



Accès inclusif des acteurs aux marchés rémunérateurs

ROLE DU SYSTEME DE WARRANTAGE DE ACMA2

MAI 2021

ACCÈS INCLUSIF DES ACTEURS AUX MARCHÉS RÉMUNÉRATEURS : RÔLE DU SYSTÈME DE WARRANTAGE DE ACMA2

1

Messages clés

- ♦ L'accès au marché constitue un défi énorme pour accroître les revenus agricoles. L'accroissement des revenus des acteurs agricoles dépend en grande partie de la facilité d'accès au marché. Relever ce défi nécessite une approche holistique qui intègre l'accès au crédit, l'agrégation de l'offre de qualité pour des ventes collectives, et l'inclusion de tous les acteurs.
- Le warrantage permet de mobiliser une offre considérable et de qualité et facilite l'accès au crédit. L'expérience du Programme ACMA2 a été concluante en termes d'agrégation de gros volumes de produits et de mise en place de crédit aux acteurs. Ces derniers étaient capables de stocker leurs productions et de contracter systématiquement des prêts après dépôt.
- Le warrantage peut favoriser l'inclusion des femmes et des jeunes dans l'accès au marché. Les données annuelles des campagnes de warrantage ont montré une augmentation significative de l'effectif des femmes et jeunes dans le système. Cela montre que lorsque c'est un objectif poursuivi, l'inclusion de tous les acteurs dans le développement des chaînes de valeur agricoles est faisable.
- Le warrantage améliore les revenus agricoles des acteurs. Globalement, les bilans ont montré que les acteurs font des marges positives à la fin des campagnes de warrantage. Cela montre que le warrantage peut être un instrument de facilitation de leur accès aux marchés rémunérateurs et donc d'amélioration des revenus.
- La transparence dans la gestion des campagnes de warrantage est cruciale pour durabiliser le système. La tenue d'outils de gestion et la gestion professionnelle des campagnes sont restées un défi dans l'expérience du Programme ACMA2. Pour cela, le renforcement de capacités des organisations de producteurs et l'accompagnement technique demeurent importants pour autonomiser le mécanisme et favoriser sa mise à l'échelle.

2

Enjeux

L'accès au marché constitue un défi énorme pour accroître les revenus agricoles des producteurs. Relever ce défi nécessite une approche holistique qui intègre l'accès au crédit, l'agrégation de l'offre de qualité pour des ventes collectives, et l'inclusion de tous les acteurs. En effet, le crédit agricole permet aux producteurs d'accéder plus facilement aux intrants (semences, engrais, pesticides) pour mieux produire notamment dans un contexte où les faibles capacités des producteurs et productrices à investir dans l'achat d'intrants agricoles pour la prochaine campagne minent le développement du système agricole et donnent lieu à de faibles revenus. Mais le manque de garantie

tangible amène les agriculteurs/trices à faire régulièrement recours au système de crédit traditionnel octroyé par des usuriers à des conditions défavorables pour soit, financer leur achat d'intrants en début de campagne, soit, acheter des produits vivriers à des prix très élevés à la soudure, ou encore faire face à certains besoins sociaux comme la santé, l'éducation des enfants.

Ensuite, faire des ventes collectives nécessite l'agrégation d'une offre de qualité qui, en retour exige une bonne organisation et une inclusion des acteurs. En effet, les producteurs/trices du fait de leur faible structuration ou du faible fonctionnement de leurs organisations existantes, vendent de façon individuelle leurs récoltes avec des offres très atomisées. Ce manque d'organisation affaiblit leur pouvoir de négociation sur le marché et rend les transactions peu profitables pour eux ; toutes choses qui réduisent leurs revenus et les rendent vulnérables à l'insécurité alimentaire et la faim surtout en période de soudure.

Face à tout cela, le warrantage a été développé ces dernières années pour redresser simultanément ces besoins agricoles. Le warrantage, ou crédit stockage, est un système de crédit rural qui consiste, pour une organisation paysanne et/ou ses membres, à obtenir un prêt en mettant en garantie un produit agricole non périssable susceptible d'augmenter de valeur entre la période de récolte et celle de soudure. Ce système de crédit collectif octroyé aux groupements est basé sur le principe de nantissement des stocks de produits agricoles. Cet accord de sûreté régissant le crédit entre les deux parties prenantes stipule qu'en cas d'impayés de la part des groupements, le partenaire financier sera en droit de vendre lui-même le produit stocké en garantie afin de récupérer son dû.

