



Rapport de consultation

Amélioration de la chaîne de valeur des produits forestiers non ligneux (PFNL) exploités par les organisations féminines.

Le cas des communes des Mbang et Lomié, Départements de la Kadéy et du Haut Nyong, Région de l'Est, Cameroun.

MEKONGO Fidèle, Consultant

Yaoundé, Décembre 2011

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES.....	ii
LISTE DES CARTES.....	iv
LISTE DES ENCADRES.....	iv
LISTE DES PHOTOS	iv
LISTE DES FICHES PRODUIT	iv
LISTE DES SCHEMAS	iv
LISTE DES TABLEAUX.....	vi
LISTE DES ABBREVIATIONS.....	vii
RESUME	ix
SUMMARY	xi
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE DE LA DEMARCHE	3
1.1. OBJECTIFS	3
1.2. METHODOLOGIE SUIVIE	4
1.3. DEFINITIONS DE QUELQUES TERMES ET CONCEPTS UTILISES.....	11
Chapitre 2: APERCU GENERAL DES PRODUITS CIBLES	14
2.1. CADRE JURIDIQUE DE L'EXPLOITATION DES PFNL AU CAMEROUN.....	14
2.2. PRODUITS CIBLÉS	15
CHAPITRE 3 : ANALYSE DE LA CHAÎNE DE VALEUR AJOUTEE DES PRODUITS CIBLES	20
3.1. CARTOGRAPHIE DE LA CHAÎNE DE VALEUR AJOUTÉE DES PRODUITS	20
3.2. QUANTIFICATION ET ANALYSE DE LA CHAÎNE DE VALEUR	26
3.3. ANALYSE ÉCONOMIQUE DE LA CHAÎNE DE VALEUR	29
CHAPITRE 4 : STRATEGIE PROPOSEE POUR LA MISE A NIVEAU DE LA CHAÎNE DE VALEUR	
AJOUTEE	45
4.1. VISION SUR L'AMÉLIORATION DE LA CHAÎNE DE VALEUR AJOUTÉE ET STRATÉGIE DE MISE EN	
ŒUVRE	45

4.2. ANALYSE DES OPPORTUNITÉS ET DES CONTRAINTES.....	46
4.3. OBJECTIFS OPÉRATIONNELS POUR LA MISE À NIVEAU	48
4.4. IDENTIFICATION DES ACTEURS POUR LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE MISE À NIVEAU.....	49
4.5. PROJECTION DE L'IMPACT DE LA MISE À NIVEAU DE LA CHAÎNE DE VALEUR AJOUTÉE.....	51
4.6. CHANTIERS DE MISE A NIVEAU.....	53
4.7. Fiche par produit	65
CHAPITRE 5 : SCHEMAS DE FACILITATION DU PROCESSUS DE DEVELOPPEMENT DE LA CHAÎNE DE VALEUR.....	70
5.1. IDENTIFICATION DES ACTEURS PUBLICS, PRIVÉS ET PARTENAIRES ET PRÉCISION DE LEURS RÔLES RESPECTIFS.....	70
5.2. IDENTIFICATION DES AXES DE RENFORCEMENT DES RELATIONS D’AFFAIRE PRIVÉES.....	73
CONCLUSION	77
BIBLIOGRAPHIE.....	79
ANNEXES	81
ANNEXE 1 : ILLUSTRATIONS DES VALEURS AJOUTÉS CRÉÉES SUITE À LA TRANSFORMATION DE QUELQUES PFNL	81
ANNEXE 2 : LISTE DES PERSONNES INTERVIEWÉES	84
ANNEXE 3 : GUIDES D’ENTRETIEN ET QUESTIONNAIRES POUR ENTREVUES AVEC LES DIFFERENTS ACTEURS	90

LISTE DES CARTES

Carte 1 : Zones d'études et itinéraire des PFNL vers l'exportation.....	6
--	----------

LISTE DES ENCADRES

Encadré 1: Première approche dans le calcul de la part de la valeur ajoutée totale reçue par un maillon de la chaîne de valeur	30
Encadré 2: Deuxième approche de calcul de la part de la valeur ajoutée totale reçue par un maillon de la chaîne de valeur	30
Encadré 3: Vision d'amélioration de la CVA.....	45

LISTE DES PHOTOS

Photo 1: Mangue sauvage transformée	15
Photo 2: Graines de moabi.....	16
Photo 3: Graines de njansang.....	17
Photo 4: Graines de rondelle	18

LISTE DES FICHES PRODUIT

Fiche produit 1 : Mangue sauvage.....	65
Fiche produit 2 : Njansang.....	66
Fiche produit 3 : Rondelle	67
Fiche produit 4 : Fruit du moabi	68

LISTE DES SCHEMAS

Schéma 1: Premier axe d'écoulement des PFNL exploités par les femmes de Mbang et Lomié .	5
Schéma 2 : Second axe d'écoulement des PFNL exploités par les femmes de Mbang et Lomié .	5
Schéma 3: Axe de consommation interne des PFNL (niveau local)	22
Schéma 4: Axe de consommation interne des PFNL (niveaux régional et national)	23
Schéma 5: Axe d'exportation des PFNL	24

Schéma 6: Axe de consommation interne des PFNL (niveau local)	27
Schéma 7: Axe de consommation interne des PFNL (niveau régional et national)	28
Schéma 8: Axe d'exportation des PFNL	29
Schéma 9: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de la mangue sauvage dans les marchés de Mbang, Lomié et environs	32
Schéma 10 : Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur du njansang dans les marchés de Mbang, Lomié et environs	33
Schéma 11: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de la rondelle dans les marchés de Mbang, Lomié et environs	34
Schéma 12: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur du fruit du moabi dans les marchés de Mbang, Lomié et environs	35
Schéma 13: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de la mangue sauvage au Cameroun (niveaux régional et national)	36
Schéma 14: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur du njansang (Niveaux régional et national)	37
Schéma 15: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de la rondelle au Cameroun (niveaux régional et national)	38
Schéma 16 : Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de l'exportation de la mangue sauvage vers le Nigeria	39
Schéma 17: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de l'exportation du njansang vers le Nigeria	40
Schéma 18: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de l'exportation de la rondelle vers le Nigeria	41
Schéma 19 : Présentation des opportunités et contraintes de la CVA à Mbang et Lomié	46
Schéma 20 : Impact attend de la mise à niveau de la chaîne de valeur	52

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Récapitulatif des types d'acteurs rencontrés	8
Tableau 2: Répartition des personnes rencontrées par zone géographique () en fonction du domaine d'intervention	8
Tableau 3: Répartition des produits entre l'exportation et la consommation interne	21
Tableau 4: Harmonisation des contenances et poids des mesures des PFNL	26
Tableau 5: Synthèse de la distribution de la VA par maillon de chaque CVA	42
Tableau 6 : Chantiers de mise à niveau de la CVA	54
Tableau 7 : Récapitulatif par axe d'intervention des acteurs publics, privés et partenaires, et leurs rôles respectifs	71

LISTE DES ABBREVIATIONS

CIFOR:	Center for International Forestry Research
CITES:	Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvage menacées d'extinction
cm:	Centimètre
COMIFAC:	Commission des Ministres des Forêts en Afrique Centrale
CTFC:	Centre Technique de la Forêt Communale
CVA:	Chaîne de Valeur Ajoutée
DACEFI	Développement d'Alternatives Communautaires à l'Exploitation Forestière Illégale (Projet WWF)
FFOM:	Forces Faiblesses, Opportunités et Menaces
FAO:	Food and Agriculture Organization of the United Nations
g:	Gramme
GIZ:	Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (Coopération Allemande au Développement)
ICRAF:	International Center for Research in Agroforestry
INADES:	Institut National Africain pour le Développement Economique et Social
IRAD:	Institut de Recherche pour l'Agriculture et le Développement
km:	Kilomètre
l:	Litre
MINADER	Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural
MINCOMMERCE:	Ministère du Commerce
MINEP:	Ministère de l'Environnement et de la Protection de la Nature
MINFOF:	Ministère des Forêts et de la Faune
NB:	Nota Bene
NNR:	Coopérative des Femmes Nwog Nkwel-Réunis de Lomié

