

Anne Luxereau

Marthe Diarra

Changement social et valorisation des produits localisés au Niger

Le Niger a débuté une action pour faire reconnaître auprès de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle la provenance géographique d'un certain nombre de ses productions. L'objectif est pluriel : les protéger contre des délocalisations avec usurpation du nom¹, les promouvoir sur les marchés internationaux, en améliorer la qualité et la normaliser, tout ceci dans un contexte englobant d'aménagement des territoires et de lutte contre la pauvreté. Il s'agit d'une démarche volontariste récente, mise en œuvre par le Ministère du commerce et qui s'appuie sur les réseaux des grands commerçants. Elle porte, dans un premier temps, sur l'oignons violets de Galmi, avec la création d'une marque collective reconnaissant la provenance « Niger », déclinée ensuite selon les lieux de production². Dans le même temps, les commerçants de souchet de Maradi cherchent avec leurs homologues du Burkina Faso et du Mali, à mieux vendre leur produit en Europe mais craignent qu'une provenance unique soit préjudiciable à la qualité de ce souchet. Enfin les autorités administratives et politiques en charge du département de Diffa cherchent également à organiser les filières de commercialisation, notamment celles d'exportation vers le Nigeria, où la provenance nigérienne de ce poivron est oubliée.

Ces trois produits sont essentiellement cultivés pour la vente. La progression de l'agriculture de rente est, partout au Niger, un phénomène tonique depuis quelques décennies. Pour l'Etat comme pour les agriculteurs, l'apport économique lié à la commercialisation de cet ancien 'vivrier marchand' est considéré comme un des moyens majeurs pour équilibrer les budgets domestiques en complétant ceux de l'agriculture céréalière qui ne couvrent plus qu'imparfaitement les besoins. Il représente également une source de revenus pour les collectivités territoriales et l'Etat. Cet essor a bénéficié de soutiens étatiques dans l'après-sécheresse de 1972-74 mais les grands programmes de développement la concernant de manière spécifique sont arrivés tardivement, après la sécheresse de 1984-85³. Ils ont concerné

¹ Un Conseil national de la normalisation, mis en place, au sein du Ministère du commerce, de l'industrie et de la promotion du secteur privé, a déjà produit entre 2004 et 2006, des normes pour l'oignon, le niébé, la gomme arabique, les cuirs et peaux, la viande fraîche et sèche (*kilishi*), ainsi que le lait et les laitages.

² L'appellation « oignon violet de Galmi » est devenue un nom générique et ne peut plus être déposée auprès de l'OAPI (comme d'ailleurs « croix d'Agadez » ou « *kilishi* » pour la viande séchée). Cet oignon est par ailleurs sérieusement concurrencé par le violet de Koudougou (Burkina) amélioré par l'IRAT dans les années 1965-66 à partir des mêmes souches, ainsi que par le violet de Korhogo (Côte d'Ivoire) qui a incorporé des semences provenant de Galmi. Il en va de même pour les deux exemples ci-dessus : la croix d'Agadez est fabriquée un peu partout au Sahel et le *kilishi* est préparé également un peu partout en Afrique de l'Ouest, souvent par des lignages de bouchers ayant migré depuis le Niger (en particulier l'Ader).

³ Notamment avec un programme de la Banque mondiale de Promotion des exportations agro-pastorales, (PPEAP) et d'organisation des filières. Il n'en demeure pas moins que la plupart des programmes de développement s'intéresse plus à la production qu'à la commercialisation.

des productions bénéficiant déjà d'une réputation affirmée qui associait explicitement par le nom, leur qualité au lieu de leur production. Cette notoriété a constitué un outil de valorisation certes informel mais très efficace sur les marchés. L'augmentation de la production et l'agrandissement des surfaces de culture ont été liés à une demande croissante, en particulier de la part des Etats de l'UMOA. Les programmes de développement sont intervenus secondairement, alors que les usages locaux d'accès au foncier, d'organisation de la production et de la commercialisation avaient déjà grandement évolué de manière endogène. Surtout axés sur l'augmentation de la production, ils n'ont pris en compte que très récemment les impacts sur l'environnement et la diversité biologique spontanée ou cultivée.

A partir de nos recherches empiriques, nos analyses porteront ici sur cette modification des systèmes de production, sur le changement social et sur les disparités qui l'accompagnent. Elles mettront en évidence le poids des traits de société dans ce processus avec, en arrière-fond, une interrogation de nature qualitative, la résolution des points de tension pour une adoption de ces démarches, encore plus prospectives qu'effectives. Trois produits retiendront ici notre attention : deux produits de l'agriculture irriguée de bas fond, l'oignon violet de Galmi en pays *hausa* et le poivron de Diffa en pays *kanuri* puis le souchet de Maradi, produit par des populations *hausa* de cet ancien Etat précolonial, mais cette fois sur les terres d'agriculture pluviale.

