagères, les restaurateurs et les bouchers-grilleurs de viande « Maïnama ».

Hormis les préoccupations liées au transport et la baisse de leur aptitude à la conservation, les bulbes de gros calibre trouvent également l'assentiment des consommateurs fortunés des pays côtiers. Mais en cas de pénurie, ils s'adaptent moins à la vente en détail par laquelle, ils sont souvent découpés en petits morceaux pour mieux être à la portée des consommateurs les moins fortunés. Pour éviter d'être contraint à cette pratique, les détaillants de l'oignon préfèrent eux aussi les bulbes de moyen calibre accessible à tous.

Conclusion du chapitre :

Bien que réputé pour des critères spécifiques, la commercialisation du violet de Galmi n'échappe pas au respect des critères de référence commerciale. Pour s'y conformer, tous les opérateurs de la filière d'amont en aval se mobilisent, depuis le choix des semences effectué sur la base de la coloration et de son affiliation jusqu'au conditionnement effectué sur la base de tri et d'allotement. Ainsi, le mécanisme mis en œuvre pour compenser la non utilisation de semences sélectionnées s'apparente à une construction sociale de la qualité. Son niveau de perfection pouvait être une des raisons pour lesquelles bon nombre des consommateurs ne se sont jamais doutés de la dégénérescence du violet de Galmi, ou mieux encore, qu'il soit resté un écotype local.

Conclusion de la deuxième partie

A la lumière de la faible utilisation par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua, des semences améliorées et commercialisées par Technisem, depuis la fin de leur distribution gratuite ou à prix subventionnés, nous pouvons dire que la qualité reconnue au violet de Galmi repose sur sa réputation. Celle-ci résulte à la fois des caractéristiques génétiques de la plante, des spécificités du terroir de production, et de la construction sociale opérée en vue de retrouver les critères de référence commerciale.

S'il est préféré et recherché par les consommateurs, c'est que, le violet de Galmi jouit d'un label inavoué au sein même de la filière qui le différencie de ses propres congénères⁴⁰. Ce dernier fait référence à son village d'origine « Galmi » qui est pour les exportateurs étrangers, le premier signe de qualité sur lequel ils se trompent rarement. En effet dans les pays côtiers, selon la provenance géographique de l'oignon, on distingue trois niveaux de qualité énumérés dans un ordre décroissant : un niveau de qualité qui fait référence au pays de provenance « oignon du Niger », un niveau se référant à la région ou la zone de production « oignon de Tahoua » et un autre qui fait référence au village de Galmi « oignon de Galmi ». Chacun de ces niveaux précise le degré de qualité de l'oignon pour les consommateurs des pays côtiers.

La qualité ainsi reconnue au violet de Galmi a inéluctablement contribué à la conquête des parts de marché de la plupart des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest. De ce fait elle est un facteur intégrateur du développement de la filière oignon du Niger. Il en résulte que la qualification d'une ressource locale contribue efficacement à sa valorisation.

⁴⁰ Référence faite aux oignons des autres régions du Niger, particulièrement ceux de l'Ouest du pays.

Troisième partie - De l'ouverture des débouchés commerciaux à la généralisation de la culture du violet de Galmi : l'arène des mutations agraires et économiques

Après avoir mis en exergue les différents facteurs intégrateurs qui ont concouru au développement de la filière notamment, l'innovation technique et son parachèvement par Technisem, la dévaluation du franc CFA, et la réputation du produit ; dans cette partie, notre questionnement est de savoir si le développement de la filière a été un véritable changement économique, moteur principal du changement social. Pour ce faire, notre démarche consistera à déterminer dans un premier temps, les différentes stratégies et politiques mises en œuvre pour augmenter à la fois l'offre et la demande du produit ; puis dans un deuxième temps, d'évaluer les retombées économiques à travers l'estimation des revenus des producteurs et l'identification de leurs domaines de redistribution.

Cela revient à analyser et à mettre en relation deux types de facteurs tout aussi intégrateurs du développement de la filière à savoir : les facteurs endogènes et les facteurs exogènes. Par facteurs endogènes nous entendons les facteurs sur lesquels est fondée la dynamique territoriale à savoir : le commerce, la pratique du maraîchage et l'émigration pour montrer qu'ils ont contribué aux transformations économiques. Cela nous amènera à montrer par exemple, le rôle de ces facteurs dans la constitution des réseaux marchands par les migrants ressortissants de la région. Par facteurs exogènes nous entendons les facteurs qui ont favorisé la généralisation de la culture d'oignon, notamment, les différentes politiques d'extension des zones de culture, les changements dans les règles d'accès à la terre, les transformations des systèmes de culture et de production, etc. Enfin, nous analyserons, l'organisation de la commercialisation afin d'en dégager les principales contraintes, notamment celles liées à l'organisation des producteurs.

Chapitre 5 - Le développement de la culture d'oignon dans la région de Tahoua : les facteurs explicatifs

Si l'ouverture des débouchés commerciaux dans les pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest suppose une augmentation de la demande du produit, alors la question est de savoir quels sont les mécanismes mis en œuvre pour la satisfaire. Pour augmenter les capacités de production, plusieurs choix sont possibles : soit on procède par une augmentation des superficies et du nombre de producteurs en système extensif ; soit par une augmentation des rendements en système intensif à travers l'amélioration des techniques de production ou l'introduction de nouvelles innovations en matière d'irrigation, etc. - soit un mélange des deux. Face à ces possibilités, quels sont les choix opérés pour augmenter la capacité de production de la première région productrice du Niger afin que l'offre puisse suivre la demande ? L'objet de ce chapitre est de répondre à cette question, sachant que les différentes mutations intervenues par lesquelles on peut parler de développement de la culture d'oignon seront mises en exergue.

A- Le violet de Galmi dans sa zone d'origine (la vallée de la Maggia et de la Tarka)

La région de Tahoua est un vaste territoire d'une superficie de 106 677 km² situé au centre du Niger entre les parallèles 13° 42' et 18° 30' latitudes Nord et les méridiens 3° 53' et 6° 42' longitudes Est. Il représente 8,4 % du territoire national. Son économie est basée sur la production animale dans sa partie septentrionale qui couvre les 2/3 de sa superficie, tandis que sa partie méridionale a une économie basée sur le vivrier marchand comprenant à la fois les cultures céréalières (mil, sorgho, niébé, arachide) les cultures de rente (le coton) et les cultures maraîchères principalement dominées par l'oignon.

Administrativement, la région de Tahoua est constituée de 8 arrondissements qui ont été érigés en départements depuis 2003, suite au processus de décentralisation engagé dans le pays. Sur ces 8 départements, 6 sont des producteurs potentiels du violet de Galmi, du fait qu'ils se partagent les 4 principales vallées dans lesquelles se pratique sa culture.

Quant on parle du violet de Galmi aux producteurs de la Maggia, ces derniers le nomment « Tassa » en vertu de cette distinction par la forme aplatie du bulbe. Quant on en parle aux producteurs hors Maggia de la région de Tahoua ou des

autres régions du Niger, la terminologie utilisée est « El Galmi ». Ces deux expressions désignent le même écotype et sont littéralement traduites en Français par : « Violet de Galmi ».

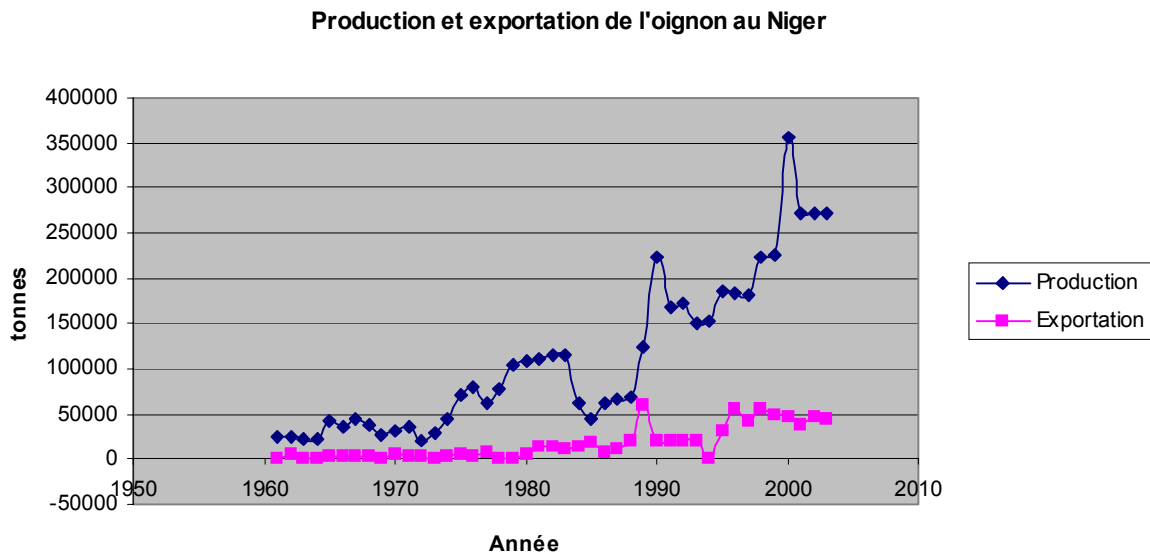
La culture du violet de Galmi est restée une activité principalement limitée à cette région. Le constat que l'on peut faire est que les autres régions du Niger notamment celle de l'Ouest et de l'Est, continuent à leur tour de cultiver majoritairement leurs cultivars locaux malgré l'avantage comparatif que présente l'adoption du violet de Galmi sur le plan marchand.

Certes, il ne manque pas de producteurs isolés ou de groupe de petits maraîchers qui le cultive çà et là dans les autres régions du pays au gré des disponibilités et des opportunités offertes par certains projets de développement de la place, mais jusqu'à l'entrée de la région d'Agadez dans la culture d'oignon au milieu des années 1990, une production significative et spontanée de cette variété est essentiellement observée dans la région de Tahoua. Pour mesurer l'importance de la production d'oignon dans cette région, il convient de comparer ses données à celles du Niger.

1- Analyse critique des données sur la production et les exportations de l'oignon au Niger

L'oignon fait partie des cultures vivrières irriguées qui dans le cas du Niger se positionne comme un exemple illustratif du vivrier marchand dans le sens de la définition donnée par Jean-louis Chaléard (1996). L'importance de sa production le place en tête des cultures maraîchères d'exportation. Mais bien qu'il soit une culture longtemps introduite dans l'espace nigérien, les données statistiques le concernant ne sont prises en compte et disponibles au niveau de la FAO qu'après l'indépendance du Niger, comme l'illustre le graphique suivant :

Figure 11 Graphique sur la production et les exportations de l'oignon



Source FAO : Données sur l'oignon sec au Niger.

L'analyse et l'interprétation du graphique nous permet de distinguer trois phases importantes de la production : une phase primaire en dent de scie, qui va du lendemain de l'indépendance du Niger à la création des nouvelles variétés en 1975. Elle est caractérisée par la continuité d'une production d'oignon vestige de la longue tradition maraîchère des principales zones de production. On notera qu'au cours de cette phase où les oignons nigériens étaient peu connus, la production n'a guère dépassé la barre des 45 000 tonnes. Mais au cours de cette phase, il sera décidé de la construction de plusieurs aménagements hydro-agricoles dans la vallée de la Maggia afin d'améliorer la sécurité alimentaire des populations en réponse à la sécheresse des années 70.

Une phase transitoire, qui va de la création des nouvelles variétés en 1975 à la création de Technisem en 1985. Cette phase de transition correspond à la sortie de l'anonymat des oignons du Niger qui commencent à se faire connaître dans la sous région. La production, qui va bénéficier des investissements réalisés au cours de la phase précédente, va dépasser pour la première fois la barre des 100 000 tonnes en 1979. La troisième phase marquée par la croissance de la production a également

bénéficié des avantages de la phase précédente. Elle va de l'institutionnalisation de la politique de culture de contre saison en réponse à la sécheresse de 1984 à nos jours. Au cours de cette phase vont se produire deux événements majeurs qui vont accélérer cette croissance, à savoir : l'achèvement de la constitution du réseau marchand nigérien approvisionnant la Côte d'Ivoire principal pays importateur des oignons du Niger, et la dévaluation du franc CFA en 1994 rendant les produits sous régionaux plus compétitifs que ceux importés. Ce faisant, la production n'a cessé de croître jusqu'à dépasser la barre de 350 000 tonnes par an dès l'an 2000.

Si on s'en tient à l'analyse des données statistiques, on remarquera que le flux des exportations ne dépasse guère le cinquième voire le septième de la production nationale. La différence représente t-elle la part de la consommation intérieure ?

Au Niger, peu avant la dévaluation du franc CFA en 1994, une enquête a été commanditée afin de déterminer la consommation d'oignon par individu aussi bien en milieu urbain qu'en milieu rural. D'après cette enquête, il ressort que la consommation intérieure est estimée à 1.1 kg/ an et par individu en milieu rural, et de 3.3 kg/ an et par individu en milieu urbain. Sur la base de ces données, la consommation intérieure globale d'oignon au Niger à cette époque a été estimée à 17 000 tonnes en fonction de la population totale. En prenant cette année 1994 comme année de référence, on notera, que la production était de 152 000 tonnes, alors que les exportations officielles étaient de 1323 tonnes et la consommation intérieure de 17 000 tonnes. Il ressort après calcul, que 133 877 tonnes restent injustifiées, car ne relevant ni de la consommation intérieure, ni des exportations. Ainsi, se pose un problème qui, au-delà de la réserve qu'on peut émettre sur la fiabilité des données, traduit des relations informelles, entre opérateurs de la filière et les agents des services compétents de l'Etat, basées sur la corruption à travers des sous déclarations en douanes ou des compléments de chargement par rajout après déclaration en douanes. Dans la suite de ce travail, nous utiliserons ces données officielles pas pour ce qu'elles sont, mais pour expliquer ce qu'elles dissimulent.

En effet, les sous déclarations en douanes sont « monnaie courante » et expliquent en partie ce discrédit qui affecte les données sur l'exportation. Aussi, les échanges entre le Niger et son grand voisin le Nigeria manquent de lisibilité du fait, d'une part, de la perméabilité de la frontière longue de plus de 1500 Km et d'autre part, des pratiques de corruption. En effet, la longue frontière commune est très poreuse à cause de la multiplicité des voies de fraude, ce qui affecte la réalité des

échanges. De ce fait, il y a toujours un décalage entre les données officielles enregistrées et la réalité des échanges.

A propos des sous déclarations en douanes, un commerçant exportateur nous déclare « Pour supporter les faux frais tout au long du trajet, nous déclarons 250 sacs lorsque nous en chargeons 350. Comme cela, les droits à l'exportation des 100 sacs sous déclarés qui s'élèvent à 65 000 F CFA nous permettront de désintéresser au moins 6 postes importants de douanes au cours du voyage».

Cette pratique assez courante porte un préjudice certain à la fiabilité des chiffres concernant les exportations. Au regard de l'importance du trafic des camions remorques des zones de production vers les pays côtiers ou limitrophes en période des récoltes, un observateur basé à Tsernaoua (carrefour entre les deux pôles de production) n'aura pas de mal à contester les chiffres officiels contenus dans le tableau suivant :

Tableau N° 6 : Evolution des exportations officielles du Niger par destination de 1992 à 1995 (en tonnes)

Destination	1992	1993	1994*	1995
Bénin	1686	3588.96	3082.44	5949.16
B. Faso	824	468.7	581.3	1237.48
R C I	12986	1506.6	15978.5	20888.6
Ghana	2918	6106.44	7586.04	11672.76
Mali	-	53	37.2	265.2
Nigeria	108	-	35.5	33.4
Togo	1787	148.12	253.16	56
Total exp	20309	25971.82	27554.14*	40102.6

Sources: Services des douanes de Konni, Gaya, Torodi/96 (Tiré de “ Etude du marché de l'oignon au Niger: cas de Madaoua”)

En fonction de l'importance du trafic des camions dont les chargements sont de l'ordre de 350 à 400 sacs de 100 à 120 kg en moyenne soit 35 à 48 tonnes, notre observateur basé à Tsernaoua sera étonné à la lecture de ces données. En 1994 par exemple, les exportations officielles en direction du Nigeria ne font même pas le chargement ordinaire d'un camion en période de récolte (35.5 tonnes). Il en est de même pour l'année 1995, alors qu'en 1993, aucune tonne n'a été officiellement enregistrée en direction de ce pays. Aussi, il existe une différence importante entre les données de la FAO et celles officielles du Niger pour l'année 1994 (*). Tandis que les premières font état de 1323 tonnes d'oignon sec exporté, les secondes affichent 27554.14 tonnes. Il serait étonnant que la différence soit la part des oignons frais qui, au Niger selon les habitudes, ne peut représenter 26 231.14 tonnes.

Entre ces deux sources de données qui doivent normalement être concordantes, le lecteur doit se faire juste une opinion d'un commerce libre, où la réalité des données se trouve à la fois dans la poche du producteur et l'assiette du consommateur, tout le reste n'est que spéculation qui ne profite qu'aux acteurs situés entre ces deux bouts de chaîne (producteur et consommateur). Si les données relatives aux exportations sont sujettes à caution à cause des intérêts que chacun des acteurs de la filière tient à protéger, celles relatives à la production ne sont pas soumises au même enjeu. C'est pourquoi elles sont à même de faire ressortir toute l'importance de cette activité dans un ordre de grandeur proche de la réalité. Ainsi, dans la région de Tahoua, l'importance de la culture d'oignon se mesure à celle de sa production. Celle-ci est estimée à un peu moins de 80% de la production nationale comme l'illustre le tableau suivant :

Tableau N° 7 Superficies et productions comparées du Niger et de Tahoua de 1990 à 1995

Année	Superficies			Production		
	Niger	Tahoua	%	Niger	Tahoua	%
1990	5939	5006	83.6	169100	146120	86.4
1991	5858	4326	73.8	173500	127440	73.4
1992	5433	4468	82.2	127500	91541	71.8
1993	4745	3997	84.2	152200	133410	87.6
1994	5627	3314	58.9	185700	134760	72.5
1995	5425	3429	63.2	184613	134768	73.0
Moyenne	5512	4089	74.2	165435	128094	77.5

Source : Service des statistiques agricoles/ Direction de l'agriculture (tiré de filière oignon diagnostique et proposition de programme d'intervention, 1999)

Ce tableau fait ressortir à la fois, l'importance de la production et des superficies emblavées en oignon de la région de Tahoua comparée à celles du pays. Il en résulte en moyenne que 74.2% des superficies totales d'oignon du pays sont dans la région de Tahoua, ce qui la classe au rang de la première région productrice du Niger avec 77.5% de la production nationale. Comme indiqué par les données, la production nationale d'oignon est essentiellement composée de cultivars locaux à forte dominance de la Maggia toute coloration confondue (oignon violet et blanc). La part dans la filière des autres régions productrices d'oignon du Niger n'est arithmétiquement que de l'ordre de 22.5%.

Il y a lieu de noter que la production de la région d'Agadez est composée en majorité de cultivars d'oignon de la Maggia. Mais, cette région n'est devenue productrice d'oignon que depuis les accords de paix signés entre la rébellion touareg et le gouvernement nigérien en 1995. De même, la région de Maradi

produit des semences d'oignon originaires de la Maggia, qu'elle écoule principalement dans le bassin de production de Madaoua. Depuis le développement de la culture d'oignon dans la basse vallée de la Tarka à Madaoua, la région de Maradi est en voie de se spécialiser en « fournisseur » de semences originaires de la Maggia. Cependant, elle continue d'assurer la production en bulbe de ses propres cultivars locaux à savoir : le rouge Tarna, le violet et le blancs de Soumarana. Aujourd'hui, les cultivars d'oignon originaires de la Maggia représentent près de 90% de la filière oignon du Niger. Le reste constitue la part des régions du fleuve Dosso et Tillabéry pour l'essentiel. Les productions des régions de Diffa et Zinder sont destinées en général à la satisfaction des besoins locaux.

2- Importance de la culture d'oignon dans le système des cultures maraîchères de la région de Tahoua

Le climat de type sahélien continental impose aux pays du Sahel en général des activités agricoles assez différenciées en fonction des saisons. Aux cultures céréalières généralement sous pluie succèdent les cultures maraîchères de saison sèche. Cette organisation des activités agricoles autour des deux principales saisons est sous-tendue par une logique paysanne qui fait que les cultures constituant la base de l'alimentation (mil, sorgho, niébé, arachide etc.) sont produites pendant la saison des pluies qui dure en moyenne cinq mois (mai, septembre). Les autres cultures maraîchères en général sont produites pendant la saison sèche qui dure en moyenne 7 mois (octobre, avril). Si la comparaison entre la production d'oignon de la région de Tahoua et celle du Niger fait apparaître que 80% de la production vient de cette région, il convient alors de se demander, la place qu'occupe l'oignon dans le système maraîcher de la région de Tahoua ?

Si les cultures céréalières ont pour fonction d'assurer la survie des populations au cours de l'année, les cultures maraîchères ont une fonction de diversification alimentaire et d'alimentation de la trésorerie familiale. Ainsi, chaque ménage en fonction de ses moyens de production (terre, travail, capital) s'attelle à produire ses moyens de subsistance au moment de la saison d'hivernage. A l'issue de celle-ci, les stocks de mil, sorgho et niébé sont constitués et la vente de l'arachide et/ou du surplus du niébé en partie ou en totalité assurera la trésorerie de départ qui permettra à la famille de faire face à ses besoins de liquidité. Cette trésorerie de

départ doit être alimentée tout au long de l'année par les autres activités agricoles telles que l'élevage, le maraîchage ou des activités extra agricoles.

Ce schéma synthétique et simplifié correspond au mode de vie des populations rurales nigériennes. Lorsque l'alimentation de la trésorerie familiale se fera à partir de la vente des stocks de céréales (mil, sorgho), après épuisement des autres moyens de trésorerie alors les familles s'exposeront à une insécurité alimentaire du fait de la rigidité des habitudes alimentaires inféodées à la consommation du mil et du sorgho en milieu rural.

Face au spectre d'une insécurité alimentaire récurrente, les cultures maraîchères de contre saison se présentent pour l'ensemble des populations rurales nigériennes comme une stratégie alternative susceptible de renforcer la base de l'alimentation par la diversification des cultures. Elles assurent aussi une trésorerie familiale stable tout au long de l'année en fonction de leur importance. Mais l'importance de la culture d'oignon dans la région de Tahoua ne veut pas dire qu'elle est la seule culture maraîchère qui vaille. Elle est dominante certes, mais d'autres cultures existent comme la tomate, la laitue, le chou, la patate douce, la pomme de terre etc. Cependant, si le système des cultures maraîchères est assez diversifié dans certaines zones, notamment celles des vallées de Keita et de Badaguichiri, dans les vallées de la Maggia et de la Tarka, pour cause de professionnalisation des producteurs, il s'apparente à une monoculture d'oignon, tant sa domination est importante à cause des surfaces de plus en plus étendues qui lui sont consacrées.

En général, le grand nombre des agriculteurs de la région de Tahoua au sortir de la saison d'hivernage adoptent la stratégie suivante : constitution de la trésorerie familiale à partir de la vente échelonnée d'arachide ou du surplus de niébé, puis mise en place des cultures maraîchères à cycle court (inférieur à celui de l'oignon), puis mise en place de l'oignon en fonction du calendrier de mise en marché souhaité correspondant à la première campagne (octobre janvier) ou à la deuxième (janvier- avril). Sachant que, les cultures maraîchères à cycle court prendront le relais d'alimentation de la trésorerie avant l'oignon qui a un cycle relativement long. Ce schéma relève du cadre général observé en milieu rural nigérien, il est très flexible en fonction des objectifs des agriculteurs, chacun adoptant sa stratégie propre, faisant ainsi observer des variantes d'un agriculteur à l'autre, d'une société rurale à l'autre. C'est en observant une situation similaire que Pélissier disait : « Chaque société rurale donne une interprétation personnelle de l'espace, c'est à dire que le même espace est perçu, traité et exploité

différemment selon la nature de l'organisation sociale, l'héritage culturel et les objectifs précis des acteurs en présence ». (Pélissier cité par J-L Chaléard :16).

Dans les zones de culture de la région de Tahoua, les vivriers marchands cultivés en saison sèche, se développe sur 353 sites⁴¹ dits de cultures de contre saison, inventoriés par les services de l'agriculture à travers les huit départements qui composent la région à savoir : Abalack, Bouza, Illéla, Keita, Konni, Madaoua, Tahoua et Tchintabaraden, totalisant une superficie exploitable de 58 184 ha. L'importance des superficies exploitables de la région de Tahoua la place au rang de première région irriguée du Niger devant les régions du fleuve à savoir Tillabéry et Dosso.

Elle livre pour la campagne de culture de contre saison 2000-2001, le bilan maraîcher suivant que nous avons structuré par rapport aux principaux pôles de production de l'oignon afin de pouvoir comparer.

⁴¹ Lieux retenus pour le maraîchage à cause de ses potentialités hydriques.

Tableau N°8 Superficies, Rendements et Productions des principales cultures maraîchères de la région de Tahoua campagne 2000-2001.

Cultures	Pôle de production de Tahoua-Keita- Illéla (1 ^{er} pôle)			Pôle de production Konni-Madaoua-Bouza (2 ^{ème} pôle)			Extension zone pastorale Abalack-Tchinta		
	Sup (ha)	Rdt (T/ha)	Production (tonnes)	Sup (ha)	Rdt (T/ha)	Production (tonnes)	Sup (ha)	Rdt (T/ha)	Production (tonnes)
Oignon	1283	36,25	46508,75	4081	37,25	152017,25	210	27	5670
Chou	105	41	4305	862	48	4137,6	54	20	1080
Laitue	150	17,9	2685	196	12,34	2418,64	64	21,25	1360
Poivron	3	3,75	11,25	52	6	312			
Piment	14,5	1,91	27,69	57	1,42	80,94	10	3	30
Blé				250	1,87	467,5			
Carotte	40	23,5	940	555	24,5	13597,5			
Pomme de terre	10	12,25	122,5	59	9,89	583,51			
Dolique	928	2,33	2162,24	913	1,55	1415,15	240	1,6	384
Niébé	70	1,27	88,9	168	1,65	277,2	76	1,15	87,4
Maïs	35	0,75	26,25	22	1,1	24,2			
Tomate	1412	25,66	36231,92	179	15,2	2720,8	200	6,75	1350
Cucurbitacée	177	13,95	2469,15	100	31,8	3180	100	10,69	1069
Tabac				43	18,06	776,58			
Tournesol									
Manioc	86	20	1720	608	23,26	14142,08	40	12,5	500
Patate douce	836	7,85	6562,6	427	18,23	7784,21	69	15,5	1069,5
Total	5149,5			8572			1063		

Source : Direction régionale du développement agricole de Tahoua (présenté en pôle de production)

Au cours de la campagne de culture de contre saison 2000-2001, sur les 353 sites de maraîchage répertoriés dans la région, d'une superficie totale exploitable de 58 184 ha, seuls 14 784.5 ha ont été réellement exploités, et se répartissent comme suit : pôle de Tahoua-Keita-Illéla, 141 sites avec une superficie exploitée de 5 149.5 ha ; le pôle de Konni-Madaoua-Bouza, 151 sites d'une superficie exploitée de 8 572 ha et le pôle Tchinta- Abalack, 61 sites avec une superficie exploitée de 1 063 ha. L'exploitation de l'ensemble des sites a été assurée par 40 387 exploitants.

D'une façon générale, en fonction des superficies totales, les cultures de première importance sont par ordre : l'oignon (5574 ha), le dolique (2081 ha), la tomate (1791 ha), la patate douce (1332 ha), le chou (1021 ha), le manioc (734 ha), la carotte (595 ha), la laitue (410 ha), les cucurbitacées (377 ha) le niébé (314 ha) et le blé (250 ha). Les autres cultures telles que le poivron, le piment, le maïs, et le

tabac sont peu pratiquées. Selon les pratiques en usage, ces différentes spéculations peuvent être classées en deux groupes : les cultures irriguées (oignon, chou, laitue, piment, blé, carotte, tomate, pomme de terre) et les cultures de décrue (dolioue, niébé, manioc, tabac, cucurbitacées, patate douce).

L'analyse de l'importance de ces cultures par pôle de production fait ressortir que dans le pôle Tahoua-Keita-Illéla, les superficies emblavées en tomate (1412ha) sont plus importantes que celles en oignon (1283 ha). Cet état de fait vient d'une part, de la proximité de la capitale régionale « Tahoua », qui dépend de ce pôle pour la satisfaction de ses besoins locaux, et d'autre part, d'un souci de diversification du fait de l'importance grandissante de la culture d'oignon dans le second pôle (Konni-Madaoua-Bouza), le premier ayant choisi la tomate.

Par contre dans le pôle de Konni-Madaoua-Bouza, la culture d'oignon est trois fois plus importante que dans le pôle précédent autant en superficie qu'en production. Le rendement moyen enregistré dans ce pôle est de 37.5 tonnes par hectare. Même en zone pastorale, la culture de l'oignon domine les autres cultures, et sa production qui est de 5670 tonnes en 2000-2001, permettrait par comparaison de couvrir les exportations en destination du Togo, du Nigeria, et du Ghana pour l'année 1992 présentées dans le tableau de l'évolution des exportations officielles en fonction des destinations (p 107). Si la zone pastorale a le potentiel de production qui permet de couvrir les besoins des exportations officielles de grands pays importateurs comme le Togo, Le Nigeria et le Ghana, alors, qu'en est-il du potentiel des deux principaux pôles de production (200 000 tonnes environ) pour l'Afrique de l'Ouest et le reste du monde ?

B- L'extension géographique des aires de culture : facteurs endogènes et exogènes

Dans cette section nous allons étudier les facteurs qui ont concouru à l'augmentation croissante de la production, notamment ceux qui sont à la base des mutations agraires. Ceci, par une mise en relation des facteurs endogènes moteurs de la dynamique territoriale et sociale des populations de l'Ader avec les facteurs exogènes moteur de l'extension progressive de l'espace de culture de l'oignon en particulier et des cultures irriguées en général.

1- Les facteurs endogènes moteurs de la dynamique territoriale

Depuis longtemps, les populations de l'Ader exercent le commerce et le maraîchage en plus des activités agricoles de saison des pluies. Mais, lorsque du fait de la pression démographique, la ressource « terre de culture » n'arrive plus à répondre efficacement à la demande des bras valides, l'émigration va s'imposer comme une stratégie alternative permettant de résoudre le problème. Les ressortissants de la région de Tahoua vont ainsi s'installer progressivement dans les pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest à la recherche d'un lendemain meilleur. Au cours de leur migration, les émigrés restent en contact avec leur région d'origine, et lui renvoient l'essentiel du fruit de leur labeur. Ces formes d'aide aux familles restées au village vont progressivement évoluer, vers des relations commerciales, l'une des valeurs fortes de la tradition. Certains produits locaux tel que l'oignon seront promus dans les pays d'accueil par l'intermédiaire de réseaux commerciaux propres créés et développés au fil des ans. On observera d'un côté les populations locales restées au village s'investir massivement dans la culture d'oignon, et de l'autre, les ressortissants installés dans les pays tiers avec comme principale activité dans ces pays, le commerce de l'oignon du terroir. Ainsi, pendant que les uns s'activent à le produire, les autres se chargent de le vendre. Cette nouvelle dynamique sociale a pour fondement le triptyque : maraîchage, émigration et commerce ; ces trois facteurs endogènes ont efficacement concouru au développement de la filière, car l'émigration des ressortissants a permis la constitution et l'organisation des réseaux marchands depuis les pays hôtes d'où l'entretien de la demande d'oignon qui a entraîné à son tour une valorisation du maraîchage par l'augmentation de sa production. Entre la région d'origine et les pays d'accueil, le commerce servait de courroie de transmission. Mais l'augmentation de la production a aussi été favorisée par des facteurs externes, notamment les politiques agricoles d'extension des aires de culture, renforcées par le développement de la petite irrigation privée.

Dans l'histoire de l'Ader, le commerce a toujours été une activité d'appoint, complémentaire aux activités agricoles, qui a longtemps permis aux populations locales d'obtenir des ressources additionnelles pour améliorer leurs conditions de vie. Il en est de même en ce qui concerne le maraîchage depuis plusieurs siècles déjà. Ces deux facteurs combinés ont servi de clapet de sécurité aux populations de l'Ader eu égard aux incertitudes climatiques.

Le maraîcher de l'Ader selon O. DAVID c'est d'abord le paysan qui a eu une bonne campagne d'hivernage, c'est à dire le paysan qui a son grenier plein. Si c'est le cas, il n'est pas contraint à l'exode, il peut rester au village et passer la longue saison sèche à faire du maraîchage. Si par ailleurs, cette condition n'est pas remplie, suite à la conjonction de facteurs liés aux incertitudes climatiques ou à l'insuffisance des terres arables du fait de la pression démographique, l'émigration deviendra la règle, cela dans l'ultime but de compenser ce déséquilibre. Ce troisième facteur fait partie des habitudes des populations locales dès la période coloniale où le poids de l'impôt va entraîner des départs vers les pays à économie de plantation en vue de trouver les ressources nécessaires pour le payer. L'émigration récente des populations de l'Ader, qui sera un facteur intégrateur du développement de la filière oignon, va prendre de l'essor dans la période post coloniale, sous l'effet conjugué de la croissance démographique et de l'insuffisance des terres de culture. Contraints à l'exode rural à la recherche de quoi assurer la survie de leurs familles restées au village, les migrants saisonniers vendent leur force de travail dans les villes ou les campagnes des pays limitrophes dont les plus attrayants étaient le Ghana, la Côte d'Ivoire et le Nigeria. A leur retour au village après six à huit mois d'absence, ils ramènent des ressources permettant à la famille de survivre par l'achat de vivres pendant la période de soudure qui ne s'achève qu'au moment des récoltes suivantes. Ainsi, commerce, maraîchage et émigration font dès lors partie des traditions des populations de l'Ader, composante principale des populations de la région de Tahoua et en constituent le moteur de la dynamique territoriale qui va servir au développement de la filière oignon.

Dans l'Ader, situé aux portes du désert, entre le Nord désertique et le Sud agricole, les conditions climatiques n'ont cessé de se dégrader à cause de l'avancée du désert vers la zone agricole entraînant une translation des isohyètes vers le sud. Le relief du massif de l'Ader, constitué de plateaux cuirassés limite la disponibilité des terres arables aux vallées et à quelques enclaves, si bien que, la majeure partie des terres est inculte. Devant cette adversité liée à un environnement physique de plus en plus hostile, les populations de l'Ader dans leurs composantes jeunes ont très tôt adopté l'exode rural comme alternative de survie, vers les pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest (Ghana, Côte d'Ivoire) où l'économie de plantation et l'économie urbaine étaient en plein essor et avaient besoin de main d'œuvre.

Selon Samir Amin (1988), l'émigration des populations des zones continentales de l'Afrique vers les pays littoraux ne date pas d'aujourd'hui. Elle datait du début de

l'implantation de l'économie de plantation du café et du cacao dans ces pays au cours de la période coloniale. Selon cet auteur, l'économie de plantation et l'économie urbaine de la Côte d'Ivoire et du Ghana méridional n'existeraient pas sans l'apport de la main d'œuvre étrangère. Ainsi, vers la fin de la période coloniale, la grande enquête de 1958-1959 a permis de dénombrer 500 000 migrants venant du Niger, de la Haute Volta et du Mali, dont 60% venant de la Haute Volta, 13% du Mali et 10% du Niger. Les 10% du Niger étaient composés de Haoussa et de Zarma. Pendant la période coloniale, l'émigration des populations des zones marginales des territoires de l'intérieur était souhaitée, sinon provoquée par le pouvoir colonial. Elle devait leur permettre par le biais de leur travail d'acquérir des ressources nécessaires pour s'acquitter de l'impôt, principale contrainte financière de la plupart des familles indigènes, exigé par le colonisateur. De même, en les poussant à l'émigration, les colonisateurs cherchaient à drainer la main d'œuvre des terres intérieures vers les terres propices à l'économie de plantation. Selon ELKAN, les Zarma partaient à Kumassi comme ils partaient naguère à la guerre. Mais ils n'émigraient pas parce qu'ils avaient un « tempérament aventurier » Ils émigraient parce que le système colonial exigeait d'eux de l'argent. Comme ce même système colonial leur interdisait la guerre, la migration nécessaire remplace dans leur idéologie l'aventure militaire. La nécessité est devenue idéal. Questionnés sur les raisons de leur migration, certains Zarma répondaient qu'ils allaient chercher l'argent de l'impôt, d'autres l'aventure (W. ELKAN, 1959 ; cité par Samir Amin, 1988). Dans le cadre des migrations, la force de travail des zones marginales se déplace pour aller là où sa rémunération est meilleure. C'est sur la base de cette motivation économique que les migrants quittent leur pays à la recherche d'une vie meilleure. En fonction de la durée, on distingue trois types de migration : une migration saisonnière qui dure 6 à 8 mois qui a lieu après les travaux champêtres du foyer de départ ; une migration saisonnière prolongée où le migrant ne participe pas aux travaux champêtres de son village mais envoie de l'argent ; et une migration définitive qui intervient généralement selon Samir Amin, lorsque les migrants s'installent dans les villes. Lors d'une migration saisonnière, le migrant revient au village avec des biens et de l'argent qui contribue à l'épanouissement de sa famille voire de son village. Cependant, poursuit Samir Amin, le signe avant coureur entre une migration saisonnière prolongée et une migration définitive s'observe lorsque le migrant saisonnier s'arrête d'envoyer de l'argent dans son village.

Ces trois types de « migrants » se retrouvent chez les émigrés de l'Ader et de la région de Tahoua. Pendant que les migrants « saisonniers courts » reviennent au

village avec des pagens pour leurs épouses, des habits pour les parents et les enfants, des objets électroménagers, des objets de modernité (lunette, magnétophone, soulier, casquette etc.) et de l'argent liquide pour acheter des vivres, et construire des maisons ; les migrants « saisonniers longs » envoient de l'argent pour acheter des vivres et faire localement tout ce que peut faire le « migrant saisonnier court ». Les migrants définitifs ressortissants de l'Ader, contrairement à l'assertion de Samir Amin, continuent d'envoyer de l'argent et de garder les liens avec le village d'origine, et c'est parmi ce groupe que les réseaux marchands approvisionnant la Côte d'Ivoire et le Ghana en oignon du Niger ont été constitués.

La constitution de ces réseaux s'est appuyée sur les autres types de migrants pour se structurer et se fortifier dans la filière oignon d'aujourd'hui. Et, c'est d'après les relations entrelacées entre ces différents types de migrants que l'on a pu parler de réseau marchand nigérien d'approvisionnement d'Abidjan (O David, 1999). Car se sont les migrants définitifs longtemps installés dans les pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest en l'occurrence en Côte d'Ivoire et au Ghana, qui ont constitué les réseaux en reprenant progressivement le commerce de l'oignon aux mains des Dioula pour ce qui est du réseau approvisionnant Abidjan. Ils y ont intégré les migrants temporaires pour la vente au détail dans les marchés et les rues d'Abidjan. Cette organisation de la distribution du produit qui mobilise une main d'œuvre importante pour la vente constitue ce que Olivier DAVID appelle « oligopsonne ». D'après cet auteur, les deux premiers Nigériens qui étaient à la base de la constitution du réseau marchand approvisionnant Abidjan étaient venus en Côte d'Ivoire dans les années 50. A cette époque, le commerce de l'oignon était aux mains des commerçants Dioula. Ils ont intégré dans un premier temps, le réseau Dioula en tant que transporteurs, puis fournisseurs avant de s'installer à leur compte.

Cependant, avant la constitution du réseau nigérien approvisionnant la Côte d'Ivoire et son opérationnalité effective au milieu des années 1980, l'extension de la zone de culture d'oignon, depuis le pôle historique, avait commencé depuis la période coloniale avec l'aménagement de la vallée de la Maggia peu avant la deuxième guerre mondiale. Mais le deuxième pôle de production constitué autour de Galmi n'a pris de l'essor qu'après la création de l'aménagement hydro-agricole de Galmi au début des années 1970, renforcé par le développement de la petite irrigation par le projet basse vallée de la Tarka à partir du début des années 1990.

Au lendemain de l'indépendance du Niger, conscients de la nécessité d'une politique agricole de mise en valeur des potentialités hydro-agricoles des vallées du complexe Ader-Doutchi-Maggia (nature des sols, du relief et la disponibilité en eau de surface), les différents régimes qui se sont succédés se sont attelés à la création de plusieurs aménagements hydro-agricoles le long de la Maggia afin d'augmenter les capacités de production des populations locales et de trouver un début de solution à l'exode massif des jeunes ruraux. C'est ainsi que, furent créés tout au long de la Maggia des aménagements hydro-agricoles répartis dans les départements de Bouza, Keita et Konni dans l'objectif de développer les cultures irriguées comme le coton, le blé, le sorgho et les cultures maraîchères. Les principaux aménagements hydro-agricole du département de Konni dont les seuils de rétention d'eau sont plus ou moins opérationnels sont : Moulléla, Kaoura, Guidan Magagi, Guidan Marké, Guidan Idder, Galmi et Konni. Il faut noter qu'à l'heure actuelle, certains de ces seuils de rétention d'eau ont cédé par manque d'entretien. Dans le souci de continuer l'aménagement des vallées du complexe Ader-Doutchi-Maggia, et de trouver une solution globale à l'insuffisance des terres de culture, le gouvernement du Niger a négocié, au début des années 1980, des financements auprès de bailleurs de fonds bilatéraux et multilatéraux. Les principaux étaient : la FAO, la coopération allemande, la coopération italienne, le FIDA et le FED. A l'issue des accords avec ces principaux bailleurs de fonds, des projets de développement ont été montés visant principalement la récupération des terres de glacis initialement incultes en terres de culture. C'est ainsi que plusieurs milliers d'ha vont être récupérés sur les plateaux du massif de l'Ader et dans les parties pierreuses des vallées de Keita et de Badaguichiri par de grands projets de développement tels que le projet intégré de Keita (PIK), le projet de développement rural de Tahoua (PDRT), le programme spécial FIDA de Badaguichiri, de même que de nombreux petits projets. Dans la région de Tahoua, il est rare de trouver un projet de développement qui n'a pas un volet récupération des terres. Mais les projets qui se sont distingués par leurs résultats aujourd'hui cités en exemple sur le plan national, sont le projet intégré Keita et le projet de développement rural de Tahoua. Cependant, si les terres récupérées sur les plateaux sont destinées aux cultures céréalières de saison des pluies, celles des vallées sont affectées au maraîchage. Ainsi, dans la vallée de Keita, une bonne partie de ces terres est exploitée dans le cadre du maraîchage notamment de la tomate et de l'oignon. Autrefois, la culture du tournesol a été introduite à Keita, mais par manque de débouchés et de structure de transformation en huile, cette culture a été progressivement laissée à l'abandon.

Suite aux opérations de récupération des terres de glaciés aussi bien sur les plateaux du massif de l'Ader que dans les vallées de Keita et de Badaguichiri, on a noté une extension considérable des zones de culture du premier pôle de production d'oignon. Cette extension a permis de libérer beaucoup plus de terres pour les cultures sous pluie (mil et sorgho).

L'insuffisance de terres arables, qui obligeait les jeunes à aller en exode, a ainsi trouvé un début de solution, même si beaucoup reste à faire pour complètement endiguer le problème. Ainsi, les réalisations du projet intégré de Keita (PIK) et de celui de développement rural de Tahoua (PDRT) ont permis un accroissement des superficies cultivables dans la partie Nord du complexe Ader-Doutchi-Maggia.

2- Politiques d'extension des superficies agricoles dans la région de Tahoua

Un autre grand chantier d'extension des zones de cultures irriguées portant principalement sur l'oignon, a vu le jour en 1988 cette fois dans la basse vallée de la Tarka sur financement de l'Union Européenne dans le cadre du Fonds Européen de Développement (FED). Le projet ayant conduit les opérations est connu sous le nom du Projet Basse Vallée de la Tarka (PBVT). Ses réalisations ont surtout porté sur le développement de l'irrigation privée à travers le financement des équipements de petite irrigation à savoir un forage plus une motopompe pour l'irrigation d'un demi-ha. Ainsi, pour la première fois, le concept de petite irrigation privée va prévaloir sur celui des grands aménagements hydro-agricoles collectifs. En effet, lorsque le Projet avait commencé ses activités, il avait conçu et exécuté dans un premier temps un aménagement hydro-agricole collectif dans la zone de Madaoua, mais ce dernier n'avait pas bénéficié de l'adhésion des populations locales. Suite à cet échec, dû à la communalisation des terres privées, le projet avait introduit la petite irrigation privée en concertation avec les bénéficiaires. Ce nouveau mode d'irrigation à petite échelle avait non seulement été bien accueilli, mais il avait contribué à faire le succès global du projet en terme de réalisations. Dans son principe, il n'y a pas d'expropriation de terre, donc pas de problème foncier. Chacun se charge de mettre en valeur ses propres terres en les équipant de matériels d'exhaure tel que la motopompe et le forage. L'introduction de cette petite irrigation privée a permis l'extension et le renforcement de la culture d'oignon dans le deuxième pôle de production sur toute l'étendue de la basse vallée de la Tarka où la nappe phréatique est peu profonde. En conséquence, la culture d'oignon s'est généralisée au point de devenir l'activité

principale des populations locales. Rares sont les familles qui ne comptent pas de producteurs.

