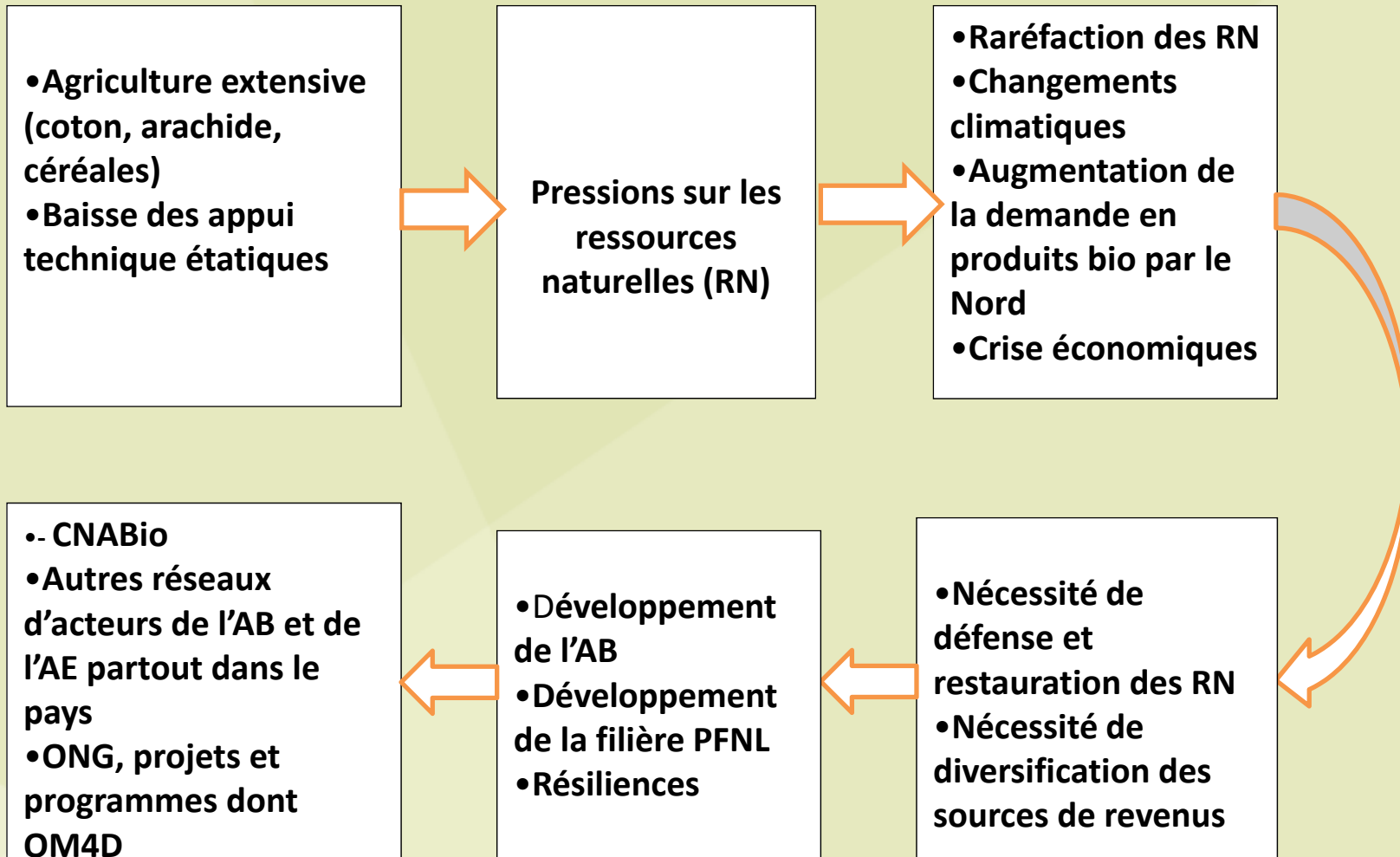


ANALYSE DES ACTEURS DE L'AB et L'AE au BURKINA FASO

CONTEXTE OM4D AU BURKINA FASO

Contexte



Caption Here

Objectifs de dynamisation du mouvement biologique burkinabè

1. Rendre les institutions biologiques compétentes, de telle sorte qu'elles facilitent la croissance et l'expansion du secteur biologique
2. Stimuler les systèmes alimentaires locaux en faveurs des marchés biologiques locaux à travers la certification SPG;
3. Stimuler l'offre des produits biologiques au niveau locale à travers l'augmentation des superficies, partant donc des volumes et Inciter le développement du marché local de ces produits grâce à la demande du marché;
