

# **Producteurs de tomate de la rive gauche du Noun face au retrait de la Société de Conserveries Alimentaires du Noun (SCAN) de la collecte du fruit sa matière première (hauts plateaux de l'ouest Cameroun)**

**Jean Noël NGAPGUE**

Maître de Conférences, Département de Géographie,  
École Normale Supérieure, Université de Yaoundé I, Cameroun  
*ngapguejn@yahoo.fr*

1. INTRODUCTION.....	62
2. BUTS DE L'ETUDE.....	63
3. METHODOLOGIE.....	63
3.1. La zone de recherche.....	63
3.2. Méthode.....	65
4. RESULTATS.....	66
4.1. Vulgarisation de la tomate industrielle par la société alim. du Noun de Foubot.....	66
4.2. Approvisionnement de la SCAN en matière première.....	69
4.3. Systèmes de vente de la tomate fraîche mis en place par les producteurs.....	73
4.4. Intervention des intermediaires dans la collecte de la tomate.....	76
4.5. Producteurs de tomate, eternels perdants dans les transactions commerciales ?.....	78
5. DISCUSSION.....	81
5.1. Organisation de la vente par les producteurs.....	81
5.2. Le bien-fondé de l'organisation des associations paysannes dans la vente de la culture..	82
6. CONCLUSIONS.....	83
7. REFERENCES.....	84

## **Citer ce document :**

NGAPGUE, J. N. 2021. Producteurs de tomate de la rive gauche du Noun face au retrait de la Société de Conserveries Alimentaires du Noun (SCAN) de la collecte du fruit sa matière première (hauts plateaux de l'ouest Cameroun). *Cinq Continents* 11 (23): 60-85

## **Producteurs de tomate de la rive gauche du Noun face au retrait de la Société de Conserveries Alimentaires du Noun (SCAN) de la collecte du fruit sa matière première (hauts plateaux de l'ouest Cameroun)**

Jean Noël NGAPGUE

**Tomato producers of the left bank of the Noun River facing the withdrawal of the Noun Canning Company (SCAN) from the collection of the fruit, its raw material (Western Highlands Cameroon).** To run the Noun Canning Company (SCAN) in Foumbot, the promoters popularized the production of industrial tomatoes on the left bank of the Noun River, becoming ipso facto the only collector of its raw material. Since the closure of SCAN in 2001, tomato growers have been struggling to sell this eminently fragile fruit. The following lines analyze the reaction of these market gardeners to the withdrawal of the fresh tomato collection industry in order to see if the method of selling the fruit implemented by the gardeners is beneficial and sustainable for them. A field visit shows that the tomato growers who used to deliver the fruit to the factory have created several channels and outlets to sell their goods on the market. Despite their efforts, several actors intervene to serve as a link to the market. Since they do not master the rules of the vegetable trade, it is the traders, with their experience in selling fruit and vegetables, who demand marketable quality, set the purchase price of the merchandise and impose new collection methods that reduce tomato producers to mere vendors. Market gardeners need to organize themselves to take advantage of a decent sale of tomatoes on the market.

**Key words:** tomato producers, industrial tomato, SCAN industry, peasant organization, sales intermediary, left bank of the Noun River.

**Producteurs de tomate de la rive gauche du Noun face au retrait de la Société de Conserveries Alimentaires du Noun (SCAN) de la collecte du fruit sa matière première (hauts plateaux de l'ouest Cameroun).** Pour faire fonctionner la Société de Conserveries Alimentaires du Noun (SCAN) de Foumbot, les promoteurs ont vulgarisé la production de la tomate industrielle sur la rive gauche du Noun devenant ipso facto le seul collecteur de sa matière première. Depuis la fermeture de la SCAN en 2001, les producteurs de tomate, désespérés se démêlent pour vendre ce fruit éminemment fragile. Les lignes qui suivent analysent la réaction de ces maraîchers face au retrait de l'industrie de la collecte de la tomate fraîche afin de voir si la méthode de vente du fruit mise en place par les jardiniers leur est bénéfique et durable. Une descente sur le terrain montre que les producteurs de tomate qui avaient pris l'habitude de livrer le fruit à l'usine ont créé plusieurs circuits et points de vente pour écouler leur marchandise sur le marché. Malgré leurs efforts, plusieurs acteurs interviennent pour servir de relation avec le marché. Ne maîtrisant pas les données du commerce du légume, ce sont les commerçants, fort de leur expérience dans la vente des fruits et légumes qui exigent la qualité commercialisable, fixent le prix d'achat de la marchandise et imposent des modes de collecte inédits réduisant les producteurs de tomate à de simples vendeurs. La nécessité s'impose aux maraîchers de s'organiser pour tirer profit d'une vente décente de la tomate sur le marché.

**Mots clé :** producteurs de tomate, tomate industrielle, industrie SCAN, organisation paysanne, intermédiaire dans la vente, rive gauche du Noun.

## 1. INTRODUCTION

Sur la rive gauche du Noun, les années 1990 sont marquées par l'ouverture de l'industrie de fabrication du concentré de tomate de Foubot. Au vu des expériences observées dans beaucoup de pays, les promoteurs du projet SCAN (Société de Conserveries Alimentaires du Noun) écartent l'idée d'une culture en régie de la tomate pour l'approvisionnement de l'usine en matière première. La zone de production de la tomate comme localisation est retenue en la défaveur des lieux de consommation à cause de la fragilité du transport de la tomate et du volume. Dès sa mise en marche, l'industrie SCAN se donne pour objectif la fabrication du concentré de tomate à partir de la tomate fraîche cultivée localement par des exploitants privés.

La faible productivité usine de la tomate de bouche produite par la population locale, conduit les promoteurs de l'industrie à sensibiliser la population à produire une tomate industrielle qui a une bonne rentabilité usine. Les employés de l'industrie ont ainsi sensibilisé les maraîchers et procédé à la vulgarisation de la culture. Cette phase visait à améliorer la technique paysanne. En retour elle était l'unique collecteur de tomate fraîche auprès des maraîchers (Ngapgue, 2007).

Avec l'encadrement des producteurs dans la production, l'achat de la tomate à un prix fixe sur des points de collecte bien précis, l'industrie a joué dans Foubot et sa région un rôle de premier plan dans la lutte contre la pauvreté qui sévit dans les campagnes du Cameroun. D'une année sur l'autre, l'essor de la culture de la tomate a contribué significativement à limiter l'exode des jeunes en quête de bien-être en ville (Sei Bi et al, 2018).

Avec la fermeture de la SCAN, les jardiniers espèrent que les commerçants vont faire la collecte du fruit sur le marché pour aller vendre dans les villes du Cameroun, du Gabon et de la Guinée Equatoriale. Tous les jours d'importantes quantités provenant des contrées voisines de Foubot inondent les différents marchés de la rive gauche du Noun (Foubot, Koutaba, Kouoptamo, Mataba, Didango, Magoum, Baïgom, Bangourain). Cette importante quantité de tomate est vite collectée par des grossistes mais la grande quantité de tomate est produite dans les zones plus ou moins reculées et demande à être aussi écoulee sur le marché. Déçus par la crise caféière, les agriculteurs qui ont fait de la tomate leur nouvelle culture de rente se doivent de faire le nécessaire pour vendre leurs récoltes.

## **2. BUTS DE L'ETUDE**

La question de la vente de la tomate fraîche est à plusieurs égards une véritable gageure pour les grands producteurs. A l'instar des autres cultures maraîchères, la commercialisation du fruit exige non seulement l'existence de bonnes pistes de collecte mais également la possession des structures de conservation (chambre froide) et de fabrication des emballages (caisses, cartons, etc) (Broutin, 2005). Au regard du potentiel de certaines grandes zones à produire la tomate, la filière réclame davantage d'investissements publics pour se développer pleinement (Amadou, 2017).

Parce que la vente de la tomate assure de fortes valeurs ajoutées (Ngapgue, 2012), les circuits de collecte de la tomate comme ceux des vivriers marchands se multiplient face à une demande sans cesse croissante (Hatcheu, 2003). Très souvent les grossistes et les intermédiaires qui font la collecte utilisent des circuits de commercialisation complexes pour vendre une marchandise de qualité aux consommateurs (Folefack et Djoulde, 2015). Mais l'organisation de la filière doit devenir plus performante afin d'améliorer de façon conséquente les conditions socio-économiques des exploitations familiales (Sana, 2001).