NTFP:	Non Timber Forest Product
ONG:	Organisation Non Gouvernementale
PFNL:	Produits Forestiers Non Ligneux
PM:	Premier Ministre
PPP:	Partenariat Public Privé
PSFE:	Programme Sectoriel Forêt Environnement
RAFAMBA:	Réseau Associations Féminines de Mbang
SARL:	Société à Responsabilité Limitée
SIM:	Système d'Information des Marchés
SNV:	Organisation Néerlandaise de Développement
UICN:	Union Mondiale pour la Conservation de la Nature
VA:	Valeur Ajoutée
WWF:	World Wide Fund for Nature

RESUME

L'exploitation des produits forestiers non ligneux (PFNL) est traditionnellement une activité de femmes auxquelles sont associés les enfants. Cette exploitation intègre dans les sites ciblés la collecte et la petite transformation permettant la consommation immédiate du produit dans le cadre familial ou, dans une moindre mesure, le report de son utilisation pour la période de rareté. Il va sans dire que cette approche cadre avec le contexte d'une communauté réduite dont l'essentiel des besoins vitaux est satisfait en utilisant les ressources disponibles dans la nature. Cette situation est généralement sans grande incidence sur l'équilibre entre les besoins à satisfaire et les ressources disponibles, de même que sur celui des écosystèmes.

L'équilibre peut être rompu du fait de l'accroissement de la demande des ressources, pendant que leur disponibilité stagne ou décroît. Il s'en suit alors une situation de tension entre les parties prenantes de l'exploitation de ces ressources qui est, dans la plupart des cas, favorable aux groupes les plus habiles pour surmonter les obstacles rencontrés et tirer profit des opportunités avérées.

La situation prévalant à Mbang et Lomié, deux communes des départements de la Kadey et du Haut Nyong respectivement, dans la région de l'Est Cameroun, n'est pas aussi tendue, mais il reste que les populations s'enfoncent plus dans la forêt pour accéder aux ressources, et que le nombre de personnes intervenant dans l'exploitation de celles-ci augmente au fil des années, laissant entrevoir une pression sur les ressources. Cette pression n'est pas consécutive seulement à l'accroissement du nombre d'acteurs impliqués, mais surtout au fait que les produits collectés sont écoulés hors des sites sans véritable transformation créatrice de la valeur ajoutée qui profiterait d'abord aux populations locales en termes de retombées économiques et contribuerait à résorber le problème de régénération des ressources en offrant les opportunités de financement de leur reconstitution. Par ailleurs, plus de 75% de la production faite des PFNL est destinée à l'exportation, tandis que l'autre partie est consacrée à la consommation domestique, locale et nationale.

Sur un autre plan, l'analyse révèle que la phase de production est mal rétribuée au vu de l'intensité du travail fourni, du temps consacré et des risques courus. De la plus-value générée au bout de la chaîne de valeur ajoutée de la mangue sauvage (*Irvingia gabonensis*), du fruit du moabi (*Baillonnelia toxisperma*), du njansang (*Ricinodendron heudelotti*) et de la rondelle (*Afrostryax lepidophyllus*), qui sont les produits concernés par l'étude, seulement près de 30% reviennent à la production, tandis qu'environ 70% de cette valeur ajoutée sont répartis entre les autres maillons, à savoir : le commerce de semi gros et le commerce de gros qui intègre l'exportation.

La situation ainsi décrite ne peut échapper à toute personne s'intéressant aux PFNL dans les deux sites de production retenus par l'étude. C'est celle-ci qui a incité les membres des associations féminines de Mbang et Lomié à solliciter le Programme d'appui au Programme

Sectoriel Forêt Environnement de la Coopération allemande (ProPSFE/GIZ) pour qu'il les aide à concevoir et mettre en œuvre des mécanismes devant à terme leur permettre d'augmenter leur part dans la répartition de la valeur ajoutée créée par l'exploitation des PFNL et garantir la durabilité des processus à développer dans ce cadre.

Pour répondre à cette sollicitation, il a été jugé opportun d'entreprendre une consultation sur l'amélioration de la chaîne de valeur des PFNL exploités par ces femmes. Le travail effectué dans ce cadre a intégré une démarche à la fois prospective et perspective dans la conception d'une approche de facilitation de la mise à niveau de la chaîne de valeur ajoutée des produits exploités. Il a ainsi été procédé à des consultations de documents spécialisés, des échanges avec des experts, des entrevues avec des personnes actives dans le domaine et des observations sur le terrain pour rassembler le maximum d'informations devant permettre de se prononcer sur la pertinence de cette démarche et, le cas échéant, d'entrevoir les axes de sa mise en œuvre.

Le document produit à cet effet s'ouvre sur le cadre théorique de la démarche suivie, puis fait un bref aperçu des PFNL sélectionnés, avant de s'étendre sur l'analyse de la chaîne de valeur ajoutée (CVA) de chacun d'entre eux, suggérer une stratégie pour réaliser la mise à niveau souhaitée, et conclure sur les schémas de facilitation envisagés.

Au total, le document décrit un processus multi-acteurs où tous les intervenants seront invités à s'investir à fond pour que se réalise le changement souhaité. Il s'agit en fait d'un projet d'action qui va s'imbriquer dans des initiatives déjà en cours qu'il va contribuer à rendre plus opérationnelles et à orienter vers la recherche d'un mieux-être individuel et collectif.

SUMMARY

The exploitation of non-timber forest products (NTFPs) is traditionally a women activity in which children are occasionally involved. It comprises operations related to product collection and small transformation, enabling immediate domestic consumption or the postponement of its use for the period of scarcity. The described system is obviously justified in the context of a small size community where most of the vital population needs are satisfied through the use of the resources available in the surrounding environment. This situation is generally without significant impact on the balance between the needs and the resources available, and on the ecosystems.

The balance can be interrupted because of the increased demand for resources, while their availability stagnates or decreases. It then follows a situation of tension between the stakeholders of the exploitation of these resources that is, in most cases, favorable to the groups able to overcome obstacles and take advantage of given opportunities.

The situation in Mbang and Lomie, two councils of the Kadey and Upper Nyong divisions of the East region of Cameroon, is not so tense, but it remains that people go deeper inside the forest before they have access to the resources, and that the number of persons involved in exploiting activities is increasing over the years, augmenting human pressure on the resources. This pressure on non-timber forest products is not due only to the fact that the number of the actors involved is increasing, but mainly because the collected products are mostly exported without real transformation that is generally generating an added value. This added value can be profitable for local populations in terms of economic incomes and can also constitute local contribution in financing natural resources regeneration activities. Elsewhere, more than 75% of the NTFPs production is dedicated to exportation while the other part is devoted to domestic, local and national consumption.

The so described situation cannot escape to any NTFPs exploitation observant in the two production sites. It is the situation that prompted the members of women's associations of Mbang and Lomie to solicit ProPSFE/GIZ's support in conceiving and implementing appropriate strategies to increase their share in the distribution of the added value created by the chain, as well as ensuring the sustainability of related processes.

In response to this solicitation, it was decided to realize a consultation that integrated, in its implementation, an approach both prospective and perspective towards the conception of the best strategy to enable the said upgrading. Consultations of specialized documents, discussions with experts, interviews with persons active in the domain and field observations were thus carried out to gather necessary information to appreciate the relevance of the initiative and, if appropriate, to identify the priorities of the intervention.