4. Promouvoir aux niveaux national et international les politiques en faveur du développement du marché biologique avec l'inclusion des pauvres.

METHODOLOGIE

Rapid Appraisal of Agricultural Knowledge Systems (RAAKS)

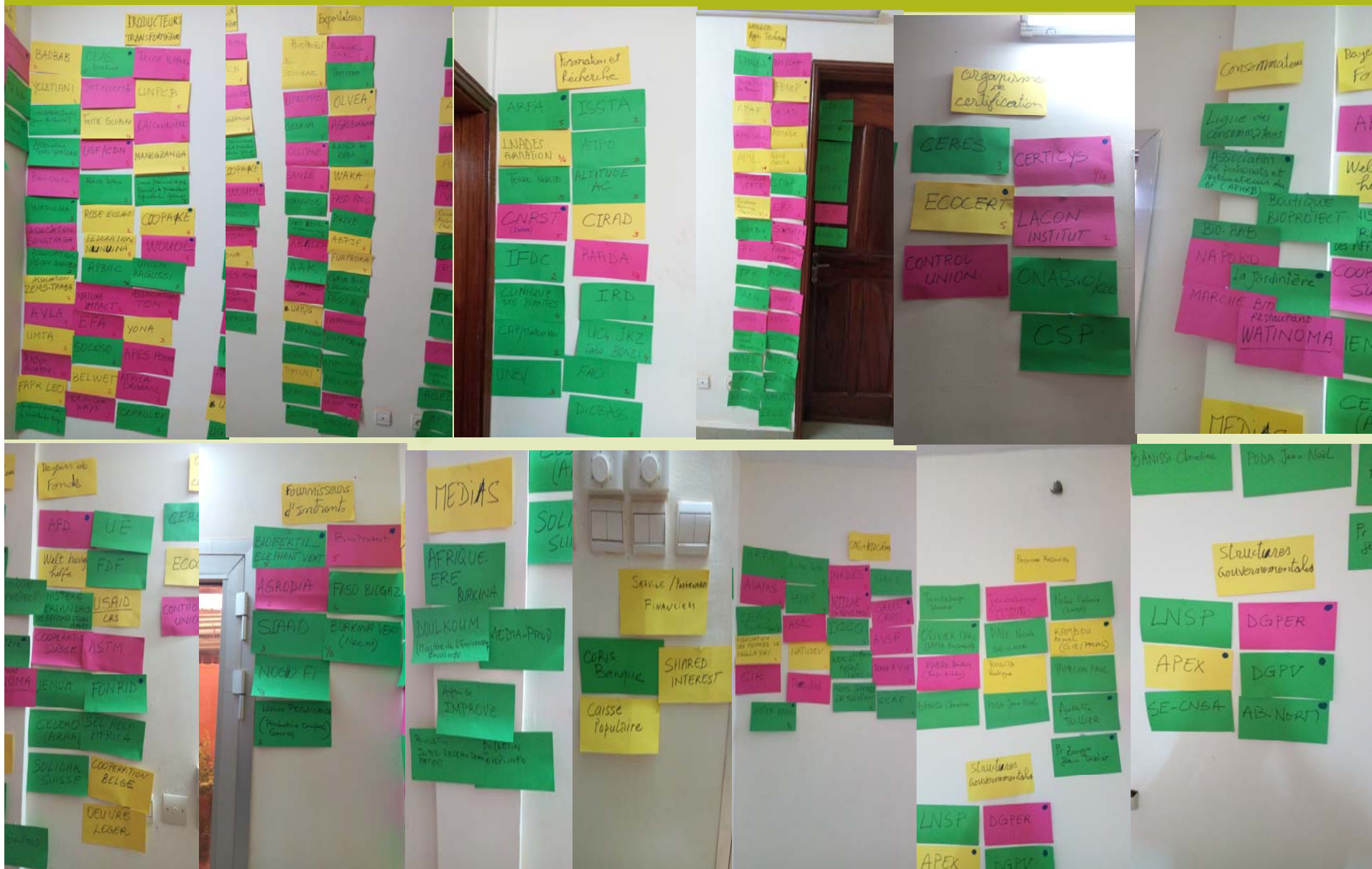
- Constitution d'une base de données de tous les acheteurs de l'AB et de l'AE du BF,
- Diverses sources utilisées:
 - Base de donnée du CNABIO,
 - Listes des participants à différentes rencontre d'information et de lancement de OM4D,
 - bases de données des organismes de certification actifs au BF,
 - Base de données de RONGEAD/NATIDAE,
 - Répertoire des acteurs en agroécologie au Burkina Faso (par autres sources),
- Mise en place d'une cellule de 08 personnes sur la base de volontariat pour faire l'analyse des acteurs.