C- Transformation des systèmes de culture et tendance à la professionnalisation

L'augmentation de la production d'oignon au niveau de la région de Tahoua a été comme nous venons de le voir une conjonction de plusieurs facteurs aussi bien endogène qu'exogène ayant engendré d'importantes mutations. D'abord, il a fallu que les populations locales qui antérieurement étaient contraintes de migrer par insuffisance de terres de cultures soient de plus en plus fixées dans leur village, suite aux différentes politiques agricoles menées afin de rendre productives des terres de plateaux longtemps restées incultes et d'irriguer des terres de vallées à fort intérêt agronomique. Cela a entraîné une baisse sensible de l'exode rural saisonnier et l'utilisation locale de la main d'œuvre qui, longtemps, se vendait à l'extérieur du territoire local.

C'est ainsi que les migrants saisonniers d'alors devenus maraîchers ont gardé, à travers des réseaux, des relations commerciales avec les migrants définitifs restés dans les pays hôtes. L'activité de production s'est alors atomisée et le nombre de producteurs a cru sans cesse, chacun ayant choisi l'oignon comme vivrier marchand de base susceptible de lui éviter un exode rural de moins en moins lucratif à cause de la récession économique qui a sévi les pays hôtes ; récession qui les a poussé à devenir eux-mêmes de moins en moins accueillants (expulsion des étrangers du Ghana en 1970, du Nigeria en 1983 et 1985).

Cependant, l'augmentation de la production ne s'est pas faite seulement à partir de l'accroissement du nombre de maraîchers, elle a aussi bénéficié d'importantes transformations dans les systèmes de culture, favorables à la multiplication des campagnes de production d'oignon par an suite à une évolution notoire des règles d'accès à la terre. Ces transformations ont permis de distinguer un groupe de producteurs qui a un fort attachement à la culture d'oignon au vu du nombre de campagnes annuellement réalisées. Ces producteurs en cours de changement peuvent être considérés comme des professionnels, dans le sens de la définition donnée par Denis PESCHE (1993) : la professionnalisation est « plus une démarche, un processus de changement qu'un modèle ou un état idéal de l'agriculture ». Ce changement se compose de trois aspects :

Un changement d'échelle : il induit un passage d'une multitude d'OP à des unions ou fédérations qui seraient le support d'un mouvement paysan. Ceci signifie que les OP doivent passer d'une logique de captation des ressources à celle de

négociation des conditions sociales et économiques plus favorables dans leur environnement aussi bien national qu'international (fixation des prix, conditions d'octroi des crédits ruraux...);

Un processus identitaire : ceci signifie la transformation du statut de « simple » paysan à celui d'agriculteur pratiquant un métier reconnu par l'ensemble de la société. Cette mutation passe par la reconnaissance culturelle des intéressés et par l'instauration par l'Etat d'une reconnaissance juridique du secteur agricole ;

Une évolution vers une cogestion de la politique agricole : c'est-à-dire valoriser les relations de type contractuel entre les différents partenaires (OP, Etat, opérateurs privés) afin de réduire la domination de l'Etat et des privés sur les OP.

Ainsi, la professionnalisation vise plusieurs objectifs :

- Intégrer la population rurale dans le développement économique et social du pays.
- Améliorer la qualité et l'efficacité des services à l'agriculture en impliquant des agriculteurs dans la conception de ces dispositifs.
- Augmenter l'efficacité des filières agricoles et les revenus des agriculteurs en favorisant leur implication au sein de ces filières.
- Augmenter l'efficacité macro-économique des politiques agricoles par la prise en compte des points de vue des représentants paysans.

Ces différents aspects de la professionnalisation définie par Denis PESCHE seront mis en exergue tout au long de cette partie bien que le processus soit récent puisque, impulsé par le PPEAP à partir de 2002.

1- Evolution des règles d'accès à la terre

Les règles d'accès à la terre vont évoluer progressivement d'un mode d'acquisition et de faire valoir dit traditionnel (héritage, métayage, prêt, don, gage) vers des formes plus ouvertes à une activité de production moderne à savoir : la location, la marchandisation de la terre et l'existence de nouvelles formes de faire valoir, notamment dans la zone de Madaoua. En effet, concernant ce dernier point, lorsqu'un propriétaire terrien ne dispose pas suffisamment de moyens pour se confectionner un forage, il peut s'entendre avec un autre qui le peut moyennant, l'exploitation de sa propriété sur une certaine période au prorata des investissements réalisés. Cette période est généralement d'un an pour un forage, c'est-à-dire pour une surface exploitable de 0.5 ha en moyenne. Cette pratique n'est en réalité qu'une location déguisée, car la confection d'un forage coûte environ 70 000 F CFA. Ce qui correspond au coût moyen annuel de location d'un demi ha de terre. Si la location d'une terre pouvait se faire sur la base de la confiance et du respect de la « parole donnée » ; la vente de terre, qui

est un phénomène nouveau, ne pouvait se faire sur cette base. Elle exige des documents, plus adaptés à la marchandisation de la terre, tel qu'un titre foncier. Or l'établissement de titre foncier est un phénomène récent au Niger qui date de l'élaboration du code rural en 1994. Depuis lors, on assiste progressivement à l'installation, à travers le pays, de commissions foncières dont le but est de servir de cadre juridique et réglementaire des activités du monde rural. Ce faisant, une des tâches qui leur sont dévolues est l'immatriculation des terres en vue de l'établissement d'un titre foncier. Ce dernier est l'acte final de propriété avérée d'une terre, mais avant lui, la commission délivre d'abord un certificat de détention coutumière qui atteste de la propriété coutumière d'un ayant droit. Ce certificat est établi après au moins un mois de publicité foncière sur les ondes des radios rurales afin de susciter des manifestations. La possession d'un titre foncier présente un autre intérêt, pour les paysans depuis l'avènement des systèmes financiers décentralisés (SFD), celui de leur garantir les prêts, pour le financement de leurs activités. Cette évolution dans la tenure foncière va permettre à une large part de la population active d'accéder aux terres irrigables des vallées propices aux cultures maraîchères. Ainsi, même si une famille ne dispose pas de terre de vallée, elle peut en acquérir soit par achat, soit par location. Cette « démocratisation » de la culture d'oignon par le changement des règles d'accès aux terres de vallées va entraîner un accroissement important des superficies consacrées à l'oignon. Elles s'étendront progressivement des vallées vers les terres dunaires où les nappes phréatiques sont à faible profondeur. Dans certaine zone de production l'oignon est cultivé pendant la saison des pluies, ce qui a pour conséquence un empiètement sur les superficies traditionnellement réservées à la culture d'arachide, parfois à celle des céréales comme le sorgho. D'après nos enquêtes, les superficies emblavées en oignon dans la région de Tahoua se sont globalement accrues de 12.5% par an en moyenne entre 1995 et 2000. Dès le milieu des années 1990, cette extension de la culture d'oignon va se poursuivre jusque dans les aménagements hydro agricoles de l'ensemble de la région.

A travers les différentes possibilités d'irrigation, on distingue trois systèmes de culture : un système traditionnel à exhaure manuelle avec utilisation de puisard, un système intensif avec utilisation de forage et de motopompe individuelle, et un système intensif sur les aménagements hydro agricoles. Le troisième système celui sur les aménagements hydro agricoles n'étant plus pratiqué depuis l'an 2000, les systèmes dominants demeurent le système traditionnel avec exhaure manuelle et le système intensif avec utilisation de forage ou de puits et de motopompe. C'est

dans le cadre de ces deux derniers systèmes que s'opère une tendance notoire à la professionnalisation. C'est-à-dire vers l'institutionnalisation d'une profession de producteurs d'oignon au regard de la spécialisation poussée d'une frange de producteurs qui se démarquent des autres et consciente de la nécessité de s'organiser afin de mieux défendre leur intérêt.

Cependant, si la campagne d'hivernage permettait aux paysans de produire les céréales et légumineuses nécessaires pour assurer leur survie, une campagne de culture d'oignon pendant la saison sèche leur permettait aussi traditionnellement de générer des ressources additionnelles. Ce schéma type, qui a longtemps été celui qui régissait la vie des paysans, est en voie de modification dans la région du fait de la multiplication des campagnes de culture d'oignon par an. En effet, depuis le développement de la petite irrigation avec le Projet Basse Vallée de la Tarka, certains producteurs ne se limitent plus à une seule campagne de production d'oignon par an comme à l'accoutumée, ils en font deux ou trois ce qui les place au cœur d'une dynamique de production à la fois novatrice et professionnelle.

2- Le système traditionnel : une campagne de culture d'oignon par an (diversification)

Le système traditionnel consiste en la pratique d'une campagne de culture d'oignon par an. Il est le moyen par lequel, celle-ci s'est perpétuée dans la région depuis l'introduction de l'oignon, il y a de cela trois siècles. Il est pratiqué pendant la saison sèche et mobilise les riverains des points d'accumulation d'eau de surface et ceux qui ont les eaux souterraines à une faible profondeur adaptée à l'exhaure manuelle (puits). Il est plus généralement défini à partir de ce type de moyen d'exhaure qui constitue la plus importante charge de travail. Sa pénibilité conduit dans certains cas où la profondeur de la nappe phréatique est importante, à substituer à l'effort humain l'usage des animaux tels que l'âne, le chameau ou le bœuf. Le système d'exhaure utilisant des animaux est communément appelé système « Dalou ». Il est surtout pratiqué dans l'Aïr.

Cette quête de substitut à l'effort humain a permis d'évoluer dans le cas des paysans travaillant d'importantes superficies vers l'utilisation de la motopompe. Plus généralement, les superficies emblavées dans ce système dit traditionnel sont si petites (de l'ordre de 1000 à 2000 m²) par exploitant que l'utilisation d'une

motopompe est économiquement injustifiée. C'est pourquoi les exploitants qui en possèdent partagent son utilisation avec ceux qui en sont dépourvus sur la base de prêt ou de location. Aujourd'hui, avec l'évolution de la tenure foncière et l'accès des paysans au crédit équipement en motopompe par l'intermédiaire des projets de développement en place ; il conviendrait de définir le système traditionnel de culture d'oignon par la pratique d'une seule campagne de culture par an, soit du fait du choix de l'exploitant ou de l'accessibilité limitée de la ressource en eau. Cette définition présente l'avantage de rendre compte des transformations du système sous le poids de la dynamique de production en marche dans cette région, car dans bien de cas, si le système traditionnel est encore pratiqué par un grand nombre d'exploitants, c'est à cause souvent de contraintes naturelles liées à la disponibilité des eaux d'irrigation aussi bien en ce qui concerne les eaux de surface que les eaux souterraines. Les unes ne permettent pas la multiplication des campagnes de culture du fait de leur caractère temporaire ; les autres sont inaccessibles par ce qu'elles se trouvent à des niveaux de profondeurs trop importants.

Le système traditionnel se caractérise aussi par la petite taille des exploitations aussi bien dans le cas de l'irrigation à partir d'une source d'eau de surface que celle à partir d'une source d'eau souterraine. Cela est dû dans le premier cas à la concentration de la culture autour des points d'accumulation d'eau (mare, seuil) engendrant une atomisation des parcelles de façon à permettre l'accès des terres à un maximum d'exploitants. Au démarrage de la saison, la taille des exploitations est réduite dans bien de cas à la portion congrue, mais elle s'accroît au fur et à mesure du retrait du plan d'eau (culture de décrue) et la confection des puisards n'interviendra généralement qu'après le retrait total des eaux de surface.

Dans le cas d'utilisation des eaux souterraines par le biais des puits, la contrainte réside dans la profondeur de la nappe phréatique qui en cas d'exhaure manuelle ne peut permettre à cause de sa pénibilité d'emblaver de grandes superficies. Pour qu'une motopompe, telle que celle répandue dans la zone soit utilisée, il faudrait que la profondeur de la nappe phréatique n'excède pas 10 m selon le service du génie rural. Au-delà, il faudra une motopompe de plus grande puissance, ce qui requiert des investissements plus conséquents que ceux qui sont faits actuellement. Du fait de ces contraintes, la plupart des producteurs du complexe Ader-Doutchi-Maggia (englobant la totalité du premier pôle de production jusqu'à la limite de Galmi) font la pratique traditionnelle d'une campagne de culture d'oignon par an. Dans les bassins de production, seules les zones de productions de la basse vallée de la Tarka à Madaoua disposent d'une faible profondeur de la nappe phréatique,

de l'ordre de 2 à 5 m par endroit plus adapté à l'utilisation du forage et de la motopompe.

Le système traditionnel se caractérise également par la diversification des cultures maraîchères. En effet, en faisant une seule campagne, les exploitants diversifient les cultures en commençant par celles qui ont un cycle végétatif court tel la tomate, la salade et le chou. L'oignon, tout en étant important dans le système maraîcher, n'est installé que tardivement. La vente des produits issus des autres cultures précocement installées permet de générer des revenus pouvant servir au financement des travaux cultureux de l'oignon tels que : le labour, la rémunération de la main d'œuvre pour les travaux de repiquage, de désherbage, d'irrigation ou même servir parfois à l'achat des semences.

L'ordre d'installation des cultures tient aussi compte de leur aptitude face à la nature et au niveau d'humidité des sols. En effet, au sortir de l'hivernage les sols qui sont généralement argileux doivent être ressusés avant l'installation d'une culture comme l'oignon, alors que certaines cultures comme la tomate les tolèrent en l'état. En culture de décrue, alors que l'essentiel des terres sont occupées par les eaux, les exploitants commencent la saison par des cultures de faible importance du point de vue superficie pour après la décrue faire des cultures importantes telles que l'oignon.

Ainsi, la diversification des cultures est une caractéristique fondamentale du système traditionnel, les cultures se chevauchent et se succèdent les unes après les autres, en fonction de leur cycle végétatif et de la décrue. En ce qui concerne l'oignon, la préparation des pépinières suivie du semis n'intervient qu'à partir du mois de novembre, alors que les pluies ont cessé le plus souvent depuis septembre. Le repiquage n'intervient qu'environ 40 jours après le semis, c'est à dire en décembre et les récoltes en avril mai. Pendant cette campagne unique, les paysans produisent aussi bien de l'oignon bulbe que des semences, et les deux types de cultures se côtoient le plus souvent sur les mêmes parcelles. Pour la production des semences, seul un enclos en tiges de mil les sépare du reste de la parcelle. Dans ce système de culture, les engrais et les pesticides sont utilisés, mais les paysans sont loin de maîtriser les doses d'application du fait du faible encadrement dont ils bénéficient de la part des services techniques d'agriculture ou de projets de développement. Dans notre échantillon d'enquête, les exploitants pratiquant ce système représentent 50% de l'effectif (soit 60 producteurs sur 120). Ils ont comme source d'eau d'irrigation les mares, les puisards et les puits, et leur moyen d'exhaure est essentiellement manuel. Les quelques rares motopompes

qu'on retrouve sur les sites circulent d'une exploitation à une autre sur la base de l'entraide ou de location. La moyenne des superficies plus généralement en mode de faire valoir direct se situe à 0.48 ha, dont plus de la moitié soit 50% est consacrée à la culture d'oignon. La tomate qui est la deuxième culture maraîchère occupe 23% en moyenne. La superficie réservée aux autres cultures maraîchères est du même ordre 22%. Cependant, parmi les exploitants, il existe de nombreux néophytes qui n'ont pas appris la culture de l'oignon de leurs parents). Certains d'entre eux font partie des migrants temporaires ou anciens « exodants » qui se sont fixés dans leur village après avoir acheté ou bénéficié de l'usufruit des terres récupérées par les projets de développement.

Parmi les producteurs qui ont la pratique d'une campagne de culture d'oignon par an, il y a des jeunes. Certains de ces jeunes producteurs ont des problèmes d'accès à la terre, ce qui explique la petite taille de leur exploitation pour laquelle un investissement en forage et en motopompe ne saurait être justifié. A l'inverse les vieux, qui n'ont pas de problème de terre, n'ont souvent plus la force de faire plusieurs campagnes à l'année à cause de leur âge avancé (dépassant les 60 ans). On remarque cependant, chez les producteurs qui font une campagne par an, notamment les jeunes, que les moyens financiers manquent. Ceci les met à la solde des commerçants locaux auprès desquels ils s'endettent pour pouvoir supporter les charges afférentes à leur culture. De ce fait, les investissements réalisés dans l'activité de production sont faibles. Ils se réduisent le plus souvent au curage des puits ou à la confection de nouveaux puisards. Par contre quelques propriétaires terriens appartenant à ce groupe font usage de la motopompe pour atténuer leur charge de travail.

Le matériel utilisé est constitué en partie de petit outillage à savoir les houes et les dadas pour décaper et ameublir, les binettes pour désherber, et des arrosoirs pour l'entretien des pépinières. Les exploitants sont généralement d'un âge plus avancé que ceux en système intensif. Leur âge moyen est de l'ordre de 47 ans. La plupart des exploitants diversifient les cultures et font celle de la tomate sur une superficie moyenne de 0.11 ha

Tableau N°9 Caractéristiques des exploitations maraîchères

Pratique	Age Moyen (an)	Taille de l'exploitation (ha)	Sup oignon (ha)	Sup Tomate (Ha)	Sup Autres (ha)	Moyen D'exhaure	Source D'eau D'irrigation	Matériel Et outillage
Une campagne (50%)	47	0.48	0.26	0.11	0.11	Manuel	Mare, puisard, puits	Houes, Binettes, Arrosoirs charrette
Deux campagnes (40%)	46	0.76	0.64	0.02	0.10	Motopompe	Puisard, puits ou forage	Motopompe, charrue, Pulvérisateur, houe, Binettes, charrette
Trois campagnes (10%)	44	1.60	1.07	0.19	0.34	Motopompe	Forage	Motopompe, houes, charrue, Pulvérisateur, Houe-bovine, Binettes, charrette

Source enquête personnelle (ADM)

3- Le système intensif : deux à trois campagnes de culture d'oignon par an

Dans la basse vallée de la Tarka, depuis l'innovation de la petite irrigation apportée par le projet de développement du même nom, l'eau des nappes qui est généralement à faible profondeur jaillit à la surface par l'intermédiaire de pompage effectué à partir d'un forage. Dans cette partie de la région de Tahoua, la technologie du forage et l'utilisation de la motopompe ont considérablement modifié la pratique paysanne si bien que la culture de l'oignon se fait en deux ou trois campagnes à l'année avec chevauchement des travaux d'une campagne à l'autre ou d'une parcelle à l'autre. Rares sont les producteurs qui font les différentes campagnes sur une même parcelle, généralement à chaque campagne est affectée une terre adaptée à la saison. Les travaux de préparation du sol, de confection des planches et de mise en place des pépinières se chevauchent d'une campagne à l'autre.

Pour une année qui s'étend d'une saison de pluies à l'autre, c'est à dire de juin à juin, ce qu'il est convenu d'appeler la première campagne de culture d'oignon commence en juillet pour se terminer en novembre décembre. La deuxième campagne commence en novembre-décembre et finit en mars-avril ; et la troisième qui chevauche la deuxième commence au mois de janvier-février pour se terminer en mai. Dans cet ordre, ce calendrier s'applique seulement aux producteurs qui font les trois campagnes en une année. Ils ne représentent que 10% de notre échantillon d'enquête. Ces producteurs peu nombreux sont pour la plupart des grands producteurs entièrement spécialisés dans la culture d'oignon. Ils cultivent l'oignon d'hivernage sur des terres généralement destinées à la culture de sorgho ou de l'arachide, alors que les deux autres campagnes occupent des terres traditionnellement réservées aux cultures de contre saison : les « Fadama ».

Par contre, les producteurs qui pratiquent deux campagnes à l'année sont assez nombreux : ils représentent 40% de notre échantillon d'enquête. Les deux campagnes qu'ils pratiquent généralement sont celles de saison sèche. Ils sont majoritairement dans la basse vallée de la Tarka et dans certains villages de la Maggia sud, notamment à Kawara, Moulléla, Guidan Magagi, Galmi etc. Les deux campagnes de saison sèche couramment pratiquées relèvent en réalité d'une stratégie de calendrier de mise en marché de l'oignon, qui réserve la première campagne aux primeurs⁴² et la deuxième campagne à la conservation.

Pour un paysan, la saison des pluies est celle consacrée à la culture des céréales (mil, sorgho) et des légumineuses comme le niébé et l'arachide, de ce fait toute autre entreprise est reléguée au second plan jusqu'à la fin de la saison. Mais dans la région de Madaoua, certains producteurs saisissent l'opportunité pour faire une autre campagne. Or la culture d'oignon d'hivernage est une activité risquée à cause des pluies battantes qui rendent difficile la mise en place des pépinières, et la forte pression parasitaire à laquelle elle est exposée. Mais elle s'avère rentable puisqu'à la récolte, les prix sont rémunérateurs suite à la rareté du produit du fait de l'épuisement des stocks de l'oignon de garde. Les meilleurs prix de l'année sont enregistrés en cette période c'est à dire en novembre-décembre-janvier. En dehors du petit matériel, on note une utilisation de la traction animale pour le transport et les travaux du sol effectués à l'aide d'une charrue ou d'une houe bovine, et celle du pulvérisateur pour l'application des pesticides. Bon nombre des

⁴² Fruits et légumes obtenus avant la saison normale. Ici, il s'agit des premières récoltes de l'oignon qui devancent de deux à trois mois les récoltes de la deuxième campagne.

exploitants de ce système possèdent une charrette. Ils sont relativement jeunes (46 ans pour ceux qui pratiquent deux campagnes et 44 pour ceux pratiquant les trois campagnes).

Pour les exploitants qui pratiquent trois campagnes, la location de terre est très fréquente, surtout pour la culture d'hivernage où l'oignon se cultive sur des terres traditionnellement réservées au sorgho ou à l'arachide. La pratique de deux à trois campagnes par an fait de l'exploitant un spécialiste voire un professionnel qui n'hésite pas à accroître les superficies de son exploitation en investissant à la fois dans son développement par la confection de nouveaux forages, l'achat de nouvelles motopompes et l'installation de nouveau système d'irrigation plus économe d'eau tel que le système d'irrigation de type californien qui est en plein essor dans la région de Madaoua (voir photo).

Planche 3 : photos des différents systèmes d'irrigation

Construction du système californien (1)



Système traditionnel à puisette (2)



Système californien en service avec forage et motopompe (3)



Système intensif avec motopompe et puisard (photo4)



Tableau N °10 : Calendrier culturel: les trois campagnes de culture d'oignon

Jun	Juil	Août	Sep	oct	Nov	Déc	Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin
<u>Semis</u>				<u>Mil</u>								
<u>Récolte</u>												
<u>Semis</u>				<u>Niébé</u>								
<u>Récolte</u>												
<u>Semis</u>				<u>Sorgho</u>								
<u>Récolte</u>												
<u>Sem</u>				<u>Arachide</u>								
<u>Récolte</u>												
<u>Prép Pép</u>				<u>Rep Oignon (1er^e camp)</u>			<u>Rep</u>		<u>Chou</u>			
<u>Récolte</u>							<u>Récolte</u>					
				<u>Prép Pép</u>			<u>Rep</u>		<u>Oignon (2^{ème} camp)</u>			
				<u>Récolte</u>								
				<u>Tomate / Poivron /</u>			<u>Prép Pép</u>		<u>Rep</u>		<u>Oignon (3^{ème} camp)</u>	
				<u>Chou / Piment</u>			<u>Récolte</u>					

Prép = Préparation
Pép = Pépinière
Rep = repiquage
Camp= Campagne

La caractéristique principale de ce système intensif réside, d'une part, dans la mobilisation des eaux souterraines aux moyens d'un forage et d'une motopompe, et d'autre part, dans la monoculture de l'oignon. La technologie du forage affranchit les exploitants de deux contraintes majeures : celle de pouvoir mettre en valeur des superficies de plus en plus grandes sur la base des normes du Projet qui prévoient un forage et une motopompe pour emblaver une superficie d'un demi hectare d'oignon, et celle de pouvoir faire plusieurs campagnes de culture par an à cause de la maîtrise des eaux d'irrigation. Le développement de la petite irrigation dans la basse vallée de la Tarka constitue un tournant majeur dans la transformation des exploitations maraîchères aussi bien du point de vue de leur taille que du point de vue du système de culture. Dans cette pratique intensive à trois campagnes de culture d'oignon par an, la diversification est peu pratiquée, et n'effleure l'esprit des exploitants qu'en cas d'effondrement des prix de l'oignon, suite à une surproduction ou à un calendrier de mise en marché mal adapté. Néanmoins, chez certains producteurs sensibilisés à l'instabilité des cours du produit, la tendance est en train de s'inverser. La culture du chou, du poivron et du piment est progressivement pratiquée et ces spéculations constituent les principales cultures de diversification.

Dans cette pratique intensive, l'usage des engrais est systématique, alors que celui des pesticides se fait à la demande, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de traitement préventif, mais seulement en cas d'attaque parasitaire. Dans la basse vallée de la Tarka, les techniques culturales de l'oignon sont assez bien maîtrisées par les producteurs suite aux actions de vulgarisation et d'encadrement menées par les agents du projet basse vallée de la Tarka. Les rendements peuvent frôler par endroit les 35 à 40 tonnes à l'hectare, mais se situent en moyenne autour de 30 tonnes à l'hectare. Chez les producteurs qui font deux campagnes par an, la taille des exploitations est de l'ordre de 0.76 ha. L'oignon occupe 4/5 de la superficie soit 80%, alors que la tomate est cultivée sur seulement 7%, et les autres cultures (chou, piment) sur 13%.

Dans le cas des producteurs ayant la pratique de trois campagnes par an, les exploitations maraîchères ont une taille plus importante (1.60 ha). La superficie affectée à l'oignon est de 67%, tandis que la tomate occupe 11% et 22% pour les autres cultures (chou, piment, poivron). Notons que, la superficie annuelle d'une exploitation correspond au cumul des superficies des campagnes successives. En général, une terre n'est exploitée qu'une seule fois par an. L'oignon d'hivernage est cultivé sur des sols légers, tandis que l'oignon de contre saison qui comprend deux campagnes est pratiqué sur des sols lourds (argileux) communément appelés « Fadamas ».

D'après nos enquêtes, les exploitants qui se lancent dans la pratique de trois campagnes sont relativement jeunes. Cela a priori peut s'expliquer par le fait que la culture d'oignon exige beaucoup d'entretien, or il se trouve que pendant l'hivernage, il peut y avoir une pénurie de main d'oeuvre à cause des travaux champêtres, ce qui peut obliger le producteur à assumer lui même l'essentiel des travaux relatifs à la culture d'oignon. Sa pratique en plusieurs campagnes à l'année ne peut par conséquent qu'être assurée par des actifs agricoles. Ceux des producteurs qui sont âgés de plus de 60 ans sont généralement des chefs d'exploitation propriétaires des terres mises en culture. A ce titre, ils restent responsables de l'exploitation même s'ils n'y exercent aucune activité. A la différence des producteurs faisant une seule campagne par an, que nous pouvons qualifier de « petits producteurs », les producteurs, cultivant deux fois l'oignon à l'année, sont des « méso producteurs ». Parmi eux, les clivages jeunes/vieux sont de moindre importance. Dans leurs plans d'occupation des sols, la culture d'oignon se taille la plus importante part des superficies. Elle reste et demeure la principale source de motivation économique, en ce sens que la diversification si

elle existe ne porte pas sur la tomate en seconde culture comme le cas précédent, mais sur d'autres cultures maraîchères comme le chou, le poivron, le piment ou la pomme de terre.

Les producteurs qui font trois campagnes par an ont les mêmes occupations que ceux qui en font deux pendant la saison sèche. Ce qui est différent, c'est qu'ils font une autre campagne pendant la saison des pluies en même temps que la culture des céréales et des légumineuses. Mais la culture d'oignon d'hivernage est consommatrice de semences, ce qui rend l'installation des pépinières coûteuse, à cause des pluies de battance qui, détruisent les jeunes pousses. Une fois le repiquage effectué et la reprise réussie, l'oignon d'hivernage bénéficie des pluies, ce qui diminue les irrigations. Par contre, il fait l'objet d'innombrables attaques parasitaires qui nécessitent des traitements phytosanitaires. En somme, l'oignon d'hivernage est difficile à réaliser à la différence de l'oignon de saison sèche. Ces coûts de production sont, de ce fait, assez élevés. Mais les prix rémunérateurs à la récolte sont incitatifs et poussent certains producteurs à cette pratique. Cependant, la récolte de cette campagne est entièrement vendue, cela à cause de la rareté du produit due à l'épuisement des stocks d'oignon de garde. Cette rareté du produit, pendant l'hivernage, est aujourd'hui relative, car elle correspond à la période de la production de la région concurrente d'Agadez. C'est pourquoi de nombreux producteurs font des récoltes précoces afin de bénéficier des meilleurs prix ou des récoltes tardives pour les mêmes raisons. Dans la plupart des cas, les producteurs adoptent la stratégie d'échelonnement des récoltes en fonction de la demande et la durée de la conservation en est intimement liée.

Cette transformation sans précédent, nous permet de penser que les paysans maraîchers de la région de Madaoua, du fait de la motivation économique et de l'innovation de la petite irrigation, ont eu raison d'évoluer du système traditionnel au système intensif, en passant ainsi du stade de paysan à celui de producteur d'oignon. Ce changement correspond au processus identitaire, aspect de la professionnalisation définie par Denis PESCHE (1993). Cette transformation capitale, du paysan maraîcher en producteur d'oignon, illustre le passage d'une logique de routine paysanne à celle d'une véritable dynamique de production. Ces mutations liées à l'accroissement de la taille des exploitations, de leur équipement et au nombre de campagnes par an ont inexorablement eu pour conséquence l'augmentation de la production comme cela est constaté, depuis l'avènement du projet basse vallée de la Tarka au début des années 1990.

4-Tendance à la disparition de la campagne d'oignon d'hivernage à Madaoua au profit des nouvelles zones de production d'Agadez

Au début des années 90, une rébellion avait éclaté dans le nord du Niger. Une partie de la population s'était insurgée contre le pouvoir politique en place afin d'exiger une meilleure redistribution des richesses issues de la vente d'uranium, principal minerai extrait dans cette région et pour lequel le Niger est le 3ème producteur mondial. Ses revenus servaient à renflouer les caisses de l'Etat. Après quelques années de guérilla, un accord de paix a été signé en 1995 entre les chefs rebelles et le pouvoir politique ouvrant la voie d'une réconciliation définitive, qui s'appuie sur un effort de développement du Nord du pays. Depuis les accords de paix, le gouvernement nigérien a négocié, auprès des bailleurs de fonds, le financement de projet de développement en vue de relancer les activités économiques de la région Nord. Parmi les objectifs retenus figurent le développement des cultures irriguées comme le blé, la pomme de terre et l'oignon. Dans le cadre des accords de paix, plusieurs projets de développement ont été mis en place, dont le Projet d'Appui au Développement du Nord Niger phase 2 (PADNN2) financé par la coopération française avec l'appui efficace de l'ONG Tilalt. Ce principal opérateur du projet œuvre, en particulier, pour le développement du maraîchage dans cette partie du pays où les pluies se font de plus en plus rares, réduisant l'activité agricole aux cultures irriguées.

Depuis 1997, la région d'Agadez compte parmi les régions productrices et exportatrices d'oignon au Niger. Son potentiel de production est en plein essor et le Violet de Galmi constitue la principale variété d'oignon cultivée dans cette zone. Plusieurs aménagements de sites favorables ont vu le jour. La culture d'oignon a lieu pendant la saison des pluies, c'est à dire au moment où la plupart des agriculteurs de la zone sud agricole s'investissent dans la production des céréales, hormis les producteurs d'oignon d'hivernage de la région de Madaoua.

En conséquence, cette région est devenue la deuxième région productrice d'oignon après celle de Tahoua au point de lui livrer concurrence. Il se trouve que sa période de production qui se situe pendant l'hivernage (juillet à novembre) ne menace pas les deux campagnes de production de saison sèche de la région de Tahoua, mais celle d'hivernage entreprise avec beaucoup de risques dans la région de Madaoua.

Si les producteurs d'oignon d'hivernage de Madaoua s'adonnent toujours à cette activité malgré les coûts élevés de la mise en place de la culture notamment les charges en semences, c'est qu'ils sont motivés par les prix à la récolte à cause de la rareté du produit en cette période, mais la situation a changé. Auparavant, le sac d'oignon de 100 kg se vendait autour de 35 000 à 40 000 CFA en septembre-octobre et cela pouvait persister jusqu'à la récolte de la première campagne de saison sèche (janvier-février). Depuis que la production d'Agadez leur fait de la concurrence, les prix ne sont plus aussi rémunérateurs qu'auparavant, ils dépassent rarement 20 000 F CFA pour le sac de 100 kg. Les producteurs d'oignon d'hivernage de Madaoua se posent la question de la rentabilité de leur activité face à la poussée de la production d'Agadez, au vu des coûts élevés en semence et des risques parasitaires encourus. La concurrence d'Agadez a contraint bon nombre de producteurs de Madaoua à abandonner cette culture du fait qu'ils ont les mêmes acheteurs. De même les oignons conservés sur une longue période auront des difficultés à être vendus face à ceux qui sont fraîchement récoltés. Ceci pose également un problème à la deuxième campagne de production de saison sèche de la région de Tahoua, qui est pour l'essentiel destinée à la conservation. Pour juguler ce problème et passer d'une situation de concurrence à celle de complémentarité, des démarches sont engagées entre producteurs en vue de réguler les flux et par voie de conséquence s'assurer de prix rémunérateurs

On reconnaît que les maraîchers de la région d'Agadez sont bien organisés dans la commercialisation de l'oignon. A la différence de ceux de la région de Tahoua, ils écoulent l'oignon par le biais de leur coopérative. Ils ont constitué un comptoir de vente par lequel transite toute la production des différents sites de la région dont Tabelot, Bagazane etc. Ce comptoir basé à Agadez qui draine toute la production régionale est contrôlé par une coopérative dynamique dénommée UCMT (Union des coopératives Maraîchères de Tabelot). C'est une association de 11 groupements résultant du désengagement de certaines coopératives de la grande Union des Coopératives Maraîchères de l'Aïr (UCMA). L'utilisation des comptoirs impose des règles aux adhérents. A la récolte, ils doivent conditionner leurs oignons dans des sacs d'une contenance de 50 kg sans la casquette traditionnelle ou « Tchali » de la région de Tahoua. Lors du transit à l'entrepôt de l'UCMT à Agadez, la coopérative prélève une taxe de 15 F CFA sur chaque sac pour l'entreposage. Avant chaque début de récolte, l'UCMT pratique une politique de prix plancher, définie à partir de la campagne précédente, qui lui permet de réguler les cours du produit.

Bien que ces règles de conditionnement soient observées par les adhérents à la coopérative, le type de conditionnement ne convient pas pour autant aux acheteurs exportateurs pour deux raisons. D'abord les sacs en polyéthylène sont jugés inadaptés au transport de long courrier parce qu'ils sont moins aérés et plus chauds. Ensuite la contenance de 50 kg est considérée comme insuffisante puisque le paiement des droits à l'exportation se fait par sac, et par conséquent, l'on fait des économies si le sac a une contenance de 140 à 160 kg ce qui fait passer trois sacs au prix d'un. C'est pourquoi, après que les oignons aient quitté Agadez dans leur conditionnement en sac de polyéthylène de 50 kg, arrivés sur les marchés de Badaguichiri et de Tsernaoua, ils sont reconditionnés dans les sacs types utilisés dans la région de Tahoua en fonction de la destination (Ghana, Togo, Côte d'Ivoire).

Comme la production d'Agadez coïncide avec celle d'hivernage de la région de Madaoua, des négociations ont été engagées entre les producteurs des deux régions en vue de réguler l'offre de produit sur le marché. Ces négociations engagées, par les producteurs d'Agadez en visite dans la région de Tahoua, visent à trouver un accord qui aboutira à la disparition de la culture d'oignon d'hivernage dans la zone de Madaoua au profit de celle d'Agadez. En contre partie la production d'Agadez se limitera à cette saison et n'empiétera pas sur les deux principales campagnes de saison sèche de la région de Tahoua.

Pendant notre séjour sur le terrain au mois de mars 2005, nous avons eu l'occasion d'assister à certaines de ces réunions de négociations à Sabon Guida et à Galmi, conduites par les producteurs d'oignon de la région d'Agadez. A ce moment aucun accord n'avait été conclu, mais il y avait de la part des producteurs de la région de Tahoua une bonne écoute donnant à penser qu'un accord est fort possible. La conclusion d'un accord peut signifier que les producteurs d'oignon ont atteint un niveau de maturité qui traduit un réel passage de la logique paysanne à celle de la rationalité économique. Autrement dit, il y a un changement d'échelle dans la conception même de la culture d'oignon chez les producteurs. Ces derniers, qui par le passé, faisaient de la culture d'oignon une activité complémentaire susceptible de juste générer des ressources additionnelles pour assurer leur survie (logique paysanne) - dépassent ce cap aujourd'hui, pour la considérer comme une activité pleine et entière par laquelle ils peuvent tirer des revenus conséquents moyennant une autorégulation (rationalité économique). Cette démarche qui semble être une première au Niger où des producteurs se déplacent vers d'autres producteurs concurrents pour négocier de la nécessité du maintien de prix rémunérateurs par la régulation des flux de l'offre dans leur intérêt commun, traduit un profond

changement dans la transformation du paysan en producteur qui rompt à jamais avec la routine paysanne. On y retrouve le deuxième aspect de la professionnalisation définie par Denis PESCHE (1993).

D- Une production qui rapporte des revenus conséquents

Dans cette section, notre objectif est d'arriver à une estimation des revenus des producteurs en fonction de leur pratique. Car comme nous l'avons longuement décrit, certains font une campagne, d'autres en font deux ou trois par an. L'estimation des revenus des producteurs, selon leur niveau d'engagement dans la culture d'oignon, présente l'avantage d'apporter un peu plus de précision dans la compréhension du sens du revenu annuel des producteurs. Cette précision est l'élément manquant des études précédentes, qui présentent les revenus des producteurs sans renseigner sur les pratiques qui ont conduit à leur obtention, alors que toute la dynamique du changement s'y rattache. C'est pourquoi, il nous paraît important de mettre en exergue le niveau d'engagement des producteurs dans l'estimation de leurs revenus annuels pour la culture d'oignon afin de renseigner sur leur pouvoir d'achat, susceptible d'engendrer des changements.

1- Les données de base du calcul

En fonction du niveau d'engagement des producteurs dans la culture de l'oignon, on peut distinguer deux grands groupes : le groupe des routiniers qui perpétuent la tradition à cause parfois de contraintes naturelles telles que la disponibilité en eau et le groupe des innovateurs qui ont une forte tendance à la professionnalisation. Avant d'estimer les revenus des producteurs, il convient de présenter d'abord, les données de base pouvant servir au calcul à savoir les superficies, rendements, productions et prix moyens de l'oignon. Les prix de référence dans la région de Tahoua sont les prix à Galmi. Une situation des prix à Galmi est donnée dans le tableau suivant :

Tableau N°11 Prix du Kg d'oignon en F CFA à Galmi de 1998 à 2004

Année	Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc
1998	70	65	60	65	75	85	80	90	90	100	100	85
1999	125	115	100	100	175	175	180	175	200	150	175	150
2000	450	300	300	275	275	240	210	200	250	400	350	350
2001	325	300	275	250	225	245	270	415	400	270	270	280
2002	300	325	170	170	100	110	90	110	170	250	280	265
2003	125	90	100	100	110	160	200	180	175	125	110	200
2004	100	120	100	100	120	140	150	150	175	200	280	140

Source district agricole de Galmi

Les prix qui figurent dans ce tableau nous serviront aux calculs des comptes d'exploitation des producteurs en fonction des périodes de vente. Les données du tableau (12) portent sur deux années : 2000-2001 et 2001-2002. Il y figure également, une estimation des quantités directement vendues et celles conservées pendant une période allant de quatre à six mois.

La proportion des quantités d'oignon conservées dépend de la stratégie des producteurs et des opportunités du cours du produit. A la récolte, les exploitants qui cultivent l'oignon une fois par an écoulent en proportion 4/5 de leur production en vente directe. Seul 1/5 de la production est conservé dans l'optique d'attendre une amélioration des cours du produit pour les uns ou d'assurer l'alimentation de la trésorerie familiale tout au long de la période de soudure pour les autres. Il en est de même pour les producteurs qui sont en système intensif, mais les proportions indiquées dans le tableau sont des estimations annuelles moyennes. Cependant, il y a lieu de relever qu'en ce qui concerne les deux campagnes de saison sèche, comme elles se font de novembre à mai avec quelques mois de décalage (2 à 3 mois), la récolte de la première campagne est directement vendue sauf effet contraire des prix. La conservation concerne surtout la récolte de la deuxième campagne sur une période allant de 4 à 6 mois. C'est cette quantité conservée qui représente en proportion 1/5 du volume annuel produit.

Tableau N°12 : Superficie, rendement, production de l'oignon : 2000/2001 et 2001/2002

2000-2001	Superficie Moyenne (ha)	Rdt Moyen (t/ha)	Production Moyenne (tonne)	Vente Directe	Quantité conservée	
					4 mois	6 mois
Prod 1 camp	0.18	36.19	6.5	4/5	1/5	-
Prod 2 camp	0.46	30.31	13.94	4/5	1/5	-
Prod 3 camp	0.85	28.14	23.91	4/5	1/5	-
2001-2002						
Prod 1 camp	0.19	37.15	7.05	4/5	-	1/5
Prod 2 camp	0.48	30.75	14.76	4/5	-	1/5
Prod 3 camp	0.91	29.18	26.5	4/5	-	1/5

Source enquête personnelle

Prod 1 camp : Producteur faisant une campagne par an.

Prod 2 camp : Producteur faisant deux campagnes par an.

Prod 3 camp : Producteur faisant trois campagnes par an.

D'une année à l'autre, il ressort une légère évolution des superficies, des rendements et des productions. Mais statistiquement ces données sont équivalentes : par exemple en 2000-2001 la superficie en pratique paysanne est de 0.18 ha alors qu'elle est de 0.19 ha en 2001-2002. Cependant, l'intérêt est de remarquer que, sur les deux années, les rendements des producteurs ayant la pratique d'une campagne sont plus élevés que ceux des producteurs dits en système intensif. L'explication de ce paradoxe vient du calibre des bulbes, qui définit le type de qualité de produit que le producteur souhaite mettre sur le marché. Le fort rendement enregistré résulte des techniques culturales qui visent à produire des bulbes de gros calibre à partir de l'espacement entre les plants, de l'alimentation azotée et de l'apport de quantité importante d'eau d'irrigation. Rappelons que les oignons de gros calibre sont des oignons de seconde qualité que les commerçants exportateurs ne souhaitent pas acheter parce qu'ils se prêtent mal au transport de long courrier.

Il y a là une confrontation de deux logiques. D'une part, celle des petits producteurs qui, en une campagne, veulent produire beaucoup en adoptant les techniques de production des bulbes de gros calibre. D'autre par, celle des producteurs professionnels qui adaptent leur production en fonction des besoins du marché (le calibre moyen). Au repiquage, ces derniers réduisent l'espacement entre les plants avec un meilleur contrôle de l'alimentation hydrique et azotée contrairement à ceux du groupe précédent, d'où leur diamètre moyen compris entre 50 et 70 mm.

Aussi, les petits producteurs sont ceux qui s'endettent auprès des commerçants locaux pour se procurer les semences, les engrais et les pesticides. En semant lâche, ils pensent faire des économies sur les intrants, et les gros bulbes qu'ils récoltent leur permettront le remboursement en nature de leur dette, du fait qu'ils remplissent facilement les sacs.

Par ailleurs, des rendements de l'ordre de 30 tonnes à l'ha sont des rendements satisfaisants pour un cultivar comme le violet de Galmi, car, selon la FAO, le rendement moyen pour les pays en développement se situe autour de 11,8 tonnes à l'hectare (CURRAH, 1990). En comparaison avec les chiffres officiels de cette institution, les producteurs professionnels de la région de Tahoua, qui font deux à trois campagnes par an, méritent d'être considérés en système intensif du seul fait des rendements qui sont deux fois et demi supérieur au rendement moyen pour les pays en développement selon la FAO. Ces résultats obtenus avec une meilleure qualité du produit, le sont grâce à l'utilisation des équipements de petite irrigation (forage et motopompe) et un savoir-faire adapté aux besoins du marché.

2- Comptes d'exploitation

Dans le calcul des résultats des comptes d'exploitation de l'oignon, nous avons tenu compte des pratiques en cours, notamment en dissociant les quantités directement vendues des quantités conservées. En ce qui concerne les quantités conservées, nous avons appliqué un taux de perte correspondant à la durée de conservation. Ce taux est de l'ordre de 15% pour une période de conservation de 4 mois et de 30% pour une période de 6 mois (DAVID. O, 99 ; Toudou 99). La part de l'autoconsommation et des dons est de l'ordre de 10% (DAVID, 99). Les prix appliqués sont les prix moyens de référence à Galmi sur la période de vente.