I Les produits

L'oignon violet de Galmi provient de l'amélioration, au tournant de la décolonisation, de cultivars de la région montagneuse *hausa* de l'Ader. Il en existe d'autres au Niger, tous cultivés en irrigation autour des mares ou des points d'eau de surface, pour une consommation locale toujours très commercialisée. L'oignon de Galmi, avec environ 300.000 t produites pour un chiffre d'affaire estimé à plus de 10 milliards de Fcfa (plus de 15 millions d'€), représente près de 80% de la production nigérienne. C'est une culture ancienne connue localement sous le nom de *tassa* (la 'tasse', ce qui souligne une historicité faible dans la désignation de la variété) et ailleurs en référence à son origine, *el galmi*. Son excellente réputation sur les marchés du Togo, du Ghana ou de la Côte d'Ivoire (due à son goût mais aussi à son aptitude à la conservation), ainsi que la constitution, dans les années 1985, d'un solide réseau de commerçants originaires de cette région de l'Ader, fait qu'il est très majoritairement exporté (sans qu'il soit possible de donner des chiffres fiables). Les acheteurs contactent les producteurs par des intermédiaires, vérifient sur place la qualité des oignons et donnent des sacs identifiés que le producteur remplit et se charge d'apporter sur un lieu de stockage. Les oignons y sont alors triés en fonction de leur taille et de leur couleur. Des programmes de développement récents⁴, ont permis que la zone de culture de cet oignon s'agrandisse notablement en englobant des régions voisines des premiers centres, voire même que sa culture en sorte et soit pratiquée dans d'autres groupes sociaux. Ces programmes ont donc contribué à notablement augmenter la production et les surfaces mais sur une tradition ancienne locale de jardinage irrigué.

Le poivron (*tatasay*), avec deux variétés principales le *kangadi-n'glaro* (corne de mouton) et le *muri koro* (crottin d'âne), est cultivé dans la vallée de la rivière Komadougou Yobé, habitée, au Niger comme au Nigeria, par les mêmes groupes sociaux. Bien qu'il m'ait pas la

⁴ Le projet post-colonial d'aménagement de l'Ader-Doutchi-Maggia avait déjà permis d'étendre la zone de culture vers le sud mais la culture de l'oignon n'était pas un fait général. En 1980 le projet intégré de Keita, le programme FIDA de Badéguichiri, le Projet de développement rural, de Tahoua ont consolidé la production de cette zone. En 1988 le Projet Basse vallée de la Tarka, en soutenant la petite irrigation privée, a non seulement agrandi la zone de production mais généralisé cette culture au point que cette région produit actuellement 70% de la récolte régionale. En dehors de l'Ader, l'oignon violet de Galmi est surtout cultivé en Air, avec une commercialisation en partie effectuée à Galmi.

même profondeur historique que l'oignon de Galmi, il est identitaire de cette région : c'est « l'or du Manga ». Les tout premiers apparaissent vers 1956, en provenance de Nigéria, et s'insèrent dans un cortège de plantes cultivées en irrigation, technique ancienne et fort bien maîtrisée localement, d'emblée pour la commercialisation. Depuis les années 1970-80, son utilisation et sa renommée se sont installées au Niger et sa culture tend à sortir aussi de ce bassin d'origine. La valeur économique de cette culture est difficile à évaluer, sans doute entre 5 à 6 milliards annuels de Fcfa (7 à 9 millions d'€) pour une production qui représenterait 6-7.000 à plus de 12.000 t (AUDEC, 2006, Abdou et Saadou, 2004) soit les 4/5^e de la production nationale. Les superficies qui lui sont consacrées sont estimées entre 4 et 8.000 ha (AUDEC, 2006) représentant 60 à 65 % des cultures irriguées de ce département. Le poivron s'exporte aujourd'hui toujours à plus de 70% vers le Nigeria mais également vers les autres pays de l'UMOA. Les prix sont fixés localement en référence au marché de Maïduguri ; là, les sacs sont ouverts et les fruits évalués selon plusieurs qualités ; au Niger, cette évaluation se fait en tâtant et secouant les sacs non ouverts.

Le troisième produit est le souchet de Maradi (*aya*), au cœur d'un des grands Etats *hausa* historiques⁵. Le souchet est une culture pluviale, donc en concurrence directe avec la production céréalière et celle des arachides, longtemps principale culture de rente. Sa culture est attestée dans la région de Maradi par les archives coloniales, déjà comme culture d'exportation vers le Nigeria. Il fait partie du vivrier marchand local ancien et a singularisé une petite région de 11 villages, tous peuplés de *Katsenawa* en grande partie originaire de Nigeria où ce souchet est toujours très apprécié mais ne se cultive pas. Deux types se différencient avec des variétés différenciées pour chaque type : le petit souchet et le gros, introduit il y a une centaine d'année. Plus de 80% de la récolte estimée à 100.000 tonnes sont commercialisés sur quelques grands marchés, dont celui de Maradi, et exportés, comme les autres produits retenus ici, largement de manière informelle vers le Nigeria (sans doute les 2/3 de la récolte pour des recettes d'exportations de l'ordre de 2,5 milliards de francs cfa en 1994 et en 2001, soit près de 4 millions d'€). Les vendeurs apportent leur production sur le marché ou passent par des collecteurs. Les acheteurs examinent la qualité en ponctionnant du souchet dans les sacs ; ils peuvent aussi trier et nettoyer les cornes directement sur les marchés.