RAAKS:

- Membres de la cellule en charge de faire l'analyse des acteurs de l'AB au BF:

NOM ET PRENOM (S)	Service/STRUCTURE/Fonction
COULIBALY Abdoulaye	OM4D/ Communicateur
BARRO Moussa	AVSF/ Assistant technique
Mme NEBIE Melanie	CNABIO/ Tresorière
ZEMBA Prosper	Ministère de l'Agriculture/ Pont focal AB
SAWADOGO Jean de Dieu	Président BIOPROTECT/B
SAVADOGO Arsène	CNABIO/ Technicien SPG
YOUGBARE Souleymane	CNABIO/ Chargé de mission

RAAKS: Regroupement des acteurs selon leurs rôles dans le secteur de l'AB/AE et affectation de scores (1 à 5), puis sélection des acteurs à enquêter. 37 acteurs ont ainsi été identifiés



RAAKS: Analyse des défis/Contraintes qui entravent:

- la professionnalisation du secteur de l'AB,
- le développement du marché local et ;
- du marché d'exportation des produits bio

MARCHE INTERNE

- Visibilité des marchés bio
- Insuffisance d'information sur les produits bio
- Faible concentration des acteurs
- Faibles implications des Médias dans le secteur Bio.
- Poussin d'achat faible
- Prix des produits bio relativement élevé
- Faibles idées Bio pour l'esprit et la cuisine.
- Usage abusif et incontrôlé de pesticides
- Coût faible des intrants chimiques
- Confusion entre bio et naturel
- Absence de protection du Terme bio au BF
- Faibles idées Bio pour l'esprit et la cuisine.
- Usage abusif et incontrôlé de pesticides
- Confusion entre bio et naturel
- Absence de protection du Terme bio au BF
- Manque d'informations et de données
- Visibilité des Marchés
 - Disponibilité
 - Sens
 - Diversité
 - Publicité
 - Partenaire
- USAGE Pesticides
 - Existence
 - Gestion
 - Détection

INTERN Les deux EXPORT

- Faible Accompagnement de l'Etat
- Faible stratégie de Commercialisation MARKETING
- Problème de Contamination aux Pesticides
- Insécurité foncière
- Sols pauvres
- Insuffisance de Main d'œuvre
- Absence de Packaging adéquat
- Manque d'équipements Appropriés (Transformation Production etc...)
- Manque de Laboratoires accrédités des Analyses des produits Bio
- Insuffisance d'intrant bio
- Plaidoyer
- Accompagnement

MARCHE EXPORT

- Insuffisance d'intrant bio pour le coton bio
- Coûts de Certification élevés
- Qualité des produits
- Organisation des acteurs
- Coût élevé de l'énergie.
- Faible valorisation des produits bio par rapport au conventionnel sur le marché international
- Thracacérie Douanière