Dans son approche d'intervention, le programme ACMA2 a intégré le warrantage comme un instrument de soutien à double objectif : promouvoir un accès au financement inclusif aux acteurs et faciliter l'accès aux marchés rémunérateurs à travers la mise en marché collective. ACMA2 formule l'hypothèse que si le financement approprié améliore la production et incite l'accroissement des échanges commerciaux des produits agricoles, les revenus agricoles des acteurs économiques, notamment les femmes et les jeunes, s'accroîtront pour contribuer à l'amélioration de la sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations.

L'objectif général de cette note de capitalisation est d'évaluer et de documenter l'approche de mise en œuvre du système de warrantage de ACMA2, les résultats obtenus, et les leçons apprises. La note de capitalisation permettra de formuler des perspectives allant dans le sens de l'amélioration des systèmes de warrantage développés par les acteurs de développement pour permettre aux producteurs et productrices d'accéder aux marchés rémunérateurs.

3

Activités menées

Pour faciliter l'appropriation du warrantage (voir encadré 1) par les acteurs, le programme a mené certaines actions pour accompagner sa mise en place par commune et appuyer son bon fonctionnement. Les principales actions conduites sont :

- L'analyse diagnostique de la faisabilité du warrantage dans les zones ciblées pour identifier les produits warrantables ;
- La sensibilisation des acteurs notamment les organisations de producteurs/trices

(OP) faïtières et l'élaboration de divers outils de sensibilisation (boîtes à images, vidéos, plaquettes) pour faciliter les sensibilisations à la base conduites par les OP faïtières ;

- La mise en relation des OP avec les Systèmes Financiers Décentralisés (SFD) : le programme ACMA2 a facilité les prises de contacts entre les OP et différentes institutions financières de même que la négociation de conditions souples pour le crédit warrantage ;
- Les renforcements de capacités des acteurs sur diverses thématiques dont entre autres : contrôle et mise en place d'un système de traçabilité des produits warrantés ; montage de plan d'affaires et planification de la campagne de warrantage ; bonnes pratiques en termes de qualité, de stockage et de conservation des produits warrantés ; suivi des prix, analyse des dynamiques des marchés et prise de décision de déstockage et de commercialisation des produits warrantés ; recherche de marché et contractualisation. Ces renforcements conduits sur plusieurs campagnes ont permis aux acteurs (OP, producteurs, Institutions financières) de s'approprier le système de warrantage et de le mettre en œuvre ;
- La structuration des coopératives à la base et des unions communales pour une bonne gouvernance au sein des OP et une meilleure gestion des campagnes de warrantage ;
- L'appui à la réalisation du manuel de procédures de gestion du warrantage muni d'outils en vue de favoriser la traçabilité, la transparence et une gestion professionnelle des opérations de warrantage, gage de la durabilité du système ;
- La mise en place des infrastructures structurantes notamment les magasins de stockage et les centres de stockage de grandes capacités. Ces infrastructures implantées dans les grands centres de production, facilitent la mobilisation de gros volumes de produits pour le warrantage et permettent aux producteurs et leurs organisations de stocker les produits warrantés dans des conditions requises ;
- Le suivi du processus : Au-delà de toutes les actions ci-dessus présentées, le programme ACMA2 fait un suivi du processus aux côtés des acteurs. Les missions de terrain permettent de coacher et de donner les appuis-conseils nécessaires pour la réussite de l'opération. Ces suivis sont d'une importance capitale car ils permettent d'être informé au plus tôt des difficultés et d'apporter des appuis nécessaires pour des solutions atténuantes.