II Des disparités accentuées du côté des hommes

Des points communs permettent de lier les trois systèmes de production : c'est une agriculture modernisée, intensive et coûteuse car elle suppose l'emploi d'engrais et de produits phytosanitaires (au-delà du nécessaire ce qui met en péril l'environnement mais nous n'aborderons pas ici les problèmes de durabilité écologique) ; elle produit localement de la richesse qui se montre à travers l'habitat, les investissements villageois et le comportement social ; elle peut être très rentable ou maintenir les producteurs dans un système de dépendance vis-à-vis de prêteurs ; les jeunes et les petits paysans, loin de s'enrichir, peuvent plonger dans une pauvreté et une dépendance accrues ; ceux qui s'enrichissent deviennent des commerçants et ce sont eux (ou leurs intermédiaires) qui fixent les prix car les groupements de producteurs (coopératives, organisations villageoises, unions ou fédérations) n'ont pratiquement encore aucune influence en ce domaine.

Les disparités d'accès à la terre

L'élément essentiel pour bien tirer partie de ces cultures est en tout premier lieu l'accès à des terres appropriées. Ce premier frein n'est pas opératoire pour le poivron de Diffa car les terres

⁵ Du souchet est également produit dans le Zarmaganda, à l'ouest du Niger. C'est une culture féminine, produite sur les marges des champs des époux et qui représente moins de 5% de la production nationale.

libres sont encore en suffisance, se prêtent, se louent contre quelques sacs à la récolte. Il n'en est pas de même pour l'oignon et le souchet.

Dans la région de culture de l'oignon, la proximité de la nappe phréatique et la fertilité des terres ont participé à ce que le bassin d'origine devienne tout à la fois saturé et plus exigeant en engrais aux dires des agriculteurs. Les surfaces consacrées à l'oignon ne sont pas bien grandes (entre ¼ et un peu plus de 1 ha par producteur) mais pour acquérir leur indépendance, les fils doivent acheter ou louer des parcelles dans les nouveaux bassins de culture où la généralisation de la petite irrigation privée la rend possible, même en dehors des terres de vallée. Un mouvement saisonnier de population masculine et principalement jeune en est né, qui alimente une marchandisation accrue des terres.

Le souchet a été longtemps cultivé sur de petites parcelles très fumées de quelques ares, et il a longtemps représenté une source de revenus privilégiée par les jeunes hommes pour faire face aux dépenses de courtoisie des fiancées. Avec la vulgarisation de l'utilisation des intrants agricoles destinés à cette époque à l'arachide, une catégorie de producteurs a fait fortune en se lançant en grand, bien avant les autres, dans cette spéculation ; on les nomme les '*dan 'aya*, les 'fils du souchet'. Grâce à leurs revenus substantiels, ils ont su, comme les grands commerçants (eux aussi identitaires de Maradi) capitaliser des terres achetées à des producteurs non autosuffisants, en particulier ceux que la succession d'épisodes de sécheresse a laissé sans épargne monétaire ou que des obligations sociales ont contraint à se défaire d'une partie de leur fonds. Les différences de surface consacrées au souchet ont été estimées en 1995 de ¼ à 35 ha (CADEG, cité par Almou Mani, 2008). Depuis cette date, les différences d'accès au foncier n'ont cessé de se creuser avec un mouvement général de décapitalisation des petits agriculteurs fragiles. L'affirmation courante à Maradi que « tout le monde fait du souchet » est une contre-vérité : nos enquêtes dans un village du centre de la zone, ont montré que plus d'un quart des chefs de famille n'en semait pas du tout. Dans la partie sud de la zone souchet, nouvellement consacrée à cette culture, l'existence de réserves foncière a favorisé un fort mouvement d'accaparement des terres et permet par exemple à un très gros producteur de mettre en valeur 80 ha en souchet. Les jeunes hommes subissent en aval ces inégalités car il est rare de louer une terre pour y cultiver du souchet. Ceux qui ne peuvent plus avoir accès à une parcelle prélevée sur le fonds familial, forment le gros du salariat agricole, naguère constitué de migrants originaires de l'Ader. Depuis 2006, certains d'entre eux migrent à leur tour en tant que salariés agricoles vers l'ouest du pays où quelques producteurs tentent d'implanter cette culture.