MARCHE EXPORT

- Professionalisation du secteur Bio
- Insuffisance de Professionalisation des producteurs
- Organisation des acteurs
- Absence de réseau bio
- Absence de tentes réglementaires relatives au bio (production, transformation, exportation)
- Pression des Multinationales sur les lois
- Coût d'homologation Trop élevé des intrants pour Agri Bio.
- Absence de Promotion de produits Bio
- Manque de Plan d'affaires / de Vision
- Absence de Concentration des acteurs
- Organisation des acteurs
 - Créer un cadre de Convention nationale et personnelle
 - Impliquer pleinement les acteurs
 - Renforcer les capacités des acteurs
 - Pérenniser les réseaux existants d'acteurs
 - La certification de producteurs
- Absence de Plan bio
 - Pérenniser les réseaux existants d'acteurs
 - La certification de producteurs

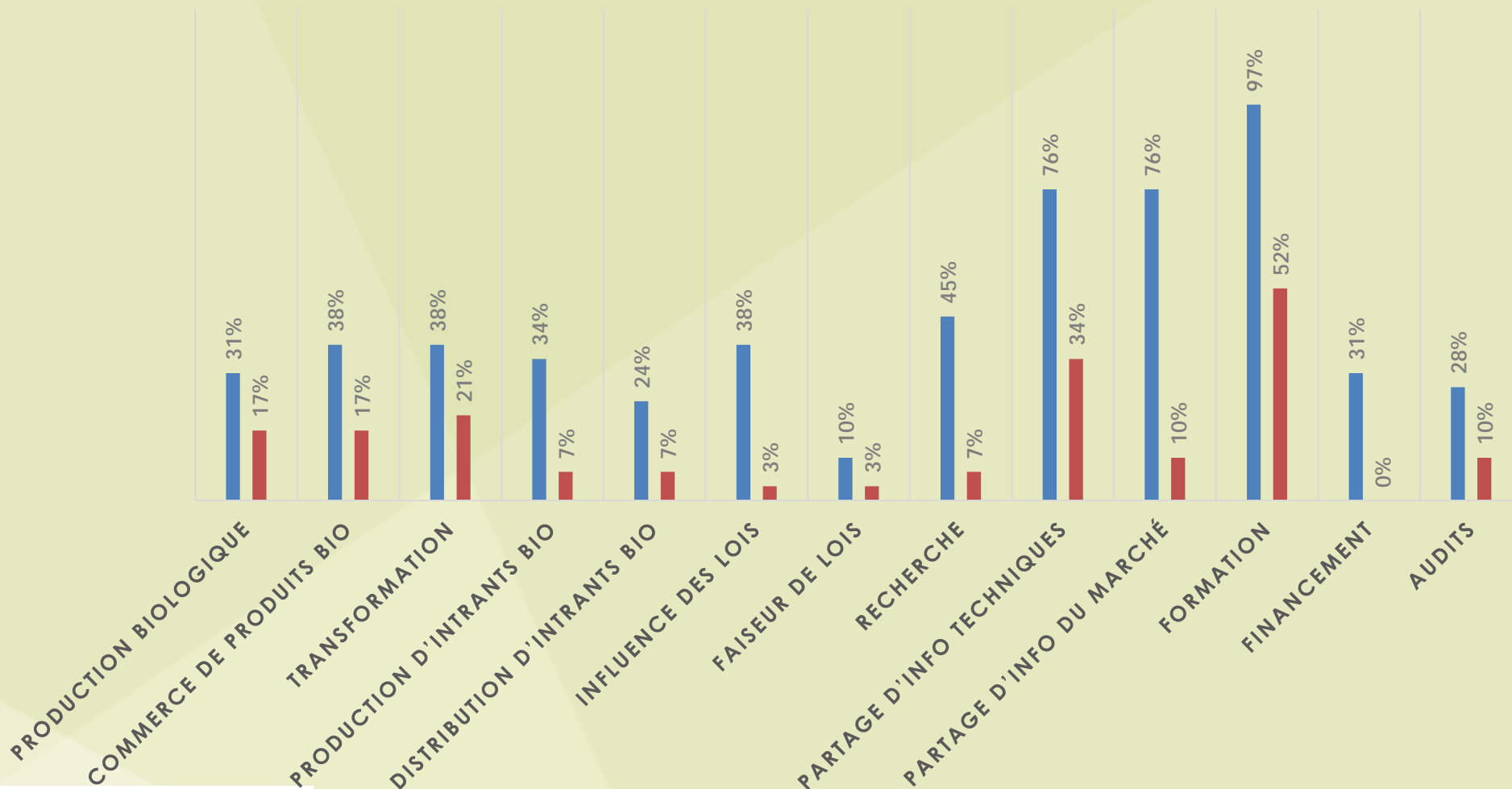
RAAKS

- Elaboration de questionnaires selon les trois thématiques (professionnalisation, marché local et marché d'exportation),
- Validation des questionnaires par la cellule en charge de l'analyse,
- Enquêtes (collecte des données) par la cellule d'analyse,
- Rédaction du rapport d'analyse des acteurs de l'AB au BF par la cellule d'analyse,
- Organisation d'un atelier de validation du rapport par les acteurs interviewés: **prévu pour début décembre 2018 à Ouagadougou,**
- Finalisation du rapport: **prévue pour fin décembre 2018.**

RESULTATS

Typologie des acteurs de l'AB et l'AE au BF

TYPOLOGIE DES ACTEURS AB/BF: RÔLE