Face à l'inorganisation du marché, la présente étude entend montrer comment la maîtrise des circuits de commercialisation des produits vivriers par les producteurs leur permet de tirer profit de la vente de leurs cultures. De la sorte la vente de la tomate par les maraîchers de la rive gauche du Noun nous conduit à analyser les systèmes de commercialisation du fruit mis en place par les producteurs et de juger si la vente de la tomate permet aux maraîchers d'améliorer leurs conditions de vie ou bien s'ils profitent aux intermédiaires qui s'interposent pour servir de relation avec le marché.

## **3. METHODOLOGIE**

### **3.1. La zone de recherche**

La rive gauche du Noun, autre appellation de la région de Foubot, est considérée comme la plus grande zone de production des légumes au Cameroun (Dongmo, 1984 ; Ngapgue, 2007 ; Uwizeyimana, 2009). Bien avant l'indépendance du pays en 1960, les caféiculteurs blancs développent à leurs heures perdues la culture de divers types de légumes (carotte, laitue, haricot vert, pastèque, tomate, fraises, etc) pour satisfaire la demande de la population blanche installée dans le pays et celle des soldats français présents en Afrique Centrale ; parmi ceux-ci la tomate. Consommer comme crudité, le fruit est aussi considéré comme condiment dans la cuisson de plusieurs mets.

Avec la retraite des maraîchers blancs, les camerounais qui ont copié la technologie développent sur des surfaces de terre très réduites (50 à 200 m<sup>2</sup>) la culture de la tomate.

Aujourd'hui, elle fait partie de la base végétale de l'alimentation de la quasi-totalité de ménages au Cameroun. Les dépenses en tomates représentent selon les régions, 5 à 12% du budget alimentaire des ménages (Folefack et Djoulde, 2015) ; ce qui motive les gens à le cultiver.

Vaste de 8.687km<sup>2</sup>, la tomate est cultivée aussi bien sur les pentes des collines que le long des cours ce qui permet d'avoir une récolte en toute saison de l'année. Ce sont les petits producteurs qui pratiquent la culture sur des espaces qui vont de 900 à 5.000m<sup>2</sup>. La production est essentiellement écoulee sur le marché de Foubot devenu par la force des choses le grand centre de collecte et d'expédition des cultures maraichères du plateau bamoun. La tomate y est vendue tous les jours et à toutes les heures de la journée. Une bonne quantité de tomate transite par les marchés de Kouoptamo, Koutaba, Didango, Bangourain et Magba. Les commerçants qui recherchent une tomate de bonne qualité pour les longs voyages préfèrent faire leur collecte bord champ. En 2008, la région de Foubot (Figure 1) a produit 278.545 tonnes de tomate sur les 572.219 tonnes du fruit commercialisées au Cameroun soit les 48,67% (Agri Stat, 2010).

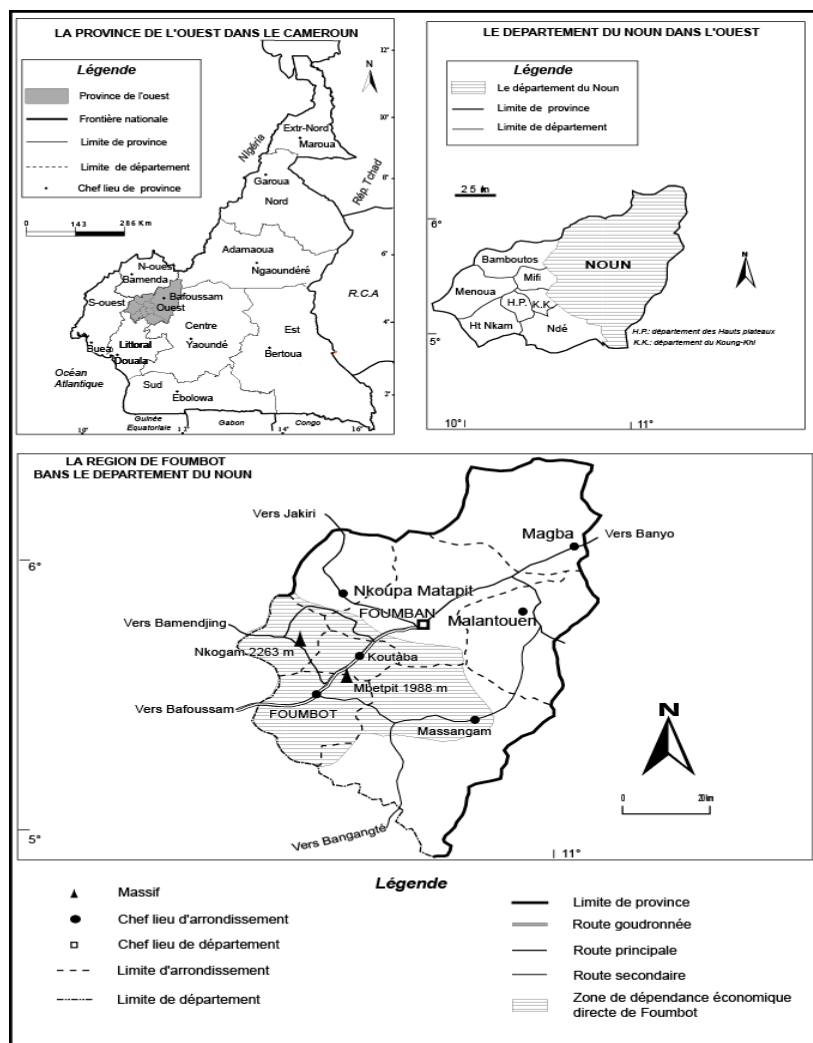


Figure 1. Localisation de la région de Foubot

Cette importante quantité de tomate produite par la région de Foubot ravitaille aussi bien les grandes villes (Douala et Yaoundé) que les villes moyennes de l'intérieur (Bafoussam, Dschang, Nkongsamba, Kribi, Limbé, Edéa, Loum, Kumba, etc. Foubot alimente également le Gabon et la Guinée Equatoriale en tomate fraîche.

### **3.2. Méthode**

Elle est fondée sur la collecte des données primaires et secondaires. Les données secondaires proviennent de la lecture des rapports de la coopérative des planteurs européens du café (COOPAGRO) des années 1970 à 1980, des rapports dressés par la section agricole de la Région Bamoun de 1945 à 1952 et des rapports annuels du bureau de la statistique agricole de la Délégation Départementale de l'Agriculture pour le Noun à Fouban (1975-2018). Les rapports fournissent les renseignements sur le fonctionnement des grandes plantations de café détenues par les Européens de 1940 à 1975 (année de leur départ en retraite) ; le mécanisme de la prise en main de la culture des légumes par les agriculteurs camerounais ; l'évolution de la production de la tomate au cours de ces trente dernières années ; le système de vente du fruit mis sur pied par les producteurs. Les rapports annuels de la Direction des Statistiques Agricoles du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural à Yaoundé contiennent les données statistiques sur les quantités de tomate fraîche produite et commercialisée sur toute l'étendue du Cameroun<sup>1</sup>.

Pour la collecte des données primaires, six sites de collecte des données sont identifiés dans cette zone de culture : trois dans la zone proche de Foubot où les producteurs ont des facilités de vendre leurs marchandises sur le marché de la ville (Fossette, IRAD, COC) et trois dans les zones éloignées et à accès difficile (Koupa Matapit, Malanden, Mawouen). Sur chaque site, nous interrogeons au hasard 30 producteurs et 30 commerçants. Les entretiens se font en focus group, chaque groupe comporte 5 enquêtés.

Les producteurs décrivent le système de vente de la marchandise, expliquent les mesures qu'ils ont prises pour écouler leurs produits sur le marché. Un accent particulier est accordé aux choix de circuits de commercialisation et des points de vente. Ils relèvent l'activité des intermédiaires qui servent de relation entre eux et le marché et expliquent le mécanisme de fixation des prix de vente de la tomate fraîche et leur évolution au cours de l'année. Ils donnent enfin les raisons de l'inorganisation du marché, décrivent les rapports qu'ils entretiennent avec les commerçants dans la vente du légume et relèvent les problèmes rencontrés dans la vente de la production de la tomate et les solutions envisagées.

---

<sup>1</sup> Ces données statistiques sont contenues dans les brochures AGRI STAT Cameroun publiées chaque année par le Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural.