The document produced at the end of the field work opens on the theoretical aspects of the study, then undertakes a brief overview of the NTFPs selected, before it expands on the

analysis of the added value chain of each of them, suggests a strategy to achieve the desired upgrade, and concludes on the envisaged facilitation schemes.

In summary, the document describes a multi-actors process where all the stakeholders need to fully invest before the expected change is achieved. In fact, it is a project of action that will globally fit in with initiatives already underway and that it will make more operational and gear towards the realization of individual and collective welfare.

INTRODUCTION

Les produits forestiers non ligneux (PFNL), définis comme étant des biens d'origine biologique autres que le bois, dérivés des forêts, des autres terres boisées, et des arbres hors forêts (FAO, 1999), comportent un intérêt socioculturel et économique aussi bien pour les populations directement en leur contact que pour celles qui en sont éloignées et les reçoivent en l'état ou transformés. Pour le premier groupe, ils servent de base alimentaire, de pharmacopée ou de source de revenu, et c'est davantage en l'état presque brut qu'ils sont concernés. Tandis qu'au second groupe, les produits leur parviennent généralement transformés, soit légèrement dans le sens d'en améliorer la conservation ou les conditions de transport, soit totalement transformés en produits finis prêts pour l'utilisation à des fins alimentaires, cosmétiques, pharmaceutiques ou ornementales. A l'évidence, les PFNL interviennent dans la vie quotidienne et un souci pressant fait corps au sujet de leur maîtrise tant pour leurs vertus que pour leur valeur économique et leur contribution au mieux-être des communautés qui en dépendent, et des démarches privées et publiques ont été initiées à différents niveaux pour cerner les enjeux liés.

Intervenant à la suite d'autres organismes tels que la FAO, le CIFOR, l'ICRAF, l'IRAD, la COMIFAC, la SNV, l'UICN, le WWF ou le CTFC, la GIZ est consciente de l'incidence de ces produits sur les conditions de vie des populations installées à l'intérieur ou à la périphérie des zones où ils sont extraits. Elle intègre également le fait que, en dépit de leur situation de producteurs de ces ressources, ces communautés bénéficient très faiblement des retombées de cette exploitation qui semble davantage profiter aux acteurs intermédiaires entre la production et la consommation. Dans une quête du bien-être général, la GIZ a convenu d'envisager des approches devant à terme permettre un relatif rééquilibrage de la répartition des revenus tirés de l'exploitation des PFNL concernés.

Aussi, s'appuyant sur le Programme Sectoriel Forêt Environnement (PSFE) qui met l'accent sur la valorisation des PFNL pour améliorer le niveau de vie des populations locales, l'antenne de l'Est Cameroun du Programme d'appui au PFSE (ProPSFE), en collaboration avec d'autres organismes, a-t-elle déjà entrepris plusieurs actions visant globalement à améliorer le cadre de l'exploitation de ces produits dans la perspective de la rendre plus bénéfique pour les communautés de la base. Les actions menées dans ce sens portent sur l'organisation de quelques ventes groupées grâce à l'exploitation du Système d'Information des Marchés (SIM) mis sur pied, l'institution à titre expérimental des caisses d'avance pour appuyer la production des PFNL, ou l'appui depuis 2010 à deux regroupements d'organisations féminines pour permettre leur accès légal à la ressource. Il s'agit du Réseau Associations Féminines de Mbang (RAFAMBA), et la Coopérative des Femmes Nwog Nkwel-Réunis

de Lomié (NNR) qui ont reçu un appui consistant pour leur érection en sociétés à responsabilité limitée (SARL), pour cadrer avec les exigences légales et réglementaires en matière d'agrément pour l'exploitation des produits ligneux et non ligneux au Cameroun.

L'exigence découlant de cette mutation est le passage d'une gestion artisanale à une gestion professionnelle qui peut être soutenu par l'amélioration de la chaîne de valeur des produits collectés et commercialisés par ces structures.

Le présent travail vise à répondre à cette préoccupation et se focalise a priori, pour des raisons pratiques, sur quatre produits choisis par les femmes elles-mêmes au cours d'échanges antérieurs avec ProPSFE/GIZ-Est, à savoir : la mangue sauvage (*Irvingia gabonensis*), le fruit du moabi (*Baillonnelia toxisperma*), le njansang (*Ricinodendron heudelotti*) et la rondelle (*Afrostryax lepidophyllus*).

Les deux sites concernés par la démarche présentent la particularité d'être difficilement accessibles en raison de leur éloignement des villes de Bertoua, Abong Mbang et Batouri, et de l'état des routes. La curiosité de cette situation est l'attraction que ces produits exercent sur certains acteurs de la filière des PFNL en dépit des difficultés mentionnées auxquelles s'ajoutent les tracasseries administratives et policières relevées pendant les entretiens.

Le travail mené a consisté en une consultation dont la démarche et les conclusions sont l'objet du présent rapport. Ce dernier est subdivisé en cinq chapitres. Le premier décrit le cadre théorique de la démarche et le deuxième, le contour général des produits ciblés. Le troisième chapitre est consacré à l'analyse de la chaîne de valeur de ces PFNL, le quatrième, à la stratégie de mise à niveau de celle-ci, et le dernier, aux schémas de facilitation du processus de son développement.

CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE DE LA DEMARCHE

La démarche est relative à la consultation sur l'amélioration de la chaîne de valeur ajoutée des produits forestiers non ligneux exploités par les organisations féminines des communes de Mbang et Lomié. Le présent chapitre traite des objectifs de l'étude, la méthodologie suivie pour la réaliser, ainsi que des limites qu'elle comporte et quelques définitions des termes et concepts utilisés.

1.1. OBJECTIFS

L'objectif général de la consultation découle des termes de références de celle-ci qui prescrivent d'analyser et proposer une stratégie d'amélioration de la chaîne de valeur ajoutée des PFNL exploités par les organisations féminines de deux communes mentionnées plus haut.

Cet objectif général se décline en trois objectifs spécifiques visant à :

Objectif spécifique 1 : Faire une analyse de la chaîne de valeur ajoutée des produits ciblés, à savoir : la mangue sauvage (*Irvingia gabonensis*), le moabi (*Baillonnelia toxisperma*), le njansang (*Ricinodendron heudelotti*), et la rondelle (*Afrostryax lepidophyllus*) à travers :

- Une cartographie de chaîne de valeur ajoutée par produit visant à faire ressortir sur un modèle visuel la réalité économique avec les fonctions diverses, les parties prenantes, les interdépendances et les rapports ;

- La quantification et l'analyse de la chaîne de valeur en détail afin de compléter la cartographie de chaîne de valeur par les informations qui permettront de comparer l'état actuel de la chaîne de valeur aux états alternatifs potentiels ;

- L'analyse économique de la chaîne de valeur en évaluant les coûts de production et de commercialisation à chaque étape de la chaîne de valeur ajoutée et la structure des coûts le long des étapes de la chaîne ;

Objectif spécifique 2 : Proposer une stratégie de mise à niveau de la chaîne de valeur en intégrant ce que les acteurs de la chaîne de valeur doivent faire pour devenir plus compétitifs et générer une plus grande valeur ajoutée à l'avenir, et le rôle des facilitateurs externes au moyen de :

- L'obtention de l'accord sur une vision et une stratégie de mise à niveau de la chaîne de valeur ajoutée ;

- L'analyse des opportunités et contraintes ;

- La fixation des objectifs opérationnels pour la mise à niveau ;
- L'Identification des acteurs pour mettre en œuvre la stratégie de mise à niveau ;

Objectif spécifique 3 : Proposer des schémas de facilitation du processus de développement de la chaîne de valeur grâce à :

- La clarification des rôles des acteurs publics, privés et partenaires ;
- L'identification des projets de promotion de la chaîne de valeur ajoutée ;
- L'identification des axes de renforcement des relations d'affaires privées.