Caption Here



ORGANIC MARKETS FOR DEVELOPMENT

■ Pourcentage d'acteurs actifs dans ces domaines

■ Pourcentage d'acteurs majeurs

Topic / Title of presentation

Les objectifs des acteurs de l'AB au BF

Les objectifs de professionnalisation des acteurs de l'AB au BF

- Promotion de l'AB
- Economique (Recherche du profit)
- Protection et amélioration de la santé des populations
- Protection et sauvegarde de l'environnement
- Valorisation des intrants biologiques
- Lutte contre l'insécurité alimentaire et la malnutrition
- Meilleure organisation du secteur biologique
- Résilience et adaptation aux changements climatiques
- Développement communautaire
- Promotion de l'équité sociale
- Meilleure visibilité
- Amélioration de la transformation des produits biologiques
- Vulgarisation des produits de la recherche au profit des petits producteurs bio
- Promotion et appropriation du SPG par les acteurs de l'AB

Les objectifs de développement du marché local des produits bio au BF

- Développement du marché local des produits bio pour la viabilité du secteur bio
- Promotion de la consommation des produits sains (Bio) locaux
- Economique (Recherche du profit)
- Protection et sauvegarde de l'environnement
- Lutte contre l'insécurité alimentaire et la malnutrition
- Rassurer le consommateur
- Partenariat « Sud-Sud » entre Producteurs-Ministères du en charge du développement rurale-ONG-secteurs privé-ONG
- Promotion de l'AB
- Créer un comptoir permanent des produits biologiques