• Etapes de mise en œuvre du warrantage

Le système de warrantage mis en place par le Programme ACMA2 est homogène sur toutes les chaînes de valeurs agricoles sur lesquelles travaille le programme. Le système de warrantage facilité par ACMA2 est mis en œuvre par les acteurs en trois principales phases : la préparation, la mise en œuvre et la clôture de la campagne. La phase de préparation regroupe les 8 étapes suivantes : i) Information et sensibilisation des membres adhérents et recueil des intentions des adhérents ; ii) Mise en place ou renouvellement des comités (pilotage et de Direction) ; iii) Elaboration de la stratégie de conduite du warrantage ; iv) Identification et négociation des infrastructures de stockage ; v) Fixation du prix de cession et élaboration du plan d'affaires de campagne ; vi) Formation des membres adhérents et des membres des comités sur les bonnes pratiques de transformation, stockage et de conservation du produit agricole ciblé ; vii) Négociations du crédit ; viii) Mise au propre du centre de stockage. La phase de mise en œuvre regroupe les 5 étapes suivantes : i) Constitution des stocks ; ii) Mise en place de crédit ; iii) Suivi du stock warranté ; iv) Suivi des prix sur le marché et recherche de marchés ; v) Dénouement de l'opération de warrantage ; et la phase de clôture du warrantage est consacrée au bilan de l'opération et la restitution des ristournes aux membres.

• Parties prenantes du warrantage

Le système de warrantage du Programme ACMA2 implique au-delà des producteurs/trices, les transformateurs/trices et les commerçant(e)s pour constituer un marché porteur et de niche à ces acteurs. Cela s'explique par le fait que l'approche d'intervention du programme repose sur les Pôles d'Entreprises Agricoles (PEA) qui sont des plateformes d'acteurs économiques exerçants sur différents maillons d'une chaîne de valeur donnée.

• Rôles des parties prenantes

Les bénéficiaires et leurs organisations assurent la mobilisation de l'offre et le dépôt du surplus en warrantage, respectent les règles de constitution de stock, d'utilisation et de remboursement des crédits, participent financièrement au fonctionnement de l'opération, participent aux réunions de programmation et de suivi-évaluation, donnent des orientations et prennent des décisions stratégiques.

Les institutions financières assurent le crédit warrantage. A cet effet, elles étudient les plans d'affaires, accordent et suivent le financement mis en place, veillent au remboursement du crédit et encouragent la transparence dans la gestion.

Les cellules communales ATDA, services publics en charge du développement des filières agricoles, accompagnent les activités de warrantage en amont, dans la sensibilisation des producteurs, l'appui à la structuration des producteurs en coopératives et les appuis-conseils aux OP pour la réussite du warrantage.

Les DDAEP, organes de contrôle de la législation au niveau du secteur agricole, assurent le contrôle de qualité des produits du warrantage, veillent au respect des bonnes pratiques de stockage et de conservation et délivrent aux organisations le certificat de qualité du produit qui est une pièce maîtresse pour l'obtention du crédit auprès des institutions financières.

Les collectivités locales appuient le système par la mise en place des infrastructures structurantes et accompagnent le développement d'un bon climat des affaires.

Les campagnes de warrantage ont permis de mobiliser une offre considérable de qualité, de faciliter l'accès au crédit et de favoriser l'inclusion des femmes et jeunes dans les mises en marché collective.

Mobilisation d'une offre de qualité

Les produits agricoles concernés par le système de warrantage du Programme ACMA2 sont : l'huile de palme, le maïs et le soja. Mais, l'engouement des acteurs dans le développement de ce mécanisme était plus fort au niveau de l'huile de palme à cause du besoin pressant d'appui qui existait au niveau de la filière palmier à huile. L'expérience du Programme ACMA2 était une innovation et une première dans la filière palmier à huile, ce qui a vite facilité l'appropriation du processus par les acteurs pour mobiliser de gros volumes et atteindre des marchés rémunérateurs.

Au niveau du maïs et soja, le niveau d'engagement des acteurs était faible à cause d'expériences malheureuses vécues par le passé dans d'autres programmes. Cette réticence a entaché le démarrage de l'opération sur ces produits. Néanmoins, vu le dynamisme des acteurs au niveau de l'huile de palme et les améliorations apportées pour un meilleur fonctionnement du mécanisme, les PEA maïs et soja se sont approprié le warrantage pour constituer une force de vente. En 2019, cinq PEA ont stocké du maïs et un seul (Djidja) a warranté du soja.