Ainsi, le produit moyen d'une exploitation se compose de :

(a) = Quantité directement vendue x le prix de vente moyen correspondant à la période.

(b) = [Quantité conservée (4 mois) – pertes de 15% - 10% autoconsommation et dons] x Prix moyen correspondant à la période.

(c) = [Quantité conservée (6 mois) – pertes de 30% - 10% autoconsommation et dons] x prix moyen correspondant à la période.

En ce qui concerne les charges, la forte variabilité des différents coûts de la main d'œuvre en fonction des travaux et de la saison nous a amené à les estimer en homme jour pour un prix moyen de 1000F CFA par jour par individu. Sachant que des travaux comme le concassage des mottes, la confection des planches, le repiquage, l'arrosage, le désherbage, et la récolte sont réalisés dans la plupart des cas par contrat, rémunérés après la vente du produit.

Le labour et le transport sont faits le plus souvent sur la base de prestation de services chez les producteurs ne disposant pas de la traction animale. Concernant le labour, il est fait à 15 000 F CFA environ pour ¼ ha et le transport à raison de 100F CFA le sac de 100kg environ.

Le coût de production est calculé en divisant le total des charges par la quantité produite.

La valeur ajoutée/kg: $\frac{[\text{Produit total} - \text{consommations intermédiaires}]}{\text{Quantité vendue (kg)}}$

La valorisation de la journée:
de travail $\frac{\text{RE} - \text{VF} - \text{VC}}{\text{Nombre d'actifs} \times \text{Nombre de jours de travail/an}}$

RE : Résultat d'exploitation

VF : Valorisation du foncier (ou productivité de la terre)

VC : Valorisation du capital (ou productivité du capital)

a) Comptes d'exploitation 2000/2001 (De juillet 2000 à juin 2001)

Tableau 13 : Compte d'exploitation d'un producteur en système traditionnel une campagne, superficie moyenne 0.2 ha. Exhaure manuelle (cas dominant)

Libellé	Montant en F CFA
A) Charges	
Semences d'oignon 1kg x 25000	25 000
Engrais 15-15-15 : 50 kg x 225F/kg	11 250
Urée : 20 kg x 210F/kg	4 200
Produit phytosanitaire	9 000
Labour	12 000
Fonçage de puits ou de puisard	5 000
Transport : 100F/sac x 65 sacs	6 500
Main d'œuvre : 150h/j x 1000 F	150 000
Taxe (100F CFA/sac)	6175
Total charges	229 125
B) Produits	
(a)= 5200 kg x 240 FCFA/kg = 1 248 000	
(b)= (1300-325) x 313.3 F CFA=305 467.5	
(a) +(b) =	1 553 467.5
Résultat = B -A	1 324 342.5
Résultat (Bénéfice/kg)	214.46
Coût de production (FCFA/kg)	35.25
Valeur ajoutée/kg	239.75

En ce qui concerne l'engrais et les produits phytosanitaires, notons que depuis le démarrage du Programme Spécial du Président de la République⁴³, les prix de ces intrants sont à la baisse à cause de la subvention dont ils bénéficient. Ils coûtent moins cher au Niger qu'au Nigeria, où les intrants ne sont plus subventionnés depuis quelques années.

⁴³ Le Programme Spécial du Président de la République est un programme de développement financé à partir des fonds de remboursement des créances annulées par les bailleurs de fonds dont bénéficient certains pays pauvres et très endettés (PPTE).

Tableau 14 : Compte d'exploitation d'un producteur en système intensif deux campagnes, pour une superficie moyenne de 0.5 ha. (Cas puits ou puisard + motopompe)

Libellé	Montant
A) Charges	
Semences : 2.5kg x 25000	62 500
15-15-15 : 125 kg x 225F/kg	28 125
Urée : 50 kg x 210 F/kg	10 500
Produit phytosanitaire	22 500
Labour	30 000
Fonçage des puits ou puisards (2)	10 000
Carburant 2l/j x 60 j x 200 F	24 000
Lubrifiant	6 500
Réparation et pièces de rechange	40 000
Transport 100F/sac x 139.4 sacs	13 940
Main d'œuvre 250hj x 1000 F	250 000
Taxe	13 243
Amortissement motopompe	50 000
Total charges	561 308
B) Produits	
a) 11 152 kg x 240F/kg = 2 676 480	
b) (2788-697) X313.3 F/kg =655 110.3	
(a) + (b)	3 331 590.3
Résultat = B - A	2 770 282.3
Résultat (Bénéfice/kg)	209.18
Coût de production (FCFA/kg)	40.26
Valeur ajoutée/kg	232.84

Pour le cas des producteurs faisant deux campagnes avec l'utilisation de forage, la charge liée au fonçage des puits et puisards est remplacée par l'amortissement du forage qui est de 14 000 F CFA sur une durée de 5 ans en moyenne. Selon les normes du projet basse vallée de la Tarka, il faut un forage pour irriguer un demi hectare.

De ce fait, le total des charges s'élève à 565 308 F CFA donnant un résultat de 2 766 282.3 F CFA.

En ce qui concerne la vente directe, les 4/5 de la production vendue (voir tableau N°12) représentent la totalité de la production de la première campagne sèche à laquelle s'ajoute une partie de la récolte de la deuxième campagne espacée de la première que d'un à deux mois. Le prix appliqué est la moyenne des trois mois de vente de la saison c'est à dire : avril, mai, juin.

Dans la région de Tahoua, la proximité avec le Nigeria fait qu'il est très rare de voir des producteurs d'oignon acheter leur carburant dans une station d'essence

officielle. Tous s’approvisionnent sur le marché local communément appelé « marché noir » à cause de la vente de carburant issu de la contrebande. D’autres s’approvisionnent directement au Nigeria, c’est à dire à la source, là où le prix du litre est encore plus bas (moins de 50 F CFA). C’est pourquoi dans ces calculs pour s’approcher de la réalité, nous avons pris un prix moyen de 200 F CFA au lieu des 450 F CFA officiels affichés à la pompe des stations services, sachant qu’au marché noir le prix du litre varie entre 100 et 250 F CFA.

Tableau 15 : Compte d’exploitation d’un producteur en système intensif trois campagnes avec une superficie moyenne de 0.85 ha et ayant comme source d’eau d’irrigation le forage (cas de la basse vallée de la Tarka)

Libellé	Montant F CFA
A) Charges	
Semences : [2.5 kg + (1.5 x2)] x25000F/kg	137 500
15-15-15 : (125 kg + 140 kg) x 225 F/kg	59 625
Urée : (50 kg + 61.25 kg) x 210 F/kg	23 362.5
Labour (0.85 ha)	51 000
Transport : 100F/sac x 239.1 sacs	23 910
Produits phytosanitaires : 22500 + 15750	38 250
Carburant : (2lx60j +1.5 l x20j) x 200 F	30 000
Lubrifiant	10 625
Réparation et pièces de rechange	50 000
Main d’œuvre : (250 hj + 70 hj) x 1000 F	320 000
Taxe	22 714.5
Amortissement forage 14000 x 1.5	21 000
Amortissement motopompe 50000 x 1.5	75 000
Total des charges	862 987
B) Produits	
(a) = (a1) + (a2)	
(a1) hivernage= 1/5x350F = 4782 x 350 = 1 673700	
(a2) 2camp sèche = 3/5x240 = 14346 x 240= 3 443 040	
(b) conservation=1/5 :(4782-1195.5) x313.3= 1 123 650.45	
(a1+a2)+b	6 240 390.45
Résultat	5 377 403.5
Résultat (Bénéfice/kg)	236.73
Coût de production (FCFA/kg)	37
Valeur ajoutée/kg	256.05

Dans ce compte d'exploitation, notons que la troisième campagne celle de l'hivernage se fait en plus des deux campagnes de saison sèche, par conséquent, sur la moyenne des superficies de 0.5 ha des producteurs qui ont cette pratique s'ajoute 0.35 ha qui lui sont affectés.

Aussi, comme la mise en place des pépinières pendant l'hivernage est consommatrice de semence, les quantités sont généralement doublées.

Notons également que le prix moyen d'une motopompe est de 250 000F CFA à partir du Nigeria, tandis que la confection d'un forage se négocie à 70 000 FCFA environ.

On peut remarquer que ce sont les producteurs qui pratiquent deux campagnes par an qui ont le coût de production global le plus élevé, 40.26 F CFA/kg contre 35.25 et 37 F CFA/kg respectivement pour ceux qui pratiquent une et trois campagnes. Ainsi, la campagne d'hivernage bien qu'elle soit consommatrice d'intrant (semences, engrais pesticides), permet quand bien même à ceux qui la pratiquent en plus des deux campagnes sèches d'amoindrir les coûts généraux d'exploitation. Elle permet de faire des économies sur l'irrigation, notamment sur le carburant et le lubrifiant. La pratique des trois campagnes de culture d'oignon offre la meilleure valeur ajoutée (256.05 F CFA/kg contre 239.75 et 232.84 F CFA/kg respectivement pour les producteurs faisant une et deux campagnes par an).

Pour l'année 2000-2001, en tenant compte des minima et des maxima de chaque groupe, les revenus nets⁴⁴ des producteurs d'oignon en fonction de leurs pratiques se résument comme suit :

Tableau N°16 Distribution des revenus 2000-2001 par groupe de producteurs

Pratiques	Minimum (FCFA)	Moyen (FCFA)	Maximum (FCFA)
Une campagne	133 052	1 324 342.5	9 978 881
Deux campagnes	222 702	2 770 282.3	11 113 101
Trois campagnes	1 588 270	5 377 403.5	12 706 936

Source enquête personnelle

Au regard de ces résultats, on peut dire que l'année 2000-2001 a été une année satisfaisante pour les producteurs d'oignon, puisque ils ont pu écouler leur

⁴⁴ Les revenus des producteurs d'oignon ne sont pas soumis à une imposition du type appliqué aux entreprises. Seule une taxe de marché de 100 F CFA est prélevée par sac vendu.

produit à des prix rémunérateurs. A titre comparatif, le revenu annuel moyen qu'un producteur d'oignon faisant une campagne de culture tire de son activité (1 330 517 F CFA) est supérieur à celui d'un cadre supérieur de la catégorie A1 de la fonction publique nigérienne (1 200 000 F CFA soit 100 000 F CFA en moyenne par mois).

b- Comptes d'exploitation pour l'année 2001-2002 (De juillet 2001 à juin 2002)

Pour l'année 2001-2002, on note un léger accroissement des superficies, de même que les rendements et les productions, mais il n'en est pas de même en ce qui concerne les prix. Ces derniers contrairement à l'année précédente (2000-2001) sont en baisse, et cela a beaucoup modifié les habitudes de conservation qui au lieu des 4 mois habituels se sont prolongées à 6 mois (cfq tableau N°12). En effet les producteurs ont adopté la stratégie qui consiste à attendre les meilleures opportunités de prix avant de mettre leur produit sur le marché. Cette année là, les meilleures opportunités de prix ne sont enregistrées qu'à partir des mois d'octobre et novembre.

De ce fait, malgré l'accroissement des superficies, des rendements et de la production, les comptes d'exploitations ont été durement affectés par le bas cours du produit. Un résumé des résultats est donné dans le tableau suivant :

Tableau N° 17 Résultats des comptes d'exploitation 2001-2002

Pratiques	Produit (FCFA)	Charge (FCFA)	Résultat (FCFA)	Résultat /kg (FCFA)	Coût/ kg F CFA)	VA/kg (F CFA)
Une campagne	1 399 616.76	229 984	1 169 632.76	180.33	32.62	204.52
Deux campagnes	2 643 929.28	562 464.2	2 081 465.08	153.28	38.10	176.37
Trois campagnes	6 089 276	902 162.5	5 187 113.5	212.76	34.04	232.13

Source enquête personnelle (ADM)

Les données contenues dans ce tableau montrent que d'une année à l'autre, les revenus des producteurs sont fortement liés au cours du produit, car malgré la bonne production obtenue au cours de cette année, les revenus sont restés maigres comparés à l'année 2000-2001. Cette perturbation des prix du marché au cours de l'année 2002 est liée aux soubresauts de la crise ivoirienne, la Côte d'Ivoire étant

le principal acheteur de l'oignon nigérien de l'époque. Les producteurs dont les efforts ont été mal récompensés sont ceux qui pratiquent deux campagnes par an. Ils ont le plus faible bénéfice au kg : 153.28 F CFA de même que la plus faible valeur ajoutée 176.37 F CFA /kg, alors que leur coût de production, qui est de 38.10 F CFA/ kg, est le plus élevé.

Mais en dehors de ce cas précis de la crise ivoirienne, les producteurs d'oignon nigériens sont plus généralement confrontés à une baisse des prix au moment des récoltes des deux principales campagnes de saison sèche. Ceci a deux raisons principales :

Premièrement, l'abondance de l'offre liée aux récoltes des deux campagnes en l'espace de deux mois (avril mai) fait baisser la demande d'où la chute des prix. Notons à ce niveau que la culture de l'oignon sur les aménagements hydro-agricoles du fait des forts rendements (40t/ha) a longtemps contribué à l'augmentation de l'offre du produit, donc en conséquence à une baisse drastique des prix qui tombent souvent en dessous de la barre de 30F CFA le kg.

Deuxièmement, en ce qui concerne la commercialisation de l'oignon, le manque d'action collective concertée affaiblissait les producteurs. En effet, les coopératives n'étaient pas opérationnelles en matière de commercialisation de l'oignon. Le motif mis en avant était qu'à la différence du coton et du blé, l'oignon est un produit périssable pour lequel la coopérative se garde de prendre des risques. Elle laisse de ce fait le soin au producteur de s'occuper de sa commercialisation. Ce dernier se trouve dès lors en proie aux spéculations, sans être capable d'influencer la fixation des prix. Parfois ses besoins urgents de liquidités le poussent à vendre en deçà des coûts de production, c'est-à-dire, aux périodes où les prix de vente chutent à 20 ou 25 F CFA le kg). Mais cette époque semble aujourd'hui révolue depuis l'interdiction de la culture d'oignon sur les aménagements hydro-agricoles où les prix ont tendance à se stabiliser.

Les revenus de l'année 2001-2002 prenant compte des minima et maxima sont résumés dans le tableau suivant :

Tableau N°18 Distribution des revenus 2001-2002 par groupe de producteurs

Pratiques	Minimum (F CFA)	Moyenne (F CFA)	Maximum(F CFA)
Une campagne	116 963.27	1 169 632.76	8 772 245.7
Deux campagnes	249 775.80	2 081 465.08	8 325 860.32
Trois campagnes	2 850 062.36	5 187 113.5	11 400 249.45

Source : enquêtes personnelles

Malgré la bonne production enregistrée au cours de l'année 2001-2002, les revenus annuels sont restés en deçà de ceux de l'année 2000-2001, ceci à cause du bas cours des produits. Il en ressort que le revenu du plus petit producteur est inférieur à 120 000 F CFA, alors que le plus grand n'a pu atteindre 12 millions de F CFA.

En dépit des fluctuations des cours du produit, d'une année à l'autre (ou au cours d'une même année), la culture d'oignon dans la région de Tahoua demeure une activité rentable à forte valeur ajoutée (6 à 7 fois le coût de production en 2000-2001 et 4 à 6 fois en 2001-2002). Elle valorise la journée de travail des producteurs, ce qui les motive chaque année à se lancer avec plus d'ardeur dans la production par l'accroissement des superficies, le changement de système de production ou l'acquisition des équipements de petite irrigation. Pour les années 2000-2001 et 2001-2002, la valorisation de la journée de travail des producteurs d'oignon est consignée dans le tableau suivant :

Tableau N°19 Valorisation de la journée de travail

	Année 2000-2001			Année 2001-2002		
	Une campagne	Deux campagnes	Trois Campagnes	Une Campagne	Deux campagnes	Trois campagnes
Valorisation de la journée de travail (F CFA/j)	8 642	10 000	15788	7 610	7 245	15 167

Source enquêtes personnelles

Le calcul de la valorisation de la journée de travail permet de traduire le revenu des producteurs en terme de pouvoir d'achat. La méthode utilisée est celle dite, des valeurs résiduelles qui consiste à soustraire du résultat d'exploitation, la valeur du foncier estimée au prix du marché (70 000 F CFA le demi ha) et celle du capital d'exploitation (ici motopompe et forage, p 149).

Ainsi, au cours de l'année 2000-2001, la journée de travail des trois types de producteurs est nettement plus valorisée qu'en 2001-2002. Il ressort que, les producteurs ayant la pratique de deux à trois campagnes sont ceux qui ont les journées de travail les plus valorisées (10 à 15 fois le coût de la main d'œuvre journalière en 2000-2001), cela les conforte bien dans leur position de professionnels. Pour la même année, les petits producteurs en système traditionnel une campagne n'ont pu valoriser leur journée de travail que d'environ 8.5 fois le coût moyen de la main d'œuvre. Cependant, à cause de la fluctuation des prix, la

valorisation de la journée du travail a été moins importante l'année suivante (2001-2002).

E- la redistribution des revenus dans quels domaines ?

Comme nous venons de le voir, les revenus tirés de la culture d'oignon sont très importants et contribuent de façon substantielle à l'augmentation du pouvoir d'achat des producteurs. En vue d'apprécier les changements induits, il serait intéressant de savoir les domaines d'activité dans lesquels ils sont utilisés. D'abord, selon la source de provenance de la main d'œuvre utilisée dans les exploitations agricoles, on note une redistribution des grands producteurs vers les petits à travers le salariat agricole. Puis, dans le domaine des investissements productifs comme l'acquisition des équipements de petite irrigation, dans le commerce, l'entretien de la famille et les dépenses sociales. Dans les sociétés rurales nigériennes en général, toutes les charges familiales sont principalement supportées par le chef de famille en tant que responsable du foyer conformément au contrat de mariage. Ces charges comprennent l'achat complémentaire de vivres (mil sorgho, riz), les frais de condiment, l'habillement des épouses, des enfants, les charges liées à leur scolarisation, les dépenses de santé, les dépenses liées aux baptêmes et aux mariages. Concernant l'ensemble de ces charges, les producteurs, de tous groupes confondus, affirment y consacrer une bonne partie de leurs revenus. Ceux du premier groupe (une campagne/an) y consacrent presque la totalité de leurs revenus notamment les plus petits producteurs. Les producteurs du deuxième groupe (deux campagnes/an) leur consacrent entre la moitié et les $\frac{3}{4}$ de leurs revenus, alors qu'elles ne représentent que le $\frac{1}{4}$ des revenus de bon nombre des producteurs du troisième groupe (trois campagnes /an).

Cependant, malgré l'importance des revenus tirés de la culture de l'oignon, seuls 8% des producteurs, tous groupes confondus, affirment placer leurs revenus dans une banque ou plutôt une mutuelle d'épargne et de crédit. La majorité de ces épargnants (6/10) appartiennent au deuxième groupe. Concernant l'acquisition des équipements de petite irrigation (motopompe et forage), la propension est forte au niveau de chacun des groupes. Mais elle l'est davantage dans le premier groupe où plus de la moitié des producteurs affirment avoir l'intention d'en acquérir en 2002 à travers l'ANPIP ; cela symbolise toute la dynamique qu'il y a autour de la culture d'oignon dans la région de Tahoua. Elle traduit également une réelle volonté de moderniser cette activité par l'adoption des dernières innovations en la matière (le système d'irrigation californien).

Comme la majorité des producteurs rechignent à déposer leurs revenus dans les systèmes décentralisés d'épargne et de crédit faisant office de banque rurale, leur moyen de thésaurisation ou de capitalisation se trouve être l'achat d'animaux pour l'élevage. Le type d'animaux achetés est fonction du rang du producteur. Les grands producteurs capitalisent dans le gros bétail notamment les vaches, tandis que les petits producteurs le font plus dans les petits ruminants telles les brebis et les chèvres. Dans ces deux cas, l'intérêt du capital correspond au nombre de mises bas obtenu. Ainsi, les veaux ou agneaux ou chevreaux obtenus contribueront à la multiplication du capital initial. Le plus souvent les animaux sont confiés à un berger peul sur la base d'un contrat de confiage sur la base duquel l'éleveur est rémunéré annuellement par tête et par type d'animaux à partir des revenus tirés de l'oignon. Après une naissance, le produit appartient au propriétaire de l'animal (le producteur d'oignon), mais les sous produits à savoir le lait et ses dérivés appartiennent à l'éleveur (le berger peul).

Les petits producteurs pratiquent plutôt l'embouche ovine à l'approche des fêtes de Tabaski (ou fête du mouton) ou bovine pour l'exportation vers le Nigeria. Cette stratégie permet de compenser leurs petits revenus. C'est une pratique des jeunes d'une façon générale qui leur permet de financer un mariage ou les frais de transport pour l'exode rural ou tout simplement se faire plaisir par l'achat d'un vélo ou d'une moto. Depuis l'avènement des programmes et projets de lutte contre la pauvreté comportant des activités génératrices de revenus et une prise en compte de la composante genre, l'embouche de petits ruminants est devenue en partie une activité dédiée aux femmes. Nous reviendrons amplement sur ce point dans la dernière partie.

Les revenus tirés de la vente de l'oignon sont également redistribués à travers le mécénat, par l'aumône, la Zakat, le pèlerinage à la Mecque, ainsi que par la construction ou la contribution financière à la construction de mosquée. En effet, la religion musulmane impose aux adeptes de faire la Zakat sur les revenus engrangés au cours de l'année, notamment lors de la fête de ramadan, en direction des individus les plus démunis. A cette occasion, 1/10 des revenus de l'année doit être redistribué aux pauvres en guise de solidarité. L'observation de cette règle religieuse est obligatoire pour tout musulman. L'aumône est un acte quasi quotidien qu'un musulman peut faire à l'endroit d'un autre. Cet acte de charité au quotidien peut porter sur la nourriture ou quelques pièces de monnaie. Ainsi, aux

heures des repas, il est courant de voir des petits « talibés »⁴⁵ circuler de concession en concession en quête de nourriture ou de l'argent qu'ils rapportent à leur maître marabout. Ils assurent ainsi leur propre entretien et celui de leur maître. Vu l'importance du phénomène, cela peut avoir une incidence sur le budget familial même s'il peut s'avérer faible par ailleurs. Dans la religion musulmane, construire une mosquée est aussi un acte hautement salubre que tout musulman qui en a la possibilité souhaite réaliser à cause de sa forte rétribution dans le royaume des cieux. Dans cette optique, il est assez courant de trouver une mosquée à l'entrée des habitations des grands producteurs d'oignon, ce qui contribue à les distinguer au sein de leur propre village au sens où aux heures de prière, les habitants y convergent pour s'acquitter de leurs cinq prières quotidiennes. Mais un grand producteur d'oignon n'est vraiment reconnu comme tel que s'il effectue le pèlerinage à la Mecque afin d'obtenir le titre de « El hadj » qui à tous égards symbolise sa réussite personnelle.

Un des domaines les plus investis par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua est le commerce, et cela pour plusieurs raisons : d'abord la proximité du Nigeria, qui donne une dynamique supplémentaire à l'activité, puis l'habileté à l'exercer du fait qu'il est l'une des valeurs de leur tradition, et enfin, l'inspiration religieuse qui fait du commerce une activité licite que le prophète Mohammed a lui-même exercée, donc un exemple à suivre. Ainsi, dans les sociétés rurales nigériennes en général, le modèle de réussite auquel aspirent les populations est celui qui permet de devenir un « Maï Gida⁴⁶ » c'est-à-dire un riche commerçant qui s'entoure d'une cohorte de dépendants ou d'assistants de tout genre. Ces dépendants constituent en eux-mêmes une deuxième richesse du Ma Gida « arzikin' mutane »⁴⁷ (Agier, 1981). C'est pourquoi bon nombre de producteurs s'adonnent à cette activité avec l'espoir de devenir un jour de grands commerçants. Cette volonté d'ascension sociale à travers le commerce les amène à injecter une très bonne partie de leurs revenus dans ce secteur. Au sein de la filière, certains grands producteurs achètent au moment des récoltes une bonne partie de la production des petits producteurs pour la revendre aux meilleures opportunités de prix. Certains autres diversifient en achetant des produits dans les autres filières agropastorales (mil, niébé, bétail). En ce qui concerne le mil, ils

⁴⁵ Elèves en études coraniques qui voyagent avec leur maître marabout. En voyage, les élèves et leur maître survivent grâce à l'aumône.

⁴⁶ Maï Gida, désigne à la fois le chef de famille et le chef de la maisonnée et par extension est utilisé par signe de respect pour des personnes importantes

⁴⁷ Littéralement « Richesse en homme » qui aujourd'hui avec la démocratie est fortement valorisée au sens de permettre de glaner facilement des voix au vote

constituent des stocks importants qu'ils remettent sur le marché local pendant la période de soudure où les prix flambent. Le niébé et le bétail sur pied font l'objet d'exportation vers le Nigeria. Parmi les producteurs, notamment ceux qui font une ou deux campagnes, certains sont à la fois producteurs et exportateurs d'oignon en direction des pays côtiers (Bénin et Côte d'Ivoire⁴⁸). L'éducation et la santé sont autant de domaines dans lesquels sont utilisés les revenus tirés de la culture d'oignon afin d'assurer la scolarisation des enfants et la couverture sanitaire de l'ensemble des membres de la famille.

D'une façon générale, les revenus tirés de la culture d'oignon sont redistribués dans tous les domaines de l'environnement économique et social des producteurs. En fonction de leur importance, ils permettent aux uns d'assurer tout juste les conditions de leur subsistance, et aux autres d'importantes opportunités d'investissement autant dans la production de l'oignon que dans des secteurs susceptibles de favoriser l'accroissement du capital (élevage, commerce) ou purement symbolique tels le mécénat. Si certains de ces investissements sont productifs, d'autres ne le sont pas, mais l'intérêt est de savoir comment les producteurs qui ont les revenus les plus élevés les utilisent avant d'en évaluer les changements de comportement qu'ils permettent.

Conclusion du chapitre

Avec 77.5% de la production nationale, la région de Tahoua est de loin la première région productrice du pays, et les mécanismes mis en œuvre pour atteindre un tel niveau de production permettent de parler de développement de la culture d'oignon qui repose à la fois sur les systèmes extensif et intensif. Les enseignements que nous pouvons tirer de ce mélange des systèmes sont les suivants : La généralisation de la culture relève du système extensif (traditionnel) qui résulte de l'augmentation des superficies relative aux différentes politiques mises en œuvre à cet effet, et de celle du nombre des producteurs. L'intensification repose sur l'amélioration des systèmes d'irrigation née de l'introduction de la petite irrigation privée et de la pratique de plusieurs campagnes de culture par an avec utilisation des intrants notamment les engrais et les pesticides. Cependant, de part l'importance de la production et la nécessité aux producteurs de vivre avec leur métier, on note une tendance notoire à la professionnalisation. Dans ce processus de changement qui comporte trois aspects d'après Denis PESCHE (1993), deux

⁴⁸ Avant la crise ivoirienne.

d'entre eux ont été relevés dans ce chapitre. Il s'agit du processus identitaire par lequel les paysans maraîchers changent de statut pour devenir des producteurs d'oignons en passant d'une campagne à deux ou trois par an. Puis l'évolution vers la cogestion où l'Etat est représenté par le PPEAP, et l'autogestion à travers laquelle les OP de la région d'Agadez négocient avec celles de la région de Tahoua en vue de réguler l'offre de produit par la suppression de la campagne d'oignon d'hivernage. Le troisième aspect du changement fera l'objet du prochain chapitre.

Chapitre 6 : L'organisation de la commercialisation (les opérateurs de l'aval de la filière)

Au Niger, le mouvement coopératif encadré par l'Etat est en perte de vitesse depuis le désengagement de l'Etat du secteur agricole sous le poids des programmes d'ajustement structurels imposés par la Banque mondiale et le FMI et la série de mesures de libéralisation de plusieurs secteurs de l'économie. Bien que l'Union Nationale des Coopératives (UNC) dissoute en 1996 par le régime militaire de Ibrahim Barré Maïnassara ait été réhabilitée quatre ans plus tard, les paysans nigériens ont cessé de croire aux vertus protectrices des coopératives. Beaucoup d'entre elles sont en mal d'organisation pour défendre leurs intérêts. Si, des coopératives existent, nombre d'entre elles sont des coquilles vides et ne portent de coopérative que le nom. Celles qui fonctionnent mieux sont celles qui exploitent les aménagements hydro-agricoles, et qui de par leur statut ont une relative autonomie de gestion et d'entretien des périmètres, ainsi que de la commercialisation monopolistique de certains de leurs produits (coton et blé). Depuis 2002, l'Etat a voulu redonner confiance aux producteurs en favorisant à travers le PPEAP, la création de fédérations régionales et nationales dans chacune des sept filières porteuses qu'il avait identifiées à savoir : la filière oignon, sésame, niébé, arachide, gomme arabique, viande, cuirs et peaux. Cette création des fédérations constitue pour les producteurs d'oignon le troisième aspect de la professionnalisation d'après la définition donnée par Denis PESCHE. Mais avant d'aborder cette nouvelle organisation, faisons le diagnostic de la situation antérieure.

A- Le manque d'opérationnalité des coopératives en matière de commercialisation de l'oignon

Dans la région de Tahoua, la commercialisation de l'oignon avait échappé aux coopératives avant même l'interdiction de la culture d'oignon sur les AHA⁴⁹. En effet, à cause du manque de structures adaptées à la collecte et à l'entreposage d'un produit hautement périssable comme l'oignon, les coopératives de producteurs de la région de Tahoua ne s'impliquaient pas dans la

⁴⁹ Aménagement Hydro-Agricole.

commercialisation de l'oignon. Les ultimes tentatives avaient été vouées à l'échec, suite au pourrissement du produit, comme ce fut le cas de celle des producteurs d'oignon du périmètre aménagé de Moulléla. Depuis cette piètre expérience, la loi du « cavalier seul » était devenue la règle, chaque producteur malgré son appartenance à une coopérative vendait son oignon seul, sans y référer. Notons que pour les producteurs hors aménagement hydro-agricole, cette règle du « cavalier seul » était observée depuis toujours même lorsque les coopératives étaient efficaces.

La commercialisation de l'oignon par le biais des coopératives a existé sur l'aménagement hydro-agricole de Galmi, vers les années 1980, au moment où l'actuel Président de la République était Préfet du département de Tahoua. Mais selon le témoignage d'un exploitant, cette pratique a été abandonnée à cause à la fois des risques liés à la conservation du produit et des pratiques dirigistes des responsables de la coopérative en matière de commercialisation : « Avant nous avions cette organisation dans la commercialisation de l'oignon. Mais plus maintenant, parce que les producteurs d'oignons ont trouvé que le monopole de la coopérative était contraignant. Ce sont les producteurs eux-mêmes qui ont demandé au préfet de ne plus être obligé de vendre à la coopérative. Qu'il soit permis à chacun de vendre librement sa production ! C'est ainsi que cette organisation fut abandonnée par rapport à l'oignon ». (Extrait de l'entretien focus groupe du 06/10/02). Pour les exploitants des périmètres irrigués, la culture d'oignon était plus rentable que celle du blé ou même du coton et sa commercialisation ne devait pas se faire exclusivement comme pour le blé et le coton par les Moulins du Sahel et la Société cotonnière du Niger. En effet l'oignon pouvait être vendu à des acheteurs nombreux et diversifiés.

Pour les exploitants, la rentabilité de l'oignon par rapport au coton n'est plus à démontrer : « Sur la parcelle de 0,12 ha, on ne peut dépasser 50 000 à 60 000 F CFA de revenu par an avec le coton. Par contre sur la même superficie, avec l'oignon on peut avoir entre 120 000 F à 150 000 F de revenu ». (Extrait de l'entretien focus groupe du 06/10/02). De plus, pour des producteurs en quête de liquidité à la récolte, l'oignon est sans équivalent, ce qui n'est pas le cas du blé et du coton qui, sont généralement vendus à crédit à ces compagnies, et leur règlement intervient d'habitude, longtemps après la fourniture. A ce propos, un exploitant fustige : « . . . L'année dernière l'acheteur de coton a reçu 50 millions de F CFA pour nous payer, mais jusqu'à présent, il ne nous a pas encore réglés. Et puis, là où va l'oignon le coton n'y va pas. Avec l'oignon, l'on choisit à qui

vendre, ce qui n'est pas le cas du coton. L'oignon n'est pas vendu à crédit alors que le coton l'est toujours ». (Extrait de l'entretien focus groupe du 06/10/02). L'absence d'organisation efficace des producteurs d'oignon de la région de Tahoua a constitué un handicap sérieux pour la commercialisation de ce produit, bien que le producteur pensait s'affranchir de toute contrainte pouvant lui imposer des règles, cette absence d'organisation profitait aux acheteurs d'une façon générale et aux exportateurs en particulier, qui à l'inverse des producteurs s'avéraient plus organisés. Cela leur permettait d'influencer la fixation des prix en leur faveur. En effet, sur les marchés de commercialisation de l'oignon, les producteurs semblent désarmés notamment les plus petits d'entre eux du fait de leur manque d'organisation et surtout de concertation qui réduit leur marge de manœuvre lors des négociations. Les collecteurs, qui pour la plupart sont des intermédiaires dépendants des commerçants de Galmi, usent de l'asymétrie de l'information pour régenter la fixation des prix en faveur des acheteurs. Ils sont le maillon fort du système traditionnel d'information sur les marchés d'autant qu'ils sont à la fois informés des prix aux producteurs et ceux de vente dans la plupart des pays côtiers. Ainsi, pris entre le besoin urgent de liquidités au sortir de la campagne pour satisfaire leurs besoins vitaux et le remboursement des dettes contractées, les petits producteurs sont contraints de céder à la pression des collecteurs. Dans la plupart des cas, les collecteurs-intermédiaires tirent profit d'un double jeu, celui qui consiste d'une part à permettre aux producteurs de rentrer en contact avec les acheteurs en conduisant ces derniers vers eux et d'autre part celui qui, du fait de ce rapprochement, permet aux acheteurs d'acquérir le produit à bas prix. De ce double jeu, ils s'en sortent avec 300F CFA de commission par sac vendu en prenant 200F CFA à l'acheteur et 100 F CFA au producteur, et cela quelque soit le prix de vente du sac d'oignon (10 000 F CFA en moyenne). Dans cette intermédiation, il en résulte que le gagnant est le plus souvent l'acheteur pour avoir acheté à bas prix, et le perdant le producteur pour avoir réduit sa marge. L'intermédiaire quant à lui, s'en sort avec une commission constante, quelle que soit la saison et quel que soit le lieu de vente ou même la provenance de l'acheteur. Les rares moments où le gain de marge est inversé, sont des moments de pénurie où l'offre est nettement inférieure à la demande du produit.

Depuis que les organisations paysannes (dont la forme la plus connue au Niger est la coopérative) se sont mises à l'écart de la commercialisation de l'oignon pour minimiser les risques liés à sa conservation par manque de structure adéquate et que les producteurs s'en occupent individuellement, la collecte de l'oignon se fait

à trois niveaux différents. Celui des producteurs-exportateurs, des acheteurs étrangers, et des commerçants locaux.

Le cas des producteurs-exportateurs :

Au moment des récoltes, en plus de leur propre production, les producteurs-exportateurs achètent l'oignon au champ pendant que les prix sont les plus bas. Ils utilisent pour leur compte des collecteurs villageois basés dans les villages producteurs. Selon la campagne, ils développent des stratégies différentes. Par exemple pendant la récolte de la première campagne de saison sèche (mars), ils constituent des stocks qu'ils essaient d'exporter immédiatement en fonction des opportunités de prix. Mais dans le même temps, dès que les prix locaux leur permettent une marge bénéficiaire, ils sont prêts à revendre aux exportateurs étrangers. Cependant, lors de la récolte de la deuxième campagne de saison sèche, leur stratégie consiste à stocker dans des abris traditionnels ou « Roudou » une partie des quantités collectées pendant quelques mois avant de les exporter au gré des meilleures opportunités.

Par le passé, il existait une relation de confiance entre les producteurs et les exportateurs nigériens à travers laquelle, au moment des récoltes, les producteurs cédaient leur production à crédit aux exportateurs nigériens qui se chargeaient de l'exporter. Ces derniers ne remboursaient les producteurs qu'une fois de retour de l'étranger, c'est à dire après avoir vendu les produits. Cette cession à crédit est communément appelée en haussa « *Taho Kajiya* »⁵⁰, elle ne se pratique plus depuis quelques années, à cause des abus dont étaient couramment victimes les producteurs.

Le cas des acheteurs étrangers :

Les acheteurs étrangers collectent les quantités dont ils ont besoin par le biais des intermédiaires en chef de Galmi. A leur arrivée, ces derniers leur affectent un à deux dépendants « *Yaro* » en vue de les accompagner dans les villages producteurs ou sur les marchés de commercialisation tels que Aréwa, Toufafi, Guidan Idder, Badaguichiri ou Tamaské.

Détenteurs de l'information sur les prix d'achat aux producteurs et les prix de vente aux consommateurs par le biais du système traditionnel d'information sur les marchés dont ils sont animateurs, les intermédiaires en chef de Galmi informent leurs hôtes sur les prix du marché et les villages offrant les meilleurs prix du moment (les plus bas). Une fois, informés sur les prix et le choix du village, les

⁵⁰ Littéralement : « vient m'écouter ».

exportateurs étrangers remettent aux intermédiaires en chef de Galmi le montant correspondant à la quantité souhaitée y compris toutes les charges allant de l'achat de la casquette (Tchali), du sac vide, en passant par la taxe du marché, les droits à l'exportation et la manutention. L'intermédiaire en chef remet à son tour cette somme à son dépendant qui une fois sur le terrain, aura la charge de négocier les prix avec les producteurs. Les exportateurs étrangers ayant confié toutes les opérations d'achat à leurs hôtes de Galmi y compris l'argent par mesure de sécurité, suivent leurs dépendants dans les villages ou les marchés dans le but de choisir la qualité de l'oignon qu'ils vont acheter. Dans un pareil cas, ils n'auront pas à intervenir directement dans la négociation des prix. Tout est laissé aux bons soins de l'intermédiaire. Lorsque le prix est conclu entre l'intermédiaire et les producteurs, des sacs vides de contenance variable en fonction des destinations sont distribués à ces derniers en guise de feu vert pour procéder à leur remplissage.

Au moment des récoltes la collecte de l'oignon est facile et rapide. Mais en période de pénurie, il faut parcourir plusieurs villages et marchés afin de remplir un camion. Il arrive que plusieurs exportateurs étrangers s'associent pour remplir un camion (cas des Togolaises en particulier).

Le cas des commerçants locaux :

Comme nous l'avons vu dans le chapitre4, les commerçants locaux contrôlent la plupart des petits producteurs par le fait qu'ils leur octroient les intrants à crédit remboursables à la récolte et le plus souvent en nature. Par ce biais, ils constituent un maillon fort dans la collecte et la commercialisation de l'oignon. De ce fait, ils ont deux principaux canaux de collecte. Le premier est basé sur le troc, tandis que le deuxième est basé sur la vente par anticipation. En effet, concernant ce deuxième moyen de collecte, le producteur vend par anticipation sa production au moment de l'octroi du crédit souscrit à des taux usuraires pour l'achat des intrants (semences, engrais, pesticide, carburant etc.) ou pour obtenir de l'argent liquide pour faire face à un mariage, un baptême ou à des soins médicaux. Par ces deux canaux, à cause du grand nombre de producteurs avec lesquels ils sont en contact, les commerçants locaux arrivent à collecter de quantités importantes d'oignon qu'ils vendent au gré des opportunités en conservant l'oignon sur de longues périodes.

Comme, on peut le constater dans chacun de ces itinéraires de collecte, les producteurs, à cause de l'absence d'organisation efficace sont les acteurs de la

filière qui tirent mal leur épingle du jeu. Même si par ailleurs selon nos enquêtes, les résultats de leurs comptes d'exploitation font de leur activité une des plus rentables au Niger. La nécessité d'une action collective s'est imposée à eux depuis que des producteurs-exportateurs de la région de Tahoua ont été confrontés aux mesures restrictives et sélectives de leurs homologues béninois de la ville frontalière de Malanville. En effet, à la différence des producteurs nigériens, les producteurs béninois du fait de leur bonne organisation sont parvenus à établir un embargo contre l'oignon du Niger au moment de la commercialisation de leur oignon. Pendant cette période, l'oignon nigérien ne peut accéder au marché béninois avant l'épuisement de leur produit, au meilleur des cas, une politique de quota est appliquée avec toute la rigueur requise. Si les producteurs béninois agissent de cette façon, malgré les conventions de la CDEAO qui proclament la libre circulation des biens et des personnes entre les états membres, c'est qu'au-delà de la régulation des cours du produit, selon les exportateurs nigériens, l'oignon béninois sur un marché libre et concurrentiel se présente par rapport au violet de Galmi comme un oignon de second choix qui ne peut trouver preneur qu'après épuisement de ce dernier.

A la fois pour protéger les cours de leur produit et éviter de voir leur oignon passer en second choix sur leurs propres marchés, les producteurs d'oignon du Nord Bénin ont mis en place une puissante organisation qui filtre le passage de l'oignon du Niger en direction de leur pays. Ce filtrage aboutit souvent à une interdiction totale de la vente d'oignon nigérien lors des récoltes dans le Nord Bénin. A cette période, la coopérative des producteurs d'oignon de Malanville fait office de police en saisissant et en amendant les contrevenants nigériens. En 2002, une crise a éclaté lorsque des exportateurs nigériens de la région de Tahoua ont été victimes de la saisie de leurs chargements de camions au marché de Malanville. Les produits saisis se sont détériorés dans les entrepôts de la coopérative et des amendes très lourdes ont été infligées aux contrevenants. En réponse à cette action, les producteurs d'oignon de la région de Tahoua ont fait campagne dans toute la région pour débouter les acheteurs béninois en refusant de leur vendre de l'oignon. Devant la persistance de la crise qui a duré plusieurs semaines, les acheteurs béninois ont cherché un dénouement de celle-ci au sommet de l'Etat en posant le problème au ministre en charge de ces questions, mais ce dernier leur a demandé d'ouvrir des négociations avec les producteurs de Madaoua. A l'issue de ces négociations, les acheteurs béninois ont trouvé un compromis avec les producteurs de la région de Tahoua délégués par les membres de la récente association régionale des professionnels de la filière oignon de

Tahoua basée à Madaoua et créée sous l'instigation du PPEAP (le Projet de Promotion des exportations agropastorales). Par ce compromis, les producteurs d'oignons de la région de Tahoua ont autorisé le chargement d'un certain nombre de camions par semaines (2 à 5) et en contre partie les Béninois ont autorisé l'accès à leurs marchés de l'oignon du Niger exporté par des nigériens dans une proportion semblable.

Ce fut le début d'une prise de conscience de la nécessité d'une action collective. Depuis cette crise, de nouvelles formes d'organisation sont en train de se mettre en place sur lesquelles nous reviendrons dans les prochaines sections, le temps de spécifier les différents circuits par lesquels le violet de Galmi est exporté dans les pays de la sous région.