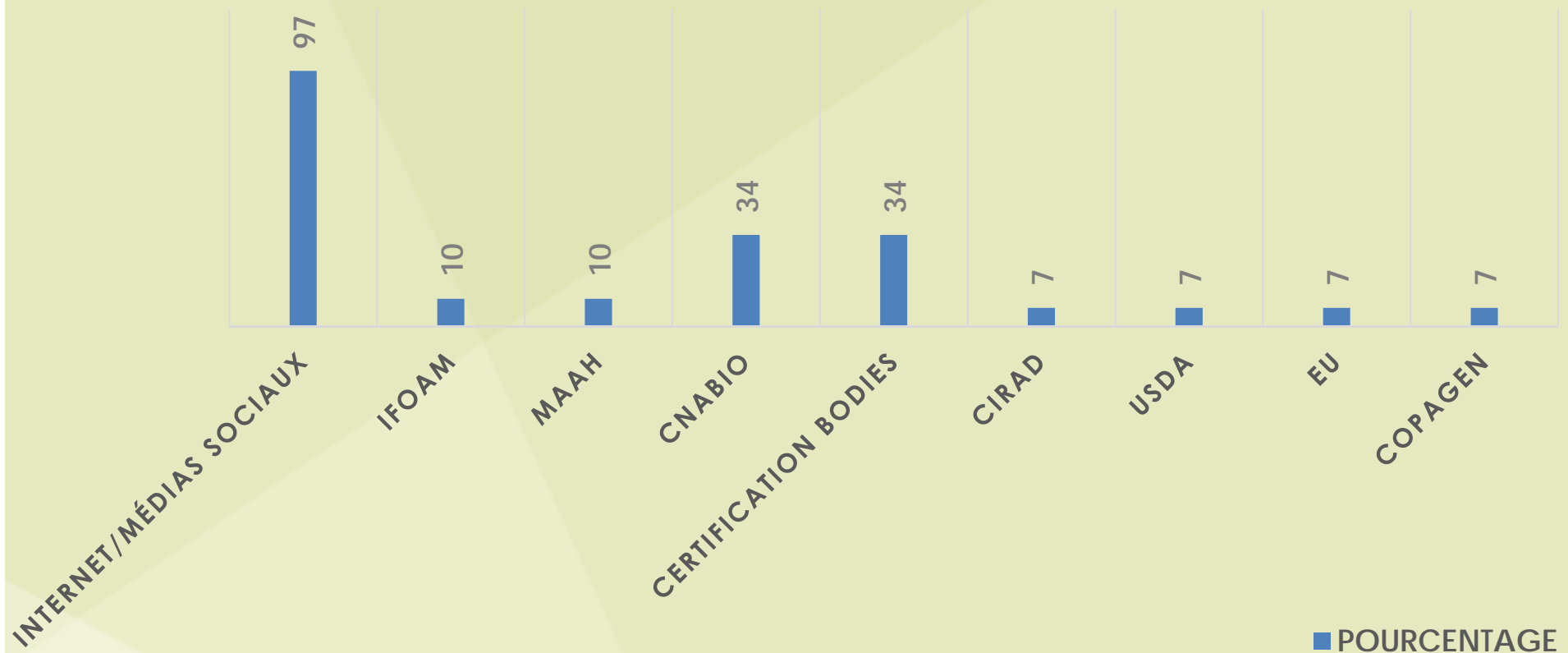
Les objectifs de promotion des exportations de produits bio au BF

- Economique (Recherche du profit)
- Rassurer le consommateur

LES PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION DU SECTEURS BIOLOGIQUE BURKINABE

Sources de l'information sur l'AB au BF

PRINCIPALES SOURCES DE L'INFORMATION DU SECTEUR BIO ET DE L'AAU BF



LES DEFIS/CONSTRAINTES ET SOLUTION

Les contraintes de professionnalisation du secteur bio. 1/2

Contraintes	Solution
Pénibilité du travail dans le domaine biologique	<ul style="list-style-type: none"> - Appui financier des ONG, Etat et secteur privé - Renforcement des capacités techniques des acteurs
Raréfaction de la main d'œuvre	-
Concurrence de l'agrobusiness (fortement attaché à l'agri chimique),	-
Faible niveau d'organisation des acteurs du bio	<ul style="list-style-type: none"> - Créer et animer des cadres de concertations, des réseaux d'acteurs du changement (acteurs directs)
Réticence des autres acteurs	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation et plaidoyer pour plus de confiance en l'AB - Motivation (prime) aux acteurs exemplaire en AB et AE
Milieu paysan hostile aux innovations	-
Réticence des femmes au leadership	<ul style="list-style-type: none"> - Alphabétisation - Motivation (prime) aux acteurs exemplaire en AB et AE
Insécurité foncière, sur tout pour les femmes,	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation et plaidoyer
Analphabétisme des producteurs bio,	<ul style="list-style-type: none"> - Alphabétisation
Déphasage entre normes édictées et niveau de scolarisation des acteurs	<ul style="list-style-type: none"> - Standards et messages d'information et de sensibilisation en langues locales
Menace des produits chimiques, notamment les herbicides	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation (message oraux de sensibilisation en langues locales) et plaidoyer pour plus de confiance à l'AB - Education à l'agro écologie - Contrôler l'importation des produits chimiques - Formation, sensibilisation des producteurs sur les effets néfastes des produits chimiques - Impliquer l'Etats et les OSC dans la lutte contre la prolifération des produits chimiques