Les tendances des données des campagnes sont similaires sur tous les produits warrantés. Cependant, les campagnes de warrantage sur l'huile de palme ont été plus dynamiques et sont utilisées dans cette étude de cas pour faciliter l'appréciation de la performance des PEA. Neuf (09) PEA basés dans neuf (09) différentes communes des départements de l'Ouémé, du Plateau et du Zou sont engagés dans le warrantage d'huile de palme à des degrés divers. Les communes concernées sont : Adjohoun, Misséréte, Avrankou, Bonou, Adja-Ouère, Ifangni, Pobè, Sakété et Ouinhi. Le Tableau 1 montre que les quantités de produits mobilisées par campagne ont significativement augmenté dans le temps, ce qui montre l'engouement des bénéficiaires à adopter l'innovation et mobiliser une offre considérable pour le marché.

Les campagnes ont également favorisé la conservation et l'uniformisation de la qualité de l'offre. Avant le stockage, les comités de warrantage s'assurent que les produits warrantés présentent les mêmes caractéristiques et respectent les règles de qualité exigées. Ensuite, en moyenne, on constate sur les cinq campagnes que plus de 98% des volumes d'huile de palme stockés à l'arrivée sont vendus au déstockage ; le reste étant perdu. Cela dénote une assez bonne maîtrise des techniques de stockage.

Tableau 1 : Eléments de performance des PEA huile de palme entre 2015-2019

Année	Nbre de PEA	Nombre de dépôts	Volume stocké (t)	Crédit mobilisé (FCFA)	Volume vendu (t)	Prix moyen au stockage (FCFA/t)	Prix moyen à la vente (FCFA/t)	Charges moyennes (FCFA/tonne)	Marge moyenne / tonne (FCFA / tonne)	Cout d'opportunité (FCFA / tonne)
2015	3	45	190	69 584 000	188	483 340	510 000	38 430	467 093	-19 004
2016	6	180	229	63 129 600	213	400 000	577 417	35 627	540 710	147 228
2017	8	776	770	288 914 000	770	480 000	602 032	33 846	261 647	78 744
2018	9	588	902	270 362 000	877	480 000	527 947	30 336	168 117	-17 073
2019	9	681	790	233 599 000	741,11	400 000	433 704	32 439	87 765	-4604

Le warrantage s'est imposé comme un outil de mobilisation et de vente collective de l'huile de palme grâce à l'opportunité d'accès au crédit inclusif. Les petits, moyens et gros acteurs ont tous accès au crédit de façon équitable. En effet, contrairement au maïs qui se récolte en une ou deux fois au cours de la campagne, la production de l'huile de palme s'étend sur une période d'environ cinq mois pendant laquelle le besoin en fonds de roulement est intense au niveau des acteurs. Le mécanisme de warrantage s'est donc adapté à cette spécificité de l'huile qui échelonne les dépôts et donc les mises en place de crédit tout au long de la grande saison de production qui s'étend de février à juillet. Ainsi, le crédit est utilisé comme un crédit fonds de roulement pour poursuivre la production (producteurs-transformateurs) ou pour collecter à nouveau de l'huile (commerçantes) pour constituer de nouveaux stocks warrantés et ainsi de suite jusqu'à la fin de la saison de production. Le nombre moyen de dépôt et de mise en place de crédit au cours de la campagne est d'environ quatre par organisation. Les données montrent que le crédit mobilisé par les acteurs a significativement évolué sur les campagnes, notamment en raison de la mobilisation de gros volumes de produits.

Inclusion des femmes et des jeunes dans la mobilisation de l'offre warrantée

Le système de warrantage a été sensible à l'inclusion des femmes et des jeunes dans la mobilisation des bénéficiaires. Le tableau 2 a montré l'adhésion croissante des femmes dans les campagnes de warrantage de l'huile de palme. Leur adhésion a même surplante celle des hommes à partir de l'année 2017. Concernant les jeunes, les données n'ont été collectées qu'à partir de l'année 2018 et montrent une nette progression du nombre de jeunes en 2019. Tout cela montre que le programme ACMA2 a fourni des efforts significatifs dans l'inclusion des jeunes et des femmes dans la mise en marché collective des produits ciblés et l'amélioration de leurs conditions de vie.