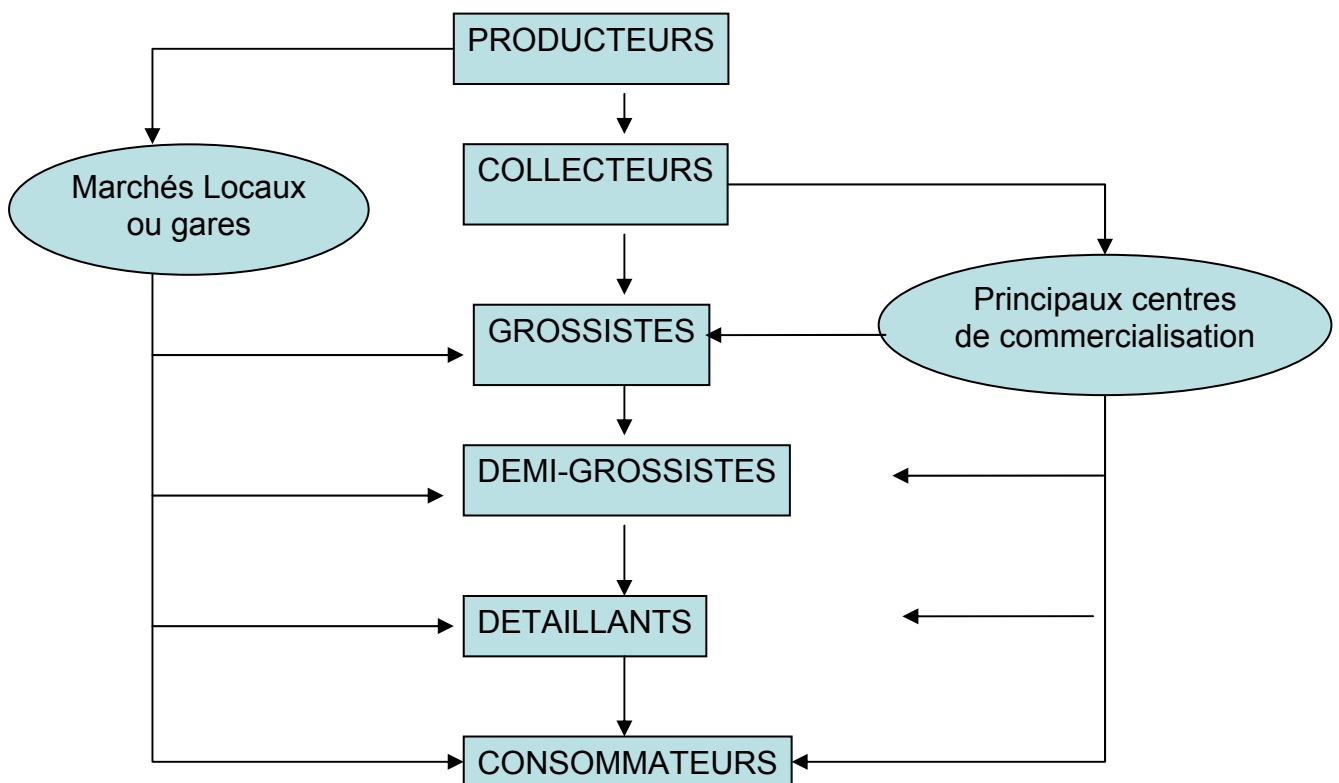
B- Les différents circuits de commercialisation et leur spécificité

Dans les bassins de production de la région de Tahoua, la commercialisation de l'oignon se fait principalement sur certains marchés plus connus sous le nom de « Tacha » ou « Gare ». Ces marchés ruraux spécialement consacrés à la commercialisation de l'oignon drainent les productions de la plupart des villages producteurs. Notamment ceux de la principale zone de production de la basse vallée de la Tarka suivant une disposition en deux axes perpendiculaires dont l'un latéritique desservant les villages situés le long du lit de la Tarka à savoir Guidan Gani, Sabon Guida, Koumassa, Eroufa et Kabobi. L'autre goudronné et situé sur la route nationale N° 1 notamment Tsernaoua, Aréwa, et Tounfafi. Mais la commercialisation de l'oignon se fait aussi dans des marchés semi-urbains à urbains tels que Tamaské, Badaguichiri, Galmi et Madaoua. Pour l'ensemble de la région, Galmi passe pour être le plus gros centre de commercialisation à cause des commerçants locaux et des intermédiaires en chef qui contrôlent l'essentiel des circuits destinés à l'exportation. Cependant, en fonction des acheteurs, on peut distinguer deux grands types de circuits : le circuit intérieur approvisionnant principalement la capitale Niamey et accessoirement les principaux centres urbains du pays, et le circuit extérieur destiné à l'approvisionnement des principales capitales des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest. Chacun de ces circuits à sa propre spécificité.

Dans le circuit intérieur assurant la consommation nationale, les intermédiaires sont rarement présents, les opérations d'achat et de vente se font directement entre

producteur et acheteur ou entre collecteur et acheteur. Dans ce circuit, l'oignon est conditionné sous deux à trois formes : soit dans des filets tissés à partir de feuilles de palmier doum de poids variant entre 2 à 10 kg généralement achetés par des voyageurs traversant les zones de production ; soit dans des récipients (calebasse ou tasse) de même contenance, ou bien des sacs de 100 à 110 kg destinés à l'approvisionnement de la capitale.

Figure 12 Circuit intérieur



Le circuit extérieur est assez varié, et est plus important que le circuit intérieur. Il utilise dans la plupart des cas des intermédiaires, même, dans ceux empruntés par les exportateurs nigériens. Les opérations de vente sont conclues entre le producteur et l'intermédiaire ou entre le collecteur (commerçant local) et l'intermédiaire. Le conditionnement est assez spécifique en fonction de la destination. Ce qui permet de distinguer cinq axes principaux qui sont :

L'axe Niger - Côte d'Ivoire : Il est celui du réseau marchand nigérien par excellence, monté par les migrants nigériens ressortissants de la région de Tahoua, et comptant en son sein des Nigériens de bout en bout. Il était par le passé (avant la crise ivoirienne), l'axe le plus important par lequel l'essentiel de la production

nationale était exporté vers ce pays. Mais depuis l'éclatement de la crise, il est en perte de vitesse, car l'insécurité dans le nord du pays empêchait les camions d'emprunter le circuit traditionnel reliant le Niger à la Côte d'Ivoire. Cependant, l'approvisionnement de ce dernier s'est poursuivi malgré la crise par un détour au Ghana. Dans ce circuit long, le conditionnement a lieu dans des sacs d'un poids de l'ordre de 100 à 110 kg. Les sacs en jute utilisés proviennent d'un recyclage des sacs ayant servi à l'exportation du café.

L'axe Niger – Ghana : A l'instar de l'axe ivoirien, celui-ci est aussi contrôlé par des opérateurs nigériens installés au Ghana dont, la plupart d'entre eux sont issus de l'immigration des Nigériens des années 1950, c'est à dire de la période coloniale. Le conditionnement de l'oignon est fait sur cet axe dans des sacs pesant en moyenne 120 kg, qui proviennent du recyclage des sacs utilisés pour l'exportation du cacao. A la contenance de ce sac qui est de l'ordre de 100 kg, est ajouté un chapeau traditionnellement appelé « Tchali » qui est tressé à base de feuille de palmier doum. Ce dernier permet d'augmenter le volume de ce sac d'environ 15 à 20 kg.

L'axe Niger – Togo : Contrairement aux précédents, cet axe est contrôlé par des opérateurs togolais constitués pour l'essentiel de femmes : « les Togolaises » comme on les appelle le plus souvent. Ces commerçantes exportatrices d'oignon sont venues à cette activité par héritage, car pour la plupart d'entre elles, le commerce de l'oignon nigérien s'est transmis de génération en génération. Sur cet axe, la contenance des sacs est de l'ordre de 140 kg du fait de l'utilisation d'un Tchali (casquette) de grande taille.

L'axe Niger – Bénin : Sur cet axe, se côtoient des exportateurs nigériens et des importateurs béninois, dont aucun n'a l'exclusivité du commerce de l'oignon et les tensions sont courantes entre ces deux groupes. De plus le Bénin est un pays producteur d'oignon notamment dans sa partie Nord et il veille à protéger ses producteurs par une régulation des exportations nigériennes. Sur cet axe, le conditionnement de l'oignon suit le modèle togolais au sens où le sac pèse environ 140 kg.

L'axe Niger – Nigeria : Cet axe, considéré avant la crise ivoirienne comme un axe mineur qui apparaît rarement dans les statistiques officielles, est en train de prendre de l'importance depuis quelques années d'après les producteurs. En effet depuis la crise ivoirienne, en dehors de la réadaptation des exportations

nigériennes sur la Côte d’Ivoire par le détour au Ghana, les importations du Nigeria se sont considérablement accrues ces trois dernières années au point de penser à une réexportation des flux absorbés par ce pays en direction de d’autres destinations. Mais nos enquêtes ne nous ont pas permis de vérifier cette affirmation.

Figure 13 Circuit extérieur

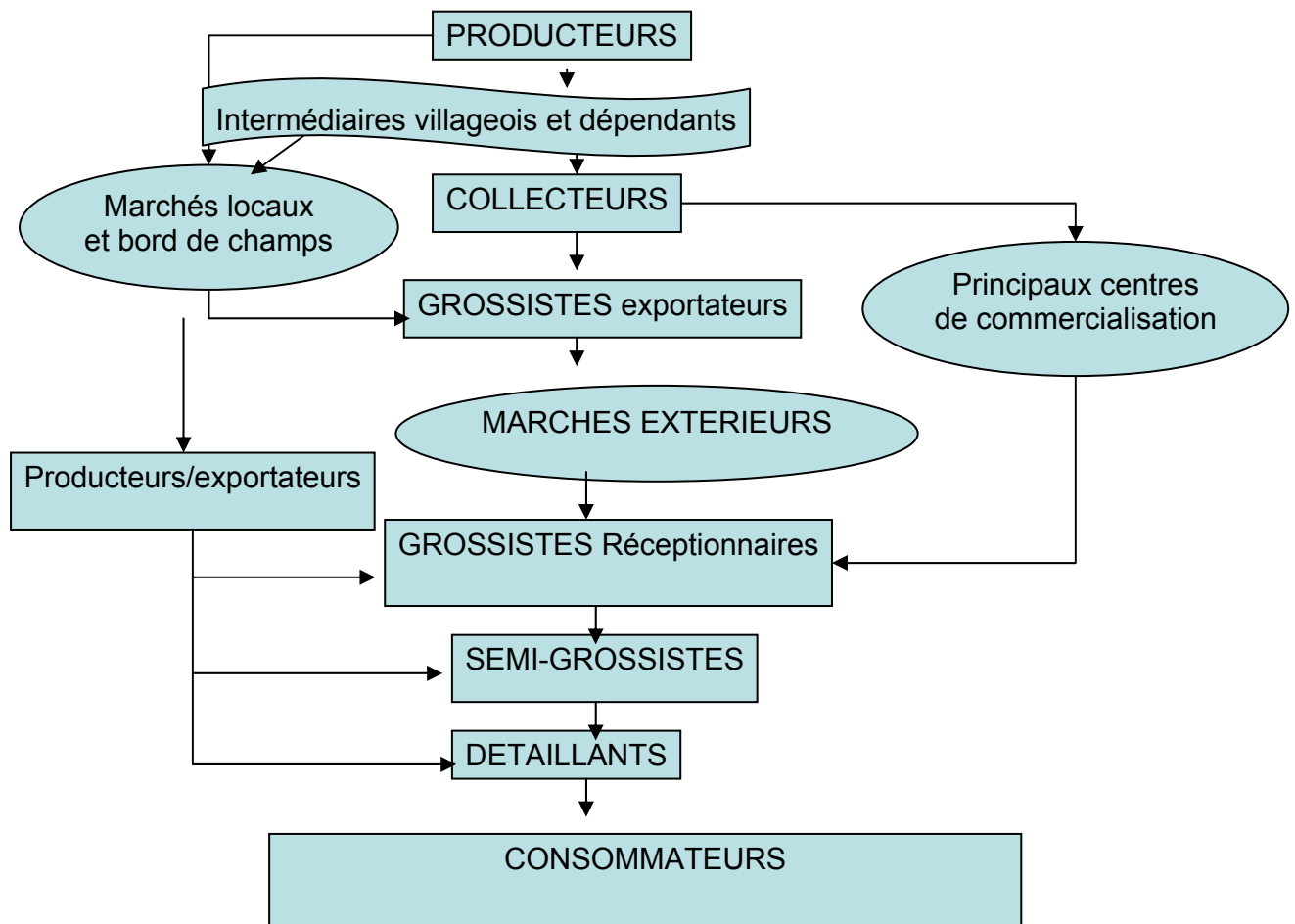
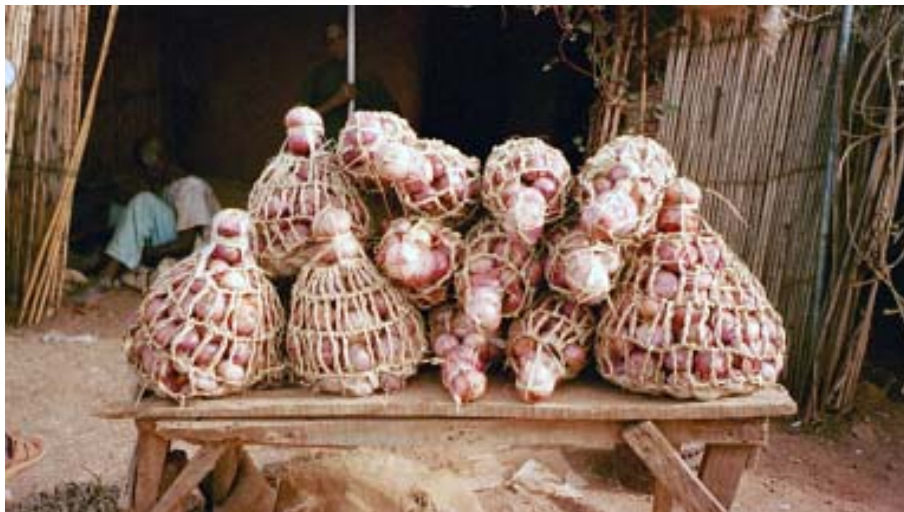


Planche4 : différents conditionnements de vente



Vente en détail dans les marchés urbains (photo1)



Vente au détail dans les zones de production (photo2)



Conditionnement pour l'exportation, on aperçoit la casquette appelée Tchali, qui rallonge la contenance du sac(photo3)

C- Les opérateurs de l'aval de la filière ou animateurs des différents circuits

Si la production est assurée par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua pour l'essentiel, occupant la position d'opérateurs amont de la filière, la commercialisation du produit est prise en charge par les opérateurs aval de la filière par l'intermédiaire desquels l'oignon arrive aux consommateurs les plus éloignés de l'Afrique de l'Ouest. Les principaux animateurs des circuits de commercialisation sont :

Les collecteurs villageois et les intermédiaires dépendants - Les collecteurs villageois situés au niveau des villages producteurs et les intermédiaires dépendants accompagnant les acheteurs, sont à l'interface entre ces derniers et les producteurs. Ils sont les véritables artisans des opérations d'achat et de vente d'oignon. Pendant que les uns s'occupent du regroupement de l'offre des producteurs au niveau des villages, les autres orientent les acheteurs vers les villages producteurs ou les principaux centres de commercialisation communément appelés « gares » ou « Tacha », cela, sous la direction de leur chef généralement basé à Galmi. Ensemble, ils négocient les prix, distribuent les sacs vides aux producteurs après accord, contrôlent la qualité du produit, procèdent au paiement, et supervisent le chargement des camions.

Les intermédiaires en chef - C'est sur eux que repose la collecte de l'oignon commercialisé vers les pays étrangers. Ils constituent le pivot central de toutes les transactions du commerce d'oignon, et sont majoritairement basés à Galmi. Ils ont sous leurs ordres les intermédiaires villageois et les intermédiaires dépendants. Ils sont au cœur du système traditionnel d'information sur les marchés. Ils s'occupent de l'hébergement des acheteurs étrangers qu'ils organisent en circuit, en fonction de la provenance de ces derniers. Ainsi, chaque circuit a son ou ses intermédiaires en chef.

Les chefs de gare ou « Serkin tacha » - Dans chaque centre de commercialisation de l'oignon, existe un chef de gare ou « Serkin Tacha », qui est un autre intermédiaire dont le rôle est de recevoir les camionneurs, de les héberger, de programmer les tours de chargement en fonction de l'ordre d'arrivée, et surtout d'informer les producteurs de l'arrivée des clients.

Les grossistes et semi-grossistes - Dans la collecte de l'oignon, cette position appartient aux commerçants locaux qui, par le biais des crédits qu'ils octroient aux producteurs et leur remboursement en nature, arrivent à constituer des volumes importants principalement destinés à l'exportation. En dehors du remboursement des crédits en nature, les commerçants locaux sont aussi des acheteurs potentiels de l'oignon à des moments où les prix sont les plus bas. Ces grossistes, localisés dans les gros centres de commercialisation non enclavés, ont un fort pouvoir de régulation de l'offre du produit parce qu'ils pratiquent la conservation ce qui leur permet de vendre après les producteurs qui sont généralement poussés à céder leur produit dès à la récolte du fait d'un besoin urgent de liquidités.

Les transporteurs : Ils sont soit locaux, nationaux ou étrangers. Après le chargement des camions, ils acheminent l'oignon des zones de production vers l'intérieur ou l'extérieur du pays. A ce titre ils constituent la véritable courroie de transmission entre les producteurs et les consommateurs.

Les commerçants réceptionnaires : Ils sont situés dans les principaux pays importateurs et ont pour rôle de réceptionner l'oignon et de le distribuer aux détaillants. Selon les circuits, leur rôle est plus ou moins déterminant. Dans le circuit d'approvisionnement de la Côte d'Ivoire, ils constituent l'épine dorsale du réseau marchand nigérien dans lequel la distribution de l'oignon est assurée par les migrants nigériens membres de ce réseau. Dans le circuit togolais, ce rôle est joué par les membres de la famille de la commerçante exportatrice (sœur ou mère) qui se chargent d'écouler le produit à crédit aux détaillants, de collecter l'argent et de l'envoyer à la commerçante exportatrice restée dans les zones de production pour réaliser de nouveaux achats d'oignon ainsi de suite.

Les détaillants : Ils sont au bord de la route dans les zones de production, et sur les marchés locaux, nationaux et sous régionaux des principaux centres de consommation.

Ils acquièrent l'oignon soit au comptant ou à crédit sans intérêt auprès des producteurs en ce qui concerne les zones de production ou auprès des commerçants exportateurs ou des commerçants réceptionnaires.

D- Les intermédiaires de Galmi des acteurs incontournables

Dans le circuit extérieur, assurant l'approvisionnement des principales capitales de l'Afrique de l'Ouest, les intermédiaires de Galmi, principalement, les intermédiaires en chef et le « Serkin Tacha », sont des acteurs incontournables du commerce de l'oignon. Principaux animateurs du système traditionnel d'information sur les marchés, ils contrôlent la quasi-totalité des opérations d'achat et de vente d'oignon. Et, le pouvoir qu'ils détiennent de cette position, est étendu sur l'ensemble de la région de Tahoua y compris dans le bassin de production du pôle situé autour de Tamaské, car les prix de référence sont ceux de Galmi et qu'ils disposent de répondants dans tous les marchés et principaux villages producteurs d'oignon de la région.

Devenus très puissants du fait de l'asymétrie de l'information sur les marchés, le pouvoir des intermédiaires de Galmi s'est renforcé par le fait qu'ils accueillent les acheteurs étrangers, les hébergent, et les orientent vers les producteurs avec lesquels ils négocient les prix par l'intermédiaire de leurs dépendants, qui possèdent la position privilégiée de procéder au paiement à la place des acheteurs après accord. Du fait de cette position privilégiée, les intermédiaires en chef sont courtisés par les producteurs afin qu'ils orientent les acheteurs dans leur village ou sur leur marché, précisément au moment des récoltes où l'offre de produit est plus importante que la demande, et à celui des meilleures opportunités de prix.

Le « Sarkin Tacha » de Galmi, quant à lui a des attributions similaires aux intermédiaires en chef, mais son domaine de compétence s'étend sur les camionneurs à qui il assure l'hébergement, le parking des camions, et l'affectation des tours de chargement en fonction de leur ordre d'arrivée et de leur destination. Il assure aussi, la mise en sécurité des oignons achetés par les exportateurs étrangers jusqu'à leur départ. Comme dans le cas des intermédiaires en chef, le « Sarkin tacha » de Galmi est hiérarchiquement plus influent que ceux des petites gares des principaux marchés de commercialisation de l'oignon. Son influence provient du fait que tous les camions qui doivent charger dans les principales zones de production de Galmi et de Madaoua, passent par lui. C'est à lui de procéder à leur affectation en concertation avec les intermédiaires en chef de Galmi.

Si Galmi demeure le plus gros centre de commercialisation d'oignon de la région de Tahoua, il le doit à l'influence de ces deux grandes catégories d'intermédiaires

que sont le « Sarkin Tacha » et les intermédiaires en chef. Ces derniers, de part leur position dominante sur le flux des acheteurs étrangers, restent incontournables. Ce qui assujettit les producteurs et les met dans une position qui leur donne l'impression d'être des agents et non des acteurs lors de la fixation des prix du produit, qu'ils estiment subir dans la plupart des cas contre leur gré et à leur défaveur.

En effet, beaucoup de producteurs, notamment ceux de Madaoua qui assurent l'essentiel de la production d'oignon de la région de Tahoua, déplorent cette situation qui les met à la merci des intermédiaires de Galmi, car ces derniers disent-ils, de part leur emprise sur les acheteurs étrangers leur empêchent d'avoir un contact direct avec eux, afin de leur permettre de meilleures négociations des prix.

En définitive, en l'absence d'une action collective efficiente et solide, la règle du « cavalier seul » longtemps adoptée par les producteurs en matière de commercialisation d'oignon se heurte à la toute puissante organisation mise en place par les intermédiaires de Galmi, dans le but de mieux contrôler ce commerce et de permettre à ce gros bourg rural de tirer profit des avantages liés au produit qui porte son nom : le violet de Galmi.

E- L'hébergement des acheteurs une affaire de réseau

Dans un commerce qui s'internationalise de plus en plus, l'existence de structures d'accueil du genre hôtel semble nécessaire pour faire face à l'hébergement des étrangers. Ce n'est pas le cas dans le gros bourg rural de Galmi, malgré le flux important des étrangers qui y séjournent surtout pour acheter l'oignon et l'exporter vers leur pays d'origine ou d'adoption.

Ainsi, en l'absence de structure d'accueil tels que les hôtels, comment les étrangers venus à Galmi pour acheter l'oignon sont-ils hébergés ? Quelles sont les structures mises en place pour les accueillir ? Sachant qu'en certaine période de l'année, ils peuvent rester plusieurs mois sur place afin de collecter les quantités qui leur sont nécessaires.

Le bourg rural de Galmi dispose d'un hôpital de référence qui est souvent classé comme le deuxième hôpital du pays après celui de Niamey. Il a été créé, il y a une quarantaine d'années par des missionnaires de l'Amérique du Nord, et est à ce titre géré sous leur contrôle indépendamment des structures hospitalières de l'Etat. Il

est par conséquent un établissement à caractère privé, qui reçoit des malades venant de la plupart des pays limitrophes (Nigeria, Tchad etc..). Ce pendant, malgré cette importance que prend ce bourg rural à cause de l'hôpital et du commerce de l'oignon, ce dernier ne dispose pas de structure hôtelière pour accueillir les étrangers qui sont pourtant nombreux à y séjourner. Néanmoins tous les étrangers qui y séjournent sont hébergés par le biais de la bonne vieille formule « d'hospitalité africaine » qui consiste à recevoir un étranger chez soi, en lui offrant logement et nourriture même au cas où il existerait une structure hôtelière.

Dans le cadre du commerce de l'oignon, cette formule présente des spécificités qui relèvent d'une organisation particulière sur laquelle repose tout ou partie du pouvoir des intermédiaires en chef et du Serkin Tacha, qui les rend incontournables dans le dit commerce.

Depuis que les acheteurs étrangers ont commencé à venir acheter de l'oignon à Galmi, et qu'à l'époque certains d'entre eux dormaient sous les camions en attendant leur chargement. Les relations nouées avec les premiers intermédiaires ont permis à ces derniers de mettre à disposition des maisons pour leur hébergement. Ces maisons qui étaient au début en matériaux locaux (en banco) ont commencé au fil des ans à devenir des maisons en dur, construites souvent avec l'aide des étrangers eux-mêmes, comme ce fut, le cas de la maison des Togolaises à Galmi.

Les premières Togolaises qui ont ouvert le circuit d'approvisionnement du Togo en violet de Galmi étaient au début confrontées à une barrière linguistique, car ne parlant pas « Haoussa » la langue locale. Pour contourner cette barrière et faciliter les opérations d'achat, elles ont vite noué des relations de confiance avec leurs intermédiaires en chef, en leur confiant les sommes nécessaires à l'achat des quantités dont elles avaient besoin. Cette pratique qui est entrée dans les mœurs et qui se poursuit encore aujourd'hui a commencé en cette époque pour s'étendre et se généraliser à l'ensemble des circuits d'approvisionnement des pays côtiers.

Ainsi, avec la consolidation des relations de confiance entre elles et leur principal intermédiaire qui deviendra par la suite l'intermédiaire en chef du circuit, les Togolaises vont contribuer financièrement à la construction en matériaux définitifs (en dur) de la concession qui leur a été affectée. A l'intérieur de celle-ci, plusieurs chambres en une ou deux pièces seront construites pour assurer l'hébergement d'un grand nombre d'acheteurs togolais. Ce faisant, cette maison d'hôtes sera réservée aux ressortissants de ce pays de génération en génération.

Celles qui y sont hébergées actuellement, sont les filles ou les petites filles, voire les arrières-petites-filles des premières togolaises qui ont noué cette relation de confiance. De même la fonction d'intermédiaire en chef de ce circuit est transmise de père en fils, le père étant décédé, c'est le fils qui lui a succédé.

Cette pratique, qui consiste à affecter une villa avec plusieurs chambres individuelles aux ressortissants d'un pays, va s'étendre aux autres circuits. Désormais à Galmi, chaque intermédiaire en chef en a fait autant pour les acheteurs étrangers de son circuit, si bien qu'on distingue les différentes villas, chacune portant le nom de l'origine de ses occupants. Les principaux circuits ont chacun une villa affectée à ses représentants. On distingue ainsi la villa des Togolaises, celle des Ghanéens, celle des Béninois et enfin celle des Ivoiriens. Chaque circuit à son intermédiaire en chef qui s'occupe essentiellement des acheteurs de son réseau.

Cependant, chaque locataire de ces villas paie un loyer qui n'est pas mensuel, mais indexé au chargement d'un camion. C'est à dire qu'un locataire peut rester plusieurs mois sans payer un sou tant qu'il n'a pas chargé un camion. Mais s'il lui arrive de charger un camion tous les deux jours, alors il paiera un loyer tous les deux jours jusqu'à son départ. Le loyer indexé au chargement est de 10 000 F CFA.

En ce qui concerne les camionneurs, leur hébergement relève du Sarkin Tacha ou chef de gare tous circuits confondus. Cette fonction d'accueil et d'hébergement est l'une des clefs du pouvoir dont disposent les intermédiaires centraux ce qui les rend incontournables. Les producteurs déplorent la situation de connivence et de complicité qui se crée entre intermédiaires et acheteurs étrangers. Ils constituent ensemble le camp opposé lors de la négociation des prix, qui se solde toujours d'après les producteurs en leur défaveur à cause de leur manque d'organisation. Mais depuis les embrouilles avec les Béninois, et sous l'instigation du projet de promotion des exportations agropastorales (PPEAP), de nouvelles formes d'organisation sont en cours, au centre desquelles, émerge un rôle important jouer par les grands producteurs.

F) Vers une nouvelle forme d'organisation

Pour combler les carences des coopératives en matière de commercialisation, sous l'impulsion du PPEAP, une nouvelle forme d'organisation est en train de voir le jour afin de permettre aux producteurs et aux autres opérateurs de la filière de mieux défendre leurs intérêts. Elle se caractérise d'abord par la création d'une fédération nationale des professionnels de la filière oignon avec des structures représentatives dans les régions, puis par la création de comptoirs de vente dans les zones de production et enfin par la mise en place d'un système d'information sur les marchés accessible à tous.

La mise en place des comptoirs de vente d'oignon - En favorisant la création de l'Association des professionnels de la filière oignon (AFO), l'objectif du PPEAP était de promouvoir la commercialisation de ce produit par le biais des comptoirs de vente ou marché de l'oignon. Cela doit permettre aux acheteurs et aux vendeurs de se retrouver dans un cadre formel pour discuter des prix, dans les conditions d'accès équitable à l'information de part et d'autre, et en toute responsabilité. Dans le système traditionnel en pratique, l'information est essentiellement détenue par les intermédiaires ce qui les rend incontournables.

Dans ces comptoirs de vente, un certain nombre d'infrastructures sont prévues allant des parkings de stationnement des camions aux douches et sanitaires modernes afin de créer les meilleures conditions possibles d'un marché destiné aux professionnels. Telles que prévues, les négociations des prix doivent se faire directement entre acheteurs et vendeurs au niveau du comptoir. C'est seulement en cas d'accord que les camions seront orientés vers les villages pour le chargement. L'intermédiation spéculative sera ainsi contrôlée et les prix seront des prix d'équilibre entre l'offre et la demande.

Au niveau de Madaoua, le terrain est acquis et si la construction du comptoir n'a pas encore commencé, elle est programmée.

La mise en place d'un système d'information sur les marchés - Pour permettre aux producteurs de détenir l'information sur les marchés extérieurs, c'est à dire les principaux marchés des différentes capitales de l'Afrique de l'Ouest, au même titre que les autres opérateurs afin de peser sur la négociation des prix. L'association des professionnels de l'oignon de la région de Tahoua a pu mettre

en place des correspondants dans chacune de ces capitales. Leur rôle est de renseigner l'AFO au moins une fois par semaine sur les cours et de la disponibilité de l'oignon sur ces marchés en vue d'un ajustement permanent dans les zones de production.

Le rôle des grands producteurs - Pour l'AFO, le grand producteur est celui qui produit au minimum 200 sacs d'oignon par an (20 tonnes environ). Compte tenu de leur niveau de production, l'AFO estime que les grands producteurs sont les plus concernés par la fluctuation des cours du produit, et qu'à ce titre, ils peuvent s'engager fermement à défendre leurs intérêts et ceux des autres lors de la fixation des prix.

Ainsi, pour contrecarrer l'action spéculative des intermédiaires lors de la négociation des prix, l'AFO a placé dans chaque lieu de vente ou gare, trois grands producteurs chargés de négocier les prix directement avec les acheteurs en s'appuyant sur le système d'information mise en place dans les marchés des principales capitales des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest.

De ce fait, le prix au producteur devrait suivre l'évolution de celui du consommateur des pays côtiers. Tout en maintenant la marge bénéficiaire des exportateurs à un niveau raisonnable, le dispositif mis en place devrait permettre aux producteurs d'avoir des prix plus rémunérateurs.

G- Les conséquences de la crise ivoirienne et la réadaptation des réseaux à de nouveaux circuits

La Côte d'Ivoire, principal pays importateur de l'oignon nigérien est plongée depuis quelques années dans une crise politique sans précédent ayant conduit à la partition du pays en deux zones d'influence dont l'une au Nord, contrôlée par les forces nouvelles et l'autre au sud contrôlée par les forces loyalistes fidèles au régime en place. Le réseau marchand approvisionnant ce pays était constitué de nigériens de bout en bout, dont la plupart était des migrants ressortissants de la région de Tahoua. Suite à la persistance de la crise, il y a lieu de s'interroger sur l'impact de celle-ci sur le fonctionnement du réseau marchand nigérien assurant l'approvisionnement de la Côte d'Ivoire ; et ses conséquences sur la filière oignon du Niger particulièrement dans les zones de production.

Au moment de l'éclatement de la crise, les producteurs de la région de Tahoua, qui assuraient l'approvisionnement du circuit destiné vers ce pays, avaient beaucoup

hésité à emblaver leurs parcelles de peur de ne pas trouver des acquéreurs pour leur produit. En effet, ces derniers travaillant en amont du réseau destinaient essentiellement leur production via ce circuit à leurs compatriotes à Abidjan qui assuraient sa commercialisation. Les camions qui étaient dans la zone de Tahoua en cette période étaient restés bloqués plusieurs semaines avant que certains camionneurs ne prennent le risque de livrer leur cargaison en passant par le circuit habituel ou en faisant un détour par le Ghana pour atteindre la Côte d'Ivoire.

Au début de la crise, le réseau marchand approvisionnant la Côte d'Ivoire a été fortement perturbé et cela a été ressenti sur l'ensemble des marchés d'oignon de la région de Tahoua où la stagnation de l'offre avait eu un effet immédiat sur les cours du produit. Les prix étaient en baisse et des pertes ont été enregistrées dans les camions déjà chargés qui étaient bloqués pour certains aux frontières du Burkina Faso ou dans les gares des zones de production. L'inquiétude grandissait, mais les opérateurs de ce circuit gardaient l'espoir que la crise sera vite résorbée et que les choses rentrent aussi rapidement dans l'ordre. Cela ne fut pas le cas et le contrôle accru des frontières septentrionales du pays rendait quasiment impossible un approvisionnement de la ville d'Abidjan par le circuit habituel. C'est pourquoi le réseau va se réorganiser par un détour sur le Ghana afin d'approvisionner les villes du sud de la Côte d'Ivoire, dont Abidjan.

A cause du passage par le Ghana, les délais de livraison se sont allongés, les trajets aussi. En conséquence, le réseau marchand nigérien s'est trouvé perturbé et il y a eu une récupération progressive de l'approvisionnement de la Côte d'Ivoire par les opérateurs ghanéens et burkinabé. La courroie de transmission entre l'amont et l'aval du réseau marchand nigérien étant rompue, certains des responsables du réseau basés à Abidjan sont d'ailleurs rentrés au Niger suite aux troubles sociaux à répétition dans la capitale ivoirienne afin de sécuriser leurs biens. Dans cette dynamique, ceux qui sont rentrés ont pu investir au Niger en ouvrant des magasins et des boutiques à Tahoua, le chef lieu de la région. Dans cette stratégie de repli au temps fort des troubles, beaucoup de Nigériens installés à Abidjan sont revenus au Niger. Si les plus jeunes étaient repartis quelques mois après, ceux d'un certain âge sont restés tout en continuant à commercer avec leurs frères qui sont repartis en Côte d'Ivoire.

Si la crise devait persister d'avantage, le réseau marchand nigérien approvisionnant la Côte d'Ivoire pourrait être profondément déstructuré. Cependant, du fait de la réadaptation des circuits, les zones de production ont

retrouvé leur rythme normal, sans incidence sur les superficies emblavées. Le Ghana est par contre devenu le premier pays importateur du violet de Galmi puisque, à ces besoins habituels se sont ajoutés ceux de Côte d'Ivoire.

Le Nigeria qui d'après les statistiques officielles était plutôt un petit importateur a absorbé une bonne partie de la production de la région de Tahoua ce qui a amoindri l'impact de la crise ivoirienne sur le fonctionnement des principaux circuits d'exportation de l'oignon.

Mais l'essor fulgurant de la production d'Agadez, qui s'ajoute à celle de Tahoua, impose, en attendant la fin de la crise ivoirienne, de trouver de nouveaux débouchés commerciaux pour garantir aux producteurs d'oignon du Niger des prix rémunérateurs susceptibles de maintenir un équilibre entre l'offre et la demande du produit.

H) La recherche de nouveaux débouchés commerciaux : l'Europe dans la ligne de mire

Dans la sous région Ouest Africaine, le violet de Galmi a la réputation d'être un oignon de bonne qualité, dont les critères d'appréciation sont fondés sur sa coloration, son aptitude à la conservation, son aptitude à épaissir les sauces, son goût piquant et son indication géographique. Ces critères d'appréciation basés sur des pratiques culinaires et des habitudes alimentaires typiquement africaines sont-ils suffisants pour permettre au violet de Galmi de conquérir de nouveaux débouchés sur le reste du monde plus particulièrement en Europe ?

En Afrique, les aliments au goût relevé (corsé) ont généralement l'assentiment des consommateurs, ce qui peut justifier par exemple une consommation quasi quotidienne du piment, faisant de ce légume, l'un des plus utilisés dans les préparations culinaires africaines, ce qui est loin d'être le cas en Europe. De même que, les oignons au goût piquant si recherché en Afrique peuvent ne pas du tout trouver l'assentiment des consommateurs européens. Sans préjuger des chances du violet de Galmi à conquérir les marchés européens, les comparaisons que nous venons de faire, illustrent simplement la relativité des critères d'appréciation d'un aliment en fonction des repères culturels, et des habitudes alimentaires des uns et des autres.

Même s'il se trouve que les critères fondateurs de la réputation du violet de Galmi en Afrique de l'Ouest ne sont pas susceptibles de convaincre les consommateurs européens de sa bonne qualité, sa coloration « violette » est un critère qui pourrait l'aider à conquérir le marché européen, car cette coloration est souvent rare dans l'éventail des oignons qu'on rencontre sur les marchés européens. C'est pourquoi, une conquête du violet de Galmi des marchés européens peut être une occasion aux consommateurs de disposer d'un oignon de couleur autre que le blanc, le jaune ou le rouge pour colorer les plats (salade, etc.). De ce fait, ce critère intégrateur basé sur la coloration pourrait ouvrir au violet de Galmi, les portes des marchés européens. Pour ce faire, il faut trouver des promoteurs capables d'investir dans son exportation vers ces nouveaux débouchés en Europe. Cependant, au stade actuel de la production d'oignon au Niger, les critères de référence commerciale doivent être améliorés avant la conquête des marchés européens. En effet, il convient d'améliorer la présentation du produit par la mise en place d'une structure de conditionnement qui assurera le calibrage des bulbes en fonction de leur diamètre en vue de constituer des lots de catégorie de qualité. Les producteurs peuvent être appelés à emprunter une démarche de qualification du produit suivant un cahier des charges de type « Label ». Rappelons que, pour la conquête de l'Europe, le Niger s'était préparé à cet objectif depuis le début des années 1970, au moment même de la création des nouvelles variétés par l'IRAT. Une partie des recherches de l'IRAT portait d'ailleurs essentiellement sur la sélection des variétés destinées à la déshydratation notamment le blanc de Galmi et celui de Soumarana afin d'assurer l'alimentation d'une usine de déshydratation dont l'implantation était prévue à Galmi, et en prévision de laquelle fut construit l'aménagement hydro-agricole de ce dernier. Au moment de la construction de l'AHA de Galmi, une étude du marché et de rentabilité économique avait été réalisée dans plusieurs pays européens en vue d'exporter les oignons déshydratés vers ces destinations. Les résultats de cette étude étaient concluants, mais le changement du régime en 1974 avait fait capoter le projet. Les nouvelles autorités du pays ayant fait le choix d'encourager la sécurité alimentaire en orientant la recherche vers la création de nouvelles variétés de céréales et de légumineuses. Aujourd'hui, suite à la manifestation d'intérêt des pouvoirs publics pour la filière oignon par le biais du PPEAP, ce projet a créé des conditions pour que des promoteurs privés puissent s'occuper de l'exportation des produits maraîchers frais en général et du violet de Galmi en particulier vers l'Europe et le reste du monde. A ce jour, deux promoteurs sont en charge du dossier, l'un d'entre eux a réalisé aux alentours de Niamey d'importants investissements dans la construction d'entrepôts modernes pouvant permettre la conservation de 2000

tonnes de produit destiné à l'exportation. Selon le promoteur de la société Agro-Niger, initiateur du projet, cet investissement n'est qu'une première étape, car l'objectif est d'atteindre d'ici 5 ans la capacité de stockage de 30 000 à 40 000 tonnes de produit. Le budget d'investissement de ce projet privé est estimé à 12 milliards de F CFA. Il compte intégrer le système de production, le conditionnement et la distribution. Avec l'appui de ce projet, le violet de Galmi pourrait bien se vendre dans les pays du Nord avec des critères optimum de référence commerciale. Cela offrirait de nouveaux débouchés au potentiel de production nigérien, qui est aujourd'hui de l'ordre de 300 000 tonnes d'oignon par an.

Conclusion du chapitre :

La commercialisation de l'oignon a mis en évidence les faiblesses des organisations paysannes nigériennes avant leur restructuration en fédération en 2002. Leur principale faiblesse résidait dans l'observation de la règle du « cavalier seul », caractérisée par un manque d'action collective. Cette carence avait quatre origines dans le cas spécifique des producteurs d'oignon : la première était l'expression d'une transition ratée lors de la suppression des monopoles, moment où les producteurs se sont trouvés désarmés, parce que non préparés à faire face au nouvel environnement économique qui s'était subitement présenté à eux. La deuxième origine était liée à la dissolution de l'UNC et à la perte de repères sur le plan organisationnel pendant les années qui ont suivi. La troisième origine pouvait être imputée au manque d'infrastructures modernes de conservation. La quatrième origine, sans doute la plus pertinente, est l'asymétrie de l'information entre les producteurs et les autres opérateurs de la filière. Mais la maîtrise de ce dernier point semble être le point fort de la nouvelle organisation mise en place à partir de 2002 engageant les producteurs d'oignon dans une voie de professionnalisation, ce qui transparaît dans la dénomination même de leur fédération : Association des professionnels de l'oignon (AFO).

Conclusion de la troisième partie

Tout comme l'arachide au Sénégal, le coton au Mali ou le café en Côte d'Ivoire, toute proportion gardée, l'oignon offre aux producteurs de la région de Tahoua des revenus importants subséquents à une augmentation de la production. Celle-ci est due à la fois à l'intensification de la culture et à l'accroissement des superficies emblavées. Les conditions d'une offre de produit susceptible de satisfaire la demande ont été créées et se sont traduites par la généralisation de la culture du Violet de Galmi. Son extension témoigne de l'implication des populations locales dans cette activité. On dénombre plus de 40 000 producteurs. Si l'on y ajoute les ouvriers agricoles et les autres opérateurs de la filière à savoir les intermédiaires divers (collecteurs, commerçants locaux, grossistes semi-grossistes, exportateurs, détaillants etc. il apparaît qu'une bonne partie de la population locale en est concernée.

De ce fait, le développement de la filière a bien été un véritable changement économique, dont dépend directement ou indirectement la vie de beaucoup de ménages. Aussi, à travers la constitution des réseaux marchands par les ressortissants de la région dans les principaux pays importateurs, le nombre de bénéficiaires ou animateurs de la filière s'est considérablement élargi. Mais si la réalisation de ce changement économique a entraîné dans le territoire local d'importantes transformations agraires au nombre desquels on peut citer le changement dans les règles d'accès à la terre, celui de la structure des exploitations maraîchères, des systèmes de production et de la professionnalisation des producteurs ; l'amélioration du pouvoir d'achat a sans doute engendré de nouveaux comportements sociaux, dont l'analyse fera l'objet de la partie qui suit.

Quatrième Partie - Lorsque le développement de la filière engendre du développement local.

Le changement social est un concept qui renvoie tantôt à l'idée d'un changement global et qualitatif de la société dans toutes ses dimensions, tantôt à l'idée d'un changement dans la société d'un seul de ses éléments ou d'une seule de ses composantes. On parle alors dans le premier cas d'un changement macrosociologique puisque la société tout entière est concernée, et dans le second d'un changement microsociologique puisque seul un élément ou une composante de la société est touché (H. Mendras et al, 1983). Il en découle que le changement social intervient en s'appuyant au moins sur un domaine de la société que certains auteurs appellent moteur principal, qui peut être l'économie, la politique, l'éducation, la technique, etc.- ou un groupe de moteurs, synonyme d'une connexité forte entre les différents domaines de la société au même moment. Cette démarche est celle que nous allons emprunter dans cette partie, pour rendre compte des changements induits par le développement de la filière que nous venons de montrer comme étant un véritable changement économique, dans lequel le pouvoir d'achat des producteurs a considérablement augmenté, et que pour le défendre, ces derniers se sont lancés dans un processus de professionnalisation. La question qui se pose est de savoir si ce changement économique a engendré un développement local ?

Pour y répondre, nous allons aborder le développement sous l'angle du changement social pour considérer le changement économique né de la sélection du Violet de Galmi comme le moteur principal sur lequel va s'amorcer le changement social, tel que décrit par Henri Mendras et al (1983) « comme une chaîne de causalité où l'innovation technique est la cause du changement économique, qui entraîne le changement des institutions et des pratiques sociales, puis, avec un certain retard, le changement des idéologies ou systèmes de représentations et de valeurs ». Ainsi, espérons-nous que ces changements successifs dans les différents domaines de la société correspondent à ce qu'il soit convenu d'appeler développement en rejoignons J-P Olivier de Sardan (1995) lorsqu'il dit que « le développement n'est qu'une des formes du changement social et ne peut être appréhendé isolément ». Puis, nous ferions le lien au territoire pour insinuer que les changements intervenus, se sont opérés dans un espace géographique bien déterminé, et de ce fait, prennent la forme d'un développement local.

Chapitre 7 : Lorsque le changement dans la société s'appelle développement.

Si, la dynamique économique a une dimension régionale, la mesure de la réalité des changements nous impose une réduction d'échelle géographique passant de la région de Tahoua au pôle de production de Konni-Galmi-Madaoua. Ceci dans le but de recentrer notre champ d'analyse sur une dimension locale plus mesurable. Ce recentrage qui circonscrit l'étude au principal pôle de production, fournissant près de 70% de la production régionale d'oignon, permet d'apprécier les aspects qualitatifs des changements induits. Dans sa dimension géographique, ce pôle de production couvre la partie sud inondable de la vallée de la Maggia et toute la basse vallée de la Tarka où la nappe phréatique est à faible profondeur. Cet espace de production serait-il le théâtre de profondes mutations sociales ou d'intégration de nouveaux repères sociaux, suite à l'amélioration du pouvoir d'achat des producteurs ?