Les disparités d'épargne et de bénéfices

Tous les comptes d'exploitation montrent qu'il s'agit là de cultures onéreuses, surtout lorsque l'exploitant doit recourir à du salariat agricole. Les budgets établis en 2007 avec les producteurs de souchet situent la mise de fonds aux alentours de 150.000 à plus de 300.000 Fcfa / ha (lorsque l'essentiel de la main d'œuvre est fournie par l'agriculteur⁶) en fonction des achats d'engrais. Pour le poivron, ces charges sont estimées entre 850 et 900.000 Fcfa /ha⁷ et ils sont comparable pour l'oignon (Hassane Dagna pour 2001 et 2002). A titre de comparaison, la culture totalement salariée d'un hectare en mil ou mil et niébé n'atteint pas 100.000 Fcfa. Il est donc nécessaire, en

⁶ Beaucoup de fonctionnaires se sont essayés à la culture de l'oignon et du souchet mais ont abandonné en particulier parce que l'obligation de salarier des ouvriers pour toutes les façons agricoles grevait les comptes d'exploitation. Seuls ceux qui se lancent en association pour cultiver du poivron résistent.

⁷ 33% concernent les dépenses d'engrais et de pesticides/herbicides, 25%, celles de carburant / lubrifiants des motopompes, puis par la main d'œuvre, l'achat de semences et d'emballages (Agrifor Consult, 2005).

début de campagne, d'avoir les ressources nécessaires pour la mener à bien, ce qui est loin d'être un cas général.

Pour un producteur de souchet, « *aujourd'hui le pauvre n'a pas le choix, il ne peut pas le faire. Si tu n'as pas de quoi nourrir ta famille, tu ne peux pas t'engager dans le souchet* ». La situation des producteurs de poivron est bien plus critique car la réduction des pluies particulièrement sensible dans cette région, rend les autres récoltes tout à fait aléatoires : selon K. Harouna (2008), elles ne représentent que 23% des revenus des agriculteurs tandis que le poivron en assure la moitié. Cette fois, on peut dire que pratiquement tout le monde en cultive (y compris bon nombre de fonctionnaires urbains). Tout un système d'emprunts diversifiés s'est mis en place, qui va de l'association d'un propriétaire qui achète les intrants (dont le coût sera déduit des bénéfices) avec un associé qui fournit le travail (ou l'inverse), à un propriétaire qui emprunte tout en début de campagne auprès d'un commerçant (son « patron ») et lui donne la moitié de sa récolte. A cours d'argent frais, ces producteurs désargentés vendent leurs poivrons dès qu'il est mûr, c'est-à-dire au moment où les cours sont les plus bas. Ils sont quelquefois obligés de contracter de nouveaux emprunts pour acheter leur nourriture.

Les recettes sont pourtant à la hauteur de ces frais d'exploitation et, lorsque la culture réussit, lorsque les prix de vente sont bons, les revenus peuvent être de 300 à 750.000 Fcfa/ha pour le souchet selon les variétés et les cours au moment de la vente. L'ampleur de la différence de revenus est à mettre en relation avec la différence d'accès aux engrais d'une part – moins on en met et moins on récolte – mais également avec les moyens de cette production. L'exemple de l'oignon est parfaitement explicite à cet égard. Un premier producteur arrose 3 ha d'oignons avec 4 motopompes et atteint un rendement de 17 t/ha ; ses charges sont bien entendu à la hauteur de son équipement mais il dégage en fin de campagne un bénéfice de plus de 1 million de Fcfa. Son voisin n'a qu'1/2 ha d'oignons qu'il arrose à la puisette ; son rendement n'est que de 10 t/ha et son bénéfice n'atteint pas 150.000 Fcfa car il vend aussi vite que possible alors que le premier peut attendre et spéculer sur la hausse des prix en cours d'année. Au résultat, si l'on prend cette fois les chiffres relatifs au poivron pour la campagne 2005-2006, 43% des producteurs ont atteint ce que l'on considère comme le revenu moyen, entre 500.000 Fcfa et 1 million par hectare (soit pour des parcelles de moins d'1/2 ha des revenus peu importants), 12 % ont gagné plus, 31 % n'ont pas atteint cette barre des 500.000 Fcfa et 14% ont perdu de l'argent ; deux années auparavant, ces perdants représentaient 44% des personnes enquêtées (ONG Karkara-DED, cité par PAPAK 2006 : 20).