1.2. METHODOLOGIE SUIVIE

La présentation de la méthodologie suivie porte sur la description des zones d'étude, de l'échantillonnage utilisé, des outils ayant permis la collecte des données sur le terrain, et des limites de la démarche.

1.2.1. Les zones d'étude

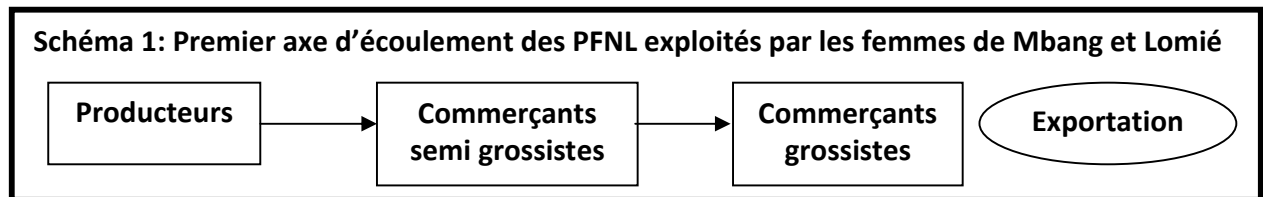
Le choix des zones d'étude retenues pour le présent travail a été guidé par les termes de référence de la consultation qui avaient préalablement établi les communes de Mbang et Lomié comme sites de production des PFNL ciblés. La sélection des autres localités a été tributaire des connaissances sur les différentes filières tirées de l'expérience du consultant, ainsi que de la revue documentaire et des échanges avec les responsables du ProPSFE/GIZ-Est ayant précédé le début des travaux sur le terrain.

La zone de collecte des informations de base intègre Mbang et Lomié qui sont deux villes situées respectivement dans les départements de la Kadey et du Haut Nyong, région de l'Est Cameron. Ces localités se trouvent au cœur du vaste massif forestier du bassin du Congo, deuxième grand poumon de l'humanité après l'Amazonie. Elles sont caractérisées par une forte exploitation forestière. La population y vivant est composée des Kako, Nzime, Djeme et Baka vivant essentiellement l'agriculture, la cueillette et la chasse, ainsi que d'une forte concentration d'allogènes exerçant en grande partie des activités commerciales.

A l'observation, plus des $\frac{3}{4}$ des produits extraits des sites de Mbang et Lomié sont destinés à l'exportation, tandis que l'autre quart est occasionnellement écoulé sur les marchés environnants. C'est dire que l'analyse de la chaîne de valeur ajoutée des produits concernés a porté sur les sites de production, de même que sur les circuits d'écoulement actuels et probables de ceux-ci.

Deux axes d'exploitation des PFNL ressortent globalement dans les deux sites. Par ordre d'importance, le premier concerne la partie des produits destinée à l'exportation, alors que le second fait référence à la portion consacrée à la consommation locale, régionale ou nationale.

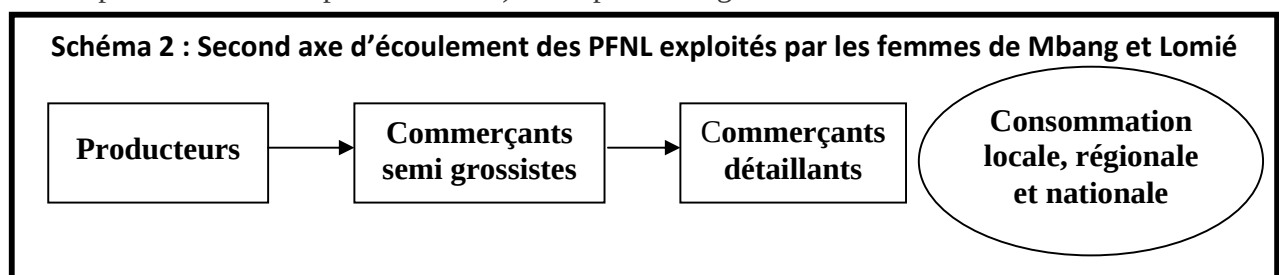
Pour ce qui est du premier axe, il porte sur l'exportation et concerne les trois produits ci-après : *Irvingia gabonensis*, *Ricinodendron heudelotti* et *Afrostryax lepidophyllus*, et le schéma ci-après représente les acteurs qui y sont impliqués :



Source : Conception personnelle

Les intervenants dans cet axe comprennent les producteurs des sites de collecte (Mbang et Lomié), les commerçants grossistes qui ont en principe des intermédiaires semi-grossistes chargés de leur livrer les produits collectés auprès des producteurs. Cependant, il a été noté que certains grossistes prennent directement attache avec les producteurs et leur avancent de l'argent pour commencer le travail en brousse. Le phénomène, qui implique des grossistes nigériens, semble prendre de l'ampleur en raison de l'accroissement continu de la demande des PFNL dans ce pays.

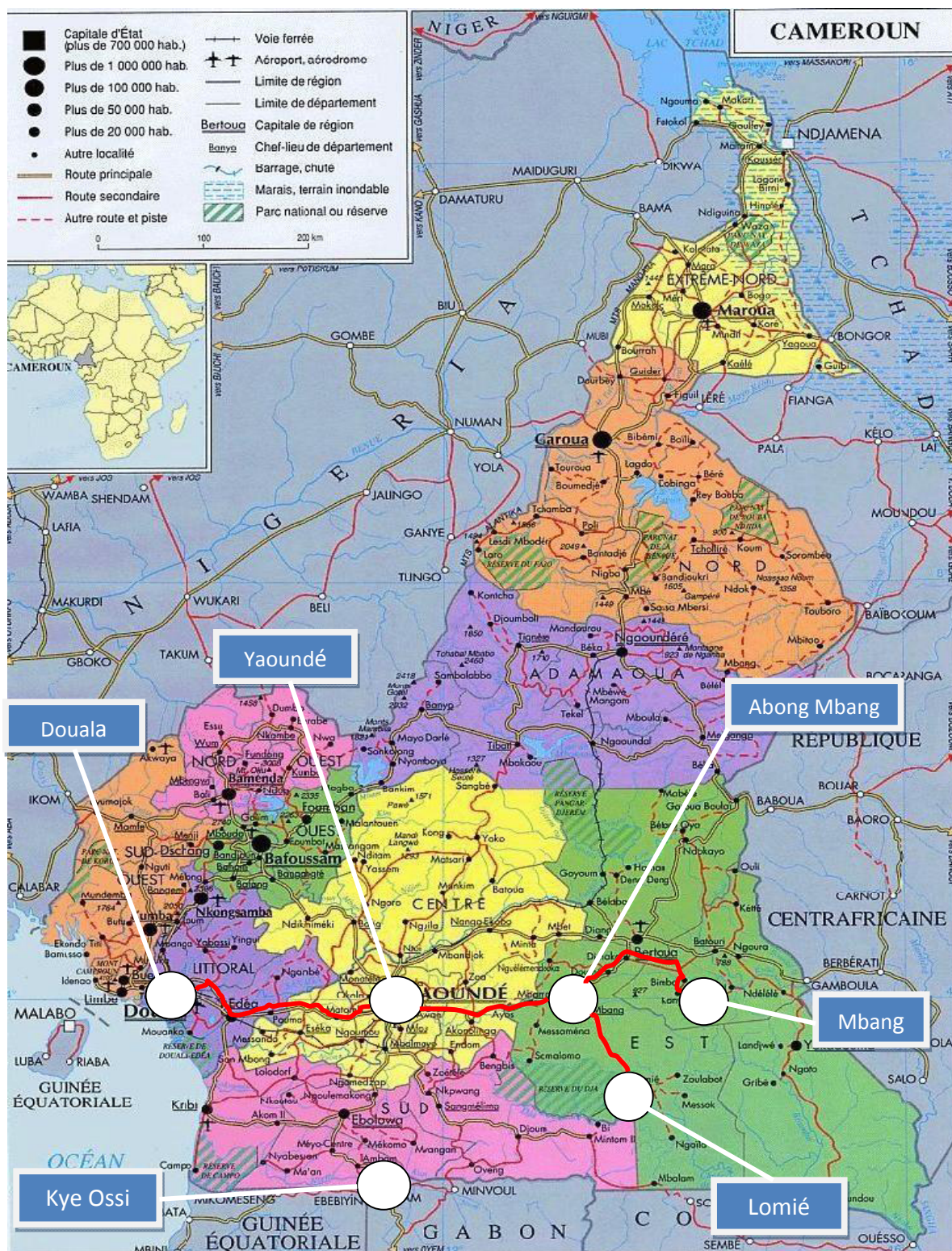
S'agissant du second axe, il porte sur la consommation interne des quatre produits concernés, avec la particularité qu'ils ne font pas généralement l'objet d'une démarche spécifique portant sur un seul produit. En fonction des opportunités, sont intégrés dans les transactions les PFNL (même ceux n'étant pas ciblés dans la présente étude) et les produits agricoles.