A- Les représentation du bien être et du développement

A la question de savoir ce qu'est le bien-être et le développement, un paysan nigérien de la principale zone de production d'oignon répond : « Le bien-être, c'est lorsqu'on assure pour soi et sa famille la satisfaction des besoins vitaux à savoir : manger à sa satiété, se loger décentement, s'habiller, se soigner. Le développement, c'est tout ce qu'on peut faire après la satisfaction de ses propres besoins vitaux : aider les autres en répondant à leur sollicitation, s'acheter tous les plaisirs de la vie, élever son rang social » (Mallam Saïdou, Tounfafi, 21/03/2005). L'analyse de cette représentation qui, dans le fond ressemble à bien d'autres recueillies dans la zone de production, montre que les notions de bien-être et du développement sont des notions à la fois proches et ordonnées. Proches, parce que le bien-être semble se vivre pour soi et sa famille, cependant, il s'étend aux autres en « situation de développement ». La « situation de développement » semble être à un niveau supérieur de capacité à étendre le bien-être aux autres. Le bien-être est ainsi perçu comme une situation d'autosuffisance individuelle et familiale que la « situation de développement » permet de répandre sur les autres. Le maître mot qui sous tend ces deux notions repose sur un accroissement de ressource qui induit une capacité à l'étendre aux autres. De ce point de vue, la capacité à satisfaire ses besoins vitaux exige des moyens, et quand ces moyens sont

croissants et importants, ils permettraient une extension envers les autres au moyen de don, de solidarité et de bienfaisance. Cette extension envers les autres procure au « donneur » un sentiment d'ascension sociale qui fait de lui le « patron généreux » et des bénéficiaires des « dépendants dévoués ». Cependant, cette représentation du « bien être » est appréhendée sur le plan purement économique, elle ne devient sociale qu'en « situation de développement ». Ce qui semble être en totale rupture avec la réalité sociale au Niger, car l'entraide, le sens du partage et la solidarité, font partie du quotidien des Nigériens quelque soit leur situation économique et sociale. Il convient ainsi d'interpréter cette représentation dans le sens de la compréhension d'un mot (développement) devenu si familier que les gens répètent bien souvent sans jamais savoir concrètement son contenu. Parce que, depuis son apparition, peu après les indépendances, dans le vocabulaire usuel du milieu rural, il a toujours été matérialisé sous la forme de « projet » financé à coup de milliards dont l'impact à terme a rarement été perceptible par les populations bénéficiaires. Cette représentation du bien-être et du développement appréhendée sous l'angle de l'autosuffisance, peut aussi se comprendre par l'aspiration d'un peuple dont le combat quotidien est d'assurer les conditions de sa subsistance à cause des conditions climatiques défavorables et des moyens de production restés encore rudimentaires. De ce fait, se nourrir, se loger et s'habiller décentement, se soigner sont des conditions du bien-être au Niger, si elles sont facilement assurées, car la structure de la cellule familiale, la polygamie et son incidence en terme de nombre d'enfants à nourrir font peser une lourde responsabilité sur le chef de famille en milieu rural nigérien. Si ces charges importantes, auxquelles s'ajoutent les cérémonies de mariage et de baptême, sont assurées dans un contexte d'insécurité alimentaire permanente, alors, les étendre aux autres suppose une situation économique favorable. L'assimilation d'une situation économique favorable au « développement », s'inscrit aussi dans une approche de transformation du capital économique en capital social. Ce processus de transformation observé au Niger avec l'avènement des tous premiers « grands commerçants » de la période postcoloniale, qui ont pris le relais du négoce au départ des compagnies européennes, se présente comme un modèle de développement dans la compréhension des populations rurales. Ce modèle, dont les premiers artisans furent les grands commerçants de Maradi et de Zinder ayant repris la commercialisation de l'arachide et l'importation d'articles divers étaient devenus les premières fortunes personnelles du jeune Etat indépendant. La plupart d'entre eux avaient travaillé dans les compagnies coloniales en tant qu'intermédiaires. Cette transformation en si peu de temps de quelques intermédiaires commerciaux en puissants commerçants fut l'une des premières

expériences concrètes de ce que pouvait être le développement pour les populations rurales du Niger et cela était restée dans la mémoire collective de tous. L'espoir de le devenir par la force du travail est d'autant vrai que les grands commerçants de l'époque n'étaient ni lettrés, ni intellectuels. Ces grands commerçants apparus à cette époque, à travers leurs largesses et actions de bienfaisance envers les autres ont pu se constituer de véritable « richesse en hommes » « communément appelés en haoussa « Arzikin mutané »⁵¹ (AGIER. M, 1981)⁵² qui sont une kyrielle de dépendants dévoués au service de leurs patrons les « El Hazaï ou Maï Gida » (GREGOIRE. E, 1986). Cette propension des individus, détenant des positions économiques dominantes, à se constituer une « richesse en hommes » a été constatée par AGIER lorsqu'il étudia les commerçants soudanais de Lomé composés en partie de ressortissants nigériens. Il révèle que ces derniers ont un statut de « redistributeurs de numéraire », de logement, de nourriture, de travail et de faveurs envers leurs proches parents, leurs clients et leurs dépendants. C'est sur ce fond de dépenses propitiatoires et de prestige que les « maï guida » bâtissent leur « richesse en hommes ». Cette culture du don, d'entraide et de partage entretenue par les plus nantis envers les pauvres est qualifiée d'« investissements symboliques ». Les réseaux professionnels des commerçants sont en même temps des réseaux familiaux et de clientèle. Le travail commercial (achat, convoyage, le dédouanement, portage, manutention, revente, etc.) s'effectue selon trois registres de relations sociales nouées entre les maïGida et leurs employés :

La famille (iyayi) du commerçant, et particulièrement le rapport père/fils ;

La parenté cognatique (dan uwanci), dans laquelle les comportements privilégient les relations avec les parents utérins ;

Les relations de clientèle (notamment le lien zumunci) et d'alliance (la relation beau-père/ gendre : suruki).

Dans les deux premières situations, il existe à l'origine – c'est à, dire avant l'instauration d'une relation de travail – une connection généalogique plus ou moins étroite entre le commerçant et son employé. Le rapport père/fils implique une relation de travail mais peu durable qui repose sur la soumission et la « honte » (kumya) du fils à l'égard de son père. Outre la mise au travail de personnes généalogiquement identifiables, les maï gida improvisent diverses

⁵¹ Leur position commerciale est indissociée de leur statut de redistributeur pour lequel ils font de nombreuses dépenses. Outre l'aumône (sadaka) qu'ils sont tenus de verser régulièrement aux mendiants reconnus et aux maîtres coraniques, ils font – également au titre de l'aumône – divers dons que l'on peut qualifier d'« investissements symboliques ».

⁵² AGIER. M 1981, Cahiers d'études africaines, 81-82, XXI-1-3, pp. 251-265.

alliances avec des sujets n'ayant aucune parenté avec eux. Ils instituent alors un autre cadre pour des relations de travail.

Ces investissements symboliques, assimilés à une situation de développement par les paysans nigériens, constituent une pratique assez courante chez les individus au pouvoir économiques dominants à l'échelle du continent africain comme le fait remarquer Jacques GIRI (2003), d'après son affirmation en conclusion des travaux des élites africaines réunies sous l'égide des Nations unies pour projeter l'avenir du continent en matière de développement dans les horizons de 2025 « futurs africains ». Mais cette pratique caractéristique de l'Afrique est souvent perçue comme un handicap au développement du continent, dans la mesure où elle se fait au détriment d'investissements productifs générateurs de richesse, comme cela se fait en occident et dans les sociétés asiatiques.

De ce qui précède, une question se pose : l'Afrique devra-t-elle se forger un modèle de développement inédit adapté à ses pratiques, ou devra-t-elle exceller dans la copie du modèle dominant, ou encore s'inventer un modèle hybride de synthèse fondé sur ses propres valeurs et pratiques avec des emprunts à la fois du modèle occidental de l'amont vers l'aval et celui asiatique⁵³ de l'aval vers l'amont ?

Bien que des tentatives de réponses furent données par les élites africaines à l'issue de leur réflexion sous forme de scénario, il convient aujourd'hui de revisiter ce concept afin de mieux appréhender son contenu.

B- Le développement : de la notion au concept

Si le développement est perçu par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua, comme une extension du pouvoir économique en direction des autres (proches, parents et dépendants) sous forme de dons et de contre dons, c'est que ce mot, même en Occident où les populations le vivent, a longtemps été corrélé à la croissance économique. Ce moteur de développement, qui une fois déclenché permettait de toucher par induction les autres domaines de la société. Comme le disent ADELMALKI. L et MUNDLER. P (1995 p18) « Là où le revenu est élevé, la santé, l'alimentation ou l'éducation sont indiscutablement accessibles pour la

⁵³ Le Japon et récemment les NPI (Nouveaux Pays Industrialisés) ont montré leur capacité d'améliorer leur rythme de croissance en adoptant des voies fort différentes de celles adoptées par les pays occidentaux. Alors que le développement de ces derniers s'était construit sur un processus d'industrialisation lourde, suivi d'une diversification de l'amont vers l'aval, le développement du Japon ou des NPI s'est construit sur une remontée des filières de l'aval vers l'amont (Lahsen ADELMALKI et al, 1995).

totalité ou presque de la population ». Le développement croissance économique aurait alors pour vocation d'être une mesure du bien être, et le revenu par habitant en serait son meilleur indicateur. Mais avant le concept, voyons comment a émergé la notion du développement dans sa dimension historique.

Selon Jacques GIRI (2003), la notion du « développement », sans jamais être prononcée comme telle, a émergé pour la première fois au début du 15^{ème} siècle, lorsque les Portugais en route pour l'Asie du sud-est découvrirent sur les côtes occidentales de l'Afrique des sociétés humaines présentant un décalage important de niveau de vie comparé à celui des sociétés européennes. En effet, c'est en cherchant un accès direct au commerce des épices que les Portugais se sont demandés, si une exploration des côtes occidentales de l'Afrique ne leur permettrait pas de trouver ces précieuses épices. Pour cela, ils engagèrent un Vénitien, spécialiste des épices en la personne d'ALVISE CA' DA MOSTO qui séjournera plusieurs mois dans l'actuel Sénégal, et publiera un récit de voyage qui décrit l'extrême pauvreté de ce pays par rapport à l'Europe.

Puis, lorsque quelques décennies plus tard, les Portugais abordèrent les côtes asiatiques, notamment celles de la Chine, ils ne feront pas la même remarque. Bien au contraire, ils ont l'impression d'un décalage en sens inverse, car l'avancée technologique de la Chine leur paraissait plus importante que celle de l'Europe. Ce constat a été aussi celui des Anglais, lorsqu'au 18^{ème} siècle, ils démarchèrent les Chinois pour leur vendre les machines qu'ils venaient d'inventer. Ils se sont aperçus que les champs en Chine étaient mieux tenus, mieux cultivés qu'en Angleterre, pays agricole de l'époque, le plus développé en Europe avec la Hollande. C'est de ces comparaisons entre sociétés d'Europe, d'Afrique et de la Chine qu'émergera la notion du « développement » au regard du décalage des niveaux et conditions de vie des sociétés humaines.

Cette notion qui restera plusieurs siècles sans indicateur de mesure scientifiquement élaboré, en trouvera un en 1930 aux USA avec la mise au point du calcul du PNB qui permettra désormais de comparer la richesse des Etats les uns aux autres. Le PNB sera ainsi, la résultante de tous les biens et services produits par un pays au cours d'une année, et l'augmentation des richesses d'une année à l'autre est déterminée par son taux d'accroissement. Ces indicateurs sans être imparables ont servi de base à l'économie moderne pour comparer le niveau de développement d'un pays à l'autre. C'est ainsi que la Banque mondiale procède au classement des pays du monde en quatre niveau de richesse : les pays à faible

revenu, les pays à revenu intermédiaire de la tranche inférieure, les pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure et les pays à revenu élevé.

Le calcul du PNB ou du PIB même corrigé en parité de pouvoir d'achat (PPA) reste une approche quantitative qui ne tient pas compte de tous les aspects qualitatifs du développement. De ce fait, des pays au revenu par habitant plus élevé cachent souvent des taux de chômage très importants de la population active qui se trouve du coup marginalisée et exclue du processus de production des richesses (VACHON. B, 1993). De même, l'augmentation des richesses disponibles globalement ne présage pas de leur meilleure répartition ou redistribution.

Face à cette imperfection liée en partie aux écoles de pensée économique tant du point de vue des principes que de celui des objectifs, le développement corrélé à la seule croissance économique synonyme d'exclusion a été repensé afin de mettre l'homme et la société au cœur du processus.

Des théoriciens hétérodoxes, comme François PERROUX, ont été les premiers à tirer la sonnette d'alarme en proposant une approche de développement centrée sur l'homme. C'est ainsi qu'il définit le développement comme « une combinaison des changements mentaux et sociaux d'une population qui la rendent apte à faire croître, cumulativement et durablement son produit ». Il fait ainsi la distinction entre le développement et d'autres notions qui lui sont associées à savoir : l'expansion, la croissance et le progrès. Ce faisant, le développement ne peut donc se limiter à l'expansion qui est l'augmentation (réversible) sur une courte période d'un indicateur de dimension, ni se limiter à la croissance qui est l'augmentation durable sur plusieurs périodes d'un indicateur de dimension. Il ne peut non plus se limiter au progrès que l'on pouvait définir comme étant tout ce qui représente un « mieux » par rapport à la période précédente. Ne se limitant ni à l'une ou à l'autre de ces notions, le développement est une notion complexe à appréhender, car il n'a pas vocation à être une mesure du seul bien-être d'une population durablement entrée dans un processus de croissance, il se charge aussi de critères qualitatifs qui intègrent la finalité même de l'existence. Ce faisant, on ne peut ni définir le développement par rapport à la seule croissance, ni exclure la croissance du développement. Le développement est alors une totalité qui englobe tout à la fois.

Le progrès technique et scientifique en permettant l'industrialisation et la modernisation des sociétés occidentales, présente une situation nouvelle dans laquelle s'améliorent, le bien être et le mieux être. Cette situation dans laquelle

s'opère un changement des conditions de vie est qualifiée de développement. Selon Latouche (1990), cette notion de développement, n'a trouvé son ancrage décisif que dans l'économie où l'enrichissement capitaliste illimité a fait surgir le « sous-développement », spectre de la paupérisation et de la prolétarisation.

En effet, si la situation changeante des sociétés occidentales est qualifiée de développée/développement, il faut bien trouver une expression pour rendre compte de la situation des autres sociétés qui ne seraient pas au même stade que ces dernières. C'est ainsi que la notion de sous développée/ sous-développement apparaît, après plusieurs adaptations allant de la notion de tiers Etats, tiers monde etc. Aujourd'hui, le politiquement correct veut que les pays sous développés soient appelés pays en voie de développement, une façon de les encourager à plus d'ardeur au rattrapage des autres. C'est ainsi que, le concept de développement a vu le jour, et commença l'ère de sa corrélation avec la croissance économique, puisque l'opposition développement/ sous-développement permet de distinguer deux mondes parallèles et opposés, celui des riches et celui des pauvres. Donc, par la pratique du développement, si les uns se doivent d'avancer, les autres se doivent de réduire l'écart.

Aujourd'hui, des multiples définitions du concept de développement, on retrouve, l'idée d'évolutionnisme social préconisant le rattrapage des pays industrialisés ; l'idée d'individualisme préconisant le développement de la personnalité des êtres humains ; l'idée d'économisme préconisant la croissance économique et l'accès au revenu.

Il apparaît ainsi donc que le développement est à la fois une fin poursuivie, mais jamais atteinte, recherchant un bien-être jamais totalement réalisé ; et aussi l'ensemble des moyens pour atteindre ce bien-être.

C'est pour cela que la dichotomie : développé et sous-développé n'est qu'une réalité apparente, qui ne cache pas le fait que même au sein des sociétés dites développées, l'écart entre les riches et les pauvres ne cesse de s'accroître, du fait que le développement croissance économique n'a plus l'homme au centre de ses finalités, et que l'évolution de l'économie actuelle est paradoxale en ce qu'elle génère simultanément de la richesse et de la pauvreté (B. VACHON, 1993). C'est pour cela, que pour certains auteurs, le concept de développement est un concept dépassé ou « périmé » du moment où la croissance économique à laquelle il était corrélé ne lui permettait plus sur certains territoires d'atteindre ses objectifs initiaux, car faisant de plus en plus d'exclus (d'individus et de territoires).

D'après Bernard VACHON, dans les pays à économie dite développée, la pauvreté est très largement associée au phénomène de sous emploi. Or le chômage, à des degrés divers est présent dans tous les pays industriels où l'économie est en croissance. Et comme la croissance économique n'est plus génératrice d'emplois, comme ce fut le cas jusqu'à la fin des années 70, à cause de la dissociation entre vitalité économique et création nette d'emplois, le chômage, maintenu à des niveaux assez élevés, est devenu une donnée inévitable, voire même indispensable de la dynamique de croissance. Le sous emploi devient dès lors un régulateur de l'activité économique, et des taux de chômage moyens de 9 à 10% sont dorénavant considérés comme une réalité indissociable d'un rythme de croissance économique jugé satisfaisant.

Pour limiter les insuffisances de l'appréhension du développement fondée sur la croissance économique, dès le début des années 1990, le PNUD conformément à sa mission a mis au point l'indicateur de développement humain (IDH) qui est un indicateur composite qui prend en compte, au-delà du PNB par habitant, des indicateurs de savoir (mélange entre degré d'alphabétisation de la population et taux de scolarisation) et longévité (espérance de vie) qui est l'indicateur de couverture sanitaire par excellence. Cet indicateur du PNUD présente un avantage certain par rapport à l'indicateur unique du PNB par tête. Mais il reste à ce jour critiqué ce qui lui vaut de progressives améliorations d'année en année. Si les pays développés sont communément appelés « pays riches », les pays sous développés ont la caractéristique commune d'être les uns et les autres pauvres à différents degrés. Le découplage du développement de la croissance économique et son recentrage sur l'homme était le meilleur moyen de trouver un dénominateur commun de comparaison plus fiable de pays économiquement incomparables et diamétralement opposés. C'est ainsi que sont comparés des pays riches industrialisés, inventeurs ou adaptateurs du modèle universel de développement, aux pays pauvres non industrialisés à cause du non fonctionnement de ce modèle.

Des différentes définitions du concept, on peut en dégager les caractéristiques suivantes :

Le changement : le développement est entendu comme visant un passage d'un état de la société à un autre beaucoup meilleur.

Le bien-être : Le développement vise les changements positifs pour l'homme et la société.

La globalité : Le développement est multi-sectoriel, il vise l'amélioration de la qualité de la vie et le bien-être global des populations.

La territorialité : le développement s'opère dans une entité géographique déterminée, souvent très vaste à la dimension d'un pays, souvent réduite à un espace de production, on parle alors de développement local en milieu rural, ou de développement social en milieu urbain.

Si le développement est passé d'une notion à un concept avec plus ou moins des indicateurs de mesure, la grande question pour les pays du tiers monde, serait aujourd'hui de savoir : comment y parvenir ? Ceci d'autant plus que l'Afrique, depuis le constat des portugais du 15^{ème} siècle, n'a pas rattrapé son retard. Son progrès se fait en dent de scie, car aux années d'avancée succèdent celles de recul. Le type occidental qui fait figure de modèle universel du développement qui passe par l'industrialisation a été un rendez-vous manqué pour la plupart des Etats africains au sud du Sahara. De même, l'agriculture n'a pas pu s'accommoder au transfert de technologie et son développement bloquer, aussi bien, en ce qui concerne les cultures vivrières que souvent les cultures dites de rente. Le retour cyclique et persistant des crises alimentaires et de la famine ne sont-ils pas autant de signes manifestes, de populations qui ne parviennent pas à couvrir leurs besoins fondamentaux, ce que François PERROUX appelle les « frais fondamentaux du statut humain de la vie » ou « coûts de l'homme » ? Cette situation caractéristique de bon nombre de pays africains au sud du Sahara n'est-elle pas ce qu'on qualifie de « sous développement » ? Lorsqu'au Niger, 80% de la population se trouvent mal soignés, mal nourris, mal logés, mal vêtus et analphabètes, le développement n'aura-t-il pas un préalable qui serait la lutte contre la pauvreté ?

Au Niger la satisfaction des cinq besoins communs à toute l'humanité- se nourrir, se loger, se vêtir, travailler et voir globalement s'améliorer la qualité de sa vie - eu égard au contexte d'insécurité alimentaire constitue une lutte permanente. C'est pourquoi lorsqu'elle est assurée, elle constitue le début du bien-être dans un pays où de lourdes incertitudes climatiques pèsent sur l'agriculture faisant en sorte qu'elle n'arrive plus à nourrir la population dont la croissance est l'une des plus élevée du monde (3.3%). Cette croissance démographique élevée à laquelle ne peut faire face celle de la production des céréales de base (mil, sorgho, maïs) estimée à 2%, est en elle-même un facteur de déséquilibre entre l'offre insuffisante de produit alimentaire et la couverture des besoins. Ce déséquilibre alimentaire théorique de (-1.3%) est la cause pour beaucoup de foyers de sous-nutrition (avec une ration alimentaire quotidienne insuffisante) ou de malnutrition (avec une ration alimentaire quotidienne déséquilibrée). De façon cyclique, ce déséquilibre alimentaire structurel est aggravé par des années de famine.

Si l'insécurité alimentaire rend difficile la satisfaction du premier besoin commun (se nourrir) pour les 12 millions de nigériens, le besoin de se loger est satisfait de façon tout aussi précaire. Car l'évolution du logement de la « case » à la « maisonnette en banco » pour le grand nombre de la population reste encore insuffisante. Au 21^{ème} siècle le logement décent exige un minimum de confort et de sécurité qui commence par une construction en matériaux définitifs plus résistants, c'est-à-dire un passage de la « maisonnette en banco » à la « maison en dur ». Pour la plupart des foyers nigériens, le besoin de s'habiller reste à un niveau de satisfaction minimal en milieu rural. Les grands moments de rendez-vous pour la satisfaction de ce besoin, demeurent les fêtes religieuses ou coutumières. Le besoin de travailler retient les 80% de la population dans l'agriculture pluviale dans le but essentiel d'assurer les moyens de leur subsistance notamment à travers les cultures vivrières de base (mil, sorgho, niébé). L'amélioration de la qualité de vie qui est le cinquième besoin commun passe, par l'amélioration du pouvoir d'achat des populations rurales nigériennes. Celle-ci grâce à la culture de vivriers marchands comme l'arachide, l'oignon, le poivron, la pomme de terre, le blé, le riz etc. - l'élevage et des cultures de rente comme le coton.

Les cultures de base (mil, sorgho) sont réservées pour l'alimentation des familles et les surplus peuvent être vendus pour renflouer la trésorerie familiale.

Cet état des lieux, peu reluisant de la satisfaction des cinq besoins communs chez les populations nigériennes donne une idée du niveau de pauvreté dans ce pays, qui sans agriculture performante, sans industrie lourdes ou de technologie de pointe doit trouver sa voie de développement. Pour y parvenir une stratégie de réduction de la pauvreté est plus que nécessaire, car 63% de la population est pauvre et 34% extrêmement pauvre d'après le rapport national du développement humain (RNDH Niger, 2004).

Cependant, on distingue deux types de pauvreté : la pauvreté monétaire et la pauvreté humaine. Tandis que la première est appréciée à partir du niveau de revenu, la deuxième mesure les manques et déficits affectant la vie humaine en matière d'instruction (scolarisation, alphabétisation), de couverture sanitaire, et de conditions de vie décentes. Les seuils de pauvreté monétaire correspondent à la couverture minimale des besoins journaliers d'une personne. Au Niger, ils sont de 205 F CFA (0.31 euro) en milieu urbain et de 137 F CFA (0.20 euro) en milieu rural. Ceux d'extrême pauvreté sont de 50 000 F CFA (76.2 euros) par an en milieu

urbain et de 35 000 F CFA (53.35 euros) par an en milieu rural (RNDH Niger, 2004).

Quant à l'indice de pauvreté humaine (IPH) élaboré par le PNUD, il mesure le nombre de personnes victimes de pauvreté humaine, à savoir le pourcentage d'analphabètes, le pourcentage d'individus privés d'accès à l'eau potable, aux services d'assainissement et de santé, celui des individus risquant de décéder avant l'âge de 40 ans et celui des enfants de moins de 5 ans souffrant de la malnutrition liée à une insuffisance pondérale. Cet indice de pauvreté est de 61.8 % pour le Niger d'après le rapport mondial de développement humain 2003. Il traduit un niveau très élevé de pauvreté humaine dans ce pays.

La mesure combinée de ces deux types de pauvreté révèle une disparité selon le milieu. Il ressort ainsi que 86.4% des pauvres vivent en milieu rural dont 36% d'extrêmement pauvres. Mais bien qu'elle soit un phénomène largement partagé dans ce milieu, les solidarités familiales contribuent à en atténuer les formes extrêmes (à travers les investissements symboliques). Les ménages les moins touchés sont ceux dont, le chef de famille est salarié, petit commerçant, grand agriculteur, éleveur ou retraité. En milieu urbain, l'individualisme et la rupture des solidarités familiales accentuent l'exclusion et la marginalisation.

En résumé, selon le PNUD près de 2 Nigériens sur 3 sont pauvres, plus de 4 pauvres sur 5 vivent en milieu rural et 3 pauvres sur 4 sont des femmes au foyer et des inactifs (RNDH Niger, 2004). Les femmes représentent ainsi le groupe social le plus affecté par la pauvreté aussi bien humaine que monétaire. Humaine, parce qu'elles sont les moins scolarisées et monétaire à cause de l'inactivité d'un grand nombre de femmes pour des considérations religieuses et de leur dépendance vis-à-vis de leurs époux souvent polygames. C'est pourquoi depuis l'avènement des systèmes financiers décentralisés (SFD), les programmes de lutte contre la pauvreté sont prioritairement orientés vers les femmes à travers des activités génératrices de revenus, des programmes d'alphabétisation de masse, et une meilleure prise en charge de la santé maternelle et infantile. Ces programmes dont la mise en œuvre se fait par le biais de la micro finance procèdent à l'octroi de micro-crédits aux femmes afin de leur permettre le financement d'activités génératrices de revenus telles que le petit commerce de détail, la transformation de l'huile d'arachide, l'embouche ovine etc.

Dans un pays où 63% de la population vit en dessous du seuil de pauvreté, et 34% en dessous du seuil d'extrême pauvreté, quelle serait la place des producteurs

d'oignon qui engrangent annuellement des revenus allant de 300 000 à 5 000 000 voire 12 000 000 pour les plus grands d'entre eux ?

C- L'augmentation du pouvoir d'achat à l'origine des changements dans la société

D'après nos enquêtes, les revenus minimums annuels des petits producteurs d'oignon du pôle de production de Konni-Galmi-Madaoua, sont de l'ordre de 133 052 F CFA pour les producteurs qui font une campagne et de 222 702 F CFA pour ceux qui en font deux au cours de l'année 2000/2001. Ce qui correspond à 202 euros pour les premiers et 340 euros pour les seconds. Une comparaison du plus petit revenu (202 euros) aux données officielles de la république du Niger montre que ce dernier est deux fois et demi supérieur au seuil de pauvreté et presque quatre fois supérieur au seuil d'extrême pauvreté.

Il se trouve par ailleurs qu'il est équivalent au PIB/ habitant du Niger qui est de 204 euros. Cette comparaison basée uniquement sur les revenus d'oignon permet de montrer l'importance de cette culture dans l'amélioration du pouvoir d'achat des producteurs. Ainsi, si les tous petits sortent théoriquement du domaine de la pauvreté monétaire, quand est-il du mode de consommation des moyens et grands producteurs ?

1- Un pouvoir d'achat favorable au changement des habitudes alimentaires

Au Niger, les habitudes alimentaires des populations rurales varient très peu d'une région à l'autre, et sont principalement fondées sur les céréales de base. Cependant, en fonction du milieu les habitudes alimentaires se caractérisent par les compositions suivantes. En milieu rural, la base alimentaire repose sur le mil et le sorgho. Ces deux céréales sont plus généralement transformées en boule ou en bouillie consommées chaque jour lors des différents repas par tous les membres d'une famille (parents, enfants, hommes et femmes). C'est aussi la boule ou la bouillie que les travailleurs emportent aux champs ou dans les exploitations maraîchères pour servir de repas de midi. Le soir, le mil ou le sorgho sont transformés en pâte. La consommation de viande au quotidien est rare chez les populations rurales. Elle reste seulement à la portée de quelques privilégiés, hormis les jours de fête où elle est presque obligatoire au point que son absence

fait perdre le caractère festif à l'évènement. Quand elle a lieu, le petit déjeuner se fait avec les restes du repas du soir chauffés en mélange. Le riz est généralement consommé les jours de fête ou à l'occasion de la réception d'un hôte.

En milieu urbain, pour le grand nombre des citadins, les céréales de base auxquelles s'ajoute le maïs sont consommées lors du repas du soir sous forme de pâte accompagnée de sauce et le déjeuner est à base de riz. La variabilité du menu dépend de la sauce d'accompagnement dont la source de protéine est soit de la viande rouge, blanche ou du poisson. Cependant, bon nombre de familles citadines privilégient la pâte de maïs le soir, et consomment la boule ou la bouillie de mil en appoint. Le petit déjeuner est à base de café au lait, pain de boulangerie, de galette ou de viande grillée. Les pâtes alimentaires à base de blé sont préparées les jours de fête ou à l'occasion de la réception d'hôtes.

Les producteurs d'oignon de la zone de production de Konni-Galmi-Madaoua, notamment chez ceux qui ont un revenu annuel supérieur à un million de francs CFA, bien que vivant en milieu rural, adoptent le régime alimentaire des populations urbaines. C'est-à-dire le repas de riz au déjeuner et celui de pâte de mil ou de sorgho le soir, la boule ou la bouillie sont en appoint. Ce régime est plus connu comme étant celui des fonctionnaires. Comme, nous le rapporte un producteur d'oignon : «... Avant nos repas étaient ceux des paysans, mais aujourd'hui, avec l'oignon, nous mangeons comme les fonctionnaires » (El hadji Allélé, producteur à Tounfafi, 2003).

Ce changement des habitudes alimentaires chez les producteurs fortunés du pôle de production de Konni-Galmi-Madaoua est particulièrement perceptible chez les producteurs qui ont des enfants scolarisés. Car ils estiment qu'au retour de l'école les enfants doivent avoir une alimentation qui leur permettent de suivre une bonne scolarité à l'image des enfants des fonctionnaires qui prennent un repas tous les midis. Cette attention des parents à la qualité de l'alimentation de leurs enfants est un changement de comportement en soi. Car ils disent, tant qu'ils ont les moyens, qu'il leur paraît impératif de donner à leurs enfants, les mêmes chances de réussite à l'école que les enfants des fonctionnaires. On peut penser que l'introduction d'un repas cuisiné à midi dans les habitudes alimentaires des ménages ruraux contribue à la lutte contre la malnutrition proteino-énergétique (MPE) dont souffre plus généralement les enfants, car ce repas se compose généralement d'une sauce à base de viande.

Ainsi il apparaît que la consommation de viande (source protéique) au quotidien est en train d'entrer progressivement dans les habitudes alimentaires de cette

classe de producteurs aussi bien à travers les sauces qu'à travers les grillades. Au demeurant ce changement des pratiques alimentaires renforce la comparaison avec les fonctionnaires. En dehors des sauces et des grillades, d'autres formes de préparation et de conservation de viande sont utilisées, notamment sous forme de Kilichi⁵⁴. Dans ce domaine, la ville de Madaoua excelle sur le plan national.

2- Un pouvoir d'achat qui facilite l'accès aux soins de santé

Depuis l'instauration du recouvrement des coûts de santé au niveau des formations sanitaires suite à l'initiative dite de Bamako et son application au Niger, les populations prennent part à la prise en charge des coûts de leur propre santé. A cet effet, des fourchettes de prix leur sont proposées par le ministère de la Santé afin de leur permettre de fixer par elles-mêmes le coût de leur prise en charge sanitaire. Par exemple, la fourchette de prix pour la prise en charge d'un enfant de moins de cinq ans est au minimum de 250 F CFA et au maximum 500 F CFA. Pour un adulte, le minimum est de 500 F CFA et le maximum de 1000 F CFA. Ainsi, une mauvaise prise en charge correspond aux valeurs minimales et une bonne prise en charge correspond aux valeurs maximales. Les populations interviennent pour fixer le coût du forfait de leur prise en charge sanitaire à travers leur comité de santé qui, en milieu rural, est composé des délégués de tous les villages environnants du Centre de Santé Intégré (CSI). Plus généralement, le coût retenu est à la mesure du pouvoir d'achat des populations locales. Il ressort d'après nos enquêtes que la plupart des villages producteurs d'oignon ont choisi des coûts de prise en charge proches des valeurs maximales, si ce ne sont les valeurs maximales elles-mêmes. Ce choix d'un forfait conforme aux valeurs maximales reflète le bon pouvoir d'achat des populations des villages producteurs d'oignon. Ce qui n'est pas du tout le cas dans les villages non producteurs qui, dans la plupart des cas, restent dans des proportions très proches des valeurs minimales, ce qui entraîne une mauvaise prise en charge d'après les responsables des formations sanitaires. Notons que le recouvrement des coûts de la prise en charge permet de renouveler le stock de médicaments et de prendre en charge le salaire du gestionnaire et d'acheter des outils de gestion.

⁵⁴ Le Kilichi est de la viande séchée, salée et épicée dont Madaoua semble se spécialiser dans sa production.

Cependant, en dehors de la participation de la population pour fixer le coût du forfait de la prise en charge sanitaire, il existe une deuxième participation communautaire qui consiste en une contribution libre de la population pour des investissements au niveau du CSI (Centre de Santé Intégré). Par rapport à cela, d'après nos enquêtes, les villages producteurs d'oignon se distinguent nettement par rapport aux villages non producteurs et leur contribution financière est nettement supérieure.

D'après le responsable de la communication sanitaire de Madaoua, les villages producteurs d'oignon, notamment celui d'un village appelé Sabon Gida, appuient les équipes du CSI en seringue et en carburant pour couvrir les vaccinations lors des épidémies. Lors de notre passage dans ce village en 2003, nous avons trouvé les villageois en train de cotiser pour l'achat d'une ambulance. Ils avaient pu mobilisé plus de 700 000 F CFA en l'espace de quelques jours. A l'inverse, dans les villages non producteurs du nord de Madaoua notamment au CSI de Wourno, lorsqu'il s'est agi de construire un hangar, la mobilisation des fonds à travers la participation communautaire libre n'a pu se faire du fait du faible pouvoir d'achat des populations locales. Pour y arriver, le comité de santé était obligé d'augmenter de 25 F CFA sur un trimestre, le forfait de la prise en charge qui était de 600 F CFA.

Par ailleurs, d'après les responsables des formations sanitaires, le taux de fréquentation d'un CSI et l'importance de ses recettes mensuelles sont autant d'indicateurs qui renseignent sur le pouvoir d'achat des populations locales. D'après le responsable de la communication sanitaire de Madaoua la plupart des villages producteurs d'oignon font des recettes mensuelles de plus d'un million de F CFA, ce qui de son point de vue est appréciable.

Par rapport au budget alloué aux dépenses de santé, d'après nos enquêtes, la totalité des producteurs d'oignon affirment couvrir les besoins de leur famille en soins de santé sans recourir à l'aide d'un tiers. Ce faisant, 62% d'entre eux estiment leur consacrer un budget annuel proche de 5% de leur revenu oignon ; 28% leur consacrent entre 5 à 10 % de leur revenu oignon et seulement 10% estiment leur consacrer un budget pouvant atteindre 20% de leur revenu oignon. Ce dernier cas concerne surtout les petits producteurs.

Selon une enquête d'envergure nationale commanditée en 2002 par le Projet HKI (Helen Keller International), il est ressorti que les enfants de 0 à 5 ans de la plupart des villages producteurs d'oignon, sont ceux qui souffrent le moins de la

malnutrition. Parmi, les villages échantillons retenus pour cette enquête, figurent trois villages du pôle de production de Konni-Galmi-Madaoua dont les taux de malnutrition protéino-énergétique (MPE) étaient les plus faibles du Niger. Il s'agit de : Guidan Idder, Doguéraoua et Tsernaoua.

3- Un pouvoir d'achat favorable à la scolarisation des enfants

Dans les représentations du bien être et du développement des producteurs d'oignon, il ne ressort pas un besoin d'alphabétisation ou de scolarisation pour eux-mêmes, mais, ils ont le souci de celle de l'instruction de leurs enfants. En effet, contrairement à ce qu'on pourrait penser, les producteurs d'oignons ne souhaitent pas reproduire les mêmes schémas éducationnels que leurs parents en refusant d'envoyer leurs enfants à l'école. Ils préfèrent leur donner leur chance afin qu'ils puissent devenir un jour ce qu'ils appellent un « Mouché » c'est-à-dire un « Monsieur », plus précisément un fonctionnaire (enseignant infirmier ou autre). Ils disent avoir compris la nécessité d'envoyer leurs enfants à l'école au vu des diverses possibilités qu'elle leur offre. Ils ne sont pas opposés à la scolarisation de leurs filles malgré la forte islamisation radicale que connaît la zone avec l'avènement et la propagation du courant Izaliste.

Ce courant venu du Nord-Nigeria se donne pour mission de purifier l'islam des coutumes et traditions intégrées à ce dernier depuis plusieurs générations. Par exemple, ceux qui adhèrent à ce courant contestent les énormes dépenses que font couramment les familles lors des baptêmes ou des mariages, alors que l'islam n'en demande pas tant à ses adeptes. C'est aussi le cas des heures de prières « avancées » par rapport à l'islam traditionnel en fonction de la position du soleil et non pas des moments arrêtés et fixes, indiqués par les aiguilles d'une montre, etc.

D'après nos enquêtes, même les izalistes ne rechignent pas à envoyer leurs enfants à l'école, ces derniers ont seulement une préférence pour les « Madersa » qui sont des écoles franco-arabes. Ils envoient leurs enfants à l'école coranique avant que ces derniers n'aient l'âge d'aller à l'école publique, c'est-à-dire avant qu'ils n'aient 7 ans.

Par rapport à la scolarisation des jeunes filles, les parents ne s'y opposent pas vraiment. Seulement, ils disent disposer d'un indicateur imparable du suivi, qui consiste à surveiller leur rang à l'école. Dès que celui-ci est au-delà de 30 sur un

effectif de 60 élèves⁵⁵, alors les parents les retirent de l'école et les donnent en mariage. Leur souci est d'éviter qu'elles fassent de mauvaises rencontres qui puissent les amener à tomber enceinte et par là même déshonorer la famille. Quand les garçons n'arrivent pas à réussir dans leurs études, les parents affirment qu'ils feront comme eux, c'est à dire la culture de l'oignon. Cependant, ils gardent un fond de regret car en réussissant à l'école, les enfants auraient au moins la possibilité de tenter leur chance dans d'autres domaines.

Du fait de l'importance de leur pouvoir d'achat, les producteurs d'oignon du pôle de production de Konni-Galmi-Madaoua affectent à la scolarisation de leurs enfants une part non négligeable des revenus tirés de la vente de l'oignon. Il ressort que 74% d'entre eux affirment y consacrer 5 % de leur revenu, 20% y consacrent entre 5 à 10% et seulement 6% affirment affectés entre 10 à 20% de leur revenu oignon. Ce soutien des parents couvre l'achat du matériel scolaire à savoir les cahiers, stylos et des manuels dans certains cas. Notons qu'à Galmi, la construction du Collège d'Enseignement Général (CEG) a été entièrement financée par les parents d'élèves qui sont en majorité des producteurs d'oignon et des opérateurs intervenant dans sa commercialisation. La présence de ce collège leur permet de scolariser leurs enfants sur place au lieu de les voir envoyer dans les collèges de Malbaza ou à Konni où ils peuvent avoir des difficultés à trouver un tuteur. C'est pour cette raison que les parents d'élèves ont fait une demande de création du collège à Galmi, mais face à la lenteur mise par les autorités administratives à construire les classes, ils ont ouvert le chantier sans aucune intervention de l'Etat. La contribution de ce dernier a juste consisté à envoyer les professeurs et le directeur de l'établissement à la fin de la construction.

Comme le collège est situé à 3 Km de la ville, les parents d'élève ont pour la plupart payé des vélos voir des motos à leur enfants afin qu'ils puissent aller à l'école sans difficulté. Selon les termes du directeur du collège : « Quand on vient au collège on se croirait au Burkina ou en Chine à cause de l'importance des vélos. Il y a autant de vélos que d'élèves et 3 élèves ont même des motos ». (Extrait de l'entretien avec le Directeur du CEG de Galmi, mars 2005)

C'est aussi, les parents d'élèves qui ont pris en charge la fourniture du collège en eau potable. Ils en ont également financé la mise en place d'une fontaine d'eau à l'école primaire de Galmi. La pratique qui consiste à prendre en charge des travaux d'intérêt général pour la scolarisation des enfants est assez courante dans les villages producteurs d'oignon. Certains parents nous disent construire des

⁵⁵ La classe de l'école nigérienne a un effectif qui dépasse couramment 60 élèves

maisons en dur pour faciliter l'installation des enseignants, des professeurs et des fonctionnaires, une façon de leur donner le goût de rester dans leurs villages.

4- Un pouvoir d'achat favorable à la modernisation du cadre de vie

Les producteurs d'oignon du principal pôle de production de la région de Tahoua n'ont pas dans leurs priorités la modernisation de leur habitat, du moins tant qu'ils restent producteurs. Par contre, d'après nos enquêtes, seuls ceux qui sont en phase de transition de la production vers la commercialisation (producteur exportateur) améliorent leur habitat tant du point de vue des matériaux de construction que celui de l'architecture. L'amélioration de la qualité de leur habitat est motivée autant par le souci d'accéder à plus de confort que celui de changer de statut. Ceci est dû au fait que l'occupant d'une villa ou d'une maison en dur a toujours été au Niger un commerçant ou un fonctionnaire. D'ailleurs, les quelques producteurs qui vivent dans des habitations en dur sont en réalité des commerçants qui investissent dans la production, mais qui sont plus actifs dans la commercialisation. Ils ne représentent que 3% de notre échantillon.

Par contre, ceux qui vivent dans des habitations en matériaux locaux les renforcent presque chaque année avant le début de la saison des pluies en y ajoutant une couche de banco ou de ciment. 8% d'entre eux déclarent s'être dotées d'un toit en tôle ondulée et de portes métalliques. Ces dernières sont généralement placées sur la « maison » du chef de famille qui, lorsqu'il est polygame, sert de coffre fort. Dans les ménages polygames, le chef de ménage a généralement une maison séparée de celles de ses épouses. Celle-ci a généralement une position centrale dans la concession et se distingue des autres par ses portes et fenêtres métalliques par souci de sécurité, car rares sont les producteurs qui déposent leur argent en banque. Ils le garde généralement chez eux, d'où la précaution d'utiliser des portes et des fenêtres métalliques.

En ce qui concerne, l'adduction d'eau potable, elle est assurée chez 24% des producteurs vivant dans les gros bourgs comme Galmi et les villages producteurs de la basse vallée de la Tarka où des forages individuels sont construits. A Tounfafi par exemple, presque toutes les concessions sont dotées de forages individuels, cela est favorisé par la faible profondeur de la nappe phréatique. La propension à accéder à l'eau potable se généralise dans les villages de la basse vallée de la Tarka à cause de l'accessibilité de la technologie du forage.

Quant à l'électrification, elle concerne 26% des ménages producteurs d'oignon se trouvant dans les villages électrifiés bordant l'axe Konni-Madaoua notamment : Tsernaoua, Doguéraoua et Galmi. Dans certains villages de la basse vallée notamment Sabon Guida et Koumassa on y trouve des producteurs équipés de groupes électrogènes à usage privé. Une caractéristique commune à la plupart des villages producteurs d'oignon est l'abondance des motos, de grosse cylindrée (125 cm³) de marque japonaise, coréenne ou chinoise, utilisées par les jeunes pour se déplacer entre leurs villages et les centres urbains aussi bien du côté nigérien que du côté nigérian. Certains grands producteurs utilisent des voitures pour leur déplacement personnel. Mais tous ces éléments assez illustratifs de signes extérieurs de richesse, ne sont pas ceux sur lesquels sont fondés les traits de différenciation sociale.

D- Les traits de différenciation sociale ou logique de construction de repères sociaux

Au fur et à mesure de l'augmentation de leur pouvoir d'achat, les producteurs d'oignon adoptent de nouveaux modes de consommation qui contribuent à les distinguer les uns des autres. Ces modes de consommation qui procèdent par palier d'année en année concourent à la formation de repères sociaux dans lesquels se reconnaissent les populations locales. Ces repères fondamentalement favorisés par l'expansion de la culture d'oignon sont entre autres : le nombre de pèlerinages à la Mecque, le nombre d'épouses, et le sacro-saint statut de commerçant.

1- Le statut de commerçant

Si la culture d'oignon est une activité qui permet aux producteurs d'améliorer leur pouvoir d'achat, elle demeure néanmoins dans l'esprit des plus grands d'entre eux, une activité transitoire censée favoriser leur ascension au statut de commerçant. En effet, si elle permet à la majorité des producteurs d'être au dessus du seuil de pauvreté, la culture d'oignon est pour les grands producteurs un moyen de capitalisation de ressources nécessaires pour se lancer dans le commerce et devenir un jour de grands commerçants à l'image des tous premiers grands commerçants de

la période post coloniale des régions de Maradi et de Zinder qui ont réussi avec le commerce de l'arachide.

Ainsi, l'oignon serait aujourd'hui pour eux, ce que fut l'arachide au lendemain de l'indépendance du Niger. C'est pourquoi dans l'esprit de bon nombre des grands producteurs, le statut du commerçant reste un but à atteindre. Il est généralement amorcé par le passage du statut de producteur à celui de producteur-exportateur brassant à la fois des revenus tirés de la production et de la commercialisation.