Les entretiens avec les commerçants ont porté sur les circuits de collecte et les raisons de l'ouverture des points de collecte non programmés. Ils ont également expliqué le système de collecte du légume dans les zones de production proches et éloignées de Foubot (la ville marché) ; cité les personnes impliquées dans la collecte en définissant le rôle joué par chacun d'eux sur le terrain. Ils ont aussi relevé les grands points de collecte de la tomate dans la région de Foubot, le mode de fixation du prix d'achat de la tomate aux producteurs, les grands problèmes rencontrés dans la vente de ce fruit hautement périssable et les systèmes de maintien de la qualité du fruit jusqu'au consommateur.

S'agissant de l'approvisionnement de la SCAN en matière première, on trouve également dans Foubot et ses environs, les anciens employés de la SCAN aujourd'hui reconvertis en producteurs de tomates. Nous avons eu des entretiens avec 12 d'entre eux pour connaître la qualité de tomate recherchée par l'usine, les méthodes de sensibilisation et de vulgarisation de la tomate industrielle dans le bassin d'approvisionnement de l'industrie SCAN et le système de collecte de la tomate mis sur pied par les promoteurs du projet.

Le Design et les rapports d'activité de la SCAN (1994-2001) comportent tous les renseignements sur les objectifs visés par la création de l'usine et le système d'approvisionnement de l'industrie en tomate fraîche sa matière première. Ils fournissent également les informations sur la création des sites de collecte de la matière première et les prix d'achat de la tomate aux producteurs, les statistiques sur le tonnage de la tomate collectée et l'évolution de la politique de livraison de la tomate fraîche à l'usine de Foubot.

Les données collectées et traitées par SPSS selon la méthode directe ont permis de construire les tableaux et les figures qui nous renseignent sur la collecte de la tomate fraîche sur la rive gauche du Noun par l'industrie SCAN ; les méthodes de vente de la tomate par les producteurs au lendemain de la fermeture de l'usine et les conséquences de l'inorganisation du marché de la tomate pour les producteurs.

## **4. RESULTATS**

### **4.1. Vulgarisation de la tomate industrielle par la société de conserveries alimentaires du Noun de Foubot**

La première difficulté à laquelle le projet SCAN a eu à faire face, a été la recherche de la variété de la tomate devant être introduite sur la rive gauche du Noun pour le compte de l'approvisionnement<sup>2</sup> de l'usine. Le choix opéré par les experts fut arrêté à la suite de nombreuses investigations.

---

<sup>2</sup> Rapport sur la configuration technique et économique initiale du projet SCAN 1994.

#### 4.1.1. Choix des variétés de tomates cultivées

Pour le démarrage de l'usine, le choix porté sur la variété « *Heing* » est rejeté par l'usine à cause de son faible rendement. Son broyage montre qu'il faut 6 kilogrammes de tomate de bouche pour donner un kilogramme de concentré de tomate. L'industrie doit pour son fonctionnement utiliser des variétés plus rentables. La tomate industrielle, contrairement à la tomate de bouche, a la particularité d'avoir un pourcentage de matières sèches très élevé, elle est donc plus ferme. Les études faites par les experts ont montré aussi que les coûts de transformation de la tomate industrielle ainsi décrite sont bas, ce qui constitue déjà un grand atout. Au niveau du broyage un kilo de tomate industrielle donnerait 5 (cinq) boîtes de concentré alors que la même quantité de tomate de bouche produisait 3 (trois) boîtes seulement avec comme anomalie beaucoup de difficultés au niveau du broyage compte tenu de sa forte teneur en eau.

La question de choix de variétés de tomates industrielles à cultiver dans le Noun a été « maîtrisée après plusieurs campagnes agricoles dont deux en saisons de pluies et deux en saisons sèches »<sup>3</sup>. Les variétés recherchées devaient avoir un bon rendement industriel et une bonne productivité agricole : elles devaient posséder un pourcentage élevé de matières sèches et résister aux maladies classiques qui menacent le bon développement de la plante dans le Noun : la *Verticillose*, la *Fuzariose*, la *Nematode* (en abrégé V.F.N.). Les campagnes d'essai effectuées par la SCAN dans ses champs expérimentaux permirent de retenir les variétés *Roma V-F* et la variété *Rio Grande*.

#### 4.1.2. Les axes de vulgarisation de la culture de la tomate industrielle

La phase de vulgarisation vise à améliorer la technique paysanne pour atteindre la production industrielle.

Pour s'assurer de la bonne qualité des produits les promoteurs du projet SCAN distribuent les intrants et les semences aux producteurs sur la base des surfaces cultivées par les jardiniers : par hectare, un producteur recevait 5 kg de 0-15-20 ; 2 kg de 20-10-10 ; 18 kg de Lindane (pour le traitement du sol) et 170 kg de semences. En 1994 les cultivateurs avaient reçu dans plusieurs villages du Noun des préfinancements de la culture de la tomate de la SCAN (Tableau 1).

L'observation des nouvelles techniques de culture devait être le fondement du succès de la production de la tomate industrielle. Les grandes innovations introduites par la SCAN ont porté sur : tenue de pépinières en semis clairs avec désinfection préalable du sol, engraissement des pépinières, entretien régulier des exploitations et traitement phytosanitaire des plantes. Suivent également la préparation des sols basée sur l'enlèvement des pailles, le labour peu profond qui doit tenir compte de la profondeur de

---

<sup>3</sup> Rapport d'activité sur l'évolution du Projet SCAN de 1992 à 1995.



Tableau 1. Répartition par village des producteurs de tomate industrielle préfinancés (1994-1995)

Villages	Nombre	Villages	Nombre	Villages	Nombre
Bagambi	23	Pondinoun	1	Njincha	2
Bangourain	6	Koutouloum	13	Mangoum	1
Kouki (Bangourain)	17	Koupa Matapit	12	Fosset	2
Chouba (Bangourain)	34	Mansouen	1	Fossang	1
Bangourain marché	3	Matoufa	2	Matoupou	17
Bangourain Chefferie	24	Mawouen	1	Makom	1
Koutoukouo	23	Massouen	2	Mbaoulou	1
Koupa Kagnam	3	Mapouoche	14	Malanden	1
Kouptain	1	Sassa Malanden	1	total	206

Source. Rapport d'activité SCAN 94-95

la terre arable, la plantation en ligne avec comme grande nouveauté l'implantation d'un pied de tomate par poquet.

Les moniteurs SCAN ont vulgarisé l'utilisation des engrais appropriés en deux épandages, les techniques d'épandage et le choix des engrais appropriés, le désherbage régulier, les techniques et les périodes de binage et de buttage, le respect du protocole de traitement phytosanitaire.

Pour atteindre le maximum de paysans, la SCAN organise dans un premier temps les séances de sensibilisation en groupes. Les paysans groupés reçoivent les instructions de la culture de la tomate industrielle des moniteurs de la SCAN. Les instructions sont suivies des séances pratiques consistant en applications dans des sites aux qualités différentes (site de collines, site de plateaux, bas-fonds...). Jugée moins opérationnelle, la méthode de travail a été modifiée trois années plus tard.

A partir de 1997, la SCAN, décide de travailler avec les paysans de façon individuelle. C'est cette seconde voie qui a été définitivement respectée, on espère par-là mieux appréhender les problèmes qui se posent à chaque jardinier afin de lui apporter des solutions appropriées.

La vulgarisation a permis d'introduire dans le Noun diverses variétés de tomates dites industrielles. Le respect des conditions de culture prodiguées devant permettre d'accroître considérablement la productivité (atteindre un rendement de 20t à l'hectare au lieu de 4t comme précédemment observé dans les campagnes de Foubot).

## 4.2. Approvisionnement de la SCAN en matière première

Pour s'assurer de la livraison d'une importante quantité de tomate à l'usine de Foumbot (Figure 2), la SCAN signe avec les producteurs privés des contrats de livraison de tomate à l'usine. Le contrat stipule que la SCAN fournit aux jardiniers les intrants nécessaires pour le développement de la culture pour en retour recevoir la totalité de la récolte au prix SCAN. Dans les années 1994-1995, la direction de la SCAN se félicite d'avoir signé plus de 1100 contrats avec les producteurs du Noun.



Figure 2. L'usine de fabrication du concentré de tomate ouverte à Foumbot

### 4.2.1. Les sites de collecte

La SCAN a recherché sa matière première dans des zones disparates. Mais son implantation sur le terrain n'a pas été faible au regard des sites de collecte créés dans son bassin d'approvisionnement (Figure 3).