Pour profiter de ces productions « *il faut [déjà] avoir les reins solides* ». Les conditions de culture sont risquées et les cours très variables à l'intérieur de la saison et d'une année sur l'autre, sont fixés par les commerçants. En bout de chaîne, les producteurs qui sont obligés de vendre à la récolte, n'ont guère de moyens de maîtriser leurs revenus. En revanche les grossistes et les gros producteurs bénéficiant d'une épargne suffisante peuvent spéculer sur la hausse des cours, s'équiper en intrants et acheter les champs qui se présentent à la vente – et donc avoir des récoltes de céréales plus que confortables –, se démarquer par leur mode de vie du reste de la population. Avant l'expansion de ces cultures, le modèle d'enrichissement des hommes passait par le commerce, les bénéfices étant éventuellement investis dans l'achat de terres. Désormais le modèle s'est inversé : les gros producteurs réalisant des plus-values se lancent dans le transport et le commerce, puis de reprennent à leur compte le modèle social antérieur des hommes riches. « L'agriculture est la souche de la richesse »

III La place des femmes

La participation des femmes à ces productions souligne combien ces sociétés voisines leur réservent des rôles différents, dans la tradition autant que dans l'innovation agricole. Elle souligne également que les budgets des épouses et ceux de leurs maris sont indépendants et

que ces femmes mettent en œuvre des stratégies personnelles pour se constituer un pécule d'autant plus important maintenant que les revenus agricoles ne couvrent plus les besoins des familles.

La place des femmes *hausa* dans le système oignon

La situation des femmes *hausa* de cette région est rapide à exposer car peu de choses ont changé pour le plus grand nombre, jusqu'à présent. Les femmes *hausa* sont agricultrices et dans certaines régions elles peuvent normalement bénéficier en propre d'une parcelle pour y pratiquer des cultures pluviales mais n'ont en revanche que rarement accès aux terres de bas-fonds. Les règles nouvelles de l'héritage islamique leur reconnaissent pourtant ce droit mais, lorsqu'il est appliqué, elles rétrocèdent ces terres à des hommes apparentés (souvent un frère) ou les louent. Certains programmes de développement tentent de les intéresser à ce type de culture mais les enquêtes montrent que les plus entreprenantes d'entre elles préfèrent produire des légumes à courte filière commerciale (comme les pommes de terre ou les salades) ou un mélange de légumes d'autoconsommation (chou, oseille, sorgho, henné, ...). En revanche, nous avons rencontré quelques rares femmes, légèrement en marge de la société des agriculteurs comme des femmes appartenant à des lignages de bouchers, qui sont devenues des cultivatrices d'oignons à part entière sur des champs achetés. Elles délèguent toutes les façons culturales à des salariés agricoles.

Les femmes prennent en charge la transformation et à la commercialisation des fanes séchées ou légèrement fermentées mais il est nécessaire de préciser que cette occupation est surtout le fait de femmes âgées et peu argentées et que l'utilisation de ces fanes est légèrement discréditée dans la cuisine actuelle. Au niveau des ventes, une tendance nouvelle se fait jour. Pour le plus grand nombre, leur participation se limite à une revente au détail d'oignons achetés à des grossistes. Certaines ont un rôle plus actif : elles achètent directement quelques sacs à leur mari ou bien se substituent aux commerçants-prêteurs et, comme eux, obtiennent un remboursement en sacs au moment de la récolte. Elles peuvent ainsi devenir propriétaires de quelques sacs, 5 à 10, et les stocker afin d'attendre des cours attractifs.

Pour le plus grand nombre cependant, les bénéfices de l'augmentation de la production et de la richesse locale, sont indirects : ils proviennent de l'enrichissement, très différencié, de leurs maris. Selon Hassane Dagna (2006), ceux-ci assurent de meilleures conditions de vie à leur famille en matière d'alimentation, de santé, d'éducation et de logement. Mais plus souvent que dans le reste du pays, ces femmes font partie de foyer polygames (82% des producteurs enquêtés sont polygynes et parmi eux 43% ont deux épouses et 33% en ont 3) ; le nombre de mariage cloîtré est également plus élevé. Cette tendance est particulièrement forte pour une partie particularisée du bassin de production, la basse vallée de la Tarka qui s'est convertie très récemment à cette culture : les producteurs y sont plus jeunes qu'ailleurs, leur niveau de revenus est également plus élevé ; ils ont peu ou prou abandonné la pluri-activité des autres paysans et sont devenus des professionnels de l'oignon en réalisant au moins 2 voire 3 récoltes par an. On peut penser que les producteurs de cette vallée (qui produit 70% des oignons de la région) représentent le pôle social le plus moderne actuellement. Or Hassane Dagna signale que les producteurs ayant 3 épouses sont « majoritairement des producteurs de la basse vallée de la Tarka ».

La place des femmes *kanuri* dans le système poivron

Dans une situation analogue d'agriculture de bas fonds mais dans le cadre de rapports sociaux bien différents, la situation des femmes *manga*, *mobeur* et *kanuri* vivant dans des villages producteurs de poivrons des rives de la Komadougou Yobé, offre un contraste saisissant : non seulement elles peuvent devenir cultivatrices du poivron – c'est une stratégie

d'enrichissement reconnue par la société de la part des mères de grands enfants – mais leur présence est indispensable dans le cycle de culture de cette toute nouvelle spéculation.