L'analyse des trajectoires des producteurs d'oignon pour atteindre ce but, permet de mettre en exergue trois phases successives : une phase d'investissement, une phase de croissance et une phase de capitalisation ou phase de développement. C'est au cours de ce processus que s'opèrent les mutations sociales au fur et à mesure de l'accroissement des revenus. En effet, pour les grands producteurs de la région de Madaoua, la phase d'investissement a été soutenue par le projet basse vallée de la Tarka, et a consisté à la cession à crédit des équipements de petite irrigation (EPI), à l'encadrement et la subvention des intrants (semences, engrais et pesticides). Cet équipement de départ comprenait, une motopompe et la confection d'un forage. Chaque producteur met en valeur des terres qui lui appartiennent en propre à condition que la nappe phréatique soit à une faible profondeur. Cet équipement de départ octroyé par le projet a permis aux populations bénéficiaires de changer de pratique voire même de statut. La faible profondeur de la nappe phréatique caractéristique des sols de la basse vallée de la Tarka a facilité leur mise en valeur progressive au fur et à mesure de l'extension des activités du projet. Cela a favorisé la multiplication des villages producteurs.

Au cours de la phase de croissance ou phase d'autopromotion, les producteurs d'oignon ont procédé à des investissements sur fonds propres, au regard de leurs revenus de plus en plus croissants. Ils se sont ainsi lancés dans l'achat des terres et leur équipement en EPI⁵⁶ en vue d'accroître les superficies de leurs exploitations. Cette propension à acquérir des terres soit par achat ou par location a permis la multiplication des campagnes de culture d'oignon, et l'on est passé d'une campagne à deux voire trois par an. C'est pendant cette phase de croissance que sont apparus de nouveaux comportements chez les producteurs.

La phase de capitalisation peut porter sur plusieurs années. Cependant, l'importance des revenus et des choix stratégiques du producteur peuvent accélérer le passage du statut de producteur à celui de commerçant en passant par celui de

⁵⁶ Equipement de Petite Irrigation (motopompe + forage).

producteur exportateur. Cette phase est alors une phase de transition au cours de laquelle le « Grand producteur » dirige son exploitation, alors que l'essentiel de son activité est tourné vers le commerce. Les producteurs convertis en « commerçants » sont peu nombreux, mais cela reste un but à atteindre, et mieux si ce dernier est précédé du superlatif « grand ». C'est-à-dire ces grands « El hadji » de l'import export qui dominent l'activité économique d'un pays continental totalement enclavé qu'est le Niger.

2- La répétition du pèlerinage à la Mecque

Dans un pays composé à près de 95% voire 98% de musulmans, le pèlerinage à la Mecque est souhaité par tous, en tant que cinquième pilier fondateur de l'Islam, après la profession de foi, les cinq prières quotidiennes, le Ramadan, et l'observation de la Zakat. Cependant, il n'est pas obligatoire comme le sont les quatre autres, mais conseillé au moins une fois dans la vie pour celui qui peut se le payer. Sa réalisation permet dit-on au pèlerin de se purifier, de se débarrasser de ses péchés. De ce fait, il est généralement réalisé à l'orée « des années de sagesse », afin de permettre à celui qui l'a effectué de terminer sa vie d'ici bas avec un minimum de péchés. Il est perçu comme une occasion solennelle de repentance, de communion, et de purification.

Avant le développement du transport aérien, les candidats au pèlerinage à partir de l'espace nigérien avaient un choix limité quant aux moyens de transport. Ils utilisaient ceux de l'époque à savoir le dos d'âne, le cheval, ou le chameau. Le voyage prenait plusieurs années, certains arrivaient à la Mecque, d'autres jamais. Beaucoup se sont installés sur le chemin du retour dans les pays traversés comme le Tchad ou le Soudan. De cette manière, une importante communauté nigérienne s'est constituée au Soudan.

Avec le développement fulgurant du transport aérien, le pèlerinage à la Mecque est devenu accessible à un plus grand nombre des musulmans, notamment à ceux qui ont les moyens, car son coût depuis le Niger excède le million de francs CFA (1 330 000 F CFA), ce qui n'est pas à la portée de tous. Pour le nigérien moyen, il faut plusieurs années d'économie, voire même une vie entière pour rassembler les moyens nécessaires à sa réalisation. De ce fait, le pèlerinage à la Mecque reste un privilège que seuls une poignée de nigériens peuvent effectuer à cause de la grande pauvreté de la population. Cette poignée de Nigériens se distingue du reste

de la population par son pouvoir économique et financier. Elle constitue en cela une classe sociale bien différenciée occupant, du point de vue des représentations, le haut du pavé de la hiérarchie sociale.

La détention du titre d'El Hadji confère ainsi au récipiendaire un rang social qui le rend digne de confiance, de respect et de sagesse. Elle reste dans les représentations sociales un indicateur de pouvoir économique et financier, car ceux qui peuvent personnellement prendre en charge les dépenses du pèlerinage sont pour l'essentiel des commerçants. Les autres ont bénéficié d'un financement extérieur pouvant provenir d'un fils ou d'un proche parent ou d'une connaissance fortunée.

Après le pèlerinage, certains pèlerins en témoignage de leur titre d'El hadj, se font placer depuis la Mecque quelques couronnes dentaires en or en guise de signe de richesse. Ce côté ostentatoire qui permet de faire étalage de son titre d'El hadj à chaque sourire du fait de la valeur du métal utilisé, renforce l'idée selon laquelle les heureux élus à la réalisation de ce commandement appartiennent à une certaine catégorie sociale, car le seul port de couronnes dentaires en or au Niger est en soi un signe extérieur de richesse. Pourtant, d'après l'Islam le port de ce métal est exclusivement réservé à la gent féminine, mais bien souvent, la gent masculine ne s'en prive pas, bien qu'elle ne soit pas religieusement autorisée. Cette pratique qui aujourd'hui se fait de moins en moins à cause de sa réprobation n'est observée que chez quelques pèlerins zélés.

Au Niger, le titre de « El hadj » est pratiquement confondu au statut de commerçant, car rares sont ceux d'entre eux qui ne l'auraient pas. Pour parler d'un commerçant, on commence toujours par « El hadj tel... ». Ce titre honorifique a contribué sans aucun doute à la création d'une classe sociale détentrice dans bien des cas de pouvoir économique ou financier.

Chez les grands commerçants les « Al Hazai » comme on les appelle (GREGOIRE. E, 1986) Le rite du pèlerinage est souvent renouvelé plusieurs fois à cause de leur pouvoir économique. Mais bien souvent cette répétition est favorisée par des voyages d'affaires que ces derniers entreprennent dans les pays du Golf arabe notamment à Dubaï (émirats arabes unis). Dans pareil cas, ils pratiquent le petit pèlerinage qu'on appelle la « Oumra » qui peut se faire tout le long de l'année. Alors que le grand pèlerinage ne se fait qu'une seule fois par an et la fête des moutons ou fête de Tabaski en marque la fin.

Les producteurs d'oignon du pôle de production de Konni-Galmi-Madaoua n'ont pas la stature des grands commerçants d'import export des gros centres urbains du Niger, bien que celle-ci demeure leur objectif final. Mais leur engouement à effectuer le pèlerinage à la Mecque reste un phénomène très marquant. Aujourd'hui dans cette zone, effectuer une fois le pèlerinage n'est plus la référence, mais c'est sa répétition qui en fait la différence.

Lorsque, les petits producteurs se satisfont de tirer de la culture d'oignon les revenus nécessaires pour assurer la survie de leur famille, les moyens et les grands se livrent à une course effrénée dans la répétition du pèlerinage à la Mecque. D'après nos enquêtes, la plupart des moyens et grands producteurs ont effectué entre 2 et 4 fois le pèlerinage à la Mecque. A la question de savoir pourquoi cette tendance à la répétition ? Il nous a été répondu qu'au premier pèlerinage, l'on n'est pas si sûr d'avoir bien effectué le rite par inexpérience, celui-ci a valeur de test.

C'est seulement au deuxième pèlerinage que l'on peut être sûr d'avoir bien accompli le rite et par conséquent de s'être débarrassé de ses péchés. C'est pourquoi le grand nombre des producteurs détenteurs du titre d' El hadj répète au moins une fois ce commandement. Pour ceux qui en font plus que deux, l'idée était de faire périodiquement des rappels de purification tant qu'ils disposent des moyens nécessaires aussi bien physiques que financiers. Les moyens physiques supposent que le candidat au pèlerinage soit en bonne santé physique afin de disposer de suffisamment de force pour le supporter. Quant aux moyens financiers, il en faut suffisamment pour se permettre plusieurs pèlerinages dans sa vie. Aujourd'hui dans le pôle de production d'oignon de Konni- Galmi-Madaoua, le nombre de pèlerinage à la Mecque est un véritable indicateur du niveau de richesse des producteurs. Les plus grands ou plus riches seraient, ceux qui ont un nombre de pèlerinage élevé. Ils représentent plus de 50% des personnes enquêtées. La plupart d'entre eux ont moins de 40 ans, et sont géographiquement situés dans les villages producteurs de la basse vallée de la Tarka.

De ce fait, le nombre de pèlerinage à la Mecque est localement devenu un critère de différenciation sociale. Aussi, il faut noter que la proximité du pôle de production avec le Nigeria facilite les candidatures au pèlerinage à la Mecque à cause du coût très faible de ce dernier à partir de ce pays qui souvent est inférieur à la moitié du coût de celui du Niger (soit moins de 500 000 Fcfa en fonction du taux d'échange de la Naira). Cette proximité avec le Nigeria a permis à la plupart des producteurs d'oignon d'effectuer ce voyage à plusieurs reprises.

Cependant, malgré leur pouvoir financier considérable, les producteurs d'oignon financent rarement le voyage à leurs épouses. D'après la pratique en cours, ce privilège est réservé au fils ayant réussi à se hisser au rang de grand producteur (généralement le fils aîné). En effet, lorsque ce dernier obtient de la culture d'oignon des revenus suffisants et que son père est déjà El hadj, il se propose d'envoyer sa mère à la Mecque, pour que celle-ci devienne à son tour une « Hadjia ». C'est seulement après que ses parents aient été à la Mecque que le fils s'y rendra les années suivantes ou au cours de la même année si ces moyens le permettent.

A la question de savoir pourquoi les maris ne financent pas le pèlerinage à leurs épouses, on nous a répondu qu'avec les revenus tirés de l'oignon il est très facile de se marier, mais il est aussi très facile de divorcer. Par conséquent, les grands producteurs trouvent hasardeux de financer le pèlerinage d'une femme qui peut quitter le foyer dès à son retour de la Mecque et devenir la femme d'un autre El Hadj honorée d'avoir ainsi une épouse qui a le titre, d'Hadjia, parce qu'elle vient de faire le pèlerinage ! C'est pourquoi, ils préfèrent laisser cette charge à leurs enfants, ce qui ne manquera pas de les motiver et de leur donner l'occasion de bénéficier de la bénédiction de leurs parents, perçue comme un encouragement à leur réussite au début de leur carrière. Ce n'est généralement pas la première épouse (mère des grands enfants) qui risque de quitter le foyer à son retour de la Mecque, mais plutôt les autres épouses généralement plus jeunes qui n'ont pas d'enfants majeurs ou en âge de les envoyer à la Mecque. Comme, l'Islam oblige les polygames à être justes et équitables envers leurs épouses, un mari polygame qui finance le pèlerinage à une de ses épouses doit pouvoir le faire aux autres. Par souci de préserver cette équité entre les femmes, ils refusent d'envoyer leurs épouses à la Mecque. Ainsi dans ces foyers polygames, le chef de famille peut effectuer au moins deux fois le pèlerinage, alors que la première épouse l'a fait une ou deux fois en fonction du nombre de ses enfants ayant réussi, la deuxième épouse également, tandis que la troisième et la quatrième ne l'effectuent jamais.

L'autonomisation des jeunes se fait plus généralement après leur premier mariage. En effet, d'après les pratiques en cours dans la zone de production, l'indépendance des jeunes producteurs vis à vis de leurs parents (notamment du père) n'est effective que si, ces derniers sont mariés et disposent de leur propre exploitation maraîchère. Ainsi, sur le chemin de leur autonomisation, le parcours des jeunes producteurs peut être schématisé de la façon suivante :

Après le premier mariage qui est dans la majeure partie des cas financé par les parents, le père affecte une partie de ses terres au jeune ménage. A partir de ce moment, il revient à ce dernier de faire ses preuves pour assurer son autonomisation. Ainsi, lorsque, en fonction de la superficie de son exploitation et de son ardeur au travail, le jeune producteur arrive à engranger des revenus conséquents, il procède d'abord à un investissement dans la production en s'équipant d'une motopompe, d'un forage ou d'un puits maraîcher suivant le milieu (Tarka ou Maggia). Puis l'année suivante, si ses revenus le lui permettent, il envoie ses parents à la Mecque, mais plus généralement sa mère, puisque le père y est probablement déjà allé. Avec le restant de ses revenus, il cherche à acquérir des terres pour agrandir son exploitation soit par achat ou par location. Il peut éventuellement s'acheter une moto. Les années suivantes avec l'augmentation de la superficie de son exploitation, il peut augmenter le nombre de campagnes de culture d'oignon par an pour ainsi passer d'une campagne à deux, ou de deux à trois. Dans cette phase, il veille à l'acquisition des équipements de petite irrigation nécessaires à la mise en valeur de ses nouvelles terres et l'utilisation des intrants notamment les engrais et les pesticides. Une fois que cette dynamique de production est rodée, et que le jeune producteur accède au statut de producteur intermédiaire ou de grands producteurs, il peut prendre d'autres épouses ou effectuer d'autres pèlerinages au fur et à mesure qu'augmentent ses revenus. Puis, il se fait construire une maison à la mesure de ses ambitions et éventuellement commence le commerce pour changer de statut.

3- Le nombre d'épouses

Tout comme le nombre de pèlerinages à la Mecque, le nombre d'épouses est un autre indicateur du pouvoir économique et financier des producteurs d'oignon. Dans la zone de production de Konni – Galmi - Madaoua, l'importance de la polygamie semble être en lien avec le pouvoir d'achat des producteurs. La polygamie est un statut que peut s'accorder tout musulman à condition qu'il en soit capable. Avec la conjoncture économique plus difficile qu'avant, sa pratique a tendance à se réduire, bien qu'il n'est pas exclu de rencontrer des polygames dans des familles totalement démunies et vivant dans l'extrême pauvreté. Selon l'Islam, la polygamie est autorisée, mais le nombre d'épouses ne saurait excéder quatre femmes libres. Une cinquième serait forcément une captive. Par le passé, il était assez fréquent de voir des foyers polygames à quatre femmes, mais de nos jours, cela devient de plus en plus rare. Dans le Niger d'aujourd'hui, la taille des foyers polygames excède rarement deux d'épouses. C'est pourquoi, dans les

principaux villages producteurs d'oignon, la multiplication du nombre d'épouses qui est de plus en plus proche de quatre est un phénomène qui ne manque pas d'intérêt. D'après nos enquêtes, 18% des producteurs enquêtés sont monogames, alors que 82% sont polygames. Parmi ceux-ci : 43% ont deux épouses, 33% ont 3 épouses et 6% en ont quatre. Ce phénomène est perçu par les populations locales comme un trait de différenciation sociale, ayant pour cause l'augmentation de leur pouvoir d'achat. D'après ces résultats, la tendance à la polygamie des producteurs d'oignon semble être indépendante de leur pratique de production (nombre de campagnes par an) mais fortement dépendante de leur revenu. Il ressort que, les 18% de monogames appartiennent soit à la classe des jeunes qui sont à leur premier mariage, ou à celle des plus âgés, proches de la retraite. Ils pratiquent majoritairement la culture d'oignon en une campagne, et leurs revenus sont en général faibles. Cependant, les 82% de polygames ont un âge compris entre 25 et 60 ans, sans discrimination de pratique de culture d'oignon (une, deux, ou trois campagnes d'oignon par an). On note par ailleurs que les polygames à trois épouses sont en majorité des jeunes de moins de 40 ans qui ont des niveaux de revenus assez élevé et sont majoritairement des producteurs de la basse vallée de la Tarka. Ceux qui ont deux épouses appartiennent majoritairement à des villages de la Maggia. Si la pratique de la polygamie est un phénomène fortement répandu dans le pôle de production de Konni Galmi Madaoua, son ampleur est géographiquement plus importante dans la basse vallée de la Tarka que dans la Maggia. Les jeunes de moins de 40 ans qui ont trois épouses constituent la classe des producteurs les plus riches. Ceux qui ont quatre épouses n'appartiennent pas à une classe d'âge homogène, mais se révèlent être des grands producteurs à revenu élevé. Bien que les producteurs d'oignon soient en majorité polygames, l'intervention de leurs épouses dans la production d'oignon est limitée à quelques tâches, dont, entre autres la préparation et le transport des repas des ouvriers à l'exploitation. Certaines femmes généralement âgées ont été autorisées par leurs maris à faire le petit commerce d'oignon, notamment l'achat et la revente de petites quantités de bulbes ou de semences d'oignon. Les femmes productrices d'oignon sont rares, hormis quelques cas de veuves qui exploitent les terres de leurs maris en attendant que leurs enfants soient majeurs.

Les femmes reconnaissent que les revenus tirés de la culture d'oignon, permettent à leurs maris de bien s'occuper d'elles. Concernant la satisfaction des besoins fondamentaux, et plus particulièrement de leur habillement, les femmes des producteurs d'oignon affirment être mieux entretenues que celles dont les époux ne le sont pas. Cependant, au sein des foyers polygames les épouses d'un certain

âge (première épouse) fustigent certains comportements de leurs maris vis-à-vis des épouses les plus jeunes. En effet, elles disent que les jeunes épouses bénéficient de plus d'attention et de soins de la part de leurs maris que les plus âgées. C'est pourquoi dans bien de cas, les épouses d'un certain âge dépendent des attentions et soins que leur prodigent leurs enfants producteurs d'oignon.

E- Des producteurs de plus en plus présents dans les organisations villageoises et la gouvernance locale

Au Niger, comme partout ailleurs, les organisations villageoises puisent leurs dirigeants parmi l'élite locale composée de notables, de retraités, d'exodants ou tout autre personne disposant localement d'un pouvoir économique, religieux ou social. Ces notables forment le conseil du village dont le coordonnateur est le chef de village. Dans la plupart des villages, les organisations villageoises sont mises en place par les projets de développement actifs localement. Chaque projet de développement a ses propres structures qu'il met en place à partir de populations cibles, qui sont soit des groupes sociaux comme les femmes, les jeunes ou des groupes socioprofessionnels tels les agriculteurs, les éleveurs etc.

Il arrive aussi que des ressortissants d'un village installés à la capitale ou jouissant d'une certaine position politique fassent office de courtier en développement pour obtenir des projets de développement au bénéfice de leur village (Olivier de Sardan, et al. 2000). En effet, depuis l'avènement de la démocratie au Niger, ce phénomène est en pleine expansion, chacun voulant emmener un projet de développement dans son village ou sa région, afin de s'attirer la sympathie des siens et se constituer par l'occasion un potentiel électoral favorable, susceptible d'être mobilisé au moment des élections.

L'analphabétisme aidant, les populations rurales votent rarement pour les courants idéologiques des politiques. Le plus souvent, elles votent pour leurs ressortissants afin de leur permettre d'accéder aux hautes fonctions de l'Etat. Ainsi, chaque village, chaque canton voire chaque région est d'abord potentiellement un fief de ses ressortissants. C'est seulement en cas de candidature multiples des ressortissants d'un même fief que le candidat le mieux placé sera celui dont le village et ses populations se sentent le plus redevables, parce qu'il est reconnu comme le meilleur courtier en développement de son village, le meilleur mécène du fait de la construction d'une mosquée ou à cause des largesses qu'il prodigue.

Le vote massif des populations en sa faveur est une sorte de reconnaissance, un retour de l'ascenseur.

Depuis la mise en place effective de la décentralisation au Niger avec les premières élections locales en 2004, les populations rurales sont appelées à se prendre en charge, en assurant par elles mêmes leur propre développement. La décentralisation, qui a fait des chefs lieu de région des gouvernorats et transformé des arrondissements en départements et des postes administratifs en arrondissements, a donné lieu à la création de 265 communes au total dont 52 communes urbaines et 213 communes rurales. Ces deux types de communes peuvent être définis de la façon suivante : est appelée commune urbaine, des quartiers, des villages et/ ou des tribus dont l'activité dominante relève du secteur tertiaire et dont la population est d'au moins dix mille (10 000) habitants. La commune rurale quant à elle regroupe des villages, des tribus et/ ou des quartiers appartenant à un même terroir dont l'activité dominante relève du secteur primaire et dont la population est d'au moins cinq mille (5 000) habitants.

Cette communalisation du territoire, qui donne le droit à la libre administration, offre l'occasion aux populations rurales majoritairement analphabètes de s'impliquer pleinement dans la gouvernance locale en briguant à leur tour des mandats électifs longtemps réservés aux seuls instruits. Cette dynamique accroît la compétence territoriale des élus qui passe de la gestion de leur propre village à celle d'un ensemble de villages communalisés. Ceci est perçu comme une ascension sociale sans précédent.

Ainsi, à l'issue des élections municipales de 2004, dans les principales communes rurales de la zone de production de Konni Galmi Madaoua, les producteurs d'oignon ont obtenu la quasi-totalité des postes de conseillers municipaux. Par exemple, dans la commune rurale de Doguéraoua qui inclue, le gros bourg de Galmi, sur les 20 postes de conseillers municipaux, 17 sont pourvus par des opérateurs de la filière oignon (producteurs et commerçants). Les trois postes restant sont occupés par un fonctionnaire devenu par la suite le Maire et deux dames.

Quant à la commune rurale de Sabon Gida, sur les 17 conseillers élus, 14 sont des producteurs d'oignon. Les autres sont des fonctionnaires parmi lesquels a été élu le Maire. Ce large succès des producteurs d'oignon aux élections communales peut être dû en partie à leur pouvoir économique qui leur a permis de se constituer un « arzikin mutané » c'est-à-dire un capital humain, socialement acquis à leur cause par des rapports de dépendance qu'ils entretiennent. Cela leur a permis de

conquérir le pouvoir politique au moyen des élections. A cause de leur pouvoir économique, les producteurs d'oignon sont à même de financer leur campagne. Au Niger, ce pouvoir se manifeste lors des meetings de campagne par des dons aux électeurs soit d'argent en espèce soit en nourriture sous forme de sacs de mil, de sucre ou de thé. C'est pour cela que sur le plan national, il n'y a point de responsable politique qui ne cherche pas l'appui des grands commerçants pour financer leur campagne électorale. En retour selon les pratiques en usage, ces derniers peuvent s'attendre à recevoir des marchés publics de gré à gré ce qui contourne toutes les règles de transparence, de concurrence et donc de bonne gouvernance. Si cette pratique n'est pas encore celle des producteurs d'oignon, elle le sera peut être quand ils seraient devenus grands commerçants, c'est-à-dire quand ils auraient atteint leur but ou finalité.

Conclusion du chapitre

Les sociétés rurales sont souvent considérées comme hostiles aux changements. Cette idée plutôt fautive que les citadins se font des populations rurales est battue en brèche dans le principal pôle de production d'oignon où les producteurs sont en pleine mutation sociale à cause de leur pouvoir économique croissant.

Cependant, ces mutations ou transformations sociales sont de deux ordres : Elles portent sur le passage du comportement d'une classe sociale à celui d'une autre considérée comme plus favorisée, et la construction de nouveaux repères sociaux. En effet, à travers le changement de comportement, les producteurs d'oignon changent à la fois de statut et de classe sociale. Ainsi, les producteurs moyens passent du statut de paysan maraîcher à celui de producteur professionnel, c'est-à-dire de la classe défavorisée à la classe moyenne nigérienne (comparée à celle des fonctionnaires), puis de la classe moyenne à la classe « favorisée » en ce qui concerne les plus grands d'entre eux capables de devenir des grands commerçants.

Dans cette dynamique de changement de classe, se construit parallèlement de nouveaux repères sociaux qui passent pour être les véritables traits de différenciation sociale. Ces nouveaux repères sociaux qui sont les indicateurs d'appartenance à une nouvelle classe économique religieuse sont : le statut de commerçant, le nombre d'épouses et le nombre de pèlerinage à la Mecque.

Ce processus de changement qui intègre les représentations des populations rurales est perçu dans le contexte nigérien comme des situations de bien être et de développement. Ainsi, tandis que le bien être est représenté comme une situation d'autosuffisance, le développement est représenté comme la situation qui permet « d'aider les autres » (ou de faire aux autres), c'est-à-dire le domaine des investissements symboliques. Ce qu'il importe de souligner ici est l'ampleur du processus de changement, sa propension et sa perception par les populations locales.

Comme le dit Jean Pierre Olivier de Sardan, le développement n'est qu'une des formes du changement social. De ce fait, les enseignements que nous pouvons tirer de ces changements sont les suivants :

Premièrement : Pendant que l'augmentation du pouvoir d'achat donne l'occasion aux moyens et grands producteurs d'oignon de changer de position sociale et de construire de nouveaux repères sociaux, elle permet également au petits producteurs de lutter efficacement contre la pauvreté à cause de l'accroissement de leur revenu.

Deuxièmement : L'amélioration des conditions de vie de l'espace étudié montre que le bien être et le développement ne sont pas l'apanage des seuls pays riches, mais qu'ils sont tout aussi souhaités par les populations pauvres et rurales des pays dits en voie de développement et possibles sur la base de critères en conformité avec leurs représentations et leurs valeurs.

Troisièmement : Un changement sur le plan économique peut bien induire des changements sociaux, comme le pense Henri Mendras à travers sa chaîne de causalité et comme le fait remarquer LAHSEN ABDELMAKI lorsqu'il dit : « Là où le revenu est élevé, la santé, l'alimentation ou l'éducation sont indiscutablement accessibles pour la totalité ou presque de la population ».

De ce fait, le lien entre le pouvoir d'achat et les nouveaux comportements de consommation semble établi.

CHAPITRE 8 - Le développement local : la dimension territoriale du développement.

Si les changements dans la société conduisent au changement de la société et par voie de conséquence au développement, la société évolue dans un espace approprié qui est son territoire. Ce dernier est susceptible de transformation induite par le mouvement global du changement de la société. Il constitue la dimension pratique ou opérationnelle du développement, dans la mesure où les actions concrètes s'y déroulent. Quand elles sont à l'échelle d'un pays, on parle de pays développé, ou sous développé ou en voie de développement. Ce faisant, le qualificatif « local » qu'on lui adjoint, exprime le cadre pratique ou opératoire du concept de développement. Ce cadre correspond pour notre étude à la zone de production du deuxième pôle. C'est pourquoi dans ce chapitre, Au-delà des changements dans la société que nous venons d'énumérer dans le chapitre précédent, nous pensons que, la réappropriation du violet de Galmi a pu avoir des effets, entrant dans le processus global de développement du territoire local. Certains d'entre eux s'annoncent comme des débuts de solution à des problèmes d'envergure nationale tel le départ massif des jeunes en exode rural ; d'autres constituent des innovations dans un pays où l'activité agricole est fortement dépendante de la pluviométrie, comme le développement de la petite irrigation. D'autres encore comme l'électrification des villages bousculent les privilèges longtemps réservés aux populations urbaines. Mais avant d'évoquer ces différents changements, revenons sur le concept du développement local afin d'en préciser les principes et les caractéristiques, puisque plus qu'une dimension territoriale du développement, il est devenu une façon de penser, de valoriser les ressources et les spécificités d'un territoire.

A- Le développement local, définition, principes et caractéristiques

le concept du développement local est un des concepts qui tirent leur substance de celui du « développement », mais qui ont le mérite de le préciser, lui donner un sens, et le rendre opératoire au gré des expériences, des réalités de terrain et des contextes changeants.

Le modèle économique dominant impose comme critères de compétence territoriale, la productivité et la rentabilité, d'où une division nette s'est établie

entre régions centrales et régions périphériques, entre quartiers modernes et quartiers obsolètes. Le niveau de développement d'un territoire étant évalué selon son degré d'urbanisation, les zones rurales et les régions périphériques sont alors marginalisées puisque peu considérées à cause de leur situation économique et sociale précaire (Bernard VACHON, 1993).

Dans les pays sous-développés ou en voie de développement, malgré tous les efforts consentis à travers la mise en œuvre de plusieurs modèles de projets de développement, depuis la période des Indépendances, l'effet développement tarde à se faire voir. Et comme il apparaît évident, que pour chaque peuple, sa culture et son échelle de développement, le modèle de développement global à l'image des sociétés occidentales semble utopique. Il y a lieu cependant de préciser les caractéristiques du développement afin de favoriser au moins l'émergence de certains secteurs. C'est ainsi qu'un adjectif est associé au mot développement pour produire dès lors des concepts nouveaux à savoir, développement rural, intégré, social, durable, local, etc.

Le concept du développement a montré ses limites, pour les pays développés pour avoir été essentiellement corrélé à une croissance économique faisant de plus en plus d'exclus, sans que les pays en voie de développement puissent réellement trouver la voie du développement.

Face à cette carence de nouvelles logiques de développement ont été proposées, comme nous le dit THIERRY GAUDIN cité par B. VACHON: « Quand il est évident qu'une logique est absurde, que le mouvement qu'elle induit conduit à la faillite, alors seulement une autre logique peut émerger ». La nouvelle logique dont parle T Gaudin semble naître à travers le concept du développement local, nouvelle philosophie née des décombres du développement croissance économique.

Définitions proposées

Le développement local est défini par X. GREFFE, comme « un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies » (X. GREFFE, 1984).

Une autre définition proche de la précédente, mais qui intègre la dimension culturelle est donnée par J. FAUCONNIER qui dit « le développement local est un processus qui sert à valoriser les ressources et les spécificités d'un territoire en

optimisant les conditions économiques, sociales et culturelles » (J. FAUCONNIER, 1998).

Pour la commission Européenne, le développement local est « une politique de développement économique appliquée à un territoire cohérent et menée par des acteurs locaux » quant à Bernard PECQUEUR, le développement local est « une dynamique qui met en évidence les relations non exclusivement marchandes entre les hommes pour valoriser les richesses dont ils disposent » (Bernard PECQUEUR, cité par B. Vachon, 1993).

Pour Bernard VACHON, le développement local est un projet qui vise à dépasser les impératifs de la croissance économique et à corriger les effets non souhaitables. Autrement dit, le développement local serait une façon de penser, une manière d'aborder la question du développement social, humain, économique et technique en renonçant aux préjugés ou à un parti pris. C'est en un mot, ouvrir l'éventail du possible.

Parmi ces multiples définitions, trois mots attirent notre attention et méritent d'être soulignés, il s'agit des mots : ressources, territoire, et humain.

En effet, le développement local est une démarche qui est centrée sur l'humain (la collectivité), dans un espace approprié (le territoire), et un environnement (naturel, social, culturel, économique etc. ...). De cette trilogie, il est évident que la question centrale est celle des ressources propres à un territoire. Car le développement local vise avant tout à valoriser les ressources locales au moyen, des énergies de la collectivité tout entière, et de la synergie du milieu. C'est la combinaison de ces facteurs que B. VACHON appelle la force endogène.

En effet cette force endogène détermine la capacité d'une collectivité à relever le défi du développement qui doit se faire par la mobilisation des énergies pour enclencher les mécanismes d'action contenus dans un projet.

C'est sur ce point que nous rejoignons VACHON, car le violet de Galmi est une ressource locale valorisée au moyen des énergies de la collectivité tout entière de la région de Tahoua, dont la force endogène montre sa capacité à relever le défi du développement. Cependant, comme le précise l'auteur, toute pratique du développement local se fait dans un espace approprié. Elle est donc profondément ancrée dans un territoire, c'est à dire qu'elle est intimement liée à l'environnement dans lequel elle a cours. Ainsi, toute action de développement local doit d'abord

tenir compte des facteurs culturels de la collectivité en cause, puisque la culture est l'ensemble des comportements, des savoirs, des relations, des coutumes qui modèlent une société et sur lesquels est fondé le sentiment d'appartenance.

Cette condition pratique du développement local est celle qui nous intéresse à plus d'un titre. Car la réappropriation du violet de Galmi semble ouvrir les perspectives d'un processus de développement local, au sens où il s'agit de la ressource valorisée de la région de Tahoua (assimilée à un territoire local) où elle est profondément ancrée. Les populations, qui le produisent et le commercialisent, semblent être animées d'un fort sentiment d'appartenance signature d'une expression culturelle forte.

Sur le plan théorique, le développement local repose sur trois principes et cinq caractéristiques qui en constituent le socle et qui permettent de mieux cerner sa quintessence selon B. VACHON.

Les principes

Le développement est un processus global : on ne peut donc limiter une action de développement à sa dimension économique, à un programme de création d'emplois ou à une intervention sectorielle.

Les micro-initiatives participent au développement global : le progrès et le bien-être d'une collectivité ne sont pas uniquement attribuables à la grande entreprise et aux macro projets.

La ressource humaine constitue la force motrice du développement : des personnes motivées sont des facteurs plus déterminants pour le développement que les infrastructures, les techniques, les équipements, etc.

Les caractéristiques

Il n'y a pas de modèle unique de développement ;

Le développement comporte une dimension territoriale ;

Le développement s'appuie sur une force endogène ;

Le développement fait appel à une volonté de concertation et à la mise en place de mécanismes de partenariat et de réseaux ;

L'approche du développement local appelle le redéploiement des valeurs démocratiques par une stratégie participative et une responsabilisation des citoyens envers leur collectivité. Une adaptation de la théorie du développement local à notre objet d'étude nous amène à dire en ce qui concerne les principes que :

La globalité du développement, nous l'avons analysé par la chaîne de causalité de H. Mendras. C'est à dire que les changements induits dans le domaine économique, se répercutent sur le social, l'éducation, la santé, ... voir même sur le politique.

La production et la commercialisation du violet de Galmi relèvent du domaine des micro-initiatives individuelles et/ou collectives. Ainsi, un producteur prend l'initiative de produire du violet de Galmi en fonction de ses objectifs ou orientations, de sa disponibilité en terres de maraîchage, de son niveau d'équipement, etc. Par contre la commercialisation intègre plusieurs acteurs allant des lieux de production aux lieux de consommation.

La région de Tahoua regorge d'hommes motivés comme nous l'a décrit aussi bien chez les ressortissants qui ont constitué les réseaux marchands, que chez les producteurs, si bien que la culture d'oignon se fait presque à tous les points d'eau, qui permettent une irrigation suffisante le long du cycle de l'oignon.

En ce qui concerne les caractéristiques :

La généralisation de la culture du violet de Galmi n'a pas eu lieu à partir d'un modèle de projet de développement savamment conçu pour cela. Elle s'est faite sur la base d'initiatives propres influencées par la demande du produit. Les projets de développement n'ont fait qu'accompagner les producteurs dans leurs actions, en appuyant l'amélioration des conditions de production. En cela, le modèle de développement inspiré par la généralisation du violet de Galmi est différent des modèles connus jusqu'ici au Niger.

La composante territoriale est la dimension la plus caractéristique des zones de production du violet de Galmi.

La force endogène résulte, à la fois du dynamisme des populations sur leur territoire et de leur environnement naturel, social, culturel, économique etc. à partir desquels s'affirme leur fort sentiment d'appartenance.

La production et la commercialisation du violet de Galmi sont le lieu de volonté, de concertation, de partenariats, et de réseaux comme, nous l'avons décrit tout au long de ce document.

Si la démocratisation et la responsabilisation des citoyens envers leur collectivité datent d'un passé récent sur le plan politique et organisationnel, la participation de la collectivité aux activités de production et de commercialisation est l'apanage de tous dans la région de Tahoua.

B- L'événement déclencheur du processus de développement local

Selon B. VACHON, le développement local part toujours d'une phase de prise de conscience suscitée par un événement déclencheur.

Ainsi, l'événement déclencheur est le point de départ d'une véritable prise de conscience du problème qui se pose à une collectivité, qui, jusqu'alors ne suscitait qu'un vague mais réel sentiment d'insatisfaction. Dans le cas de la réappropriation du violet de Galmi, cette prise de conscience peut provenir d'abord des émigrés qui en se rendant dans les pays côtiers se sont rendu compte de l'intérêt que les consommateurs de ces pays ont pour le violet de Galmi. Elle peut aussi provenir de la rentabilité économique de sa production, que les nouveaux débouchés de la côte procurent aux producteurs.

D'une façon générale Bernard Vachon trouve deux origines possibles à cet événement déclencheur : une origine externe à la collectivité qui dans bon nombre de cas est vouée à l'échec puisque imposée ; et une origine interne à la collectivité qui à l'opposé du précédent constitue un réel point de départ du processus de développement local.

Selon ces deux origines, l'auteur propose deux scénarios :

Premier scénario, la collectivité n'est pas initiatrice de l'événement ; dans ce cas, l'événement est subi et les personnes en cause réagissent à l'agression. C'est une réponse à une situation de crise dont la solution relève d'une autorité extérieure au groupe intéressé (gouvernement, multinational etc.). Et lorsqu'elle est en position de réaction, la collectivité adopte un mode d'action passif, puisque la situation lui a été imposée sans qu'elle ait pu participer à la prise de décision. Ce fut ce cas qui a longtemps prévalu en Afrique et dans la plupart des pays en voie de développement jusqu'aux horizons des années 90 et même après, avec l'avènement du concept de la participation des populations cibles.

En effet, au lendemain des indépendances, la plupart des Etats africains ont pensé le développement de leur secteur rural, pour ne parler que de celui-là, par la mise en œuvre de macro projets visant à améliorer les rendements des cultures. Ce fut l'époque des projets dits de productivité, conçus de l'extérieur et véhiculés par certains bailleurs de fonds. Pour le cas du Niger, ces projets de productivité ont été suivis par un autre modèle de macro projets à partir des années 70, appelés projets intégrés, ceci, dans le souci d'intégrer les autres secteurs de la vie rurale.

A leur tour, ces projets intégrés ont été suivis par les projets de gestion des ressources naturelles aux horizons des années 80, qui également sont en passe de

laisser la place aux projets de développement durable et voire de développement local aux horizons des années 90.

Ce que ces différents modèles de macro projets ont en commun, est le fait de venir tous de l'extérieur, et d'avoir tous échoué en partie à cause de l'attitude passive, fruit de la réaction des collectivités concernées, et surtout de leur non-participation à la prise de décision.

Cette approche, communément appelée « top down » où les décisions viennent de l'extérieur et dont les collectivités sont considérées comme de simples bénéficiaires, et non des partenaires, est une approche dans laquelle les projets ont une portée limitée, et le plus souvent sont voués à l'échec. B. VACHON, illustre bien cette situation en relevant le caractère déstabilisant de cette approche pour une collectivité, où les personnes bousculées pour mener une action sont gagnées par un sentiment d'hostilité et de méfiance envers les responsables de l'événement déclencheur et finissent par se confiner dans une attitude de récrimination et de revendication.

Ainsi, l'effet déclencheur ne durera pas et la résignation et l'abdication ne seront jamais loin tant que le sentiment de défaitisme est marqué dans la collectivité.

A l'auteur de poursuivre en disant que, si cette phase de réaction ne débouche pas sur une autre phase où les interventions sont planifiées avec l'assentiment de la collectivité, la cohésion du groupe est sérieusement compromise.

A ce premier scénario, B. VACHON oppose le second, dans lequel l'événement déclencheur émanerait d'un petit groupe d'individus (groupe leader) ou parfois même d'un seul individu (le maire par exemple). Ce petit groupe prend conscience de certains problèmes annonciateurs de crise, comme le manque d'emplois, le départ de jeunes, le décrochage scolaire au sein de la population ou de certains avantages d'une innovation technique visant à valoriser les ressources locales. Alors il amorce une réflexion, et décide d'agir. Dans l'un ou l'autre cas d'après l'auteur, l'innovation est la condition première du développement local, au sens où elle favorise l'émergence des micro-initiatives, à travers lesquelles sont créées, des emplois, des PME, des activités micro-économiques qui sont de véritables facteurs de restructuration de l'économie locale.

L'événement déclencheur selon l'auteur, se déroulera dans ce cas, selon un mode actif, autrement dit, la collectivité pourra être le maître du choix et de la conduite des interventions appropriées à la situation. Ce mode actif traduit un désir délibéré

de la collectivité de s'engager dans un processus de changement. Elle refuse dorénavant de se laisser balloter aveuglement par une série d'événement sur lesquels elle n'a aucune prise.

L'intérêt porté par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua pour la variété violet de Galmi, produit issu d'une innovation technique dont la culture s'est généralisée, s'inscrit dans ce deuxième scénario. Cela peut être de notre point de vue l'événement déclencheur qui a suscité une prise de conscience, empreinte d'un fort sentiment d'appartenance. Cela a conduit, grâce au mode actif de participation, à la naissance de la filière oignon au Niger, détenant la plus grande part de marché des pays côtiers tels que la Côte d'Ivoire, le Togo, le Bénin et le Ghana.

Mais après cette imprégnation théorique, revenons sur la dimension territoriale du développement afin d'en mesurer les autres effets induits, qui contribuent inexorablement à l'amélioration du cadre de vie des populations locales.

C- Le développement de la petite irrigation

Dans un pays où l'agriculture est fortement dépendante de la pluviométrie, et où 80% de la population n'assure son alimentation que si la saison des pluies est jugée satisfaisante, il y a lieu de se demander si la sécurité alimentaire ne rime pas avec le développement de l'irrigation, qu'elle soit grande ou petite.

En effet, le Niger pays sahélien par excellence, reçoit dans sa partie agricole en moyenne 400 mm de pluies en cinq mois soit l'équivalent de la pluviométrie du sud de la France. Mais cette quantité de pluies qui est censée couvrir les besoins hydriques des cultures, connaît le plus souvent une mauvaise répartition aussi bien dans le temps que dans l'espace. Celle-ci constitue le point focal de toute l'incertitude qui plane sur la campagne d'hivernage. Cette incertitude qui devrait être amoindrie par la rétention des eaux de ruissellement en vue de leur réutilisation par le biais de l'irrigation, ne l'est que très faiblement. Ainsi des milliers de m³ d'eau de surface sont annuellement perdus et le maraîchage ne profite que des eaux naturellement retenues dans les mares permanentes ou semi permanentes. La pratique du maraîchage est étroitement subordonnée à leur existence.

L'expérience du Niger en matière d'irrigation a longtemps porté essentiellement sur la mise en valeur des eaux de surface comme celles du fleuve Niger ou des

seuils de rétention d'eau au niveau des AHA. Le système d'irrigation développé a presque toujours été collectif. Ces politiques d'irrigation se sont matérialisées par la création d'aménagements hydro agricoles collectifs de type ONAHA⁵⁷ avec une maîtrise totale de l'eau, au sein des desquelles les superficies attribuées aux exploitants étaient très souvent petites, en général inférieure à ½ ha, la superficie standard étant de 0.25 ha si ce n'est 0.12 ha selon le nombre d'exploitants. Dans ce système d'irrigation collectif qui constitue le modèle dominant des aménagements hydro-agricoles au Niger, l'augmentation de la taille des exploitations n'est jamais indéfinie, elle est toujours limitée, ce qui est perçue, comme une contrainte majeure par les producteurs ambitieux et désireux d'avoir de grandes exploitations modernes. En effet, comment attribuer par exemple, deux à cinq ha de superficie à un seul producteur sur un aménagement collectif alors que les autres ont à peine 0.12 ha ? Cela est difficile, car ni les objectifs, ni les finalités ne sont les mêmes. C'est pourquoi, la recherche d'une alternative s'est imposée.

Au démarrage du projet basse vallée de la Tarka, la philosophie de mise en valeur de départ reposait sur ce concept d'aménagement collectif. Mais suite à la résurgence de problèmes fonciers liés à la collectivisation des terres lors de l'aménagement du premier périmètre, les responsables du projet ont été obligés de changer de stratégie en s'orientant en commun accord avec les populations vers la petite irrigation privée. C'est ainsi que le fameux triptyque : 1 forage, 1 motopompe, pour irriguer ½ ha va servir de slogan pour équiper les producteurs en motopompe et en forage. Mais c'est surtout la technologie du forage et sa vulgarisation qui ont constitué les faits innovants. Cela a permis aux producteurs d'agrandir la taille de leur exploitation et de s'inscrire dans une démarche de professionnalisation. Mais ils ont veillé à ce que l'agrandissement de l'exploitation tienne compte des normes du slogan. Ainsi, chaque fois que l'exploitation doit s'agrandir d'un demi ha, il doit y avoir la construction d'un forage et l'achat d'une motopompe. De cette façon, certaines exploitations ont pu dépasser les 2 ha, ce qui est presque régulièrement impossible sur un périmètre collectif.