En dehors de la vente de la tomate par les producteurs au pont bascule usine on dénombre en 1999, 52 sites de collecte de tomate fraîche créés par la SCAN sur le plateau bamoun parmi lesquels plusieurs sites permanents (Tableau 2) ; ce qui devait à coup sûr assurer une bonne livraison de l'usine en matière première.

L'implantation de la SCAN dans le Bamoun comme partout ailleurs a été une œuvre de longue haleine. Les agents de la société que nous avons rencontrés affirment sans

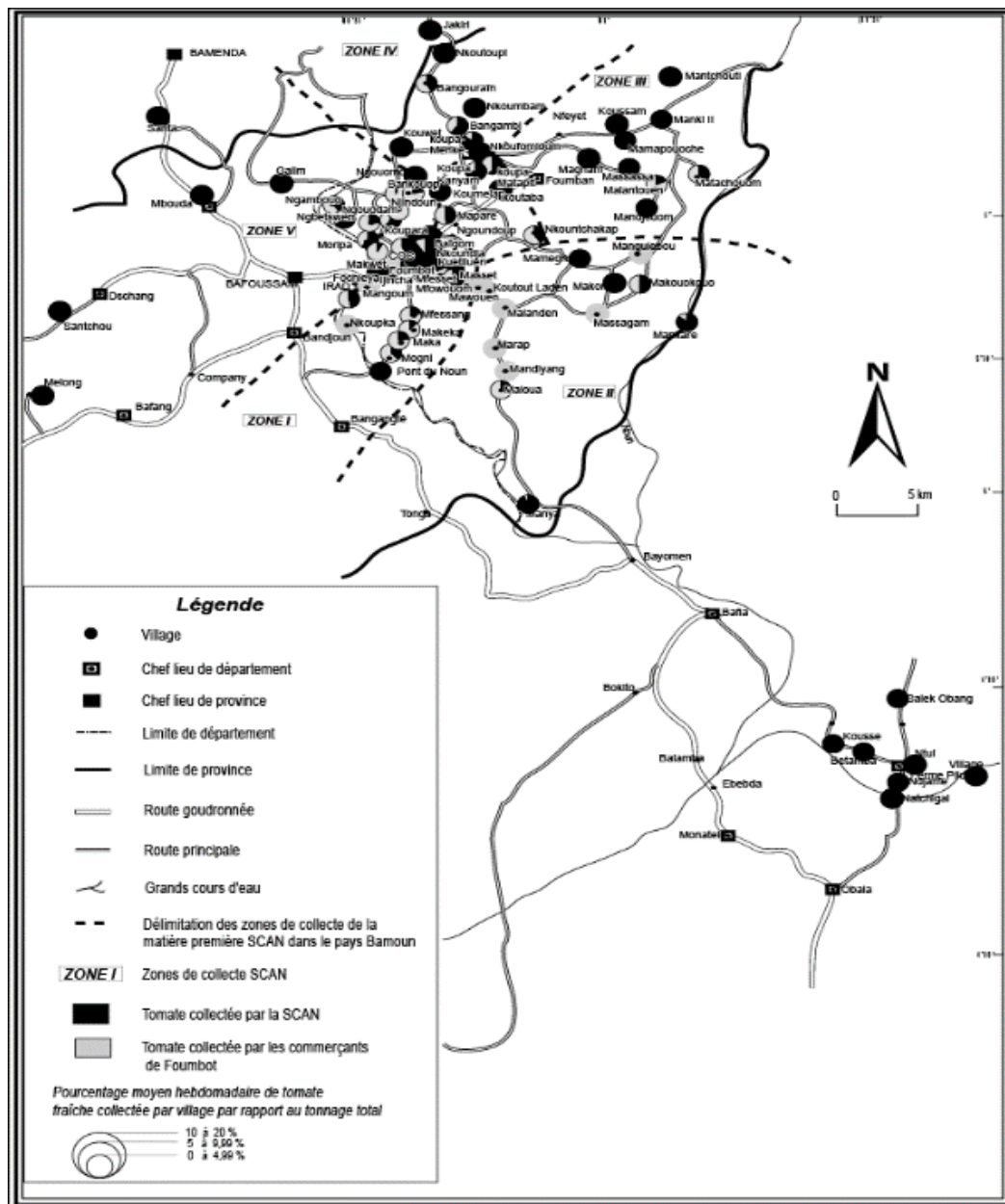


Figure 3. Répartition géographique des sites de ramassage de matières premières SCAN

ambages qu'il ne leur était pas toujours facile de convaincre les paysans de cultiver la tomate pour le compte de l'usine de Foubot.

En effet, de nombreuses difficultés d'approvisionnement présentées dès la mise en route de l'usine le 14 mai 1994 ont amené les promoteurs du projet SCAN à revoir constamment les mesures visant à assurer une bonne livraison de la tomate à l'industrie. Les résolutions prises visant à maîtriser les zones de production. La SCAN a fait une véritable conquête des zones de production de sa matière première.

Tableau 2. Les sites permanents de collecte de tomate fraîche ouverts par la SCAN sur le plateau Bamoun

Sites de collecte	Distance de Foumbot en kms	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Total
Massagam	55	3	1				1	5
Kouoptamo	27	1		1	1	2		5
Koutaba	22	2		2				4
Malantouen	110				4	3		7
Bangourain	110	3				2		5
Foumban	60		1	1			1	3
Magba	140					1		1
Nombre total de sites créés		9	2	4	5	8	8	

#### 4.2.2. Méthodes de livraison de la tomate à l'usine

Pour obtenir des paysans-producteurs de la tomate une bonne quantité de tomate fraîche, les responsables de la SCAN croient devoir passer par les grandes coopératives opérant sur le plateau Bamoun : la Coopérative des Producteurs Vivriers du Noun (COOPROVINOUN) et la Coopérative des Planteurs Agricoles du Noun (CAPLANOUN).

Un contrat signé le 13 décembre 1993 à Foumbot entre la SNI (pour le compte de la SCAN), les présidents-directeurs des coopératives et l'expert agricole du groupe Lomagenais (Partenaire technique de la SCAN), stipule que la SCAN doit attendre au cours de la campagne agricole (c'est-à-dire en avril-mai-juin 1994) une livraison minimale de 200 tonnes de tomates par jour correspondant à 400 hectares de plantations. Il revient aux coopératives de sensibiliser leurs membres pour la culture de la tomate industrielle. La production collectée par les coopératives est livrée à l'usine SCAN.

Pour la première campagne 93/94 dont l'objectif attendu était de réaliser 240 hectares de plantations pour une production de 6000 tonnes, l'usine SCAN reçoit 117 tonnes de la COOPROVINOUN sur les 436 tonnes de tomates qui ont servi à la mise en route de l'usine en mai 1994 ; une quantité collectée auprès de 86 petits producteurs dans 16 villages.

Par rapport aux attentes, il y a une baisse considérable due à la diminution des villages qui constituaient les centres de collecte coopératifs. De même on passe de 396 producteurs annoncés à 86 ; ce qui signifie que la collecte n'a pas été effectuée auprès de 310 jardiniers. Les campagnes suivantes ont été désastreuses pour l'usine qui ne recevait plus rien des coopératives du Noun. Ne reversant toujours pas aux paysans les produits des tomates livrées, les coopératives ne jouissaient plus d'une bonne renommée auprès d'eux.

La méthode indirecte ayant été infructueuse, la société entend désormais assurer elle-même la collecte de sa matière première en milieu paysan. Des actions sont

entreprises en vue d'amener les exploitants agricoles potentiels à produire en quantité et en qualité la tomate pour le compte de la SCAN et à éviter à court et à moyen terme toute rupture prolongée de la chaîne de production de l'usine SCAN.

Des contrats de livraison de la production furent conclus entre l'usine et les exploitants agricoles dans le Noun. Au vu de ces contrats, la SCAN s'engage à fournir directement aux paysans les semences, les engrais et les produits phytosanitaires et en retour la production de la tomate lui était livrée entièrement.

Il faut reconnaître que très peu de jardiniers de Foubot n'avaient pas cru devoir prendre ces intrants pour sacrifier la totalité de leurs productions à la SCAN. Les résultats de l'enquête laissent ressortir que 70,46% des jardiniers n'avaient pas accepté cette aide ; 85,30% qui avaient accepté l'aide n'ont pas respecté les termes du contrat ; 78,7 % qui ont reçu l'aide ont vendu moins de 42 % de leur récolte à la SCAN.