Contrairement au système *hausa* qui les exclue de l'agriculture de bas-fonds, les femmes sont présentes à deux moments clés des façons culturales : pour le repiquage où hommes et femmes sont mobilisés, et pour la récolte qui est exclusivement effectuée par elles et toujours rémunérée en nature (qu'elles soient de la famille ou salariées) à raison d'une bassine de poivrons par sac récolté. Les épouses peuvent aussi avoir la moitié ou la totalité de la dernière récolte de leur mari (nettement moindre en importance et en qualité que les précédentes). Elles peuvent participer au côté des maris ou des enfants, au financement de la campagne sur leurs économies ou grâce à des emprunts effectués auprès d'une coopérative, et perçoivent leur part de la récolte. Dans tous les villages, un certain nombre de femmes sont des productrices à part entière et elles participent alors aux façons culturales de désherbage et de surveillance (jamais à la préparation des planches, à l'arrosage et à l'épandage des produits phytosanitaires pris en charge par les enfants ou des salariés). Leur récolte est moindre que celle des hommes mais elles peuvent par ces différents biais devenir propriétaires de quelques dizaines de sacs de poivrons secs et être des acteurs économiques dans la filière.

Autre différence, contrairement au pays *hausa* où se note une déféminisation de l'agriculture céréalière, les producteurs de poivrons se désintéressent de plus en plus des cultures pluviales qui sont, pratiquement dès le semis, prises en charges par les épouses. Par ailleurs les parcelles de poivrons sont toujours complantées de cultures associées qui leur sont soit totalement réservées (le gombo qu'elles ne sèment pas mais récoltent) soit en partie (une solanacée destinée à rougir les dents, dont la commercialisation tend à leur revenir). Enfin l'argent du poivron soutient un réseau de griottes (*zabiya*) très actif et dont certaines sont reconnues au niveau national (par la télévision, les radios, la diffusion de cassettes audio). Souvent en groupe, les griottes parcourent les villages au moment des récoltes et à l'occasion de rassemblements familiaux. Même si les producteurs ont tendance à exagérer les ponctions de ces *zabiya*, elles n'en sont pas moins réelles : 17 pièces d'or ont été données à l'une des plus célèbres en décembre 2006 lors d'une cérémonie de mariage.

La place des femmes *hausa* dans le système souchet

Les femmes de cette région participent pleinement à l'agriculture et pouvaient avoir accès à des parcelles personnelles, les *gamanu*, ce qui est de moins en moins le cas pour les jeunes. Elles ne sont pourtant pas des productrices 'traditionnelles' de souchet mais certaines, qui demeurent cependant minoritaires au sein des villages, en ont commencé la culture il y a 25 ou 30 ans. Ces productrices sont généralement des femmes âgées (ou des veuves chefs de famille) qui ont conservé l'accès à un *gamana* ou sont propriétaire d'une parcelle. Elles sont assez souvent insérées dans des associations d'épargne collective favorisant le transfert des connaissances et savoir-faire. La pression foncière particulièrement forte dans cette région, exclue de plus en plus les femmes jeunes de l'agriculture et donc de la rente directe liée à la production du souchet. Elles confectionnent des pâtisseries (*dakuwa*) avec du souchet acheté et peuvent aussi se spécialiser dans le glanage des cornes après récolte, car ils sont particulièrement prisés pour la semence. Depuis 2006, des femmes de familles très pauvres se font embaucher pour la récolte : ce fait nouveau à mettre en relation avec la pauvreté grandissante de certaines familles, représente une rupture singulière des usages car normalement aucune femme ne participe à cette récolte et n'est salariée agricole.

D'une manière générale, les productrices (comme d'ailleurs les petits producteurs) préfèrent semer du petit souchet dont la culture est moins aléatoire que le gros maïs qui se vend aussi moins cher. Elles prennent en charge l'achat des semences et de l'engrais mais dépendent des fils, des maris ou de salariés pour le semis et la récolte (contrairement à la répartition des

tâches pour les autres cultures pluviales). Elles ne sont jamais présentes sur les marchés et versent une commission de 250 Fcfa (en 2008), à leurs fils ou maris, pour chaque sac vendu.

Depuis que les budgets familiaux se sont appauvris, depuis que l'accès à la terre et aux moyens de production, donc aux récoltes s'est réduit pour le plus grand nombre, l'autonomie économique des femmes a augmenté. La phrase « nos mari ne nous nourrissent plus », souvent entendue⁸, signifie que ces maris pauvres les prennent en charge pendant la saison des pluies mais que très vite ensuite, ils se contentent de fournir le mil de la bouillie journalière et ne prennent plus en charge les repas du soir, avec pâte de mil et de sorgho, viande et condiments. Ils ont également beaucoup de mal à faire face à leurs obligations sociales et en particulier aux dépenses de mariages des enfants. Dès lors, dans cette situation de budgets de plus en plus dissociés à l'intérieur des familles, l'argent féminin du souchet vient palier ce manque : les femmes productrices se substituent en partie aux maris dans l'alimentation et elles prennent bien souvent en charge la totalité des dépenses de mariages de leurs enfants, celles qui leur reviennent mais aussi celles qui revenaient selon la norme, aux pères. Elles aident également leurs filles à exister dans le réseau de dons et de contre-dons obligatoires. Ce faisant, elles disqualifient en partie ces maris et affermissent les solidarités mères-filles qui existaient auparavant mais pas avec cette force nouvelle.