Ainsi, pour la première fois au Niger, une irrigation peu coûteuse à partir d'un forage va s'appliquer à grande échelle dans toute une région jusqu'à servir d'école à tous les maraîchers du pays qui viennent en prendre connaissance dans le cadre

⁵⁷ Onaha : Office National des Aménagements Hydro-Agricoles, société para-étatique chargée pendant longtemps de l'encadrement des périmètres irrigués

de voyages d'étude. Au temps du projet basse vallée de la Tarka, le coût du forage est d'environ 70 000 F CFA, aujourd'hui ce coût a baissé de moitié grâce à la politique du projet qui a consisté à former des artisans foreurs dans toute la zone de production. Cette pratique a beaucoup contribué à la vulgarisation du forage puisque sa technologie a été transférée aux populations locales qui se la sont efficacement appropriées au point de l'exporter dans certaines régions du pays présentant des potentialités similaires à cause des nappes phréatiques à faible profondeur.

Au temps du projet, le pack de crédit équipement s'élevait à environ 320 000 F CFA comprenant les 70 000F de forage et 250 000 F CFA pour le coût de la motopompe. En y ajoutant les intrants, ce crédit pouvait atteindre les 500 000 F CFA. Aujourd'hui, les équipements de petite irrigation coûtent à peine 200 000 F CFA, dont 30 à 40 000 F CFA pour la confection du forage et environ 150 000 F CFA pour l'achat de la motopompe à partir du Nigeria. Cette baisse des coûts a fortement favorisée son accessibilité à tous et par voie de conséquence sa vulgarisation. Suite à ce succès de la petite irrigation dans la basse vallée de la Tarka, le gouvernement du Niger a négocié avec la Banque mondiale une extension de cette expérience dans tout le pays à travers un programme conduit par l'Association Nigérienne de Promotion de l'Irrigation Privée (ANPIP). Depuis lors, la petite irrigation privée se développe peu à peu à coté des périmètres collectifs avec un double avantage : celui d'une flexibilité quant à l'augmentation de la taille des exploitations maraîchères, et celui d'éviter les problèmes fonciers lors de leur mise en valeur.

D- La baisse de l'exode rural dans les villages producteurs d'oignon

Le Niger du fait de sa continentalité, de ses conditions climatiques défavorables et de sa population à dominante rurale a toujours été un pays d'émigration. La région de Tahoua est l'une des régions où le phénomène est le plus important. Chaque année, à la fin de la campagne d'hivernage, la population rurale dans sa composante jeune quitte les campagnes pour les villes et les zones urbaines afin de trouver d'abord une occupation, puis des revenus permettant d'améliorer leurs conditions de vie et celle de leur famille restée au village. Ce mouvement des actifs ruraux des campagnes vers les villes débute généralement dès la fin de la saison des pluies au mois d'octobre, et le retour n'intervient qu'à la fin de la longue saison sèche avec le retour des pluies au mois de mai. Ce départ massif des actifs ruraux qui a longtemps constitué une stratégie alternative de survie des populations rurales est aujourd'hui en baisse dans la plupart des villages producteurs d'oignon du pôle de production de Konni Galmi Madaoua. Cette mutation est liée au développement de la filière et à ses conséquences en terme de revenu et d'emploi. En effet, si les motifs de ce mouvement cyclique de migration sont la lutte contre l'inactivité pendant la saison sèche, et la recherche de ressource additionnelle, ces motifs ne sont plus d'actualité dans le pôle de production de Konni Galmi Madaoua. Dans cet espace, la culture d'oignon en deux campagnes au cours de la saison sèche, règle le problème d'inactivité et de sous emploi et les revenus tirés de l'oignon dépassent dans bien de cas ceux que rapportaient les émigrés à leur retour d'exode. De ce fait, beaucoup de jeunes actifs de ce pôle de production ne trouvent pas d'intérêt à aller en exode. Ils préfèrent utiliser leur force de travail localement soit en tant que producteur ou ouvrier agricole ou même chargeur de camion pour ceux d'entre eux qui travaillent dans les circuits de commercialisation.

Cependant, malgré le développement fulgurant de la culture d'oignon et l'accroissement progressive des superficies emblavées, la pénurie de main d'œuvre n'est pas significative, car, ce pôle de production en particulier bénéficie de la main d'œuvre des villages environnants non producteurs et même des régions voisines. Ce pôle de production est ainsi devenu une zone d'attraction intérieure par excellence sur le plan de l'emploi et les migrants ont de moins en moins de distance à parcourir par rapport à leur village d'origine.

D'après nos enquêtes, le développement de la culture d'oignon a eu un impact certain sur la fixation des jeunes actifs dans le pôle de production de Konni Galmi

Madaoua. Le taux de fixation global dans ce pôle est de 89%, cependant il existe des disparités en fonction des milieux. Les villages producteurs de la basse vallée de la Tarka sont ceux dans lesquels le taux de fixation des jeunes est le plus élevé, il avoisine les 98%. Ceux de la Maggia sont moins fixateurs, car le taux est de 80%. Cette variation du taux de fixation des jeunes en fonction du milieu est le reflet du niveau de développement de l'activité de production, car celle-ci est plus importante dans la basse vallée de la Tarka que dans la Maggia. Les potentialités hydriques et la disponibilité des terres de cultures en sont les facteurs discriminants. Ceci est d'autant vrai que dans la zone de production du plateau de l'Ader notamment à Badaguichiri, le taux de fixation des jeunes est inférieur à 50%. Il est pratiquement nul dans certains villages non producteurs d'oignon de ce plateau du fait de l'insuffisance des potentialités hydriques. Dans ces villages défavorisés, l'exode rural continue d'être le principal moyen d'acquisition de ressources additionnelles pour les jeunes actifs, à cause du peu de stratégies alternatives sur place. Mais beaucoup d'entre eux viennent travailler dans le pôle de production de Konni Galmi Madaoua. Ils arrivent à trouver près de chez eux ce qu'ils avaient l'habitude d'aller chercher loin de chez eux.

La capacité de fixation des jeunes actifs au niveau de leur village liée à l'existence d'activités génératrices de revenu dépend aussi de l'autonomie financière qu'ils peuvent avoir vis-à-vis de leurs parents. En effet, dans les villages producteurs des vallées de la Maggia et de la Tarka, l'autonomie financière des jeunes intervient après leur mariage dès qu'ils obtiennent des terres par de leurs parents producteurs. Cela n'est pas le cas des jeunes des villages non producteurs où se sont les parents eux mêmes qui d'une certaine manière dépendent de leurs enfants à travers ce qu'ils rapportent de leur voyage en exode. Ainsi, alors que d'un côté la culture d'oignon affranchit les jeunes actifs de l'exode rural, et de la dépendance de leurs parents, de l'autre côté, l'exode rural est la seule alternative qui permet de trouver des ressources additionnelle permettant d'assurer la survie de toute la famille. Si malheureusement dans le monde rural nigérien dans son ensemble l'exode saisonnier demeure une nécessité, ce n'est plus le cas du pôle de production de Konni Galmi Madaoua.

Dans le pôle de production de Konni Galmi Madaoua, les 11% de jeunes actifs qui continuent à émigrer vont généralement dans le Nord du Nigeria pour des enseignements coraniques ou à la découverte du monde urbain. D'après les enquêtés, l'exode rural pour un motif économique est en voie de disparition dans ce pôle de production grâce aux activités de la filière oignon.

E- L'existence de signes de modernité dans les principaux villages producteurs d'oignon

Au Niger, le village est synonyme de ruralité profonde, de campagne isolée. Il se distingue de la ville par l'absence totale ou partielle de signes de modernité tels : la structure de l'habitat, de routes bitumées, d'électrification, de réseau d'assainissement, de réseau de distribution d'eau potable, de réseau de communication, de formation sanitaire, de formation éducative et récréative, de services etc. Cependant dans le pôle de production de Konni Galmi Madaoua, il y a dans certains villages producteurs d'oignon une exception à la règle.

1- L'électrification des villages un phénomène rarissime au Niger

Au Niger, où l'électricité est aujourd'hui encore considérée comme un luxe réservé aux gros centres urbains tels les chefs lieux de département et quelques chefs lieux d'arrondissement, il est surprenant de constater que de simples villages administratifs comme Tsernaoua, Doguéraoua et Galmi tous producteurs d'oignon soient électrifiés depuis le début des années 1990, c'est-à-dire au moment où le développement de la filière oignon est amorcé.

Coïncidence, hasard ou existence de réel pouvoir économique, ce phénomène est plus que rarissime au Niger, car au même moment plus des trois quarts des chefs lieux d'arrondissement et de la totalité des postes administratifs étaient privés de ce luxe. Il a fallu attendre le début des années 2000 pour qu'un vaste programme d'électrification puisse atteindre l'ensemble des chefs lieu d'arrondissement et de certains postes administratifs. Ces villages producteurs et simples villages administratifs ont une avance d'au moins une décennie sur des chefs lieu d'arrondissement et de postes administratifs.

S'il est vrai que ces villages ont profité de leur position géographique (situés sur la route nationale N°1) pour être raccordé au réseau transportant l'électricité de Malbaza à Konni pour le cas de Tsernaoua et de Malbaza à Madaoua pour les cas de Doguéraoua et Galmi ; il est aussi vrai que ces raccordements ont été rendus possible suite à une étude de rentabilité tenant directement compte du pouvoir économique croissant des populations concernées du fait de la culture d'oignon et de sa commercialisation. Il y a lieu de noter que ces trois villages administratifs constituent les principaux centres de commercialisation d'oignon de la vallée de la Maggia. La production d'électricité à partir de Malbaza est favorisée par la

capacité de sa cimenterie à en fournir. Il est géographiquement situé entre Konni et Madaoua.

2- L'existence du deuxième Hôpital national à Galmi

Créé par des missionnaires d'Amérique du Nord depuis près de 40 ans, l'hôpital de la SIM de Galmi est le premier hôpital de droit privé au Niger. En matière d'équipement, de compétence et d'efficacité, il est couramment classé comme étant le deuxième hôpital après celui de la capitale Niamey. A ce titre il reçoit des malades venant de tout le pays et parfois même des pays voisins comme le Tchad et le Nigeria. Son existence en pleine zone de production d'oignon n'est certes pas liée à cette activité. Mais elle donne l'occasion aux producteurs d'oignon d'avoir une meilleure prise en charge sanitaire, ce qui ne peut qu'améliorer leur état de santé. Ainsi la position centrale de Galmi par rapport au reste des villages du pôle de production offre aux populations le meilleur ratio en terme de proximité géographique, car la plupart des villages producteurs d'oignon sont situés dans un rayon de moins de 70 km. Il y a lieu de noter que l'hôpital de la SIM de Galmi est doté d'un centre spécialisé de prise en charge des cas de malnutrition protéino-énergétique pour les enfants de moins de cinq ans. Il est également doté d'un centre de référence pour le dépistage et le traitement de malades du sida.

3- L'existence des cabines téléphoniques dans les principaux centres de commercialisation

Avant l'avènement du téléphone portable et sa diffusion dans le pays, les cabines téléphoniques étaient des moyens de communication essentiellement réservés aux centres urbains du pays. Mais l'importance de ce service dans la commercialisation de l'oignon a fini par convaincre les autorités de la société nigérienne de télécommunication (Sonitel) d'installer des cabines téléphoniques dans les principaux centres de commercialisation notamment à Galmi et à Tsernaoua. Avant leur installation, le suivi des cours du produit dans les principales capitales des pays importateurs, nécessitait des déplacements à Tahoua, Konni ou Madaoua, ce qui occasionnait des coûts supplémentaires et une perte de temps. Mais l'inefficacité du réseau Sonitel a poussé des opérateurs privés à ouvrir des cabines concurrentes de communication par satellite de type «Turaya » pour permettre aux

opérateurs de la filière d'entrer en communication avec les pays côtiers de l'Afrique de l'ouest pour le suivi des cours du produit. De ce fait, l'existence de ce signe de modernité est en lien direct avec les activités de la filière oignon.

4- L'implantation des systèmes financiers décentralisés dans la zone de production.

Depuis quelques années, les systèmes financiers décentralisés ont trouvé un regain d'intérêt pour la zone de production d'oignon, ceci afin de permettre aux producteurs d'épargner leurs revenus de manière à mieux les sécuriser et de les rentabiliser. De ce fait, deux institutions de micro finance se disputent les parts du marché, il s'agit de « Yarda » et du PMR « Dan Albassa ». Le premier qui provient du volet crédit du projet basse vallée de la Tarka s'est installé du côté de la Maggia notamment à Galmi en 2003. Le second quant à lui, créé pour les producteurs d'oignon de Galmi comme l'indique son nom (Dan Albassa) y était installé depuis plus de 10 ans par le réseau de promotion des mutuelles rurales (PMR). Bien que les principes d'intervention de ses SFD diffèrent, ils se rejoignent sur les modalités d'octroi du crédit. En effet, comme cela est de rigueur en matière de micro crédits, aussi bien au niveau des SFD que des projets de développement intervenant dans la zone tel ASAPI et l'ANPIP, le crédit est octroyé avec une caution solidaire. Autrement dit, le crédit est accordé à un groupe d'individus allant de 3 à 15 personnes pour ce qui est des hommes ou de groupe mixte, et jusqu'à 25 personnes en ce qui concerne les femmes. Cette modalité de prêt empruntée à la Grammen Bank du Docteur Mohamad Yunus du Bangladesh sert de modèle aujourd'hui dans toutes les institutions de micro finance. Ainsi, cette disposition de caution solidaire engageant un minimum de trois personnes est un clapet de sécurité pour éviter des problèmes de remboursement. S'il arrive qu'un seul individu se trouve dans l'incapacité de rembourser son crédit, les autres sont obligés de lui être solidaires. Ces mutuelles d'épargne et de crédit proposent aux adhérents trois types de produits : un crédit de campagne d'un montant de 100 000 à 150 000 F CFA à rembourser en 6 mois ; un crédit petit commerce d'à peu près du même montant ; et un crédit promoteur dont les montants peuvent aller jusqu'à 500 000 F CFA. Des trois produits financiers proposés ci-dessus, les petits producteurs d'oignon sont généralement intéressés par le crédit de campagne et le crédit promoteur. Le premier leur permet d'acquérir les intrants, et le second l'équipement de petite irrigation. Par contre les moyens et grands producteurs ne sont pas des clients de ces mutuelles. Les grands producteurs refusent fréquemment de déposer leur argent dans ces banques

rurales par crainte d' indiscretions sur leur fortune qui pourraient provenir des employés de ces mutuelles, qui sont des gens du village. Deux cas de détournements de fonds enregistrés au niveau de la première mutuelle Dan Albassa ont renforcé leur méfiance. Comme ils le disent eux-mêmes : « Il n y a pas meilleur gardien que soi-même ». Pour cela, ils n'épargnent leur argent ni dans les banques urbaines où le secret bancaire est susceptible d'être gardé, ni dans les banques rurales ou banque de proximité.

L'autre composante importante des adhérents des mutuelles est celle des femmes. Elles sont plus généralement intéressées par le crédit petit commerce qui leur permet de financer des activités génératrices de revenus : commerce de toute sorte, embouche ovine, artisanat, etc. Ces activités génératrices de revenus constituent aujourd'hui le meilleur moyen de lutte contre la pauvreté monétaire des ménages et par voie de conséquence, la malnutrition des enfants. En effet d'après une étude de l'UNICEF reprise par la Banque mondiale, « Lorsque les mères ont des ressources, les enfants sont bien nourris ». Ce qui sous entend que la malnutrition des enfants est liée à l'absence de ressource des mères. Cela étant compris, aujourd'hui dans tous les projets de développement, les femmes sont à l'avant-garde, et c'est en comptant sur elles que l'on pense gagner la bataille contre la pauvreté, la malnutrition et le développement d'une façon générale.

E- La route de l'oignon pour désenclaver les villages producteurs

La situation géographique des gros centres de commercialisation comme Galmi, Aréwa, Tounfafi, Tsernaoua, Guidan Iddar, Badaguichiri et Tabalack, sur les routes bitumées constitue un avantage certain pour l'exportation de l'oignon. Mais une fois arrivée au niveau de ces centres, les camions avaient jusqu'à récemment du mal à rallier les villages producteurs enclavés. A cause de cette difficulté, le transport de l'oignon des villages producteurs de l'intérieur des terres vers les centres de commercialisation était assuré à dos d'âne ou de chameau et les quantités à transporter nécessitaient plusieurs voyages ou plusieurs animaux. Les taxis de brousse ne pouvaient desservir que les villages les plus proches. Ainsi, en période de récolte, se sont les producteurs enclavés qui avaient le plus du mal à mettre leur produit sur le marché. A l'inverse, en période de pénurie c'étaient les acheteurs qui perdaient plus de temps pour aller charger leurs camions. Cela était la situation avant 2003, l'année de la construction de la route de l'oignon. Cette route rurale et latéritique de 63.8 km qui traverse la vallée de la Maggia de Tama (Bouza) à Guidan Albakari (frontière du Nigeria) en passant par Galmi, a été

financée par L'AFD (L'Agence Française pour le Développement) en vue de désenclaver tous les villages producteurs situés sur cet axe. Le tronçon nord de cette route qui dessert les villages producteurs de la basse vallée de la Tarka d'une longueur de 67 km existait déjà, mais a connu des travaux de réhabilitation. Ce tronçon a été financé par le projet basse vallée de la Tarka depuis le milieu des années 1990. Sous l'appellation route de l'oignon, il y a un troisième tronçon qui a été construit par le projet mobilisation des eaux au nord de Galmi. Ces différents tronçons construits à travers la zone ont contribué à désenclaver efficacement la zone, si bien que, aujourd'hui, les camions y pénètrent jusqu'en profondeur des terres pour charger l'oignon. Ce qui favorise la vente au bord de champs où le producteur reçoit l'acheteur sur son exploitation et conclut la vente de sa production sans avoir à dépenser pour le transport de son produit.

Conclusion du Chapitre

Les points traités dans ce chapitre confirment l'hypothèse selon laquelle, la réappropriation de la culture du violet de Galmi par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua a induit un processus de développement local. Ce dernier, qui a été engendré par le développement de la filière (augmentation des revenus), a touché par l'intermédiaire de la chaîne de causalité qu'évoque Henri Mendras plusieurs domaines de la société. Les effets cités dans ces paragraphes ne relèvent que du prolongement de cette chaîne où chaque effet est la cause d'un autre. Il résulte que les différentes transformations induites tout au long du processus ont placé les producteurs d'oignon du pôle de production de Konni Galmi Madaoua dans une position où leur situation se présente comme l'une des meilleures au Niger, car s'ils ne font pas exception, ils ont le mérite d'avoir ouvert la voie de ce qu'on pouvait appeler développement du monde rural. Ils sont en cela pour le secteur agricole des innovateurs d'un ordre nouveau. Toute la question serait de savoir comment l'étendre aux producteurs des autres filières porteuses à savoir : la filière niébé, arachide, sésame etc. ?

Conclusion de la quatrième partie

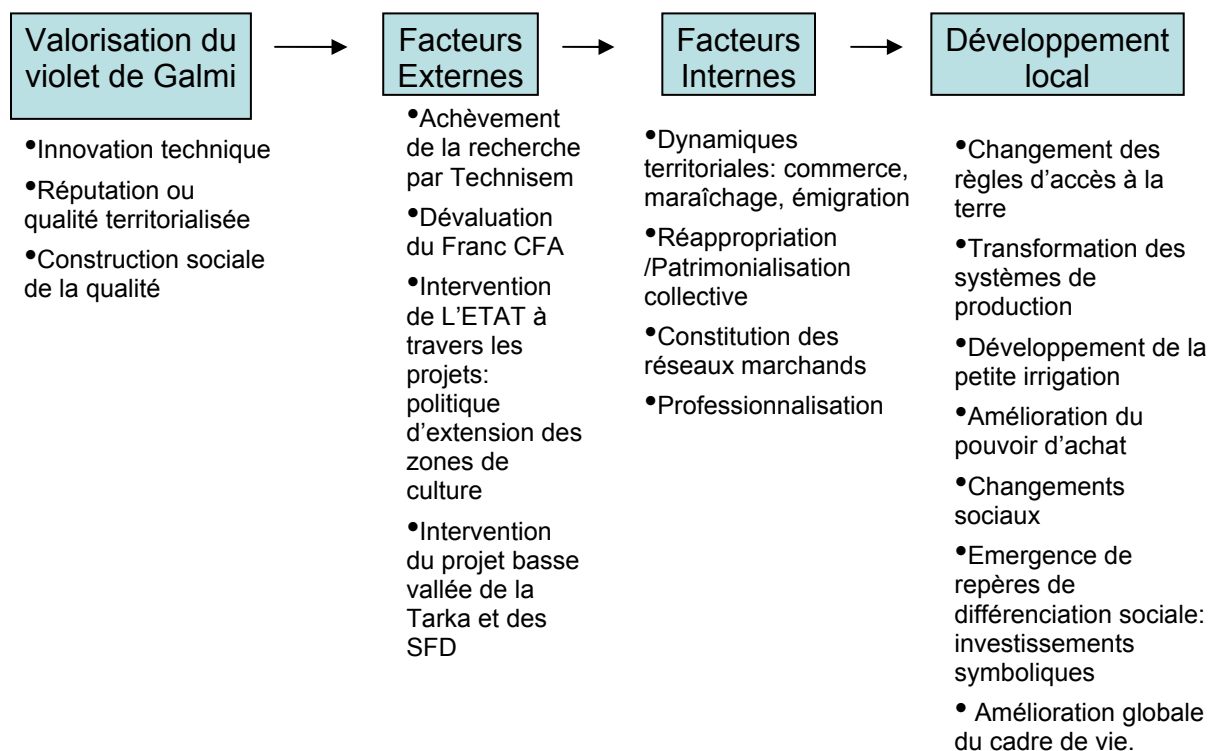
S'il est vrai qu'il n'y a pas de développement sans croissance économique, sa finalité devrait être pour l'Homme et la société. Pour l'Homme, le développement suppose des changements qualitatifs de comportements, et comme, il est un être essentiellement sociable, ces changements qualitatifs se traduiront à l'échelle de la société en changement social. Ce faisant, il faut voir dans le développement un changement social, même si son appréciation se fait dans le temps long, et qu'il procède souvent par palier pour atteindre l'ensemble des domaines de la société. Ce processus que l'on simplifie souvent par la chaîne de causalité d'Henri Mendras décrit une démarche dans laquelle le changement social abouti à la suite d'une chaîne de cause à effet, propulsée par un moteur principal.

Dans le cas qui nous concerne, le moteur principal est l'économie à travers l'augmentation du pouvoir d'achat des producteurs qui a induit des changements dans les habitudes alimentaires, l'éducation des enfants, la santé, etc. - jusqu'à l'intégration de nouveaux repères de différenciation sociale, tels que l'objectif de devenir commerçant, le nombre de pèlerinages à la Mecque, le nombre d'épouses, etc. Il s'avère évident que tous ces changements sont des changements de comportements, mais tout changement de comportement qualitatif quel qu'il soit peut-il représenter une situation de développement ? Autrement dit, si l'amélioration des revenus des producteurs d'oignon a eu des impacts sur l'amélioration de leur conditions de vie, de santé et d'éducation des enfants etc. – qui sont des domaines sociaux entrant dans les critères d'appréciation du développement humain, universellement promu par les Nations Unies ; quel sens donner aux nouveaux repères de différenciation sociale qui relèvent purement du domaine des investissements symboliques à forte connotation religieuse ? Ces derniers représentent en moyenne 30% des revenus des producteurs contre 15% seulement pour les investissements productifs.

Si la croissance économique est censée être le moteur du développement, cette dernière ne peut être soutenue que par des investissements productifs et innovants. C'est pourquoi, même si la culture d'oignon bénéficie aux zones de production les plus favorables à travers les équipements de petite irrigation (motopompe et forage), il demeure que les investissements symboliques sont un manque à gagner au domaine productif en général, plus précisément ceux relatifs aux nouveaux critères de différenciation sociale (nombre de pèlerinage à la Mecque et nombre

d'épouses). De ce fait, la croissance ne peut qu'être faible, et par conséquent, le développement insuffisamment perceptible. Puisque ces transformations se passent dans un cadre local, notamment dans les zones de production d'oignon, leurs effets au niveau macroéconomique ne peuvent être que faiblement ressentis. Cependant, l'enseignement majeur que nous pouvons tirer de cet exemple pratique est que le développement local découle de la valorisation des ressources locales, soutenue à la fois par des facteurs externes et des facteurs internes, comme résumé dans le schéma suivant :

Figure 14 Schéma récapitulatif du processus de développement local dans le principal pôle de production d'oignon de la région de Tahoua.



Conclusion Générale

Introduit dans l'espace nigérien par le biais du commerce depuis son centre d'origine, les oignons violets de la région de Tahoua ont toujours fait l'objet d'échanges transnationaux, notamment avec les commerçants dioula, lorsque ces derniers en amenant de la cola et des objets manufacturés dans l'espace nigérien, remplissaient au retour leur camions d'oignons en direction des pays voisins particulièrement la Haute Volta, le Mali et la Côte d'Ivoire. A l'époque, la production nationale était faible, les exportations aussi, car le négoce des commerçants dioula était d'abord la vente en gros de la cola et des objets manufacturés, alors que l'exportation de l'oignon occupait une place secondaire, mais qui leur permettait de rentabiliser leur commerce en évitant aux camions de repartir vides. Cette période correspond à la période de l'appropriation ou la culture du violet de Galmi n'était perpétuée que par la tradition maraîchère et les quantités produites étaient faibles.

La période de la réappropriation de la culture du violet de Galmi n'est devenue réalité qu'à partir de 1985 soit dix ans après la création théorique des nouvelles variétés bien que l'augmentation de la production ait commencé dès 1976. Les facteurs intégrateurs tels que la diffusion des premières semences sélectionnées au lendemain de la sécheresse de 1984, et le début de la constitution des réseaux marchands nigériens pour l'approvisionnement d'Abidjan ont été les signes avant coureurs de la réappropriation avant la généralisation de la culture intervenue après la dévaluation du franc CFA en 1994. Le développement de la filière, qui a suivi, a comme nous venons de le voir tout au long de ce document, permis d'innombrables changements que nous pouvons classer en deux groupes : un groupe de changements normatifs conformes aux idéaux-types du développement à savoir l'amélioration des conditions de vie des populations locales (habitudes alimentaires, éducation, santé, politique etc.) et un groupe de changements économique religieux à travers lesquels les producteurs au pouvoir économique important excellent dans la répétition des pèlerinages à la Mecque et leur propension à avoir plusieurs épouses. Ces deux critères ajoutés au statut de commerçant sont devenus les critères de différenciation sociale les plus déterminants chez les producteurs d'oignons. Ils font partie de ce qu'on appelle les investissements symboliques.

Les investissements symboliques étudiés, par AGIER (1981) sont inhérents à l'exercice du commerce dans les sociétés Haoussa. En effet dans les sociétés

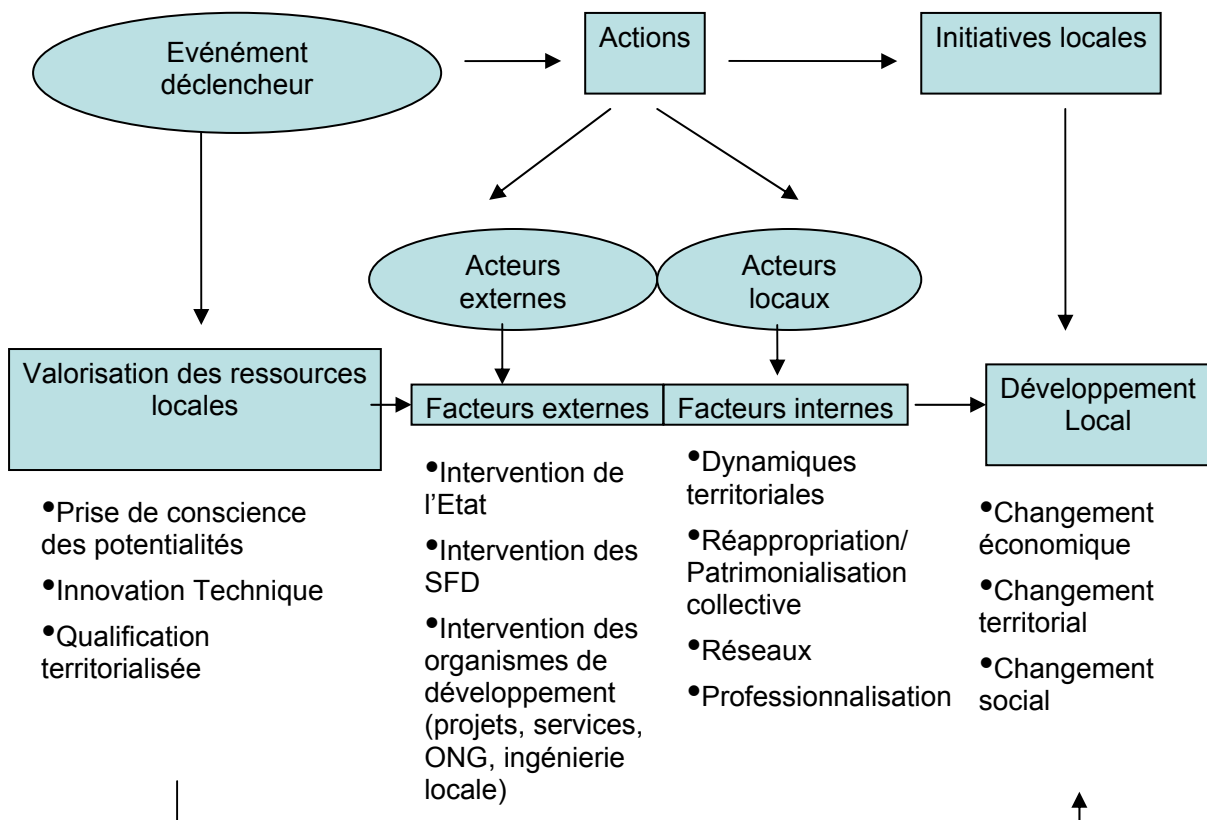
Haoussa, les investissements symboliques sont à l'origine de la constitution à la fois des réseaux marchands que des réseaux sociaux que les Maï Gida entretiennent à travers la culture du don de l'aumône et de la zakat. Ainsi, les nombreux dépendants appartiennent à la fois aux réseaux professionnels et sociaux puisqu'ils sont soit des parents, soit des ressortissants ou des partenaires commerciaux inféodés au système. Ceci aide à comprendre le sens de l'expression « aider les autres en répondant à leur sollicitation » de la définition du développement donnée par Mallam Saïdou lorsqu'il dit : « Le bien-être, c'est lorsqu'on assure pour soi et sa famille la satisfaction des besoins vitaux à savoir : manger à satiété, se loger décentement, s'habiller, se soigner. Le développement, c'est tout ce qu'on peut faire après la satisfaction de ses propres besoins vitaux : aider les autres en répondant à leur sollicitation, s'acheter tous les plaisirs de la vie, élever son rang social » (Mallam Saïdou, Tounfafi, 21/03/2005). Par ailleurs, l'expression « élever son rang social », fait référence aux critères de différenciation sociale représentant l'autre aspect des investissements symboliques. Aujourd'hui, l'aspiration des producteurs d'oignon à devenir des commerçants, qui accèdent à un rang social défini par la répétition du pèlerinage à la Mecque et le nombre élevé d'épouses pose question quant à l'avènement d'un réel développement économique, fait d'investissements productifs à effets multiplicateurs, créateurs de richesse et d'emploi à l'échelle du pays. La question est pertinente lorsqu'on sait que les investissements symboliques caractérisent l'Afrique et qu'ils sont surtout perçus comme des aspects négatifs du processus global de développement du continent.

Les changements normatifs qui résultent de la réappropriation de la culture du violet de Galmi par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua permettent de mettre en exergue une connexion de plusieurs domaines de la société à savoir l'économie, la santé, l'éducation, la politique et l'amélioration du cadre de vie, de ce fait, ils définissent les conditions théoriques d'un changement social que nous avons appelé développement à partir de la formule de J-P Olivier de Sardan (1995), qui observe que le « développement n'est qu'une des formes du changement social et ne peut être appréhendé isolément ». Ceci nous permet de confirmer que la réappropriation de la culture du violet de Galmi par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua a engendré du développement local dans les zones de production et que cette expérience pratique peut contribuer à enrichir la théorie du développement local, notamment dans l'étude du lien entre valorisation des ressources locales et développement local.

A travers l'étude du lien de cause à effet entre valorisation d'une ressource locale et le développement local, nous identifions l'innovation technique comme étant le point de départ du processus de valorisation, après la prise de conscience des populations locales des potentialités de leur milieu. Son but est avant tout d'améliorer la qualité de la ressource locale afin de lui permettre la conquête des parts de marché, susceptibles de développer l'activité dans son ensemble. Cette valorisation doit aboutir sur une qualification territorialisée afin d'imprimer à la ressource locale l'empreinte de son terroir. Puis une deuxième phase dans laquelle intervient des facteurs dont le but est de faciliter et de soutenir à la fois les conditions de l'augmentation de l'offre et de la demande du produit.

Selon leur origine, on distingue deux types de facteurs : les facteurs externes à la société en développement et ceux qui lui sont intimement liés (internes). Les facteurs externes relèvent du domaine d'intervention de l'Etat, des systèmes financiers décentralisés ou des organismes de développement comme les projets, les ONG d'ingénierie locale etc. Les facteurs internes représentent la part des populations locales à prendre en charge leur propre développement et déterminent en cela leur niveau d'engagement dans le processus. Ils se résument comme suit : dynamiques territoriales, réappropriation/patrimonialisation collective, réseaux et professionnalisation. En effet chaque territoire à ses dynamiques propres qui doivent être valorisées afin de constituer la part active des populations locales qui les poussent à la réappropriation. Celle-ci doit prendre la forme d'une patrimonialisation collective afin de dépasser le cadre conceptuel de la participation des populations locales longtemps recherchée dans la conception des projets de développement jusque là et qui a montré ses limites puisque dans beaucoup de cas les bénéficiaires restent à l'écart du processus. Ainsi la réappropriation de la ressource locale va au delà de la participation en ce sens qu'elle exprime un niveau d'implication plus profond des populations locales dans les actions de développement engagées. Enfin, le développement des réseaux et la professionnalisation se présentent comme des moyens de développement de l'activité et de sa pérennisation. Dans ces conditions, les transformations qui seront engendrées prendront certainement la forme d'un développement local. Le cadre d'analyse ou mode opératoire du développement local que nous proposons est mis en relation avec la théorie du développement local élaborée par Bernard VACHON comme suit:

Figure 15 Schéma théorique global



En dehors du cadre strict de développement local, les enseignements que nous pouvons tirer de l'étude des effets de la réappropriation de la culture du Violet de Galmi par les producteurs d'oignon de la région de Tahoua sont les suivants :

- Les innovations sont à l'origine de tout processus de transformation économique, avec pour but et résultats d'améliorer la qualité des produits. Cependant, la qualité d'un produit peut provenir de l'innovation technique, des aménités du terroir, et des représentations sociales (réputation). Lorsque celle-ci est territorialisée (Indication de la Provenance Géographique), elle a valeur d'un signe distinctif inaliénable.
- Dans la région de Tahoua, la culture de l'oignon rapporte plus de revenus que celle du coton, ce qui fait que, les producteurs préfèrent cultiver l'oignon plutôt que le coton. Cet exemple permet de dire qu'au vu du contexte des prix mondiaux et des effets de la mondialisation, le vivier marchand est en train de prendre plus d'importance que certaine culture de rente.

- La professionnalisation des producteurs d'oignon qui est en cours dans les zones de production est un gage de pérennité de leur activité. Elle leur permet, à travers leur nouvelle organisation, la possession d'un système d'information sur les marchés qui les transforme en partenaires crédibles pour négocier avec les acheteurs. Cependant la pérennité de leur activité doit aussi passer par l'utilisation de semences améliorées en vue de garantir les critères de référence commerciale qui font naturellement défaut au violet de Galmi suite à sa dégénérescence et face à ses nouveaux concurrents.

A l'instar de la filière oignon du Niger et ses retombées économiques sur le pouvoir d'achat des producteurs, le développement du monde rural nigérien repose sur l'agriculture et notamment sur l'agriculture irriguée en vue d'une maîtrise totale des conditions de production, et ce à travers les filières porteuses telles que le poivron, le sésame, le souchet, l'arachide, le niébé, les filières bovines etc.

BIBLIOGRAPHIE

AGIER, Michel. 81-83 - « Etrangers, logeurs et patrons » l'improvisation sociale chez les commerçants soudanais de Iomé. Cahiers d'Etudes africaines, XXI, pp. 251-265.

ALLAIRE, Gilles et BOYER, Robert. 1995 - « La grande transformation de l'Agriculture », Paris, Economica, 444p.

ALBARELLO, L. 2003 - « Apprendre à chercher ». L'acteur social et la recherche scientifique. 2^{ème} édition De Boeck.

ARRONDEL DE HAYES J. 1974 - “ les principaux résultats obtenus par l'IRAT Haute Volta sur l'amélioration de la culture de l'oignon en zone soudanienne, 15 p.

ARRONDEL DE HAYES, J. 1985 - “Les travaux sur l'oignon en zone tropicale sèche” études au Burkina Faso en zone Soudano - sahélienne, 32 p

ARRONDEL DE HAYES, J et TRAORE, G. 1986 - « Recueil des fiches techniques des cultures maraichères en zone Soudano - sahélienne – Fiche technique oignon, 3 p

ASSANE DAGNA, M. 2000 - « Financement des filières arachide et niébé dans la zone d'intervention de L'ADRK au Burkina Faso » Mémoire, 78p

ASSANE DAGNA, M et al. 2001 - « Filière fruits à Moissac : entre Mondialisation et terroir » Mémoire de simulation de recherche DEA ESSOR, 120 p

ASSANE DAGNA, M. 2001- « Produit de qualité et développement local » Mémoire de DEA ESSOR, 80 p.

ASSANE DAGNA, M. 2003 – « Les changements induits par la culture du violet de Galmi dans les zone de production de la région de Tahoua », rapport de recherche, 8 p.

ATLAS pour la planification, 1994 - Arrondissement de Birni Konni, 50 p

ATLAS pour la planification, 1997 – Arrondissement de Madaoua, pp 1- 17

- BACHELARD, P. 1993 - « Les acteurs du développement local 190 p
- BAILLY, Antoine et BEGUIN, Hubert. 1998 - « Introduction à la géographie humaine ». Paris, Armand Colin, 192 p.
- BARRERE, A. 1990 - « Macroéconomie Keynésienne, le projet économique de John Maynard Keynes, 349 p.
- BART, F. 2003 - « L’Afrique continent pluriel » CNED- SEDES 255p.
- BASLE, M. et al. 1988 - « Histoire des pensées économiques » 556 p.
- BASSETT, Thomas J. 2002 - “ Le coton des paysans” Une révolution agricole (Côte d’Ivoire 1880-1999), IRD Editions, 291 p.
- BELIERES, Jean-François et al. 2002 - « Quel avenir pour les agricultures d’Afrique de l’Ouest dans un contexte libéralisé ? » IIED Dossier N° 113, 24 p.
- BLOCH, M. 1948 - « Les transformations des techniques comme problème de psychologie collective », journal de Psychologie normale et pathologique, 12: 104-120.
- BON (DE), H. 1985 - « Travaux sur l’oignon en zone soudano-sahélienne », IRAT p 92-110.
- BON (DE), H. 1987 - « Développement de l’oignon en zone tropicale, étude particulière de la variété Violet de Galmi » Thèse INAPG, 148 p.
- BONNASSIEUX, Alain. 1990 - « Exode et mouvement de population au Niger » Cours de sociologie, FLSH Niamey, 37 p
- BONNASSIEUX, Alain. 2004 - « Les territoires singuliers des migrants nigériens ». Communication au colloque « Frontières.....frontières », Université Bordeaux 3, 12p.
- BOUDON, Raymond. 1983 - « La logique du social », édition hachette/ Pluriel, 333 p.
- BOURDIEU, Pierre ; CHAMBOREDON, J-C ; PASSERON, J-C, 1983 - « Le métier de sociologue » quatrième édition, 357 p
- BOURRICAUD, François - « Changement social », in Dictionnaire de la sociologie, Encyclopédie Universalis, Albin Michel, pp 96-105.

- BOYER, R et SAILLARD, Y. 1995 - « Théorie de la régulation : L'état des savoirs » édition La découverte.
- BROSSIER, Jacques. 1989 - « Risque et incertitude dans la gestion de l'exploitation agricole » in ELDIN, Michel et MILLVILLE, Pierre - Le risque en agriculture. Paris, Editions, Orstom, 619 p
- BRUNETEAU, A. 1998 - « Rapport de fin de mission au Projet basse vallée de la Tarka » SOFRECO, pp 21-62.
- CHALEARD, J-L. 1996 - "Temps des villes temps des vivres" l'essor du vivrier marchand en Côte d'Ivoire, éd Karthala, 278 p
- CHAPELLIERE, Isabelle et ORDIONI, Natacha. 1996 - « Le changement social contemporain ». Paris, Ellipses.
- CHARLERY DE LA MASSELIERE, Bernard. 1997 - « Le développement rural en Afrique » in Olivier de SOLAGE (dir) Croissance et développement des tiers Mondes Paris L'HARMATTAN p 305- 338.
- CHARLERY DE LA MASSELIERE, Bernard. 2003 - « Agriculture et sociétés rurales, permanences et rupture » in BART, F. « L'Afrique continent pluriel » pp, 131-146.
- CHARLERY DE LA MASSELIERE, Bernard. 2003 – « Le café en Afrique orientale » in LESOURD Michel (cord). Questions de Géographie – L'Afrique vulnérabilité et défis, pp 293 - 313
- CHARLERY DE LA MASSELIERE, Bernard. 2004 - « Fruits des terroirs fruits défendus » Identités, Mémoires et Territoires, Presses universitaires du Mirail, 280p.
- CHOSSON, J F. 1990 - « Les générations du développement rural » Collection décentralisation et développement local, 291 p.
- COMMISSION DES COMMUNAUTES EUROPEENNES. 1993 – « Manuel de Gestion du cycle de projet », Série méthodes et Instruments, 65 p.

- COUZINET, Laetitia. 1994 - « Les rapports entre les acteurs des filières de production alimentaire de qualité spécifique et leurs territoires », Mémoire de DEA.
- CURRAH, L et PROCTOR, F J. 1993 - « La culture et la conservation des oignon sous les tropiques » CTA/NRI. Londres, 161p.
- CROZIER, Michel. 1994 - « La société bloquée ». Paris, Seuil.
- CTIFL. 1996 - « L'oignon de garde » 320 p.
- DAVID C, H. 1998 - “ Méthodes statistiques en sciences humaines” édition De Boeck.
- DAVID, Olivier. 1993 - « Les circuits de l'oignon en Afrique de l'ouest ». Mémoire de DEA, 69p.
- DAVID, Olivier. 1995 - « La formation de la qualité dans la filière oignon en Afrique de l'Ouest ». 12p.
- DAVID, Oliver et MOUSTIER Paule. 1995 - « La filière haussa approvisionnant Abidjan en oignon, diagnostic d'une offre importée ». 16p
- DAVID, Olivier. 1996 - « Les effets de la dévaluation du F CFA sur les systèmes de production de l'oignon au Niger », 76p.
- DAVID, Olivier. 1999 - « Les réseaux marchands africains face à l'approvisionnement d'Abidjan ». Thèse université Paris X- Nanterre, Tome 1, 525 p.
- DELAS, J-P. MILLY, B. 2005 - “Histoire des pensées sociologiques” 2ème édition, ARMAND COLIN, 437 p.
- DEVEZE, Jean-claude. 1996 - « Le réveil des campagnes africaines ». Paris, Karthala.
- DI MEO Guy. 1988 - « De l'espace aux territoires, Éléments pour une archéologie des concepts fondamentaux de la Géographie », pp 99-110.
- Direction régionale du développement rural de Tahoua, 2001 - Rapport d'évaluation des cultures irriguées 2000/2001, pp 1- 7.

- DUFUMIER, Marc. 1996 - « Les projets de développement agricole ». Manuel d'expertise, CTA-KARTHALA, 354 p.
- FLICHY, Patrice. 1995 - « L'innovation technique ». Paris, éd. La Découverte, 251 p
- FORSE, Michel. 1998 - « analyses du changement social », éd. Seuil.
- FRANCOIS, A. 1971 - « Réflexion et propositions en vue de renforcer la politique de qualité en matière de produits alimentaires » Paris, Ministère de l'agriculture.
- FRIEDBERG, E. 1993 - « Le Pouvoir et la Règle », Paris, Editions du Seuil, 327 p.
- Futurs africains, Afrique 2025. 2003 - « Quels futurs possibles pour l'Afrique au sud du Sahara ? » éd. KHARTALA.
- GALLO, B. 1984 - « Production et conservation de l'oignon dans la zone de Galmi, Mémoire IPDR Kollo 61 p.
- GASTELLU, Jean-Marc. 1989 - « Riches paysans de la Côte d'Ivoire » édition L'HARMATTAN, 178 p.
- GAUDIN, Thierry. 1998 - « De l'innovation ». Paris, éd. de l'aube.
- GILLIS, M et al. 1998, - Economie de développement, 4^{ème} Traduction américaine édition De Boeck.
- GIRI, Jacques. 1994 - « Histoire économique du Sahel » éd. KHARTHALA, 249 p.
- GIRI, Jacques. 2003 - « Qu'est-ce que le développement » in Revue Paysan N° 281.
- GREGOIRE, E. 1986 - « Les Alhazaï de Maradi (Niger) : histoire d'un groupe de riches marchands sahéliens ». ORSTOM. 228p.
- GREGOIRE, E. 2003 – « Réseaux et espaces économiques transétatiques » in DAMON, J et al – L'Afrique de l'Ouest dans la compétition mondiale quels atouts possible ? Éditions Karthala, club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest – OCDE, pp 345 – 366.
- GREGOIRE, E et LABAZEE, P. 1993 Les grands commerçants d'Afrique de l'Ouest. Edition KHARTHALA.