Les jardiniers dans leur majorité, réfractaires à l'offre, affirment qu'un tel contrat vous engage et vous lie à l'usine et souvent à perte au regard des prix observés sur le marché. Deux années seulement après sa mise en route, l'usine a changé de stratégie en revoyant à la hausse le prix d'achat de sa matière première (Tableau 3).

Tableau 3. Comparaison du prix d'achat au kilogramme de la tomate appliquée sur le marché avec celui proposé par la SCAN (usine et bord champ)

Années	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Vente au marché aux commerçants	130	142	145	151	175	160	170	180	175	225	200
Vente à l'usine SCAN	-	-	-	32	32	70	70	70	70	70	70
% par rapport au prix du marché	-	-	-	21,19	18,28	43,75	41,17	38,88	40,00	31,11	35,00
Achat bord champ par la SCAN	-	-	-	30	30	55	55	55	55	55	55
% par rapport au prix du marché	-	-	-	19,86	17,14	34,37	32,35	30,55	31,42	24,44	27,50

Sources : Rapports d'activités de la SCAN et de la Délégation Départementale de l'Agriculture pour le Noun à Fouban (1991-2002)

D'une année sur l'autre, la SCAN ouvrait de nouveaux sites de collecte ; on compte en 2001, 62 points de collecte de matière première ouverts par la SCAN sur le plateau Bamoun.

Les efforts faits dans l'approvisionnement de l'usine en matière première ont permis de faire une importante collecte dans les années 1997 (9.212,178t) ; 1998 (2.433,581t) et 1999 (5.135,173t) contre 436t en 1994 et 460t en 1995.

### **4.3. Systèmes de vente de la tomate fraîche mis en place par les producteurs**

Avec la fermeture de la SCAN, les maraîchers prennent en main la vente de leurs produits. Ils conçoivent des points de collecte particuliers et créent des circuits inédits pour écouler la marchandise. Leur intention première est de limiter l'accaparement du marché par des commerçants véreux.

#### *4.3.1. Points de vente de la tomate créés par les producteurs*

A la question de savoir si les producteurs avaient un point de vente précis de leurs marchandises, les personnes interrogées ont toutes répondu non. En effet, la vente de la récolte dépend de l'éloignement par rapport à Foubot (le centre de transit) et de l'existence d'une piste de pénétration. Il n'est pas rare de voir des cageots de tomate placés le long des axes routiers : la tomate ainsi sortie du champ est placée sur le marché.

Ce point de vente inédit n'est pas unique en son genre. On trouve également des producteurs qui viennent à Foubot chercher les commerçants pour une récolte bord champ. L'autre cas de figure est la vente de tomate en groupe où plusieurs producteurs viennent avec leurs récoltes pour vendre à un grossiste sur un site précis et sur rendez-vous. Viennent enfin les points de vente ouverts dans les marchés urbains (Foubot, Mbankouop, Koutaba) et ruraux (Didango, Baïgom).

De commun accord avec commerçants, les producteurs peuvent ainsi multiplier les points de vente de la marchandise au point où moins de 30% de la tomate commercialisée transite par le marché de Foubot qui pourtant est ouvert tous les jours.

#### *4.3.2. Stratégies de vente de tomate fraîche par les producteurs*

##### *4.3.2.1. Calibrage, conditionnement et transport*

Avec la chaleur imposée par les climats tropicaux, il est difficile de conserver les tomates sans chambre froide. Pour ne pas accuser des pertes, les maraîchers font une commercialisation rapide des fruits utilisant la voie de commerce de gros pour écouler la bonne quantité de marchandises fortement périssables. La tomate en gros se vend dans les caisses, les cageots et les paniers. L'enquête permet de constater une forte variation saisonnière des prix de gros ce qui a aussi une grande influence sur la consommation des ménages.

Au départ des points de vente en gros, le producteur calibre la tomate dans des cageots (Figure 4). Avec l'agrandissement du bassin de production la région de Foubot exporte les cageots (Figure 5) dans les nouvelles zones de conquête agricole. Le système de chargement des cageots dans les voitures compte pour beaucoup dans la sauvegarde de la qualité du fruit jusqu'à destination.

Deux techniques sont généralement utilisées pour le chargement. Pour les camions, la tomate collectée dans les cageots est chargée dans les voitures en dernier ; question de ne pas déposer une autre marchandise sur ce fruit extrêmement fragile. Le commerçant qui envisage acheter la marchandise en gros apporte une camionnette six roues (Figure 6) spécialement conçue à cet effet. Le système de chargement de la tomate dans la voiture demande une aération. Des planches mises dans le sens transversal permettent de diviser la carrosserie de la voiture en deux ou trois étages sur lesquels on dispose les cageots de tomate en respectant un certain écartement qui puisse laisser circuler l'air (Figure 7). Ce problème ne se pose pas avec les caisses dont la conception permet de déposer une caisse sur une autre sans écraser le contenu des caisses placées en dessous.

#### 4.3.2.2. *Systèmes de vente de la tomate par les producteurs*

Les maraîchers préfèrent eux-mêmes vendre leurs récoltes et presque tous souhaitent vendre leur récolte en gros sauf si celle-ci est obtenue par « grattage ».

La vente en détail : Très peu usitée, la vente en détail consiste en la commercialisation des fruits obtenus dans un coin de la rue ou sur la place du marché d'une quantité de fruit qui n'atteint généralement pas un cageot. Les fruits mis en tas sont étalés sur un plateau ou sur un tapis à même le sol à raison de 100 à 200 francs le tas.

La vente en gros : dans la vente en gros le producteur prend des dispositions pour écouler une assez grande quantité de marchandise. Il peut ainsi se déplacer au marché avec des cageots de tomate transportés par porte charge, par moto-taxi ou par taxi-brousse soit pour rechercher dans les centres de collecte des commerçants grossistes qui viennent faire le ramassage bord champ. Il est aussi des cas où le producteur place les cageots sur les bords de route pour attendre un hypothétique client. Ce système est utilisé par 64,67% de producteurs.

Contrats de commercialisation entre les producteurs et les consommateurs : pour maintenir la qualité du produit et fidéliser leurs clients les grands magasins et les hôtels de renom souhaitent traiter directement avec le producteur ; ce dernier leur livre la marchandise conformément aux cahiers des charges.

Le développement de contrats de commercialisation entre les producteurs et les consommateurs constitue une des garanties sûres d'écoulement de la marchandise ; le système de vente de la tomate leur permet d'écouler entre 6 à 13% de leurs récoltes. La mesure très encourageante mais qui exige les moyens de déplacement conséquents est employée par 4,32% de maraîchers.

Signature des contrats gré à gré entre les producteurs et les commerçants : elle est née du souci des commerçants à acheter la marchandise en gros et à des prix imbattables. Se basant sur les faits que la demande du légume est sans cesse croissante, les grands



Figure 4. Producteurs vendant la tomate dans les cageots à Fombot



Figure 5. Exportation des cageots par Fombot



Figure 6. Des camionnettes chargées au départ de Fombot



Figure 7. Système de chargement des camionnettes

Clichés Ngaggue mars 2019 – mars 2020



producteurs multiplient les contrats avec les commerçants du fruit. Deux types de contrat sont observés le pré-achat de la récolte et le financement-achat de la production.

Dans le pré-achat de la récolte le producteur utilise les bons soins d'un « pisteur » ou d'un démarcheur pour identifier un grossiste avec lequel ils s'entendent pour acheter d'avance un tonnage déterminé de la récolte. Pour garantir la collecte, il donne une avance au prorata de la quantité recherchée. Avec l'avènement du portable, le producteur informe le commerçant de l'état de maturité du fruit ; le commerçant qui recherche la tomate moitié mûre, informé par téléphone se déplace le jour venu pour faire la collecte.

Méthode de contrat financement-achat de la production employée par 28,14% de producteurs, autorise le commerçant à financer la production en achetant les inputs agricoles (engrais, pesticides) et en produisant les semences au producteur. Avant tout débat de fond ; le bailleur de fonds reconnaît le champ de culture et le visite régulièrement pour ne pas avoir de surprises désagréables. Le procédé qui demande une attention particulière et une confiance réciproque des deux contractants a permis à certains producteurs démunis de développer la culture.