IV Dynamiques sociales et outils de valorisation

Les dynamiques de changement social à l'intérieur de ces groupes culturels sont bien place et ne semblent pas aller dans le sens d'une durabilité sociale mais plutôt dans le sens d'un accroissement de disparités antérieures. Ces trois productions sont à l'origine de modifications de l'utilisation des sols, des règles et des savoirs faire de l'agriculture et, selon le contexte culturel, du partage des responsabilités au sein des villages et des familles. Elles soulignent la disjonction des budgets à l'intérieur des familles et la monétarisation croissante des pratiques de l'entraide. La manne financière qu'elles produisent concourt à une augmentation des surfaces qui leur sont dédiées (avec un impact sur l'environnement encore peu pris en compte). Elles apportent effectivement localement de la richesse, fort inégalement partagée, mais qui suscite des délocalisations par emprunts des semences et des savoirs faire de la part d'agriculteurs situés dans d'autres régions que les bassins d'origine. Les producteurs désargentés, qu'il s'agisse des hommes ou des femmes, pèsent peu dans la filière commerciale, de bout en bout aux mains des commerçants qui fixent les prix.

Pour tenter de remédier à ces désavantages, des groupements de producteurs ont été créés, à l'incitation des projets de développement, au niveau des villages puis des départements ou régions de production. Ils fonctionnent encore surtout comme des coopératives d'achats d'intrants ou de crédits, quelquefois comme coopérative de vente (avec le système du warantage) mais sans peser sur formation des prix. Leur marge de manœuvre reste faible et n'empêche nullement les commerçants de continuer à fournir aux producteurs les compléments de crédit qui leur sont nécessaires et donc à les retenir captifs dans des filières qu'ils contrôlent. Dans certains cas, la légitimité de ces groupements n'est pas reconnue car ils sont le plus souvent présidés par les plus gros producteurs locaux. L'idée de faire reconnaître la spécificité des produits auprès d'organismes nationaux ou internationaux n'est pas partagée. L'obligation de se conformer à des normes de culture mal connues car décidées hors des assemblées de producteurs et qui changent les savoirs faire établis, est peu ou pas du tout prise en compte. Des standards bien différents existent en effet déjà, qui sont en partie différenciés selon la destinées des produits : par exemple le marché nigérien apprécie les gros

⁸ Ces estimations rejoignent l'avis général des exploitants de cette zone qui estiment qu'environ 1/3 des villageois consomme sa récolte de céréales dans les quelques mois suivant la saison des pluies et vit au jour le jour en tant que salarié agricole.

oignons alors qu'ils le sont beaucoup moins par les acheteurs étrangers qui risquent de les voir pourrir pendant le transport. Les acheteurs surveillent eux-mêmes, sur place, la qualité des produits qu'ils achètent et ont établi des barèmes de prix. Faute de signalisation particulière, ce sont eux qui attestent de la provenance et si les consommateurs reconnaissent un différentiel de qualité en fonction du lieu de production, il ne donne pas lieu à un différentiel de prix sur le marché local alors qu'il confère un avantage sur les marchés extérieurs.

Ce sont donc ces marchés extérieurs qui ont été ciblés dans les processus actuels de valorisation. Tout naturellement, les commerçants c'est-à-dire les acteurs qui y jouent un rôle et y ont un intérêt immédiat, les promeuvent aux côtés de l'Etat, lui-même désireux d'organiser les filières, de manière formalisée cette fois. Dans le cas de l'oignon, le premier à faire l'objet d'un processus de reconnaissance auprès de l'OAPI, la provenance « Niger » devrait différencier les oignons nigériens de ceux qui sont produits dans les pays voisins, sous ce même nom 'violet de Galmi' puis les différentes zones de production. La déclinaison selon les différents bassins de production reste à établir et risque de poser des problèmes politiques au niveau local. Elle n'est toutefois pas trop importante pour les acheteurs étrangers qui ont déjà bien localisé, sur place, leurs circuits d'achat. Enfin toujours pour ce violet, une modification des techniques de production doit aboutir à faire clairement reconnaître les bulbes dont la taille et la forme seront normalisées et à en améliorer la qualité.