Tableau 3. Inclusion du genre dans les campagnes de warrantage de l'huile de palme 2015-2019

	Nombre PEA	de Nombre de dé- posants	Hommes	Femmes	Jeunes
2015	3	45	31	14	--
2016	6	180	110	70	--
2017	8	776	369	407	--
2018	9	588	339	249	101
2019	9	681	311	370	192

Les données de la campagne 2019 du warrantage de l'huile de palme ont été désagrégées pour apprécier les effets différenciés selon le genre (Figure 1). La figure a montré que bien que la proportion de femmes ait fait légèrement plus de 50% de l'effectif des membres, le volume warranté par ces dernières ne représentait que le quart du volume total. La même tendance a été également observée pour le crédit mobilisé. Ces observations indiquent qu'au-delà de la mobilisation des femmes, le programme doit travailler à capaciter davantage les femmes pour qu'elles améliorent leur production. Sur la campagne 2019, toujours dans l'huile de palme, les jeunes ont représenté un peu

plus du quart de l'effectif total des membres mais ont mobilisé un peu plus du dixième du volume déposé et du crédit mobilisé.

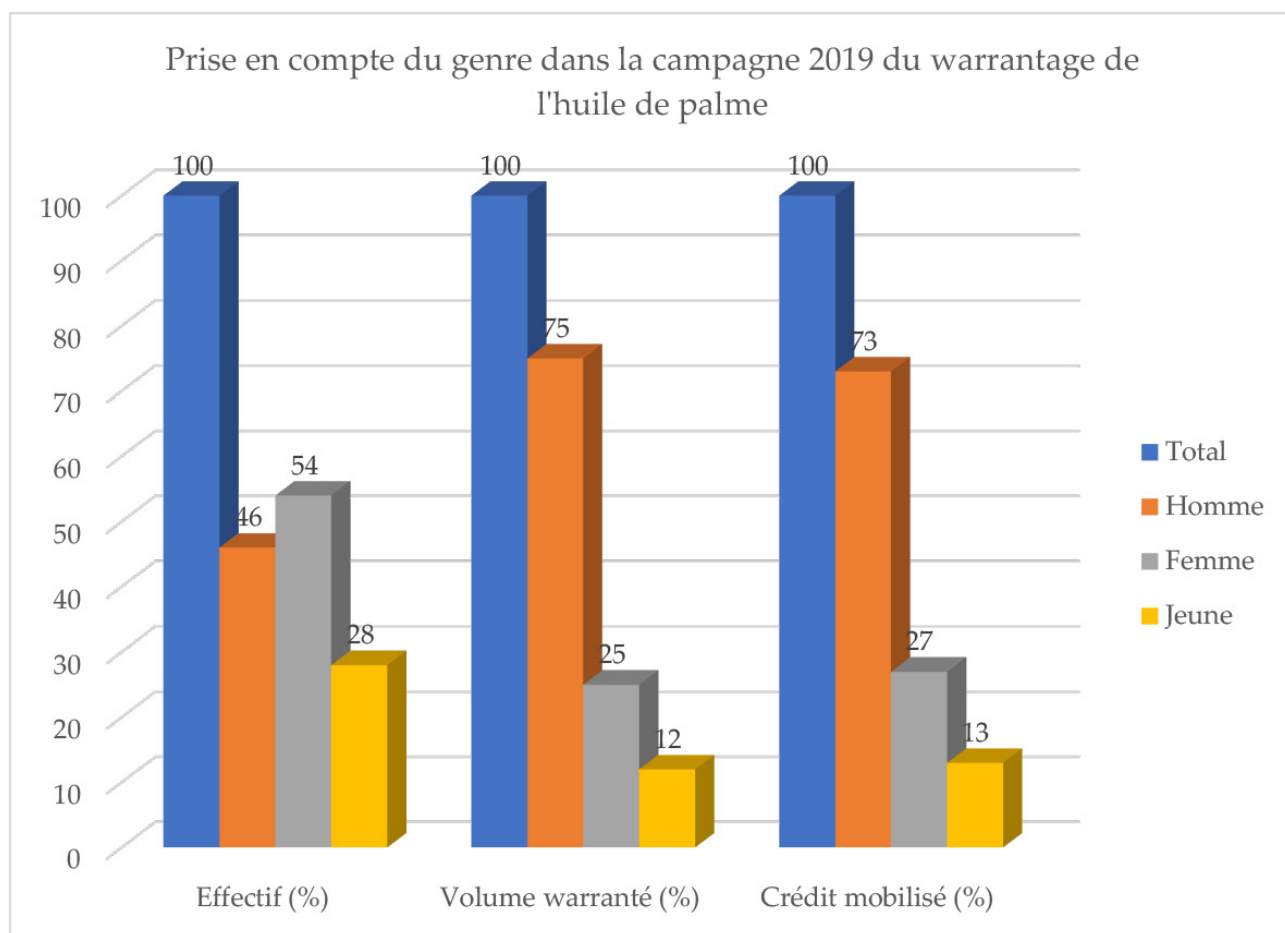


Figure 1: Participation du genre dans la campagne 2019 du warrantage de l'huile de palme

8

Marges issues des ventes des produits warrantés.