Contrats signés par les sociétés de commercialisation de vivres frais avec les producteurs : cultivant la tomate en régie, certaines sociétés commerciales se permettent de faire aussi une collecte en milieu paysan pour satisfaire la demande du marché. La COC de Monsieur Jean Fochivé en son temps l'a fait dans la région de Foubot ; de nos jours les grands magasins et les compagnies de vente de vivres frais sont devenus les principaux clients. Employé par 3,07% de maraîchers, l'acheteur assiste les producteurs dans le suivi des cultures pour enfin acheter toute la récolte. Mais beaucoup de producteurs n'entendent plus recommencer disant qu'ils se sentent liés par un contrat dans lequel ils ne gagnent pas comme il se doit.

#### **4.4. Intervention des intermédiaires dans la collecte de la tomate**

La tomate est un fruit hautement périssable ; à maturité il doit rapidement être écoulé sur le marché pour éviter les pertes au champ et les intermédiaires entendent faciliter la vente de ce fruit hautement fragile.

##### *4.4.1. Les facilitateurs dans la vente*

Les vendeurs en gros éprouvent d'énormes difficultés à écouler la tomate surtout ceux qui sont dans les zones reculées. Pour vendre leur marchandise ils utilisent les services des démarcheurs et des rabatteurs.

Les rabatteurs sont des personnes chargées de trouver des clients à un vendeur avec lequel ils signent généralement un contrat. Installés dans les villages, ils agissent dans un

rayon de compétence bien précis maîtrisant la quantité des produits destinés à la vente utilisant souvent des contacts passés avec les producteurs.

Les démarcheurs sont pour leur part des personnes qui fréquentent le centre de transit de Foumbot et se chargent d'aider les commerçants à trouver la marchandise en quantité et en qualité dans les délais, en le rapprochant du jardinier ou en lui facilitant la collecte.

#### *4.4.2. Les relayeurs*

Les producteurs éloignés ont besoin de l'aide pour facilement trouver un client. Des personnes inattendues s'imposent dans la collecte pour servir de relation entre les producteurs et le marché. Faisant valoir leur maîtrise du marché des légumes certains accompagnent les maraichers dans la recherche des collecteurs alors que d'autres sillonnent les zones de cultures pour trouver des producteurs en quête de commerçants. Ils sont à l'origine de la segmentation de la filière.

Dans les centres de relais les commerçants résidants sont les détaillants qui achètent la marchandise en gros (dans les paniers et cageots) aux producteurs pour revendre aux grossistes. Ils se distinguent nettement des bayam-sellam ou acheteurs-revendeurs qui achètent aux producteurs pour revendre en détail sur la place du marché en tirant un petit bénéfice.

Les collecteurs de brousse sont les petits commerçants qui vont dans les villages proches ou lointains acheter les vivres aux producteurs pour les revendre en gros à Foumbot. Les collecteurs-expéditeurs sont des commerçants-résidants qui reçoivent des commandes qu'ils sont tenus de respecter. Pour obtenir la quantité de marchandises commandées, ils utilisent plusieurs circuits dont certains nécessitent la contribution des rabatteurs et des démarcheurs.

Au final le calcul des coûts de revient de la tomate qui passe par plusieurs intervenants est assez élevé ; chaque cycle de commercialisation de la tomate laissant apparaître des nouveaux coûts de la marchandise (Figure 8). L'organisation du marché pouvait bien permettre au consommateur d'acheter la marchandise moins chère et encourager les jardiniers à produire.

Le graphique montre comment les coûts sont hiérarchisés. Lorsqu'on passe d'un stade à un autre, la valeur de la marchandise subit une nette augmentation. A priori, toutes les charges doivent être retenues et tous les coûts méritent d'être calculés à tous les stades significatifs du cycle de commercialisation (achat au site d'approvisionnement (stade N) ; intervention de 1<sup>er</sup> degré ou circuit indirect court (stade N+1) ; intervention de 2<sup>e</sup> degré ou circuit indirect long (stade N+2). Au final le consommateur achète une tomate trop chère.

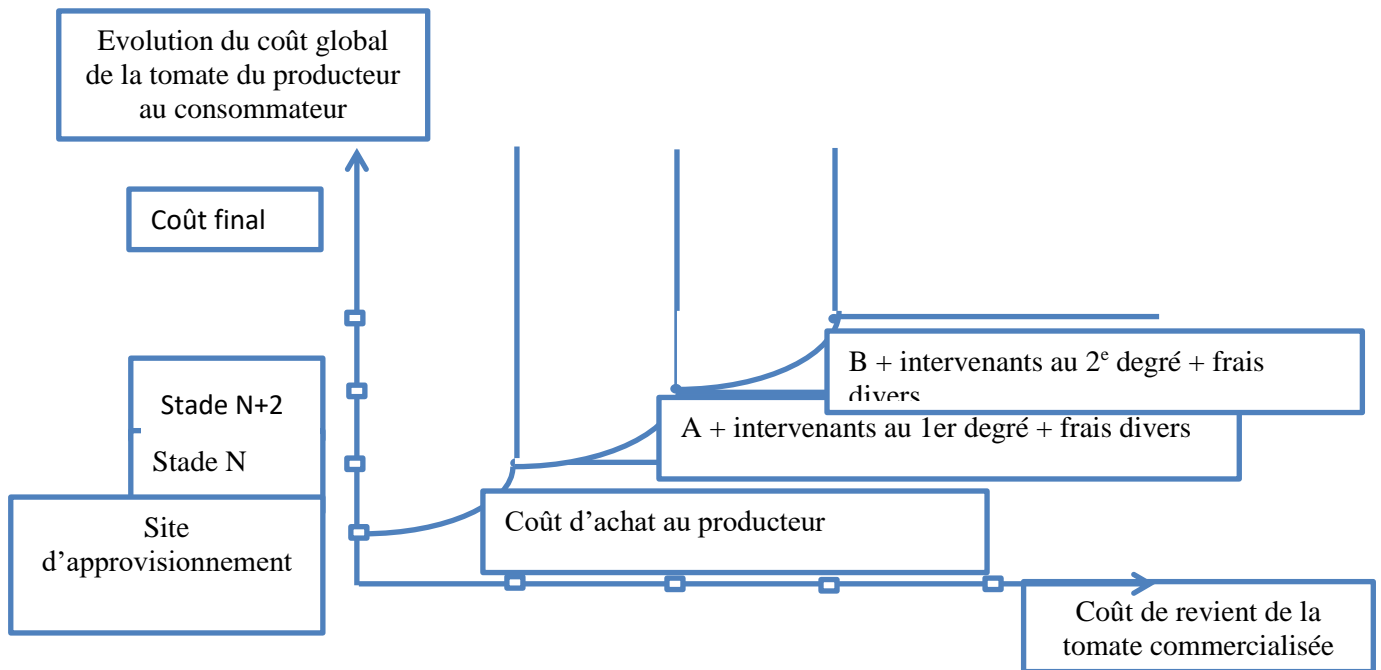


Figure 8. Représentation du coût global de la tomate du producteur au consommateur

On arrive ainsi à reconnaître que le coût de revient de la tomate dépend beaucoup plus des multiples charges relevant de l'intervention de différents types d'intermédiaires opérant dans la filière. Les produits vivriers marchands soumis à ce genre de transactions ont en définitive des coûts toujours plus élevés que ceux qui auraient dû être vendus sans l'aide de cette diversité d'intervenants.

#### 4.5. Producteurs de tomate, éternels perdants dans les transactions commerciales ?

##### 4.5.1. Effondrement inattendu des prix d'achat journalier de la tomate sur le marché

Si la tomate permet plusieurs récoltes annuelles, la stabilité des prix de vente du légume sur le marché reste un véritable casse-tête pour les producteurs. De fait, la grande saison de culture coïncide avec la fin des pluies, période pendant laquelle tout le monde aux dires des maraîchers « réussit la culture du légume ». En saison de pluies, nombreuses sont les difficultés qui empêchent le bon développement de la plante, raison pour laquelle les prix grimpent sur le marché.

De nos jours, les bons producteurs tentent de déjouer cette saisonnalité de la culture, mais il arrive qu'à ces moments inattendus (donc en saison de pluies), on a une abondance sur le marché tout simplement parce qu'en ce moment de l'année les

maraîchers réfléchissent de la même façon à savoir : produire sa tomate à un moment où la denrée serait rare pour se faire des sous. Chaque année, ces événements se reproduisent pendant les fêtes.