Source : Conception personnelle

La carte ci-après résume le parcours suivi au cours des investigations de terrain avec en points blancs les lieux des entrevues, et en traits rouges l'itinéraire de près de 75% des produits ciblés de la production à l'exportation.

Carte 1 : Zones d'études et itinéraire des PFNL vers l'exportation



Source : Fond de carte tiré de www.googlemaps.com

Les intervenants dans cet axe comprennent les producteurs des sites de Mbang et Lomié, et les commerçants (semi grossistes et détaillants).

Au total, les zones d'étude sont réparties entre les pôles de production et les points de leur écoulement aussi bien à l'intérieur que hors du Cameroun. Onze (11) localités dans quatre régions du pays ont ainsi été couvertes par la démarche : Bertoua, Abong Mbang, Lomié, Mbang, Doumé et Dimako à l'Est, Yaoundé et Mbalmayo au Centre, Ebolowa et Kye Ossi au Sud, et Douala dans le Littoral.

1.2.2. Echantillonnage

Parler d'échantillonnage au sens statistique serait quelque peu biaisé dans la mesure où les règles en la matière n'ont été respectées qu'en partie. En effet, en l'absence du nombre total d'acteurs dans les différents maillons de la chaîne de valeur, et face à la difficulté d'entrer en contact avec eux en raison de la réalisation de l'étude après la saison de production, quand la majorité des acteurs a changé de site ou est déjà engagée dans d'autres activités, il n'était pas possible de constituer une liste exacte des personnes à rencontrer. Pour pallier cette difficulté, les acteurs directs dont les contacts étaient disponibles ont été joints par téléphone et il a été convenu, quand cela était possible, des rencontres au cours desquelles les entrevues ont été réalisées. Ceci a impliqué la rencontre de plusieurs acteurs en dehors du lieu habituel où ils mènent leurs activités.

L'autre conséquence de cette situation a été une légère appréhension quant à la qualité des informations fournies, car certains interlocuteurs étaient appelés à aborder des aspects dont le souvenir n'était pas spontané. Dans ces cas, il a été procédé à une estimation. Cette situation a plus concerné la production des PFNL et la petite transformation qui y est associée, car aucun acteur n'a été interviewé en action. C'est en partie pour corriger les aléas qui pouvaient survenir à ce niveau qu'il a été procédé à la corroboration qui a permis de recouper auprès des acteurs d'un maillon les informations concernant ceux d'un autre. Il a découlé de cette approche une multitude d'informations dont la crédibilité était établie par le caractère répétitif qui apparaissait au fil des échanges avec les acteurs.

Tel qu'il ressort dans le tableau 1 ci-dessous, il s'établit que près des $\frac{3}{4}$ des personnes rencontrées lors des entrevues étaient les intervenants dans les maillons de la chaîne de valeur ajoutée des produits ciblés, tandis que l'autre quart était constitué des acteurs ayant vocation à intervenir dans les aspects institutionnels, administratifs ou techniques.

Tableau 1: Récapitulatif des types d'acteurs rencontrés

Type d'acteurs	Nombre
Acteurs directs	31
Acteurs indirects	12
Total des personnes interviewées	43

Source : Conception personnelle

L'autre caractéristique de l'échantillon utilisé est dans la relation entre le type d'acteurs rencontrés et le lieu de l'entrevue.

Le tableau ci-dessous présente la répartition par zone géographique des types d'interlocuteurs rencontrés. Il en ressort globalement que le choix des interlocuteurs dans chaque zone a été influencé par la perception générale de la relation de celle-ci avec les produits ciblés. Pour illustration, la production, la petite transformation, la commercialisation et le partenariat technique/institutionnel ont en grande partie été abordés à l'Est, alors que la recherche et la consommation finale ont été appréhendés hors de cette région.

Tableau 2: Répartition des personnes rencontrées par zone géographique (¹) en fonction du domaine d'intervention

Domaine d'intervention /Zone	Centre	Est	Littoral	Sud	Total
Production	0	10	0	0	10
Transformation (petite)	3	4	0	1	8
Commercialisation (gros, demi gros et détail)	2	6	2	0	10
Consommation finale	2	0	0	0	2
Partenariat technique et institutionnel	0	5	0	2	7
Potentiel partenariat financier	1	1	0	0	2
Recherche	4	0	0	0	4
TOTAL	12	26	2	3	43

Source : Conception personnelle

¹ La zone est indiquée par la région parce que dans la plupart des cas, plusieurs localités d'une région ont été abordées.

1.2.3. Collecte des données utilisées

La collecte des informations utilisées pour l'analyse s'est appuyée sur les outils de l'approche ValueLinks pour recenser les forces, faiblesses, opportunités et menaces (FFOM) des acteurs et groupes d'acteurs de chaque filière des produits retenus dont l'analyse devait conduire à la proposition d'une stratégie appropriée de mise à niveau de leur chaîne de valeur. Elle a été précédée par la préparation des travaux de terrain.

Ladite préparation a porté sur la consultation de la documentation (rapports) du ProPSFE/GIZ-Est au sujet de l'appui apporté au Réseau Association Féminine de Mbang (RAFAMBA) et à la Coopérative des femmes Nwog-Nkwel-Réunies de Lomié (NNR), ainsi que de celle relative aux produits ciblés et à leur exploitation. Cette partie a aussi intégré des entretiens sommaires avec les responsables de l'antenne Est de GIZ/ProPSFE et quelques partenaires institutionnels et techniques de celle-ci pour mieux cerner l'orientation qui sous-tend les actions en cours dans le domaine traité et entrevoir les perspectives envisageables. Cette occasion a également permis de tester les guides d'entretien et questionnaires conçus à cet effet et qui ont été validés après d'opportuns réaménagements et corrections.

Il a par ailleurs été circonscrit à ce niveau le champ de la consultation, déterminé la profondeur de la collecte des informations de terrain, arrêté les axes d'intervention à privilégier, avant de procéder à l'évaluation de la disponibilité et la capacité des partenaires institutionnels et techniques actuels du ProPSFE/GIZ-Est à soutenir le processus d'amélioration de la chaîne de valeur ajoutée envisagé, ainsi qu'à l'identification des interlocuteurs des différents maillons à rencontrer pour aborder les aspects importants de la démarche souhaitée.