Globalement, les bilans ont montré que les acteurs font des marges positives à la fin des campagnes de warrantage. Cela montre que le warrantage peut être un instrument d'organisation des producteurs et de facilitation de leur accès aux marchés rémunérateurs. Également, les prix moyens de la tonne à la vente dépassent les prix moyens au moment du stockage, ce qui montre que les comités de gestion suivent bien l'évolution de la saisonnalité des prix afin de décider du moment opportun du déstockage. Cela montre également qu'ils sont de vrais entrepreneurs et seront capables de conduire d'autres campagnes au terme du projet.

Néanmoins, les coûts d'opportunités moyens à la tonne effectués sur les 5 campagnes ne sont pas tous positifs. En effet, les coûts d'opportunités négatifs s'expliquent par deux facteurs : soit par un comportement spéculatif des bénéficiaires qui n'ont pas assez vite pris la décision de vendre jusqu'à une rechute de prix comme c'est le cas en 2015 et 2018, soit par une situation de baisse de prix entre le stockage et la soudure, comme le cas en 2019, au lieu d'une tendance haussière qui favorise la réussite du warrantage. Pour cela, les comités de gestion doivent redoubler d'efforts dans le suivi des prix et les prises de décision optimales concernant le déstockage.

DÉFIS RENCONTRÉS

Le système de warrantage mis en place a rencontré plusieurs défis comme suit:

La tenue d'outils de gestion. Les manuels de procédures et les outils de gestion permettent de bien gérer les campagnes de warrantage et faciliter les bilans. Leur tenue améliore la transparence mais le constat actuel montre qu'ils ne sont pas encore bien tenus par les comités de warrantage. Cela s'explique par les difficultés d'appropriation des documents élaborés par les acteurs notamment parce que certains ne sont pas instruits. Des actions de coaching se poursuivent pour une meilleure appropriation de ces documents et une meilleure gestion des campagnes.

Le consensus dans la prise de décision. L'une des principales difficultés notées dans le système est le retard dans la prise de décision de mise en vente des produits en stocks. Le retard est lié à un désaccord entre les bénéficiaires sur le moment opportun de mise en vente conduisant, parfois à des situations de déstockage lors de la rechute des prix du marché. Ce dysfonctionnement s'explique par le fait que les gros déposants (commerçants, gros producteurs) ont tendance à spéculer pour avoir de marges plus importantes au détriment des petits producteurs. La mise en place d'un manuel de procédures qui précise clairement le processus de prise de décision améliore cet aspect.

Manipulation du cash par les membres des comités. L'inclusion d'un nombre important de femmes et de jeunes, déposant de petites quantités et résidant dans des zones un peu reculées a créé un prétexte où des membres de comités se constituent en agents de liaison entre l'institution financière et ces acteurs. De telles pratiques ne sont pas de nature à sécuriser les fonds et à garantir une transparence autour du processus. Le recours à la finance digitale s'avère indispensable.

Concurrence des produits importés. Les produits agricoles concernés par le warrantage sont parfois concurrencés par des produits importés. Par exemple, l'huile de palme est concurrencée par des productions venant du Ghana, de la Côte d'Ivoire voire de la Malaisie. Face à cela, des efforts de sécurisation de la clientèle sont nécessaires et des actions de lobbying au niveau gouvernemental sont en cours pour promouvoir la consommation locale de l'huile et ses dérivés.