Les contraintes de professionnalisation du secteur bio. 2/2

Contraintes	Solution
Insuffisance d'eau d'arrosage (saisonnalité),	- Appui financier des ONG, Etat et secteur privé - Construction d'infrastructure hydro-agricoles,
	- Diversifier les activités (élevage),
Manque de semences biologiques,	- Plaidoyer auprès des autorités et implication de la recherche
Faible niveau d'efficacité de certains intrants bio	- Plaidoyer auprès des autorités et de façon transversale en impliquant la recherche - Proactivité des fournisseurs d'intrants avec les producteurs du bio
Faiblesse de l'offre des intrants bio (pérennité)	- Plaidoyer pour élargir les subventions étatiques et des ONG aux intrants bio
Difficulté d'accès aux services financiers	- Une meilleure organisation des acteurs à travers un cadre de concertation de tous les maillons,
Faiblesse de la productivité en AB/ Sols très pauvres,	- Implication de la recherche - Diversifier les activités (élevage),
Insuffisance de fertilisants Organic	- Implication de la recherche - Adaptation des fournisseurs
Faible capacité de planification de la production étalée dans le temps,	- Appui financier des ONG, Etat et secteur privé - Renforcement des capacités techniques des acteurs
Insuffisance d'expertise (bureaux d'étude) dans le domaine du bio	- Projets de recherche (fermes pilotes pour faire tache d'huile),
Manque de formation des agents publiques agricoles sur le Bio	- Formation systématique des agents d'encadrement du MAAH sur AB
Crises de leadership qui ébranlent les activités de certains opérateurs bio	
Perpétuelles changement/Modifications des normes internationales (difficulté d'adaptation des	- Promouvoir les certifications alternatives = SPG

Les défis liés à la professionnalisation du secteur bio. 1/1

Défis	Solution
<p>Apprentissage systématique de l'AB par les apprenants des universités et centres de formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Insérer systématiquement l'AB et l'AE dans leurs programmes de formation - Conférence sur état des lieux, - Adaptation/Révision/Elaboration des contenus de formation, - Dotation en infrastructures adéquates - Effet « écoles modèles » - Avoir de la ressource humaine (enseignants pratiquants) - Education primaire en AB/AE
<p>Conviction des autorités et des responsables de ces universités sur la pertinence de l'insertion des thèmes sur l'AB dans les curricula des universités et centres de formation professionnels</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Information/Plaidoyer - sensibilisations
<p>Absence de pratique (application sur le terrain) dans centres agronomiques et les écoles ou centre agricoles</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Implication de l'Etat - Encourager la spécialisation des étudiants en AB (études diplômantes) - Aménagement/ Construction de centre d'application (manipulation/pratique) en Ab /AE - Collaboration entre les centres de formation et les acteurs du bio
<p>Professionnalisation (spécialisation) des acteurs de l'AB</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Minimiser les coûts de production pour pouvoir répondre au pouvoir d'achat des consommateurs - Formation et sensibilisation des acteurs - Créer des évènements pour la promotion des produits bio (foires) - Soif de l'autonomisation (éviter ou réduire l'assistanat)