- GUERBER-CAHUZAC, B. 1996 - « La qualité de l'oignon », Elsevier, Paris, Fruits, Vol 51, p 341-346.
- HAUBERT, Maxime. 1997 - « Sociétés paysannes et développement », in Maxime HAUBERT édition, « les paysages, l'État et le marché, sociétés paysannes et développement ». Paris, Publications de la Sorbonne, pp 9 – 16.
- INRAN. 2002 - Techniques culturales et variétés d'oignon recommandées au Niger, pp 2-10.
- INRAN. 2004 – « Collecte et épuration des cultivars locaux d'oignon », Rapport d'activité de la campagne 2002 -2003 - Convention de collaboration PPEAP/ INRAN, 12 p.
- INRAN. 2005 – « Caractérisation d'écotypes locaux d'oignon », rapport d'activité 2003-2004 - Convention de collaboration PPEAP/ INRAN, 6 p.
- IRAT. 1980 - « Rapport de synthèse » 41 p.
- IRAT. 1988 - Fiche NC N° 6 Amélioration variétale « Technique de culture de l'oignon 6 p.
- IRAT-CIRAD. 1984 - « Fiches descriptives des variétés d'aubergine, d'oignon, de patate douce, de soja et de tomate » créées par l'IRAT, 10 p
- ISANGU Mwana-Mfumum, 2000 - « Innovations et changement social, cas de l'introduction du niébé au Kwango (Rép. dém. Congo) » Mémoire de DEA, 123 p
- ISANGU Mwana-Mfumum, 2003 - « Innovation et changement social en République démocratique du Congo – L'introduction du Niébé au Kwango ». Thèse de Doctorat, « Etudes rurales » Mention développement rural, UTM 262 p.
- JOUBE, P. 1987 Typologie des agrosystèmes villageois du département de Maradi (Niger) DSA/ CIRAD Montpellier 80 p et annexes.
- JOUBE, P et MEAUX, S. 2002 - Etude des jardins de Tabelot et des Bagzam dans le massif de l'aïr, 89 p.
- KAYSER, Bernard. 1990 - « La renaissance rurale » Sociologie des campagnes du monde occidental. Ed ARMAND COLIN, 316 p.

- LAMBERT, A. 1999 - « Analyse du fonctionnement des marchés de produit alimentaire et proposition d'actions à mener ».
- ABDELMAKI, L et MUNDLER, P. 1995 - « Les théories, les expériences, les perspectives » in Economie du développement, édition Hachette, 311 p.
- LATOUCHE, Serge, 1990 - « Contribution à l'histoire du concept de développement » Université de Lille et IEDES- Paris I.
- LAVIGNE DELVILLE, PH. 1998 – « Quelles politiques foncières pour l'Afrique rurale ? Réconcilier pratiques, légitimité et légalité. Paris, Karthala, 744 p.
- LE BAIL, Marianne. 2001 – « Spécificité locale pour un produit banal. Le blé dur destiné à la fabrication de pâtes alimentaires ». INRA – INA-PG – UMR SDAPT, pp 37 – 50.
- LE BERRE, M. 1992. - « Territoires », Encyclopédie de géographie.
- Le ROY, E. ; Le BRIS, E. ; BERTRAND, A. 1996 – « La sécurisation foncière en Afrique- Pour une gestion viable des ressources renouvelables ». Paris, Karthala, 388 p.
- LUXEREAU, A. 2002 - « Les produits de terroir au Niger : Identité et changement social » CNRS-IRD.
- MAINGUY, P 1989 - « La qualité alimentaire: perspectives pour l'agriculture » Secrétariat d'Etat à la consommation.
- MEILLER, D et VANNER P. 1991- « Le grand livre des fruits et légumes » histoire, culture et usage. Edition la Manufacture, 114 p.
- MENARD, Claude. 1995 - « L'économie des organisation » Repères, la découverte ISBN.
- MENDRAS, Henri. 1993.- « La fin des paysans, Suivi d'une réflexion sur la fin des paysans vingt ans après ». Paris. Babel. 340p.
- MENDRAS, Henri et FORSE, Michel. 1983 - « le changement social: tendances et paradigmes ». Paris Armand Colin 284 p.

- MENGUIN, Jacqueline. 1989 - « Guide du développement local et du développement social » éditions Logiques sociales, L'HARMATTAN, 164 p.
- MERCORET, Marie-Rose. 1996 « L'appui aux producteurs ruraux » Guide à l'usage des agents et des responsables de groupements. Ministère de la Coopération/ KARTHALA, 463 p.
- MOHAMED, A. 2003 - Une institution de recherche face aux projets : cas de l'INRAN. Thèse de Doctorat, Chapitre 2, 38p
- MOUNKAÏLA, H. 1993 - Mobilité et mode de vie dans une région sahélienne en crise : l'exemple du canton de Simir dans le Zarmaganda.
- MOUNKAÏLA, H. 1999 - Migration, environnement et santé au Niger. Dynamique récente des migrations Songhaï-Zarma dans le Département de Tillabéri.
- NABOS, J. 1976 - « L'amélioration de l'oignon au Niger ». Dans agronomie tropicale, Vol XXXI, N°4, IRAT Paris, pp 387- 397.
- OLIVIER DE SARDAN, Jean Pierre. 1995 – « La politique du Terrain- Sur la production des données en anthropologie ». Enquête n°1, 1995, pp : 71-109.
- OLIVIER DE SARDAN, Jean Pierre. 1998 - « Anthropologie et développement, Essai en socio-anthropologie du changement social ». Paris, Karthala.
- OLIVIER DE SARDAN, J-P. et PAQUOT, Élisabeth. 1991- « D'un savoir à l'autre, Les agents de développement comme médiateurs ».
- OMAN, C et WIGNARAJA, G. 1991 - « L'évolution de la pensée économique sur le développement depuis 1945 » in (dir) GRIFFIN, K. Les choix économiques des pays en développement, édition de l'OCDE.
- OUSSEINI, M et NAÏNO M J. 2001 - « Mission d'appui dans le catalogue de semences aux pays membres du CILSS au Sahel ».
- PECQUEUR, B. 2000 - « Développement local ».

- PESCHE, D. 1993 – Débats en cours sur la professionnalisation de l’agriculture, lettre du réseau GAO, p3.
- PESCHE, D. 2003 – Analyse et capitalisation de la coopération française (MAE et AFD), CIRAD/ AFM, 3p.
- PDRT. 1999 – « Evaluation de la production agricole : Cultures maraîchères du site de Adouna », 15 p.
- PISANI, Edgard. 1988 - « Pour l’Afrique » éditions ODILE JACOB, 251 p.
- PPEAP. 2003 – « Rapport d’activité 2002 » 67 p.
- PNUD. 2002 - « Rapport mondial sur le développement humain » ISBN2, pp 1-50.
- PNUD. 2005 – « Rapport national sur le développement humain Niger 2004 » 150 p.
- PREFECTURE de Tahoua. 2000 – « Carte Postale de la région de Tahoua », 18 p.
- QUIVY, Raymond et VAN CAMPENHOUDT, Luc. 1995 - « Manuel de recherche en sciences sociales ». Paris, Dunod, 287 p.
- RAFFESTIN, Claude. 1995 - « La diffusion », in BAILLY, A et al. « Les concepts de la géographie humaine ». Paris, Masson, pp 205-209
- RAFFESTIN, Claude.1981- « Pour une géographie du pouvoir » LITEC, Paris pp 129-147.
- RAPPORT CARE-INTERNATIONAL Niger, 1998 - Evaluation de la sécurité des conditions de vie dans le département de Tahoua, BARA\ Université d’Arizona, Financement USAID, 138 p.
- RAPPORT ASAPI. 2000 - Etude de Faisabilité du programme d’appui à la sécurité alimentaire par la petite irrigation, 57 p
- RAYNAUT, Claude. 1997 - « Les Sahels, Diversité et dynamiques des relations sociétés - nature » éd KARTHALA, 430 p.
- REPUBLIQUE DU NIGER. 2003 – Stratégie de développement rural (SDR). Le secteur rural, principal moteur de la croissance économique, 56 p.

- REPUBLIQUE DU NIGER, Ministère des finances et de l'économie. 2003 « Annuaire statistique », éditions 1996 – 2000, pp 9 – 129.
- REPUBLIQUE DU NIGER. 2002 - Stratégie de réduction de la pauvreté (SRP). Le Niger contre la pauvreté, pp 23 – 74.
- REPUBLIQUE DU NIGER, 2001 - « Programme national d'action du Niger 2001-2010 » mémoire présenté à la troisième conférence des nations unies sur les pays les moins avancés. Bruxelles.
- REPUBLIQUE DU NIGER, Ministère du développement agricole. 2001 - « Guide pour la compréhension et l'application de la législation coopérative au Niger » Niamey 41 p.
- REPUBLIQUE DU NIGER, Ministère du développement rural. 2000 – Etude de faisabilité du programme d'appui à la sécurité alimentaire par la petite irrigation, Rapport définitif, BDPA Sahel Consult, pp 26 – 57.
- REPUBLIQUE DU NIGER, Ministère de l'agriculture et de l'élevage 1999 - Document préparatoire à l'atelier National sur la filière oignon - « Filière oignon : Diagnostic et proposition de programme d'intervention » Cabinet d'étude et de conseil MAINA, Boukar, pp 5-51
- REPUBLIQUE DU NIGER, Ministère de l'Agriculture/ Sous comité du développement rural. 1992 - « Principes directeurs d'une politique de développement rural au Niger Niamey 62 p.
- REPUBLIQUE DU NIGER, Ministère de l'Agriculture et de l'élevage. 1991 – Ader Doutchi-Maggia , Basse vallée de la Tarka – Bilan diagnostic de la situation agricole - Propositions pour une stratégie globale d'intervention. DEP, pp 9 – 62.
- REPUBLIQUE DU NIGER, Ministère de l'agriculture/ Sous comité du développement rural. 1990 - « Programme complet pour la sécurité alimentaire » Niamey 223 p.

- REPUBLIQUE DU NIGER, Ministère du développement rural. 1982 « Séminaire de Zinder sur les stratégies d'intervention en milieu rural » Niamey 93 p.
- SAINT-JULIEN, Thérèse. 1985. « La diffusion spatiale des innovations ». Montpellier, GIP reclus, 38p.
- SAMIR, AMIN. 1988, « Impérialisme et sous-développement en Afrique » collection « Economies » 585 p.
- SCHNAPPER, D. 1999 - La compréhension sociologique démarche de l'analyse typologique, édition PUF.
- SIDIBE, Mamady. 2003, « Les Saloum – Saloum à la conquête de la forêt classée de Pata (Casamance – Sénégal) – L'arachide comme vecteur d'un espace migratoire ». Thèse de Géographie, UTM, 375 p.
- SILUE, S ; FONDIO, L; COULIBALY, M Y et MAGEIN H. 2003 – « Sélection de variétés d'oignon (*Allium cepa* L.) adaptés au Nord de la côte d'Ivoire » in *Tropicultura* vol 21 n° 3 p 122- 129.
- SYLVANDER, Bertil. 1995 - « Convention de la qualité, marchés et institutions: le cas des produits de qualité spécifique » in FRANCOIS. N et al. « Agroalimentaire: Une économie de la qualité », Paris Economica.
- STEINER, Philippe. 1999 - « La sociologie économique », Repères, la découverte 122 p.
- STIGLITZ, J E. 2000 - « les principes d'économie moderne », édition De Boeck, 939 p.
- TECHNISEM. 1985 - « Fiche technique de l'oignon Violet de Galmi », 1 p
- TIDJANI, A M. 1996 – « Les trajectoires d'une reconversion du militantisme associatif au courtage en développement ». Le cas de Timidria au Niger in *Bulletin APAD* N° 12 p 39-65.
- TOUDOU, A. 2002 - « Etude sur la facilitation du commerce couvrant les filières agricoles » Rapport final, pp 2- 29.

- TREILLON, Roland. 1992 - « l'innovation technique dans les pays du sud, le cas de l'agroalimentaire ». Paris, Karthala.
- TULET, J-CH. CHARLERY, B. BART, F. PILLEBOUE, J. 1994 - "Paysanneries du café des hautes terres tropicales" éd KARTHALA 368 p.
- TULET, J-C ; GILARD, J. 2000 - « La fleur du café » Cafécultures de l'Amérique hispanophone. Ed KARTHALA 342 p
- VACHON, Bernard. 1993 - « Le développement local, théorie et pratique ». Montréal, Gaëtan Morin.
- VALCESCHINI, E. 1995. « Entreprises et pouvoirs publics face à la qualité », in ALLAIRE, G et al. - « La grande transformation de l'agriculture », Paris Economica.
- WEILL, E et ATHABA, A. 2002 - Approvisionnement en intrants et commercialisation des cultures maraîchères dans la zone de Tabelot-Air-Niger.

Table des illustrations

Tableaux :

Tableau 1 - Caractéristiques des trois variétés issues des travaux de l'IRAT	p 37
Tableau 2 - Evolution de la production et des exportations d'oignon sur la décennie 1970-1980	p 63
Tableau 3 Températures et saisons dans la région de Tahoua	p 78
Tableau 4 Durée d'insolation dans la région de Tahoua	p 80
Tableau 5 Les principaux cultivars locaux couramment utilisés	p 88
Tableau 6 Evolution des exportations officielles du Niger par destination de 1992 à 1995 (en tonnes)	p 111
Tableau 7 Superficies et productions comparées du Niger et de Tahoua de 1990 à 1995	p 112
Tableau 8 Superficies, Rendements et Productions des principales cultures maraîchères de la région de Tahoua campagne 2000-2001	p 116
Tableau 9 Caractéristiques des exploitations maraîchères	p 131
Tableau 10 Calendrier cultural: les trois campagnes de culture d'oignon	p 135
Tableau 11 Prix du Kg d'oignon en F CFA à Galmi de 1998 à 2004	p 142
Tableau 12 Superficie, rendement, production de l'oignon : 2000/2001 et 2001/2002	p 143
Tableau 13 Compte d'exploitation d'un producteur en système traditionnel une campagne, superficie moyenne 0.2 ha. Exhaure manuelle (cas dominant)	p 146
Tableau 14 Compte d'exploitation d'un producteur en système intensif deux campagnes, pour une superficie moyenne de 0.5 ha. (Cas puits ou puisard + motopompe)	p 147
Tableau 15 Compte d'exploitation d'un producteur en système intensif trois campagnes avec une superficie moyenne de 0.85 ha et ayant comme source d'eau d'irrigation le forage (cas de la basse vallée de la Tarka)	p 148
Tableau 16 Distribution des revenus 2000-2001 par groupe de producteurs	p 149
Tableau 17 Résultats des comptes d'exploitation 2001-2002	p 150

Tableau 18 -Résultats des comptes d'exploitation 2001-2002 p 151

Tableau 19 -Valorisation de la journée de travail p 152

Planches :

Planche 1 Production de semence, de bulbe et structure de conservation p 92

Planche 2 Tri et allottement des oignons en fonction de la couleur, du calibre et de l'état sanitaire p 99

Planche 3 Photos des différents systèmes d'irrigation p 134

Planche 4 différents conditionnements de vente p 168

Figures :

Figure 1 Carte de situation de la zone d'étude.....	16
Figure 2 Situation géographique des villages échantillons	19
Figure 3 Les voies d'introduction de l'oignon au Niger	26
Figure 4 Les trois bandes agro climatiques du Niger.....	30
Figure 5 Schéma d'amélioration des variétés-populations	38
Figure 6 :	46
Figure 7 : Schéma simplifié des deux circuits de commercialisation du violet de Galmi	56
Figure 8 : La croix des 4 S	68
Figure 9: Les principaux facteurs de variation de la qualité de l'oignon.....	74
Figure 10 Carte des quatre vallées de culture du violet de Galmi.....	76
Figure 11 Graphique sur la production et les exportations de l'oignon.....	109
Figure 12 Circuit intérieur.....	165
Figure 13 Circuit extérieur	167
Figure 14 Schéma récapitulatif du processus de développement local dans le principal pôle de production d'oignon de la région de Tahoua.	231
Figure 15 Schéma théorique global.....	235

Annexe 1 : le questionnaire d'enquête des producteurs

Date:.....
Village:.....
Numéro:.....
Nom Prénom:.....
Age:.....
Statut:.....
Nombre de ménages:.....

I- Produit de qualité/ Innovation technique/ Caractéristiques variétales

1) Quelles sont les variétés d'oignon que vous cultivez ?

Liste par ordre d'importance:	Couleur	Goût	Calibre	Cycle	conservation
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Laquelle d'entre elles est le violet de Galmi ?

2) Parmi ces variétés, en tant que producteur d'oignon, laquelle d'entre elles préférez-vous le plus ?

.....

Pourquoi ?

3) En tant que producteur d'oignon, quelle est la variété la plus demandée par les commerçants exportateurs ?

.....

Pourquoi ?

4) Quels sont les critères de choix des commerçants exportateurs d'oignon :

- Le calibre des bulbes d'oignon ?
- L'aptitude à la conservation ?
- Le goût des consommateurs ?
- Autre ?

5) Le violet de Galmi est réputé d'être un oignon de bonne qualité.

Selon vous, qu'est-ce qui fait sa réputation :

- Son indication géographique ?
- Son aptitude à la conservation ?
- Son aptitude à épaissir les sauces ?
- Son goût piquant ?
- Sa coloration ?
- Autre ? Précisez

Justifiez votre réponse.

.....
 .

6) Habituellement où est-ce que vous vous procurez les semences de violet de Galmi :

- Chez des producteurs certifiés ?
- Vous les produisez vous-même ?
- Au marché du tout venant ?
- Autre ?

7) Au cours de cette campagne où est-ce que vous vous êtes procuré les semences de violet de Galmi :

- Chez des producteurs certifiés ?
- Au marché du tout venant ?
- Vous les avez produits vous-même ?
- Autre

8) Dans votre village, existent-ils des producteurs ou multiplicateurs de semences certifiées de violet de Galmi ? Oui ? Non ?

Si oui, ces producteurs de semences certifiées bénéficient-ils d'un encadrement de :

- l'INRAN ? Oui Non
- Un projet de développement ? Oui Non
- Autre ?

9) Y'a t-il des organisations de producteurs (OP) impliquées dans la production et/ ou l'approvisionnement des semences certifiées de Violet de Galmi ?

Oui ? Non ?

Si oui, quelles sont-elles ?

.....

10) Selon vous, quelles sont les contraintes d'approvisionnement des semences certifiées du Violet de Galmi :

- Non-disponibilité ? si oui pourquoi ?
- La cherté ?
- L'absence de producteurs certifiés ?
- Autre

11) Peut-on distinguer les semences graines du violet de Galmi des semences des autres oignons ? Oui Non

Si oui, comment ?
.....
.....

Si non, Pourquoi ?
.....
.....

12) Le violet de Galmi que vous cultivez actuellement est-elle :

- La variété souche originaire de Galmi ?
- La variété améliorée à l'INRAN de Maradi ?
- La variété dégénérée issue de la variété améliorée à l'INRAN de Maradi ?

13) Selon vous, quelles sont les caractéristiques reconnues au violet de Galmi ?

- Sa coloration
- Sa précocité
- Son goût piquant
- Son aptitude à épaissir les sauces
- Son aptitude à la conservation
- Autre

14) Ces caractéristiques sont-elles celles recherchées par :

- Les acheteurs locaux ?
- Les acheteurs exportateurs ?
- Les consommateurs Locaux ?
- Les consommateurs des pays côtiers ?

15) Ces caractéristiques font-elles du violet de Galmi un oignon de bonne qualité ?

Oui ? Non ?

Argumentez

.....
.....
.....
.....

16) Qu'est-ce que la qualité d'un oignon pour vous ?

.....
.....
.....

17) Selon vous, la construction de cette qualité de l'oignon dépendra t elle des atouts du milieu physique, c'est à dire, la nature des sols, le type de relief, le climat etc..

Oui ? Non ?

Justifiez

votre

réponse :

.....
.....
.....
.....
.....

18) Selon vous, la qualité reconnue au violet de Galmi sera t -elle liée à son indication géographique ? Oui Non

Justifiez

.....
.....
.....

19) Selon vous, la qualité reconnue au violet de Galmi sera t elle le fruit d'un savoir-faire spécifique capitalisé par une longue tradition de culture d'oignon dans la région de Tahoua

Oui ? Non ?

Justifiez

.....
.....
.....

20) Les techniques culturales pratiquées au violet de Galmi, sont-elles les mêmes pour les autres variétés d'oignon que vous cultivez ? Oui ? Non ?

Si non, quelles en sont les différences ?

.....
.....
.....

21) Ces pratiques culturales, les avez-vous apprises de vos parents ? Oui Non

22) Ont-elles été améliorées par des structures d'encadrement ? Oui Non

Lesquelles ?

.....
.....

.....

23) Ces pratiques culturales les retrouve-t-on ailleurs ? Oui Non

24) A la vente, y'a t-il une différence de prix entre le violet de Galmi et les autres variétés d'oignon que vous cultivez ? Oui Non

Si oui, cette différence de prix, sera t-elle due à l'incorporation de la valeur apportée par :

- Les atouts du milieu physique
- L'indication géographique
- Les caractéristiques variétales
- Le savoir-faire spécifique

(Cochez une seule case)

II- Développement local/ Changement spatial

25) Depuis que vous avez commencé la culture d'oignon, y'a-t-il eu des changements dans les règles d'accès à la terre (foncier) ? Oui Non

Si oui, quels sont-ils :

- Marchandisation de la terre Oui Non
- Location de la terre Oui Non
- Diminution du rôle des chefs de terre Oui Non
- Existence de nouvelles formes de métayage et d'utilisation de la Main d'œuvre
Oui Non

26) Avez-vous bénéficié d'aménagements hydroagricoles collectifs sur votre périmètre de production de

Type :

Source de financement

- a. Canaux d'irrigation ?
- b. Motopompe à grand débit ?
- c. Parcelaire ?
- d. Autre

.....
.....
.....
.....

27) Sur vos propres parcelles de production d'oignon ou de maraîchage en général, avez-vous réalisé des aménagements hydroagricoles ? Oui Non

Si oui, quels sont-ils :

- Construction de canaux d'irrigation
- Equipement en motopompe
- Confection de parcelaire
- Construction de puits
- Construction de retenue d'eau

28) Ces aménagements ont-ils contribué à améliorer la production des cultures irriguées ?
Oui Non

En quoi ?

- Par l'augmentation des rendements de l'oignon ? Oui Non
- Diversification des cultures irriguées ? Oui Non
- Développement de la culture d'oignon dans les vergers ? Oui Non
- Autre
-

29) A votre avis quels sont les aménagements qui restent à réaliser sur le plan :
Collectif

.....
.....
.....
.....
.....

Individuel

.....
.....
.....
.....
.....

30) Existe-t-il des espaces privilégiés pour la culture d'oignon ? Oui Non
Quels sont-ils :

- Vallées ?
- Bas fonds ?
- Cuvettes ?
- Sols dunaires
- Autre ?

31) Quels sont les types de sols adaptés à la culture d'oignon ?

- Sols sableux
- Sols argileux
- Sols limoneux
- Autre

32) Quel est le type de climat favorable à la culture d'oignon ?

- Sec
- Humide
- Froid
- Chaud
- Autre

33) Quelles sont les principales cultures irriguées que vous pratiquez et les superficies affectées à chacune d'elles ?

Cultures	Superficies
Oignon	
Coton	
Blé	
Dolique	
Sorgho	
Tomate	
Patate	
Autre	

34) Des superficies oignon, quelle est la part affectée au violet de Galmi ?

- a. < 50%
- b. Entre 50 et 75%
- c. >75

35) Depuis que vous avez commencé la culture d'oignon, les superficies que vous consacrez à la culture du violet de Galmi ont-elles :

- Augmenté ? de combien (%).....
- Diminué ? de combien (%).....
- Constant ?

36) Dans votre village, l'accroissement des superficies consacrées à l'oignon s'est-il fait au détriment des cultures céréalières ? Oui Non
Autre culture ?.....

37) La culture d'oignon est-elle votre activité principale de saison sèche ?
Oui Non

38) Associez-vous la culture d'oignon à l'arboriculture Oui Non
Pourquoi :

- Par souci de diversification ?
- Pour rentabiliser votre investissement ?
- Pour modifier le paysage ?
- Autre.....

39) Produisez-vous l'oignon toute l'année ? Oui Non
Combien faites-vous de campagnes par an :

- Une
- Deux

- Trois

40) Y a-t-il, des transformations de l'espace, dues à l'importance de la culture du violet de Galmi ? Oui Non

Argumentez

41) Sur les cinq dernières années, combien de fois avez-vous investi dans l'amélioration de votre habitat ?

- a. Une fois
- b. Deux fois
- c. Chaque année
- d. Plus de cinq fois

42) En terme de pourcentage, le montant du dernier investissement dans l'amélioration de l'habitat représente :

- Moins de 10% des revenus oignon
- 10 à 20% des revenus oignon
- 20 à 50% des revenus oignon
- Plus de 50% des revenus oignon

43) Quelles en sont les améliorations :

- Construction en dur ?
- Toit en tôle ?
- Porte métallique ?
- Adduction d'eau potable ?
- Electrification ?
- Installation de wc moderne
- Autre

(NB peut cocher plusieurs cases)

III- Développement Local/ Changement social

44) Au moment où vous avez commencé la culture d'oignon, dépendez-vous d'une tierce personne (parent, frère, etc.) ? Oui Non

Si oui, à quel moment êtes vous devenu indépendant

- Lorsque vous avez acquis de la terre
- Lorsque vous vous êtes mariés
- A votre retour d'exode ?
- Autre

Quel âge avez-vous en cette période ?

45) Aujourd'hui, par rapport à votre situation de départ et par rapport à la culture d'oignon, qu'est-ce qui a changé ?

.....

- 46) Quel avantage social tirez-vous de ce changement ?
- a. Au sein de votre famille ?
 - b. Au niveau de votre village ?.....
 - c. Au niveau des organisations locales ?.....
 - d. Au niveau des autres opérateurs de la filière oignon ?.....

47) La culture d'oignon a-t-elle eu un impact sur l'émigration des jeunes ?

Oui Non

Si oui, est-ce à dire que les jeunes émigrent de moins en moins ? Oui Non

Argumentez :

.....

.....

48) Aujourd'hui, à votre avis, sur une population de 100 jeunes combien sont-ils fixés dans leur village par l'essor de la culture d'oignon ?

49) Ces jeunes de par la culture d'oignon sont-ils de plus en plus autonomes vis à vis de leurs aînés et de leurs parents ? Oui Non

En quoi ?

.....

.

50) A l'échelle du village, les femmes cultivatrices d'oignon ont-elles une autonomie financière au regard des revenus tirés de leur production vis-à-vis de leurs maris chefs de ménage ?

Oui Non

Quelle est la tendance ?

.....

...

51) Appartenez-vous à une organisation de producteur d'oignon ?

Laquelle ?

Quels avantages tirez-vous de cette appartenance ?

.....

.....

.....

.....

.....

52) Vos dépenses en soins de santé, ainsi que celles de votre famille sont-elles essentiellement couvertes par les revenus provenant de la vente d'oignon ?

Oui Non

53) Les dépenses liées à la scolarisation des enfants sont-elles essentiellement couvertes par les revenus provenant de la vente d'oignon ? Oui Non

54) Quelle est habituellement la part du revenu issu de l'oignon qui est affectée aux soins de santé :

- Moins de 5%
- De 5 à 10%
- De 10 à 20%
- Plus de 20%

55) Quelle est habituellement la part du revenu issu de l'oignon qui est affectée à la scolarisation des enfants :

- Moins de 5%
- De 5 à 10%
- De 10 à 20%
- Plus de 20%

56) Quelles sont au niveau de votre village, les réalisations communautaires auxquelles vous avez participé :

- a. La construction d'une école ?
- b. La construction d'un centre de soin ?
- c. La construction d'une route ?
- d. Autres travaux d'intérêt commun ?

57) Y-avez-vous participé de :

- Votre propre initiative ?
- Par concertation ?
- Autre ?

58) Votre participation est-elle :

- Financière ?
- Physique ?
- Autre ?

59) Au sein de votre village, face à de telles réalisations, la mobilisation est-elle :

- Forte ?
- Moyenne ?
- Faible ?

Donnez les raisons de votre choix.....
.....
.....
.....

IV- Développement local/ Changement économique

60) Evolution des revenus provenant de la culture d'oignon sur les 3 dernières années :

Année	Superficie	Rendement	Production	Prix	Revenu
2000					
2001					
2002					

61) Combien d'épouses avez-vous ?

62) Votre ou vos épouses font-elles la culture d'oignon ? Oui Non

Si oui:

	1 ère épouse	2 ^{ème} épouse	3 ^{ème} épouse	4 ^{ème} épouse
Quelle superficie ?
Quelle production ?
Quel revenu ?

63) Vos enfants dépendants de vous, ont-ils leurs parcelles en propres ?

Oui Non

Combien estimez-vous leur production ?

Combien, cela leur a rapporté ?

64) Votre (ou vos épouses) disposent-elles librement des revenus de leur production ?

Oui Non

Si non, de quelle proportion disposent-elles ?

(en%).....

A quelles dépenses contribuent-elles :

.....

...

.....

.

.....

65) En est-il de même pour les enfants ? Oui Non

Argumentez.....

....

.....

.....

....

66) Parmi les enfants, les filles participent-elles au même titre que les garçons ?

Oui Non

Ont-elles les mêmes droits ? Oui Non

Argumentez

67) Quel est le matériel de production dont vous disposez ?

Désignation	âge	état
Motopompe		
Pulvérisateur		
Houe bovine		
Houe Asine		
Sapes		
Binettes		
Arrosoirs		
Autre		

68) Utilisez-vous des intrants :

- Semences sélectionnées ? Oui Non
- Engrais ? Oui Non
- Pesticide ? Oui Non

69) Avez-vous une source d'eau d'irrigation permanente :

- Mare ? Oui Non
- Puits ? Oui Non
- Autre ?

70) Quelles sont vos difficultés liées à la production ?

(Liste par ordre d'importance)

.....
.....
.....

.....

71) Quelles sont vos difficultés liées à la commercialisation ?
 (Liste par ordre d'importance)

.....

72) Disposez-vous d'abris de conservation de l'oignon ?

- Moderne ? Oui Non
- Traditionnel ? Oui Non

73) Pratiquez-vous la conservation de l'oignon ? Oui Non

Si oui, sur combien de mois ?

Quelle est la quantité conservée :

- 1/5
- 2/5
- 1/2
- 3/5
- 4/5

74) Utilisez-vous des salariés agricoles (Année précédente)?

Activité	Homme	Femme	Coût	Nombre de jour

75) Existe-t-il une pénurie de main d'œuvre ? Oui Non

Si oui, à quel moment ?

- Pendant les récoltes ?
- Pendant les travaux d'entretien
- Autre

76) Vous estimez-vous comme un professionnel de l'activité de :

- a. Production ?
- b. Commercialisation ?
- c. Production et commercialisation ?

Justifiez votre réponse:

.....
.....
.....

77) D'après vous, quelle est l'activité qui crée le plus d'emploi ?

- Production ?
- Commercialisation ?

Justifiez votre réponse:

.....
.....
.....

78) Calendrier annuel de trésorerie :

Trimestre	Entrée d'argent		Sortie d'argent	
	Activité ou raison sociale	Montant	Activité ou raison sociale	Montant
Janvier Février Mars				
Avril Mai Juin				
Juillet Août Septembre				
Octobre Novembre Décembre				

79) Avez-vous contracté un crédit au cours de la campagne précédente ?

Oui Non

Si oui, de quel montant ? Pour quelle opération

Auprès de :

- Un commerçant
- Un projet de développement
- Un système financier rural
- Autre

80) Avez-vous contracté un crédit équipement au cours des trois dernières années

Oui Non

Si oui, de quel montant ? Pour quel équipement

Auprès de :

- Un commerçant
- Un projet de développement
- Un système financier rural

Autre

81) Comment sont redistribués les revenus tirés de la production de l'oignon ?

- Epargnés dans une banque
- Capitalisés dans le bétail
- Investis dans l'équipement
- Investis dans le commerce
- Investis dans le mécénat (construction de mosquée)
- Investis dans les dépenses sociales (mariage, baptême etc...)
- Autre.....

Annexe2 : guides d'entretien

Groupes stratégiques et personnes ressources

Groupes stratégiques :

- Chefs de village/chefs de canton
- Producteurs
- Commerçants exportateurs
- Intermédiaires
- Services de santé
- Inspection primaire/secondaire
- Services de l'alphabétisation et Inspections
- Présidents des coopératives et OP
- Chambre de commerce
- DRA
- Projets de développement
- DRGR /DRDA/ DRH
- Cofop,
- Sous préfectures (Konni, Madaoua, Tahoua)
- ONAHA Konni
- Femmes
- Jeunes
- Religieux
- Animistes

Personnes ressources :

- INRAN Decor (Directeur)
- Université de Niamey (Cresa et fac d'agro)
- BCEAO Niamey
- PPEAP (responsable suivi et évaluation)
- Direction des statistiques
- ASAPI
- Ministère du développement agricole (DEP)
- Services techniques régionaux, départementaux et communaux.

Thèmes généraux des guides d'entretien :

- Historique de la culture d'oignon
- Violet de Galmi souche
- Violet de Galmi améliorée
- Etat de la recherche

Changement économique induit par la culture d'oignon

- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Evolution des rendements et des productions
- Niveau des investissements dans l'aménagement et l'équipement des espaces de production.
- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation

- MO salariale et création d'emploi
- Modes de capitalisation et rôle des SFD

Changement social induit par la culture d'oignon

- Situation des femmes, et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon.
- Migration avant et après la généralisation de la culture de l'oignon. Détournement des flux migratoires vers d'autres destinations.
- Situation des jeunes par rapport à la culture de l'oignon (autonomisation et exode)
- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Poids du courant religieux « izaliste » sur la scolarisation des enfants
- Poids du courant religieux « Izaliste » dans la redistribution des revenus de l'oignon (mécénat, pèlerinage à la Mecque etc....)
- Formes d'émancipation sociale pour les différentes catégories sociales (Trajectoires ascendantes)
- Pouvoirs locaux (Chefferie, fonctionnaires locaux, ressortissants, et agents de projets) face à l'oignon (production, commercialisation).
- Lien entre la production de l'oignon et l'accession au pouvoir local

Changement spatial induit par la culture d'oignon

- Règles d'accès au foncier
- Règles d'accès aux aménagements hydro agricoles
- Existence d'espaces privilégiés pour la culture d'oignon
- Evolution des superficies emblavées en oignon

- Impact de la décision du président de la république (produire l'oignon hors aménagement)
- Différentes transformations de l'espace et du paysage
- Existence d'association oignon arboriculture
- Amélioration de l'habitat et de l'espace de vie

Impact des projets de développement sur la culture d'oignon et l'essor de la filière

- Niveau de l'équipement (motopompe, forage, etc.....)
- Disponibilité des intrants, de carburant et de pièces de rechange
- Niveau d'organisation des producteurs par rapport à la production et à la commercialisation.

Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne

Capacité d'adaptation et de réorientation rapide des opérateurs de la filière.

A) Chefs de Canton/ Chefs de villages :

- Historique de la culture d'oignon (Violet de Galmi souche/Violet de Galmi améliorée)
- Etat de la recherche
- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Evolution des rendements et des productions
- Niveau des investissements dans l'aménagement et l'équipement des espaces de production.
- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- Situation des femmes, et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon.

- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Poids du courant religieux « izaliste » sur la scolarisation des enfants
- Poids du courant religieux « Izaliste » dans la redistribution des revenus de l'oignon (mécénat, pèlerinage à la Mecque etc...)
- Formes d'émancipation sociale pour les différentes catégories sociales (Trajectoires ascendantes)
- Pouvoirs locaux (Chefferie, fonctionnaires locaux, ressortissants, et agents de projets) face à l'oignon (production, commercialisation).
- Lien entre la production de l'oignon et l'accession au pouvoir local
- Règles d'accès au foncier
- Impact de la décision du président de la république (produire l'oignon hors aménagement)

B) Commerçants exportateurs :

- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Evolution des rendements et des productions
- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- MO salariale et création d'emploi

- Modes de capitalisation et rôle des SFD
- Situation des femmes, et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon.
- Situation des jeunes par rapport à la culture de l'oignon (autonomisation et exode)
- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Poids du courant religieux « izariste » sur la scolarisation des enfants
- Poids du courant religieux « Izaliste » dans la redistribution des revenus de l'oignon (mécénat, pèlerinage à la Mecque etc...)
- Impact de la décision du président de la République (produire l'oignon hors aménagement)
- Amélioration de l'habitat et de l'espace de vie
- Niveau d'organisation des producteurs par rapport à la production et à la commercialisation.
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne
- Capacité d'adaptation et de réorientation rapide des opérateurs de la filière

C) Intermédiaires :

- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Evolution des rendements et des productions
- Contraintes de commercialisation
- Modes de capitalisation et rôle des SFD
- Situation des femmes, et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon.

- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Poids du courant religieux « izaliste » sur la scolarisation des enfants
- Poids du courant religieux « Izaliste » dans la redistribution des revenus de l'oignon (mécénat, pèlerinage à la Mecque etc....)
- Amélioration de l'habitat et de l'espace de vie
- Niveau d'organisation des producteurs par rapport à la production et à la commercialisation.
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne
- Capacité d'adaptation et de réorientation rapide des opérateurs de la filière.

D) Service de santé :

- Taux de couverture sanitaire
- Lien entre le VIH/ Sida, l'exode et le commerce d'oignon
- Séroprévalence VIH/ sida
- Taux de fréquentation des centres de santé
- Taux de couverture des dépenses de santé dans les zones de production d'oignon
- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus et leur rapport avec l'amélioration de la santé des populations locales
- Amélioration de l'habitat et de l'espace de vie en rapport avec l'hygiène
- Existence de vertu thérapeutique liée à la consommation de l'oignon

E) Inspections :

- Taux de fréquentation scolaire
- Taux de scolarisation de la jeune fille
- Taux de participation des parents aux dépenses scolaires (fourniture, école privée, etc.)
- Poids du courant religieux « izaliste » sur la scolarisation des enfants

- Pouvoirs locaux (Chefferie, fonctionnaires locaux, ressortissants, et agents de projets) face à l'oignon (production, commercialisation).

F) Service de l'alphabétisation :

- Taux d'alphabétisation dans les zones de production d'oignon
- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Poids du courant religieux « izaliste » sur la scolarisation des enfants
- Pouvoirs locaux (Chefferie, fonctionnaires locaux, ressortissants, et agents de projets) face à l'oignon (production, commercialisation).

H) Présidents des coopératives et OP :

- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Evolution des rendements et des productions
- Niveau des investissements dans l'aménagement et l'équipement des espaces de production.
- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- MO salariale et la création d'emploi
- Modes de capitalisation et rôle des SFD
- Lien entre la production de l'oignon et l'accession au pouvoir local
- Règles d'accès au foncier
- Règles d'accès aux aménagements hydro agricoles
- Existence d'espaces privilégiés pour la culture d'oignon

- Evolution des superficies emblavées en oignon
- Impact de la décision du président de la république (produire l'oignon hors aménagement)
- Existence d'association oignon arboriculture
- Niveau de l'équipement (motopompe, forage, etc.....)
- Disponibilité des intrants, de carburant et de pièces de rechange
- Niveau d'organisation des producteurs par rapport à la production et à la commercialisation.
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne

H) Chambre du commerce :

- Evolution du pouvoir d'achat et des revenus
- Contraintes de commercialisation
- Données officielles régionales du commerce de l'oignon

I) DDRA :

- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Evolution des rendements et des productions
- Niveau des investissements dans l'aménagement et l'équipement des espaces de production.
- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- Lien entre la production de l'oignon et l'accession au pouvoir local
- Evolution des superficies emblavées en oignon

- Impact de la décision du président de la république (produire l'oignon hors aménagement)
- Existence d'association oignon arboriculture

J) Sous Préfecture :

- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus tirés de l'oignon
- Contraintes de production de l'oignon
- Contraintes de commercialisation de l'oignon
- Lien entre la production de l'oignon et l'accession au pouvoir local
- Impact de la décision du président de la république (produire l'oignon hors aménagement)
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne
- Part des taxes perçues sur l'oignon dans le budget de la collectivité
- Part de l'oignon en provenance d'Agadez dans l'économie locale (Taxe au reconditionnement à Tsernaoua).
- Gestion des conflits fonciers autour de la culture d'oignon

K) ONAHA :

- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Evolution des rendements et des productions
- Niveau des investissements dans l'aménagement et l'équipement des espaces de production.
- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- Impact de la décision du président de la république (produire l'oignon hors aménagement)
- Règles d'accès aux aménagements hydro agricoles

- Situation des jeunes par rapport à la culture de l'oignon (autonomisation et exode

L) Projets de développement :

- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Evolution des rendements et des productions
- Niveau des investissements dans l'aménagement et l'équipement des espaces de production.
- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- MO salariale et la création d'emploi
-
- Modes de capitalisation et rôle des SFD
- Lien entre la production de l'oignon et l'accession au pouvoir local
- Règles d'accès au foncier
- Existence d'espaces privilégiés pour la culture d'oignon
- Evolution des superficies emblavées en oignon
- Impact de la décision du président de la république (produire l'oignon hors aménagement)
- Différentes transformations de l'espace et du paysage
- Existence d'association oignon arboriculture
- Niveau de l'équipement (motopompe, forage, etc.....)
- Disponibilité des intrants, de carburant et de pièces de rechange

M) La commission foncière :

- Règles d'accès au foncier

- Gestion des conflits autour de la culture d'oignon
- Enjeux fonciers du fait de l'augmentation du pouvoir d'achat et des revenus
- Existence de rente foncière au bénéfice de la collectivité locale.
- L'essor de la culture d'oignon en hivernage aux dépens de la céréaliculture

N) Les Jeunes :

- Opinion des jeunes sur les changements intervenus
- Règles d'accès au foncier
- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- MO salariale et la création d'emploi
- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- Situation des femmes et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon
- Migration avant et après la généralisation de la culture de l'oignon.
- Détournement des flux migratoires vers d'autres destinations.
- Situation des jeunes par rapport à la culture de l'oignon (autonomisation et exode)
- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Formes d'émancipation sociale pour les différentes catégories sociales (Trajectoires ascendantes)
- Amélioration de l'habitat et de l'espace de vie.
- Impact des projets de développement sur la culture d'oignon et l'essor de la filière
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne

O) Les femmes :

- Situation des femmes et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon
- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Poids du courant religieux « izaliste » sur la scolarisation des enfants
- Formes d'émancipation sociale pour les différentes catégories sociales (Trajectoires ascendantes)
- Règles d'accès au foncier
- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Amélioration de l'habitat et de l'espace de vie.
- Impact des projets de développement sur la culture d'oignon et l'essor de la filière
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne

P) Les mutuelles :

- Fonctionnement des mutuelles
- Modes de capitalisation et rôle des SFD
- Situation des femmes et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon
- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Formes d'émancipation sociale pour les différentes catégories sociales (Trajectoires ascendantes)
- Situation des jeunes par rapport à la culture de l'oignon (autonomisation et exode)
- Impact des projets de développement sur la culture d'oignon et l'essor de la filière
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne

Q) les religieux :

- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- Situation des femmes et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon
- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.
- Formes d'émancipation sociale pour les différentes catégories sociales (Trajectoires ascendantes)
- Poids du courant religieux « izaliste » sur la scolarisation des enfants
- Poids du courant religieux « Izaliste » dans la redistribution des revenus de l'oignon (mécénat, pèlerinage à la Mecque etc....)
- Règles d'accès au foncier
- Amélioration de l'habitat et de l'espace de vie.
- Impact des projets de développement sur la culture d'oignon et l'essor de la filière
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne

R) Les Animistes

- Contraintes de production
- Contraintes de commercialisation
- Situation des femmes et changement des comportements par rapport aux revenus de l'oignon
- Evolution des pouvoirs d'achat et des revenus
- Lien revenu tiré de l'oignon, dépenses sociales et polygamie.

- Formes d'émancipation sociale pour les différentes catégories sociales (Trajectoires ascendantes)
- Règles d'accès au foncier
- Amélioration de l'habitat et de l'espace de vie.
- Impact des projets de développement sur la culture d'oignon et l'essor de la filière
- Commerce de l'oignon face à la crise ivoirienne