Uniformisation des unités de mesure. Les unités de mesures utilisées pour la vente de l'huile sont le bidon de 25L et le fût de 200L. Mais dans la réalité, les bidons utilisés par les acheteurs sont des bidons déformés dont la contenance réelle avoisine les 30 voire 32L mais achetés au prix de 25L. Il en est de même avec les fûts déformés ou commandés spécialement par les acheteurs nigériens. La vente au Kg n'arrange pas les acheteurs qui font tout pour boycotter lorsque l'offre est abondante. L'uniformisation de l'unité de mesure s'impose sur le plan national afin de décourager les commerçants véreux.

La dépendance du mécanisme du marché du Nigéria. Le principal marché d'écoulement de l'huile warrantée est le marché du Nigéria. Toutes les fois qu'il y a une petite perturbation de ce marché (fluctuation du Naïra, fermeture des frontières, forte importation de l'huile étrangère par les entreprises nigérianes, etc.) le mécanisme de warrantage est automatiquement affecté ; d'où la nécessité de diversifier les marchés d'écoulement en prospectant les opportunités au niveau national et dans les autres pays de la sous-région.

LEÇONS APPRISES ET RECOMMANDATIONS

Le système de warrantage de ACMA2 a montré des résultats positifs qui confirment qu'il est un dispositif efficace pouvant permettre de financer la production et l'accroissement des échanges commerciaux. Il a eu des résultats prouvés sur l'amélioration du revenu des acteurs dont les femmes et les jeunes. Il s'intègre donc facilement à l'objectif final de ACMA2 qui vise à améliorer les revenus agricoles afin de contribuer à l'amélioration de la sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations. L'initiative a permis de tirer des leçons générales comme suit:

Le warrantage encourage la vente collective et l'accès aux marchés rémunérateurs.

La vente collective est un défi majeur rencontré dans les groupes d'acteurs ayant un objectif commun. Ce défi est souvent justifié par le manque de marchés porteurs et rémunérateurs, les différences de qualité dans les produits, et le manque de confiance entre membres. Le warrantage apporte une solution intégrée à ces défis en permettant aux membres d'accéder au financement et de constituer une offre considérable pour les marchés de masse.

Le warrantage facilite l'inclusion des femmes et jeunes dans l'accès au marché.

L'expérience de ACMA2 a montré que l'inclusion des femmes et jeunes dans l'accès au marché est possible. Pour réussir cela, il suffit que cet aspect d'inclusion soit un objectif affiché et poursuivi par l'initiative.

L'autonomisation du dispositif de gestion des campagnes de warrantage est possible.

Autonomiser les bénéficiaires d'une initiative est un défi majeur auquel font face les programmes de renforcement de capacités. Dans le programme ACMA2, un élément de durabilité est que les OP soient capables de conduire elles-mêmes des campagnes de warrantage sans appui externe. La campagne 2017-2018, conduite par les acteurs eux-mêmes au cours de la transition ACMA1-ACMA2, a témoigné qu'en l'absence d'appuis externes, les acteurs locaux sont autonomisés pour poursuivre les opérations de warrantage.

Démarrer la campagne de warrantage au moment où les prix moyens au stockage sont les plus bas.

La réussite des campagnes de warrantage est surtout fonction de la différence des prix moyens des produits entre le moment du stockage et celui de la vente. Pour cela, il convient de vite démarrer les campagnes au moment où les prix au stockage sont les plus bas ; les prix à la vente ne pouvant pas être contrôlés à l'avance. Donc, pour minimiser les risques de marché, il est important de démarrer le warrantage assez tôt.

Avoir un taux de nantissement faible. Minimiser le taux de nantissement permet de réduire le risque d'impayé en cas de chute ou de stabilité des prix lors du déstockage. En effet, si le taux est faible, en cas de difficultés les bénéficiaires ont de marge de manœuvre pour couvrir le coût du crédit. Le faible taux de nantissement améliore la marge bénéficiaire des acteurs car ils supportent moins de charges pour le crédit (taux d'intérêts, frais de dossier) qui souvent occupent une bonne partie des charges du warrantage.

Eviter la spéculation en démarrant le déstockage à un prix juste. La recherche de marge élevée conduit à la spéculation, ce qui entraîne des décisions tardives de déstockage pouvant conduire à la mévente et à la réduction considérable des marges bénéficiaires.

Au-delà des leçons, il y a des éléments à améliorer pour garantir la durabilité et la mise à l'échelle du système de warrantage.