Les contraintes de développement du marché local des produits bio au BF 1/1

Contraintes	Solution
Accès au marché	<ul style="list-style-type: none"> - Réseautage - Mener des actions de promotion de la consommation locale des produits bio - Acquisition en moyens de transport (tricycles), - Répertorier tous les acheteurs du bio au BF, - Création de marchés et de boutiques bio - Restaurants bio - Travailler avec les cliniques, hôpitaux, cantines scolaires, université (RU),
Cherté des médiats publicitaires	-
Non maîtrise de la traçabilité par les acteurs	- Renforcement de capacité
Qualité non adéquate des emballages	- Sensibiliser les acteurs à l'utilisation d'emballages adaptés
Instabilité des clients	<ul style="list-style-type: none"> - Diversifier les clients - Pérennité de l'offre des produits bio
Méconnaissance du bio par le grand public	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte de l'AB dans les politiques publiques - Plateformes sur l'AB, l'AE sur internet - Message oraux d'information et de sensibilisation en langues locales sur le bio - Inviter les projets et programmes à mener des activités pour le développement du marché des produits bio et AE

Les défis liés au développement du marché local des produits bio au BF 1/1

Défis	Solution
Méconnaissance de l'AB par les populations/Consommateurs locaux, ce qui entraîne des confusions graves	<ul style="list-style-type: none">- Information : sensibilisation du grand public sur l'AB (pas un lux mais question de santé publique)- Education au Bio
Implication des états à travers les instances suprêmes tels que l'UEMOA, les ambassades etc. dans la promotion de la consommation des produits locaux bi	<ul style="list-style-type: none">- Plaidoyer
Emballages non adaptés	<ul style="list-style-type: none">- Recherche de fournisseurs d'emballages adéquats
Disponibilité des produits bio dans le temps (bonne planification de la production)	<ul style="list-style-type: none">- Soutien aux producteurs (eau de travail)- Accompagnement des acteurs pour le contrôle des ravageurs- Accessibilité et disponibilité des produits bio dans les grands commerces
Diversité des produits (pour fidéliser les clients),	<ul style="list-style-type: none">- Sensibilisation des consommateurs pour stimuler la demande et augmenter l'offre afin de motiver les producteurs
Harmonisation des prix des produits bio sur le marché local	<ul style="list-style-type: none">- Circuit de distribution à assainir (lutte contre la fraude)

Les contraintes de développement du marché d'exportation des produits bio au BF au BF 1/1

Contraintes	Solutions
Accès au marché	<ul style="list-style-type: none"> - Réseautage - Répertorier tous les acheteurs du bio au BF, - Les acteurs doivent créer leurs propres marques et les défendre (exemple ICNE chez WOUOL)
Instabilité des clients	<ul style="list-style-type: none"> - Diversifier les clients
Exigences des clients à l'export (délais trop courts)	
Coût de la certification OGG et des analyse labo trop élevé (y compris SCI), ce qui réduit la compétitivité de nos produits sur le marché international	<ul style="list-style-type: none"> - Bonne maîtrise du système de production et de transformation/manipulation du bio pour réduire les coûts de certification internationale - Meilleure implication des organismes de certification dans l'information et la sensibilisation des acteurs sur les facteurs qui renchérissent les coûts de certification - Travailler avoir un ou des laboratoires accrédités pour les analyses chimiques au niveau local ou régional
	<ul style="list-style-type: none"> - Contrats fermes
Fuite des clients due aux contaminations récurrentes des produits bio origine BF	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcement des compétences au niveau bio, - Sensibilisation
Non maîtrise de la traçabilité par les acteurs	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcement de capacité
Qualité non adéquate des emballages	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibiliser les acteurs à l'utilisation

Les défis liés au développement du marché d'exportation des produits bio au BF 1/1

Défis	Solution
Gestion des clients (fidélisation)	- Bonne organisation des acteurs du Bio en étudiant les facteurs d'échec des organisations précédentes
Insuffisance de matière première pour les entreprise exportatrices	- Encourager les producteurs à augmenter les superficies bio pour accroître l'offre de produits bio
- Connaissance du mécanisme de fonctionnement du marché international des produits bio (information pour prévoyance)	- Assistance expertises, - Veille permanente sur le marché - Site Web et SIAM/ Bonne connexion internet
Faible capacité de négociation commerciales (Exemple : Non maîtrise des capacités de production)	- Assistance expertises (formations)

Présenté par
Abdoulaye COULIBALY,
coulibalya67@yahoo.fr

THANK YOU!

www.ifoam.bio