Cela signifie que les producteurs, actuellement peu au courant de ce processus, acceptent de s'y conformer. Il s'agit là d'un processus typiquement top-down qui peut cependant aboutir (surtout dans le cas de l'oignon) dans la mesure où une partie des producteurs sont devenus des professionnels et ont plus ou moins abandonné la pluri-activité et les raisonnements paysans antérieurs. Moyennant une participation monétaire, ils feront partie d'un groupement (l'Association nationale des Professionnels de la Filière Oignon) se situant en intermédiaire entre les acheteurs et les producteurs jusqu'à présent relativement isolés. Le groupement devrait alors se charger du respect d'un cahier des charges et de la traçabilité des produits (y compris des semences actuellement très hybridées), ce qui pose un certain nombre de problèmes dans cette société très hiérarchisée. Ces procédures privilégiant clairement les marchés extérieurs, plus exigeants sur la qualité des produits, risquent bien évidemment d'exclure une partie des producteurs. Pour qu'ils puissent y adhérer, alors que les filières nationales n'ont pas les mêmes exigences, il faudrait qu'une plus value significative puisse leur être redistribuée, c'est-à-dire que l'ensemble des acheteurs puisse également jouer le jeu, ce qui semble loin d'être rapidement le cas. Actuellement une sorte de contractualisation existe entre les producteurs et les acheteurs qui lient leurs achats à la production d'oignons conformes à leurs critères. Leur insertion dans la société locale et la vente qu'ils pratiquent au comptant (contrairement aux groupements), restent de solides atouts.

Conclusion

Ces productions ont les atouts des « productions localisées » : elles bénéficient d'une forte renommée de qualité en particulier à l'extérieur du pays ; celle-ci est liée explicitement à leur lieu (ou à leur région) de production, à des sols particuliers et des savoirs faire minutieux et partagés ; elles sont singularisées par un nom, souvent aussi par un emballage particulier. Mieux les distinguer de produits concurrents sur les marchés extérieurs et faire valoir leur origine est une démarche qui devrait pouvoir bénéficier à tous les acteurs de la filière. Mieux préserver les cultivars non aussi attractifs sur ces marchés devrait également être pris en compte ainsi que la durabilité aussi bien biologique que sociale. Actuellement ces procédures balbutiantes apportent localement de la richesse mais contribuent peu à faire reculer la pauvreté. Elles sont surtout pertinentes au niveau des commerçants plus qu'à celui des agriculteurs qui commencent cependant à devenir des professionnels et sont de plus en plus

intégrés à des groupements. Reste à savoir si les consommateurs, en bout de chaîne, sont prêts à payer plus cher des produits dont on leur garantirait l'origine par un label. Ce ne semble pas être le cas, au moins sur le marché national où le réseau commerçant prend en charge cette garantie de qualité liée à l'origine.

Bibliographie

- Abdou A. et EH Maman Saadou, 2004 - *Etude sur l'approfondissement du diagnostic et l'analyse des systèmes de production agro-sylvo-pastoraux dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie de développement rural*. Région de Diffa. Rép. Du Niger, Comité interministériel de pilotage de la stratégie de développement rural, Niamey, 45 p.
- Agrifor Consult., 2005 - *Etude sur l'impact de la production et de commercialisation du poivron dans les revenus des ménages de la région de Diffa*. Dispositif National de Prévention et de gestion des Crises alimentaires – Système d'information sur les marchés agricoles (SIMA), Diffa,
- Almou Mani A., 2008. *Exploitation du Cyperus esculentus (souchet) : enjeux économiques et impact environnemental dans la région de Maradi*. Mémoire de master 1, géographie, Niamey
- Assane Dagna M., 2006. *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 de doctorat, Toulouse.
- AUDEC, 2006. *Etude de marché des produits agro-pastoraux dans la région de Diffa*. Diffa, Banque africaine de développement – République du Niger – PADL Diffa.
- Boulama M. Issa, Lienharrrd S. et S. Pauget, 2006. *Structuration des producteurs de la Komadougou*. ONG Karkara, ADDR, DED, PAPAK,.
- CADEG, (1995), *Etude filières cultures pluviales (Niébé, Arachide, Mais, Souchet)*, Tome 1, M.A.E/PASA & Coopération française, 81 p.
- Harouna K. 2008. *Impact de la filière poivron sur la pauvreté rurale dans la région de Diffa (Niger)*. Niamey, communication à l'atelier « Mécanisme de valorisation des productions agricoles du Niger », Biodivalloc Niger.
- Hérault D., 2004. *Etude sur les filières et les systèmes de production de la Komadougou*. République du Niger, Projet PAPAK – Coopération danoise ADDR II, 70 p. + annexes
- PAPAK, 2006. *Rapport de l'atelier de réflexion sur les enjeux de la filière poivron dans la viabilité économique des communes de la Komadougou*.
- Prêt, P-F. et Salifou Konaté, 2006 - *Etude sur l'impact de la production et de commercialisation du poivron dans la région de Diffa au Niger. Rapport Final*. Agrifor Consult., Commission européenne,
- Toudou A., Ibrahim L., Audette R., 2004. *Etude sur la facilitation du commerce couvrant les filières agricoles. Rapport final*. Rep. Du Niger, PPEAP.