La sécurisation de marchés rémunérateurs. Les marchés porteurs se sont révélés être des éléments de poursuite des campagnes de warrantage d'année en année. En effet, ils permettent de faire des ventes collectives et de vite écouler les produits stockés. Il est donc important de rechercher et fidéliser les marchés porteurs.

La transparence dans la gestion des campagnes de warrantage et l'intégrité des membres du comité. La gestion transparente des fonds est un élément clé de l'adhésion des acteurs et de la durabilité du mécanisme. Lorsque les membres du comité font preuve d'intégrité et de gestion transparente, cela encourage les adhérents à leur renouveler leur confiance et à poursuivre l'activité de warrantage. Les outils de gestion mis en place visent cette gestion transparente. Les réunions périodiques et bilans annuels effectués rendent également le processus transparent et encourage d'autres membres à adhérer.

La promotion de la digitalisation des paiements de fonds. L'intégration de la finance digitale permettra d'accroître la sécurité des fonds et la transparence au tour de l'opération, toute chose qui renforce la durabilité du processus.



à propos



Cette note de capitalisation est le résultat d'un processus programmatique qui a démarré en juin 2019 par l'élaboration d'un plan de capitalisation. Ce plan a identifié les thèmes d'intérêt sur lesquels le programme voudrait capitaliser ses expériences, résultats, leçons et succès. Ensuite, une revue documentaire, la collecte de données quantitatives et qualitatives, des entretiens avec les parties prenantes internes et externes du programme, et des ateliers d'écriture et de revue ont permis d'aboutir à cette note de capitalisation. Le processus a été coordonné par l'équipe de suivi-évaluation, apprentissage, communication et capitalisation du programme avec l'appui d'un consultant externe.

	Vision : contribuer à l'amélioration de la sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations rurales au Bénin.
	Objectif global : accroître les revenus agricoles des acteurs économiques à la base.
	Groupes cibles : producteurs, transformateurs, commerçants notamment les jeunes (18 à 35 ans) et les femmes dans 28 communes de quatre départements du Bénin : l'Ouémé, le Plateau, le Zou et les Collines.
	Produits cibles : maïs, piment, arachide et ses dérivés (huile d'arachide, klui klui...), soja, manioc et ses dérivés (gari, tapioca, lafun, cossettes), noix palmiste et ses dérivés (huile de palme) et le poisson (frais et fumé).
	Bailleur de fonds : Ambassade du Royaume des Pays-Bas près du Bénin.
	Budget global : 17,5 millions d'euros soit 11.474.279.000 de FCFA.
	Durée : novembre 2017 à novembre 2021 (4 ans).
	Mise en œuvre par : International Fertilizer Development Center le Centre International pour le Développement des Engrais (IFDC) en consortium avec CARE International Bénin/Togo et de l'Institut Royal des Tropiques (KIT).

remerciements



Cette note de capitalisation a été rendue possible grâce à l'engagement du staff technique des différents domaines du programme qui a porté les thèmes de capitalisation. L'équipe de facilitation est particulièrement reconnaissante envers Dr Constant Dangbegnon, Chef du programme ACMA2, qui a défendu et partagé l'idée selon laquelle la capitalisation pour mieux atteindre ses objectifs devra se faire dans un cadre programmatique ; il a par la suite facilité et fourni des orientations stratégiques pertinentes tout au long du processus de capitalisation. Nous tenons aussi à remercier les différentes parties prenantes du programme qui ont activement participé à la documentation des expériences, processus, et connaissances. Cette note de capitalisation est le fruit d'un travail collaboratif et participatif, et nous sommes reconnaissants envers tous les acteurs qui y ont contribué.

Championne : Rassidatou **MOUSTAFA**

Facilitateurs: Ousmane **Ouedraogo** (IFDC), Bertus Wennink (KIT), Olga **Kokode** (IFDC), Frejus **Thoto** (Consultant)





Royaume des Pays-Bas

ACMA2
Approche Communale pour le Marché Agricole - Phase 2

Contacts : Programme ACMA 2

IFDC-BENIN: Quartier Agbondjèdo Etoile Rouge c/1079

Face Complexe scolaire Baptiste, Cotonou, Bénin

Tel: (+229) 21 30 59 90 / (+229) 21 30 76 20

Chef Programme : cdangbegnon@ifdc.org;

www.ifdc.org/acma-BENIN/