Après l'adoption de la mouture finale des guides d'entretien et des questionnaires à utiliser pour la collecte des données sur le terrain, ceux-ci ont permis la réalisation d'entrevues individuelles et des discussions de groupe avec les acteurs directs des différents maillons sur les aspects ayant trait aux activités menées, ainsi qu'aux améliorations à apporter pour réaliser la mise à niveau. Les entretiens semi structurés individuels ou de groupe ont ainsi été utilisés pour recueillir des informations générales, des opinions, ainsi que des informations sur la qualité, alors qu'il a été fait recours aux questionnaires pour collecter les données chiffrées (quantités, prix et fréquences).

Les informations collectées dans ce cadre ont concerné la production (ramassage, cueillette, concassage, etc.), le transport de la zone de collecte vers les points de vente aux semi grossistes, l'entreposage, la vente aux grossistes exportateurs, le transport vers les villes, la vente aux détaillants,

la vente aux consommateurs finaux, ainsi que les relations avec les représentants des services publics impliqués dans le suivi des aspects administratifs, institutionnels et juridiques, de même que ceux des structures privées et/ou publiques intervenant dans les volets liés au financement, à la facilitation ou au développement des partenariats d'affaires. Un autre aspect a concerné la disponibilité saisonnière de la ressource, la qualité des produits, les conditions pratiques de travail (main d'œuvre, matériel, etc.), les prix pratiqués et les modalités de leur fixation, les difficultés rencontrées, les solutions suggérées, etc.

Outre une meilleure évaluation de la chaîne de valeur des produits retenus par site, la démarche ainsi développée a facilité le rassemblement des informations quantitatives et qualitatives sur les acteurs ou groupes d'acteurs de chaque étape de la chaîne de valeur. Elle a permis de spécifier les interrelations entre eux, de déterminer la valeur ajoutée créée au bout de l'une et l'autre chaîne de valeur, et préciser comment celle-ci est répartie dans les différents maillons. C'est au terme de cette évaluation préalable que les opportunités avérées et les propositions formulées à différents niveaux ont été recensées dans la perspective de l'amélioration de la chaîne de valeur des produits identifiés.

Au total, la préparation des travaux de terrain et la collecte des informations auprès des acteurs directs et indirects ont permis de réunir les avis et les données sur les forces et les faiblesses de la situation actuelle, d'entrevoir les axes d'amélioration à envisager, d'évaluer les opportunités à exploiter et de recenser les menaces à juguler pour maximiser la valeur ajoutée dans les maillons les plus faibles de la chaîne de valeur.

1.2.4. Limites de la démarche

Les termes de référence de l'étude avaient identifié Mbang et Lomié comme pôles de production des quatre spéculations retenues dont l'analyse des maillons d'exploitation devait permettre d'envisager les actions à mener pour améliorer leur chaîne de valeur ajoutée. La période propice pour l'exploitation des produits ciblés se situe généralement entre juin et août, alors que les travaux de terrain ont effectivement débuté en fin septembre. La conséquence de cette situation a été la difficulté de rencontrer tous les acteurs clés des maillons essentiels de la chaîne de valeur.

Sur un autre plan, le contexte politique du Cameroun pendant la réalisation de la consultation a affecté son déroulement. Ceci s'est manifesté par l'indisponibilité de certains interlocuteurs qui étaient engagés dans des actions politiques. Il a fallu quelques fois surseoir à des rendez-vous convenus ou reporter des entrevues alors qu'on était quelques fois déjà en route.

Au total, le cadre théorique de l'étude laisse entrevoir celle-ci comme une démarche particulière en raison de son ciblage de certaines communautés et d'un groupe précis de produits forestiers non

ligneux dans une multitude disponible dans les sites concernés. Cependant, le travail déjà entrepris par le commanditaire dans ces localités a justifié en grande partie la perspective envisagée.

1.3. DEFINITIONS DE QUELQUES TERMES ET CONCEPTS UTILISES

Les mots et expressions utilisés dans ce cadre ont un sens général. Mais certains ont subi une légère altération pour cadrer avec le contexte particulier de l'étude où certains acteurs ou relations n'apparaissent pas ou ne sont pas appréhendés tels qu'ils ont été conçus originellement.

Un acteur de la chaîne de valeur est un individu ou une structure lié(e) à une CVA en tant qu'opérateur, prestataire de services opérationnels ou prestataire de services d'appui. Un organisme public peut être considéré comme acteur de la CVA s'il exécute des fonctions cruciales dans l'environnement de ladite CVA.

La carte de la chaîne de valeur ajoutée est une représentation visuelle (diagramme) des niveaux de cette chaîne.

La chaîne de valeur ajoutée (CVA) est une séquence d'activités/fonctions économiques relatives à la fourniture d'un input spécifique pour un produit particulier, de la production primaire à la vente finale, en passant par la transformation.

Le commerçant détaillant est l'individu qui achète le produit auprès du commerçant grossiste ou semi grossiste (selon les cas) et le vend au consommateur.

Le commerçant grossiste est l'individu qui achète le produit auprès du semi grossiste et l'exporte ou le vend à un commerçant détaillant (selon les cas). La vente en gros et l'exportation sont confondues dans la présente démarche.

Le commerçant semi grossiste est l'individu qui achète le produit auprès du producteur et le vend au commerçant grossiste ou au commerçant détaillant (selon les cas).

La création de la chaîne de valeur est la valeur ajoutée additionnelle par suite de la mise à niveau de la chaîne de valeur.

L'évaluation comparative ou Benchmarking est le processus de comparaison des paramètres de performance des maillons d'une chaîne de valeur. Ces paramètres se rapportent à plusieurs aspects dont les plus importants sont la productivité, le coût de production ou la qualité du produit. Benchmarking est utilisé pour identifier des lacunes dans la performance de la chaîne de valeur ajoutée développée.

La facilitation est le fait pour une personne ou institution n'intervenant pas dans la chaîne de valeur comme acteur direct d'agir dans la poursuite de l'intérêt général pour le développement économique ou social. Le facilitateur est étranger au processus commercial régulier et se limite à favoriser la mise en œuvre de la stratégie d'amélioration de la chaîne.

Le milieu d'affaires signifie les conditions générales dans lesquelles les affaires sont développées. Il intègre les infrastructures de communication, la stabilité macro-économique et politique, la gouvernance, le système judiciaire, les opportunités de financement ou l'efficacité des procédures administratives.

La mise à niveau est le processus engagé pour développer ou améliorer une chaîne de valeur ajoutée.

Le Partenariat Public-Privé (PPP) désigne un projet commun du public avec le privé pour réaliser des activités de mise à niveau. Un critère important pour une institution publique s'engageant dans un PPP est qu'une portion du profit généré revienne aux personnes autres que les acteurs directs de la CVA ou au grand public.

La production fait référence à toutes les activités relatives au ramassage/collecte et à la petite transformation des fruits pour en faciliter le transport et la première conservation.

Le produit est le nom générique donné au bien ou service obtenu au bout d'un maillon d'une chaîne de valeur ou au bout de la chaîne de valeur elle-même. Cette dernière est définie par un produit ou un groupe de produits.

Les produits forestiers non ligneux (PFNL) sont des biens d'origine biologique autres que le bois, dérivés des forêts, des autres terres boisées, et des arbres hors forêts (FAO, 1999).

La promotion de la chaîne de valeur ajoutée est le fait d'appuyer son développement en facilitant de l'extérieur la stratégie de sa mise à niveau.

Les relations d'affaires sont les liens entre les opérateurs de la chaîne de valeur, aussi bien horizontalement (à l'intérieur d'un maillon) que verticalement (entre les acteurs des maillons différents). Les relations horizontales d'affaires s'étendent des réseaux informels aux associations et aux organisations d'adhésion d'affaires, tandis que les relations verticales d'affaires peuvent s'étendre des échanges informels du marché à une pleine coordination des activités réglementées par des contrats.