Sur le marché de Foubot, le centre d'expédition de la plus grande quantité de tomate produite au Cameroun, il n'est pas rare de voir le cageot de tomate (de 25 kgs) baisser de prix dans la journée à cause des difficultés de conservation du fruit extrêmement périssable (Tableau 4).

Tableau 4. Variations des prix d'achat des cageots de tomate sur le marché de Foubot dans la journée (variété RIO)

Jours de marché	5 heures	8 heures	12 heures	15 heures
25 mai 2018	5000	4800	4 000	3 500
1 <sup>er</sup> juin 2018	3 500	3000	2 800	2 500
5 octobre 2018	7 500	7 000	6 500	6 000

Les producteurs des zones lointaines sont ainsi défavorisés car ils apportent leur marchandise à une heure où elle est déjà dévaluée. Malgré cet effondrement des coûts, le prix d'achat moyen annuel du kilogramme de tomate sur le marché est depuis le début des années 2000, nettement supérieur à 100 Francs CFA/kg ; il est des années où il atteint 250 Francs CFA. Si les producteurs se frottent les mains il n'est pas facilement abordable par le consommateur.

#### 4.5.2. Le producteur en situation d'infériorité face à l'acheteur

A la question de savoir qui fixe les prix d'achat de la culture sur le marché, 85,63% de maraîchers disent sans ambages que c'est le commerçant qui leur impose le prix d'achat de la marchandise sur la base de leur connaissance du marché ; par contre 14,37% de producteurs affirment que par moments ils discutent avec les acheteurs grossistes. En cas de surproduction, les prix baissent considérablement sur le marché allant jusqu'à décourager la vente de la marchandise par les producteurs. Avec l'utilisation des téléphones portables, les nouvelles circulent un peu plus vite rendant la vente hypothétique.

Comparativement aux anciennes cultures de rente où les prix de vente du café, du cacao et du coton fixés par décret présidentiel garantissait une régularité de la vente et un marché fiable pour les producteurs de tous calibres, dans la vente de la tomate les commerçants imposent, dans la majorité de cas, leurs prix d'achat aux producteurs en

fonction de la loi de l'offre et de la demande, c'est-à-dire à partir de la tendance générale des prix observés dans les grands centres de consommation que sont Douala et Yaoundé ; d'autres vont jusqu'à relever les risques qu'ils courent dans la vente du fruit extrêmement fragile pour payer la marchandise à un prix relativement bas. Le but recherché est d'acheter moins cher la marchandise aux maraîchers pour revendre en ville en gagnant une bonne marge de bénéfices.

Mais le producteur vend sa marchandise sans information préalable. Il se trouve ainsi en situation d'infériorité vis-à-vis des commerçants raison pour laquelle il restera toujours un éternel perdant dans ce genre de transaction commerciale. La non maîtrise des prix de vente constitue ainsi une véritable gageure pour les maraîchers.

Isolés, ils sont faibles, unis ils seront forts et il faut qu'ils comprennent au plus vite que l'union fait la force. Les producteurs, acteurs fondamentaux du développement du marché sont donc pour ainsi dire des laissés pour compte.

#### 4.5.3. Des pertes de tomate au champ

Les producteurs trouvaient auprès de la SCAN un débouché sûr pour la marchandise. Proposant deux systèmes de collecte aux producteurs, achat bord champ et achat pont bascule usine, le paysan qui se trouvait dans l'incapacité de transporter sa marchandise du lieu de production à l'usine faisait appel au service de l'industrie créé en la matière ; même si les prix appliqués par l'industrie n'étaient pas satisfaisants (Tableau 5).

Tableau 5. Comparaison du prix d'achat de la tomate appliqué sur le marché avec celui proposé par la SCAN

Points de vente	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Au marché	151	175	160	170	180	175	225	200
A l'usine	32	32	70	70	70	70	70	70
Bord champ	30	30	55	55	55	55	55	55

Sources. Rapports d'activités SCAN

En se déplaçant régulièrement (7 jours sur 7) sur le terrain, la SCAN faisait la collecte du fruit dans les zones reculées et difficilement accessibles ; les commerçants se limitant dans la périphérie de Foubot.

Aujourd'hui 47,89% de maraîchers écoulent difficilement leurs collectes sur le marché ; 79,95% vendent leur tomate à perte et 30,18% disent avoir perdu près de la moitié de leur tomate au champ faute d'acheteurs. L'enquête révèle également que les

pertes de tomate au champ sont si élevées dans les zones distantes de plus de 30 kilomètres de Foubot (Koupa Matapit, Buéa, Kouffen, Mankoumbi, Ngbetsouen, Mansouen, Njitapon, Matouba, Bafolé, etc). A Malentouen et à Massagam<sup>4</sup> 76,54% de maraîchers ont abandonné la culture faute d'acheteurs ; les commerçants se limitant à faire le ramassage uniquement dans la périphérie de Foubot.

## **5. DISCUSSION**

L'inorganisation du marché de la tomate conduit à l'isolement des producteurs. Seul et en situation d'infériorité, il ne peut fixer le prix de sa marchandise, conséquence de l'absence de groupements forts de cette catégorie d'agriculteurs.

### **5.1. Organisation de la vente par les producteurs**

Dans un contexte de filière fruits et légumes en crise due à l'ouverture du marché et à la pression de la demande urbaine (Nkouadjio, 2018) les maraichers se doivent d'utiliser les circuits courts : vente à la ferme, cueillette, AMAP (association pour le maintien d'une agriculture paysanne), vente sur les marchés, vente le long de la route, vente auprès des comités d'entreprise, (Saynard, 2010). De nos jours, les circuits courts se développent

De nombreux produits peuvent être vendus en direct : fruits, légumes, produits laitiers (lait, yaourts, fromages, etc.), pain, farine, viande et même des produits cuisinés (quiches, tartes, gâteaux, etc.). Le système permet de diminuer le nombre d'intermédiaires et les distances parcourues (Generali, 2019). Pour les producteurs, il s'agit d'une excellente façon d'accroître les revenus et de fidéliser les clients (Generali, 2019). De la sorte, l'augmentation des revenus des producteurs est majoritairement due à l'organisation pour la vente groupée et directe (Basquin, 2014).

La vente directe renforce le lien entre les producteurs et les consommateurs, avec une meilleure traçabilité et à un prix accessible (Ngapgue 2012). Ce mode de distribution est également plus respectueux de l'environnement, car la distance parcourue par le produit est faible voire quasi-nulle dans le cadre d'une vente directe réalisée sur votre exploitation. Il permet également de diminuer le gaspillage : fini les fruits et légumes écartés des étals car ils ne correspondent pas au calibrage exigé par la grande distribution.

---

<sup>4</sup> Malentouen est à 130 kms de Foubot ; Massagam à 55 kms.

## **5.2. Le bien-fondé de l'organisation des associations paysannes dans la vente de la culture**

Beaucoup de problèmes existent dans la production et la vente de la tomate : accès aux semences, rareté des intrants sur le marché, parfaite maîtrise de l'eau, variabilité des prix sur le marché. Bien plus les maraîchers des pays de l'Afrique de l'ouest et du centre sont caractérisés par le manque de professionnalisme et les difficultés d'accès aux intrants (Abd-El-Karim, 2007) Ils ont aussi de faibles capacités de négociations (Ngapgue, 2012) et connaissent de concurrences avec des produits importés (oignon, carotte, pomme de terre) ; ils ont également un accès limité au crédit bancaire rendant difficile la collecte des produits par les organisations (Basquin, 2014).

Constituée à l'initiative d'un ensemble d'agriculteurs qui se regroupent dans l'objectif de mutualiser leurs moyens, les OP définissent les règles pour adapter l'offre à la demande, pour instaurer une transparence des transactions et mettre en œuvre la traçabilité ; elles promeuvent comme on l'observe dans les pays du Nord les méthodes de production respectueuse de l'environnement (Remongin, 2021). Dans la commercialisation des vivres frais, les organisations paysannes permettent d'assurer le groupage, le conditionnement, le transport, la transformation et la distribution. En définitive, elles œuvrent pour la vente en totalité ou en partie de la production de leurs membres ou la mise à disposition de leurs membres des moyens nécessaires à la commercialisation de leur production (Remongin, 2021).

A l'instar des coopératives de café, le regroupement des producteurs de tomate en groupements, organisations ou associations, etc, est le système idéal pour résoudre un ensemble de problèmes liés à la filière. Ensemble ils peuvent négocier de meilleurs arrangements commerciaux pour satisfaire durablement le marché ainsi que le témoigne l'exemple du Nowefor<sup>5</sup> qui a pu donner une solution commune à tous les problèmes des producteurs de tomate dans le Nord-Ouest anglophone du Cameroun (Fongang, 2007).

Elles jouent un grand rôle dans la circulation de l'information entre les commerçants des produits maraîchers et dans la gestion de l'incertitude sur la qualité des légumes ainsi ce que les grandes entreprises n'ont pas pu assurer, à savoir la connexion entre l'offre agricole et la demande pour les produits souvent périssables, ce sont essentiellement des milliers de petites activités mises sur pied largement par les femmes qui arrivent à le faire.

Par moments, les OP donnent naissance à une coopérative qui permet d'exploiter collectivement les opportunités offertes par les marchés locaux (Fongang, 2012, Djioisa 2015). Elles peuvent aussi, comme on a pu le constater au Sénégal obtenir de l'Etat et de

---

<sup>5</sup> Cet exemple de valorisation d'expériences d'organisations paysannes a fait l'objet d'une étude présentée au Forum régional Bamako, 16-18 janvier 2007 par Guillaume Fongang, directeur du Service d'appui aux initiatives locales de développement (SAILD Appui), coordonnateur du programme Agriculture durable et compétitive et fongangfouepe@yahoo.fr SAILD, BP 11955, Yaoundé, Cameroun. www.saild.org Forbah David Nuijueh, responsable de la filière Maraîchage de Bambui.

l'organisation des commerçants importateurs d'oignons, le gèle périodique des importations d'oignons afin de protéger la production locale (Basquin, 2014) ; cela montre l'émergence d'une capacité de négociation des maraîchers au niveau national et il convient d'agrandir cette force. Il convient seulement de préciser les conditions et les appuis nécessaires pour qu'elles puissent exprimer ce potentiel pleinement (Diallo, 2017).

## **6. CONCLUSIONS**

La rive gauche du Noun est la plus grande zone de production de tomate du Cameroun. La tomate ici est produite essentiellement par les petits producteurs. Par le passé une importante quantité de cette tomate a servi de matière première à l'industrie de fabrication du concentré de tomate ouverte à Foumbot. Depuis la fermeture de l'usine la question se pose de savoir comment les maraîchers procèdent pour vendre la quantité de tomate produite dans la région.

Les enquêtes faites sur le terrain montrent que les producteurs ont créé plusieurs circuits et points de vente de tomate fraîche. Ne maîtrisant pas tous les circuits de commercialisation du légume, ce sont les commerçants qui leur imposent le prix d'achat de la marchandise et créent des points inédits de collecte du fruit. De fait, la vente inorganisée du fruit ne profite pas aux producteurs mais aux nombreux intermédiaires qui servent de relation avec le marché.

La diversité des personnes impliquées dans la commercialisation de la tomate atteste que les producteurs camerounais n'ont pas encore compris le bien-fondé de l'existence des mouvements coopératifs comme il avait été conçu pour la production et la commercialisation des anciennes cultures de rente.

L'importance économique des organisations de producteurs est de nos jours irréfutable comme l'a pu montrer l'étude faite en 2013 par Blein et Coronel dans trois pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre (Burkina Faso, Cameroun, Ghana). Enclencher un processus de développement véritable des cultures commerciales repose sur la capacité des organisations à mobiliser leurs propres ressources (Signie, 2018). Isolés les producteurs ne peuvent pas apporter tout seuls une solution durable à ces questions. Ils ont donc besoin d'organisations fortes, devant leur permettre de gagner en pouvoir de négociation sur les places commerciales et d'influer sur les politiques agricoles menées aux échelons national, régional et local.



## 7. REFERENCES

- ABD-EL-KARIM, S. 2007. *Etude sur la commercialisation des produits maraichers et céréaliers et identification de nouveaux débouchés dans la région des savanes* volet 2 : identification de nouveaux débouchés version finale FAO (Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture représentation du Togo), octobre 2007 consultant 95 pages.
- AGRI-STAT, CAMEROUN. 2010. *Annuaire des statistiques du secteur agricole campagnes 2007 et 2008, Numéro 16, Direction des enquêtes et des statistiques agricoles*, 111 pages.
- AMADOU, O.D. 2017. Au Sénégal, la production de fruits et légumes a le vent en poupe, *Jeune Afrique Economie*, 19 décembre 2016.
- BASQUIN, H. 2014. Sénégal concertation et vente directe des produits maraichers, programme promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'ouest fiche innovation.
- BLEIN, R., CORONEL, C. 2013. Les organisations de producteurs en Afrique de l'Ouest et du Centre : attentes fortes, dures réalités, *Fondation FARM*.
- BROUTIN, C., COMMEAT, P.G., SOKONA, K. 2005. Le maraîchage face aux contraintes et opportunités de l'expansion urbaine. Le cas de Thiès/Fandène (Sénégal), Gret, Endagraf, document de travail, *Ecocité n°2*.
- FAO (Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture). 2009. Rapport Panorama I sur les statistiques agricoles et alimentaires Cameroun, « *Country STAT pour l'Afrique Sub-Saharienne* » PROJET GCP/GLO/208/BMG, Rome, Septembre 2009, 78 pages.
- FOLEFACK, P.D., DJOULDE, D.R. 2015. *Stratégies de commercialisation des produits maraichers sur le marché de Maroua* 16 pages.
- FONGANG, G., FORBAH, N.D. 2007. Vente de tomates, NOWEFOR, Cameroun Valorisation d'expériences d'organisations paysannes « Accès au marché et commercialisation de produits agricoles ». *Forum régional Bamako, 16-18 janvier 2007. Inter-réseaux Développement rural, CTA*.
- FONGANG, G. 2012. *Les organisations des producteurs au Cameroun*, IRAM, 86 pages.
- GENERALI. 2019. Agriculteurs, et si vous vendiez vos produits en direct ? <https://www.generali.fr/professionnel/dossier/vente-directe-agriculteurs>.
- HATCHEU, E. 2003. *L'approvisionnement et la distribution alimentaire à Douala (Cameroun) : logiques sociales et pratiques spatiales des acteurs*. Thèse de doctorat de géographie, IEDES/IRD-université de Paris-I Sorbonne.

- JIOTSA, A., MUSIMA, O.T., & YAMBENE, H. 2015. « Les mouvements coopératifs dans les hautes terres de l'Ouest-Cameroun », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine*.
- NCHOUTNJI, I., FOFIRI, N. E. J., OLINA, J.P., TEMPLE, L., KAMENI, N.A. 2009. Systèmes maraîchers en milieu urbain et périurbain des zones Soudano-sahélienne et Soudano-guinéenne du Cameroun : cas de Garoua et Ngaoundéré, *TROPICULTURA*, 2009, 27, 2 : 98-104.
- NGAPGUE, J.N. 2007. *Le maraîchage et le vivrier marchand comme solution à la crise caféière dans la région de Fombot*. Thèse de Doctorat Ph.D, Université de Dschang, mars 2007, 597 pages.
- NGAPGUE, J.N., TSALEFAC, M. 2012. Approvisionnement de l'ancien pôle de développement du café de Fombot en produits vivriers, *Les mutations socio spatiales au Cameroun*, IRESMA, pp 157-170.
- NKOUADJIO, M.F. 2018. Cameroun, culture des tomates : les objectifs des producteurs échouent en décembre <http://www.camer.be>.
- REMONGIN, X. 2021. Organisation économique : les organisations de producteurs, <https://agriculture.gouv.fr/organisation-economique-les-organisations-de-producteur>.
- SEI-BI, O.Y., KOUAME, F., FATIMA, S., EZOUA, J. 2018. *Unité Réduction de la Pauvreté*, PNUD Côte d'Ivoire Production de tomate pour lutter contre la pauvreté des femmes.
- SIGNIE, C. 2018. Organisations paysannes et développement socio-économique dans la zone forestière du Cameroun méridional, 1992 à 2015, Publisher : Universidade Federal de Santa Catarina, *Revista Esboços, Florianópolis*, v. 25, n. 39 : 131-146.