Une stratégie d'amélioration est un accord entre les acteurs d'une chaîne de valeur sur les démarches conjointes à développer pour améliorer celle-ci.

La transformation est l'ensemble d'opérations effectuées sur un produit en termes d'amélioration de sa qualité, de sa conservation ou de sa présentation, de manière à l'avoir sous la forme semi finie (devant passer par une ou plusieurs autres étapes pour être consommé) ou finie (propre pour la consommation finale). Ce sont les activités menées à ce niveau qui créent en grande partie la valeur ajoutée.

La valeur ajoutée est la valeur supplémentaire donnée à un bien ou un service à chaque étape de sa production ou sa création.

La vision pour le développement de la CVA est une perspective stratégique décrivant le changement voulu dans la CVA.

Tel est présenté le cadre théorique de la consultation d'où il ressort qu'il s'agit d'une démarche comportant des exigences méthodologiques et conceptuelles. Il est question de trouver les moyens de concilier ces exigences avec la réalité du terrain, d'où la nécessité de connaître a priori les produits sur lesquels le travail porte.

CHAPITRE 2: APERCU GENERAL DES PRODUITS CIBLES

Il est procédé dans le présent chapitre à la description de l'aspect physique des produits ainsi que des procédés mis en œuvre pour les exploiter. Cette description est précédée par la présentation du cadre légal et réglementaire régissant l'exploitation des PFNL au Cameroun.

2.1. CADRE JURIDIQUE DE L'EXPLOITATION DES PFNL AU CAMEROUN

L'exploitation des produits forestiers non ligneux au Cameroun est régie autant par des textes relevant des conventions et accords internationaux que par ceux pris dans l'ordre interne.

Au rang des textes relevant du droit international, intervient en première position la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvage menacées d'extinction (CITES) du 3 mars 1973 à Washington, qui garantit que le commerce international de certaines espèces expressément désignées, ainsi que des parties et produits qui en sont issus, ne nuit pas à la conservation de la biodiversité et repose sur une utilisation durable des espèces sauvages. L'autre texte important dans ce cadre est la Convention sur la diversité biologique adoptée en 1992 lors du Sommet de la Terre à Rio de Janeiro dont l'objectif est de développer des stratégies nationales pour la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité biologique. Celle-ci est considérée comme le document clé sur le développement durable.

Dans l'ordre interne, c'est en grande partie la loi n°94/01 du 20 janvier 1994 portant régime des forêts, de la faune et de la pêche et son décret d'application n°95/531/PM du 23 août 1995 qui régulent l'exploitation des produits forestiers non ligneux au Cameroun. En règle générale, la consommation de ceux-ci dans le cadre familial est autorisée en vertu du droit d'usage, tandis que l'exploitation à des fins commerciales est conditionnée par l'accomplissement de certaines procédures et l'obtention de plusieurs titres.

Dans ce sens, les deux réseaux de femmes (RAFAMBA de Mbang et NNR de Lomié) sont en voie d'obtenir l'agrément qui va leur conférer le droit d'exercer librement dans le domaine forestier. Après cette étape, il sera envisagé l'acquisition du permis d'exploitation qui leur permettra d'accéder à la ressource, puis le permis de route grâce auquel ils vont pouvoir se déplacer avec les PFNL, ou le certificat d'origine qui va attester de leur provenance. A ces documents, il faudra ajouter le paiement de plusieurs taxes dont celles liées à l'exercice d'une activité commerciale et celles liées à l'exploitation des PFNL.

2.2. PRODUITS CIBLES

Les produits retenus dans le cadre de la consultation sont la mangue sauvage (*Irvingia gabonensis*), le fruit du moabi (*Baillonnelia toxisperma*), le njansang (*Ricinodendron heudelotti*), et la rondelle (*Afrostyrax lepidophyllus*).

2.2.1. Mangue sauvage

Deux espèces de mangues sauvages sont globalement identifiées : celle à la chaire sucrée (*Irvingia gabonensis*) et celle à la chaire amère (*Irvingia wombulu*) (Vivien et Faure : 1996). C'est davantage la première espèce qui est trouvée et exploitée dans les forêts de l'Est Cameroun. Ses fruits peuvent être sucés avant d'être fendus pour extraire l'amande plus utilisée comme condiment de sauce.

Photo 1: Mangue sauvage transformée



Source : Photo Diomède, M. (2007)

Les entrevues ont révélé que la période de production de la mangue sauvage dans les sites sélectionnés (Mbang et Lomié) s'étale généralement entre juin et août et se fait essentiellement dans les forêts vierges et secondaires, et accessoirement dans les jachères. Il peut arriver d'une année à l'autre que la production varie considérablement, ou qu'elle n'ait pas lieu en raison de l'observation pas les arbres d'un repos végétatif. Il existe en principe une seule saison de récolte par an.

Réalisé dans la plupart des cas en individuel ou dans le cadre familial, le ramassage des fruits est précédé par le montage des tentes, car l'activité est développée très loin des villages, à des distances variant entre 40 et 90 km. Celle-ci est réservée généralement aux femmes et aux enfants.

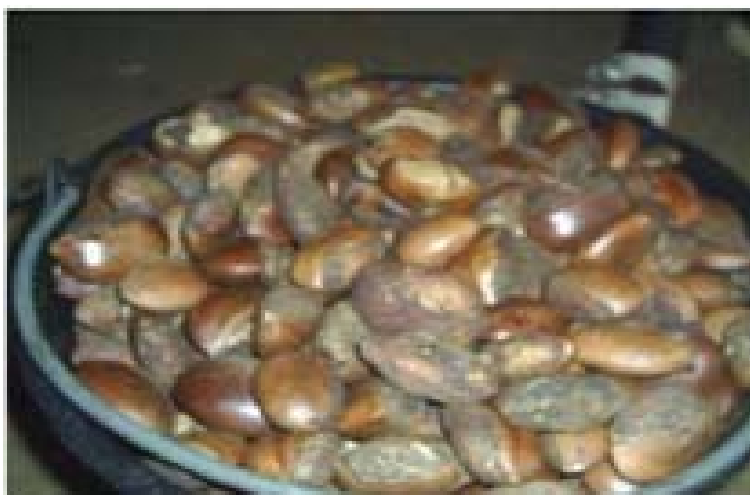
Après la collecte, il est procédé à la fente des fruits au moyen d'une machette. Celle-ci peut être faite quand le fruit est frais ou après qu'il ait séché. Dans les deux cas, l'amande obtenue est séchée au soleil ou à la claie. Les produits obtenus des deux procédés sont différemment appréciés sur le marché, avec une nette préférence pour celui qui est séché au soleil. Les deux procédés offrent l'avantage de favoriser la conservation des amandes. La difficulté sous-jacente a trait au déroulement de l'activité pendant la saison des pluies qui réduisent la possibilité de recourir au soleil pour sécher les amandes.

Le déplacement vers ou au départ des sites de production se fait à pied ou en moto. Dans le deuxième cas, le prix payé est différent quand on rentre avec le produit au village. Celui-ci est vendu en amandes.

2.2.2. Moabi

Connu sous le nom scientifique *Baillonnelia toxisperma*, le moabi est un grand arbre de la forêt dense primaire. De nombreux animaux se nourrissent de la pulpe des fruits de l'arbre ou des leurs graines. Le passage des graines dans le tube digestif des animaux facilite leur germination. C'est uniquement le fruit de l'arbre qui est concerné dans la présente démarche. Celui-ci est charnu et comporte un diamètre d'environ 20 cm. Ses graines sont riches en lipides.

Photo 2: Graines de moabi



Source : Photo Mezogue, N. D. F. (2007)

Les fruits de l'arbre tombent généralement entre juillet et août et celui-ci produit une bonne fructification environ tous les 3 ans. Pour faciliter la collecte des fruits, les alentours des arbres sont préalablement nettoyés par les producteurs qui s'installent en brousse pour une durée de deux à six semaines.

Après la collecte des fruits, ceux-ci sont laissés pour pourrissement pendant quelques jours afin de favoriser l'extraction des graines lorsque la pulpe n'y adhère plus. Les graines sont alors séchées au soleil puis au feu sur des claies construites à cet effet. Après séchage, les graines sont cassées pour obtenir les amandes. A leur tour, les amandes sont séchées pendant quelques heures à la claie, avant d'être pilées au mortier. La pâte obtenue est pétrie à l'eau chaude puis pressée à la main ou à l'aide d'un presseur pour extraire l'huile. Celle-ci est purifiée par l'ébullition qui laisse émerger une mousse qui est retirée pour laisser place à une huile de qualité. La quantité d'huile obtenue dépend de la taille et la qualité des graines ; les petites graines produisant plus d'huile.

La grande partie du travail effectué dans ce cadre intègre le ramassage des fruits, le dépulpage, le séchage, le pilage et l'extraction de l'huile. Ces activités sont en grande partie effectuées par les femmes et les enfants. Ceux-ci parcourent souvent des distances variant entre 40 et 90 km pour trouver un arbre ayant produit et installent leur campement à proximité.

2.2.3. Njansang

Connue sous le nom scientifique de *Ricinodendron heudelotti*, la graine de njansang est tirée du fruit d'un grand arbre pouvant atteindre 40 mètres de hauteur. Le fruit pèse environ 20g tandis que la graine a environ 2g. Sa récolte a généralement lieu entre juillet et octobre.

Photo 3: Graines de njansang



Source : Photo personnelle

Les fruits sont ramassés au pied de l'arbre puis transportés au village, quand celui-ci est proche. Dans le cas contraire, un campement de fortune est monté pour abriter les acteurs et servir de cadre de développement de toutes les activités liées à la première transformation effectuée. Les échanges avec

les productrices ont révélé que la distance parcourue pour trouver les arbres ayant produit varie entre 45 et 90 km, et les déplacements se font par motocyclettes ou, occasionnellement, par les camions des exploitations forestières.

Ramassés quand ils sont encore verts, les fruits sont gardés pendant deux semaines pour attendre le pourrissement. Cette étape franchie, le fruit est bouilli pendant quatre ou cinq heures à un feu « doux » pour permettre l'éclosion de la coquille au terme de laquelle les graines sont extraites. Chaque coquille contient une à trois graines.

Une fois extraites de leurs coquilles, les graines sont séchées au soleil ou à la claie. Mais, c'est le produit séché au soleil qui est plus prisé en raison de sa couleur jaune-clair brillant. Les graines sèches sont stockées dans des sacs mis à l'abri de l'humidité. Elles peuvent être conservées à la claie pendant deux ans et servent à l'assaisonnement de plusieurs sauces qu'elles contribuent à rehausser grâce à leur odeur et leur capacité à les rendre plus épaisses.

2.2.4. Rondelle

Communément appelée « Olom bewa » à l'Est Cameroun, la rondelle, connue sous le nom scientifique d'*Afrostryax lepidophyllus*, est le fruit d'un arbre pouvant atteindre 20 m de hauteur. Elle est caractérisée par une forte odeur d'oignon qui lui vaut le nom de « Arbre à ail ». Le procédé de sa première transformation est à peu près identique à celui du njansang. Elle est utilisée comme condiment.

Photo 4: Graines de rondelle



Source : www.flickr.com

Tels sont brièvement présentés les produits concernés par l'étude. Il en ressort a priori une grande utilité pour l'alimentation, mais la littérature spécialisée révèle d'autres vertus très faiblement exploitées au Cameroun qui justifieraient que d'autres perspectives soient envisagées dans leur utilisation. Dans l'immédiat, il est opportun d'analyser la chaîne de valeur de ces produits.

CHAPITRE 3 : ANALYSE DE LA CHAÎNE DE VALEUR AJOUTÉE DES PRODUITS CIBLÉS

La démarche porte ici sur l'examen des activités liées à la production et la commercialisation des PFNL retenus, en excluant la transformation, qui n'est presque pas effectuée entre les sites de production, et l'exportation. Outre la cartographie de la chaîne de valeur de chaque produit, il est procédé à sa quantification ainsi qu'à son analyse économique.

3.1. CARTOGRAPHIE DE LA CHAÎNE DE VALEUR AJOUTÉE DES PRODUITS

La cartographie de la chaîne de valeur ajoutée des produits ciblés donne un aperçu général des différents maillons de la chaîne de valeur de chacun d'eux, représente les acteurs y intervenant et cerne les interrelations entre ceux-ci. Dans le cas d'espèce, les similitudes entre les produits ont favorisé leur regroupement en deux axes majeurs.

Ces axes sont basés sur les mouvements des produits en dehors des sites de production et portent sur l'exportation et la consommation interne. L'analyse des informations extraites de la base de données des points focaux du Système d'Information des Marchés (SIM) fournies par CTFC, confirmées lors des entrevues avec quelques acteurs directs, telles que schématisées dans le tableau 3, montre une répartition des produits entre les deux grands itinéraires.

A l'analyse, tel que présenté dans le tableau ci-dessous, il s'établit que près des 80% de la mangue sauvage produite dans les deux sites sont destinés à l'exportation, alors qu'environ 20% sont consacrés à la consommation interne, dont presque la totalité aux sites de production ou aux localités avoisinantes.

Quant au fruit du moabi, les échanges avec les acteurs directs n'ont révélé aucune relation continue avec l'extérieur pour sa commercialisation ; l'huile obtenue, de faible quantité, étant presque en totalité vendue et consommée localement.

Pour ce qui est du njansang, il existe un relatif équilibre dans la répartition de son utilisation à l'intérieur et en dehors des sites de production. S'agissant de la rondelle, son exploitation est réputée très pénible par les producteurs de Lomié, aussi ne s'y engagent-ils qu'exceptionnellement pour satisfaire une demande précise venant de l'extérieur par l'intermédiaire d'une connaissance. Il est ressorti à Mbang que l'exportation et la consommation interne se partagent équitablement ce produit.

Au total, deux orientations des produits en provenance des sites de production ciblés caractérisent leur destination pour l'exportation et la consommation interne, avec une grande prédominance de la première approche. Une rapide explication de cette situation a été fournie par un

grossiste interviewé qui a fait valoir que ces itinéraires sont motivés par la demande. En effet, la demande des PFNL concernés est plus forte au Nigeria et elle est exprimée en des termes plus avantageux, surtout sur les quantités. C'est ce qui justifie la forte disposition à satisfaire cette demande au détriment de celle interne concernant essentiellement Mbang, Lomié et les localités environnantes.

Par ailleurs, il est à relever qu'il n'existe presque pas de transformation des produits ciblés à Mbang et Lomié. Les seuls procédés effectués dans ce cadre portent sur quelques activités visant à faciliter le transport et améliorer la conservation des produits. La véritable transformation effectuée au sens d'améliorer leur présentation ou obtenir des produits finis ou semi finis est faite hors du Cameroun.

Tableau 3: Répartition des produits entre l'exportation et la consommation interne

Produit	Mbang (%)		Lomié (%)	
	Exportation	Consommation Interne	Exportation	Consommation Interne
Mangue sauvage	80	20	75	25
Fruit de moabi	0	100	0	100
Njansang	50	50	60	40
Rondelle	50	50	100	0

Source : Exploitation des données des points focaux SIM

3.1.1. Itinéraire portant sur le marché interne

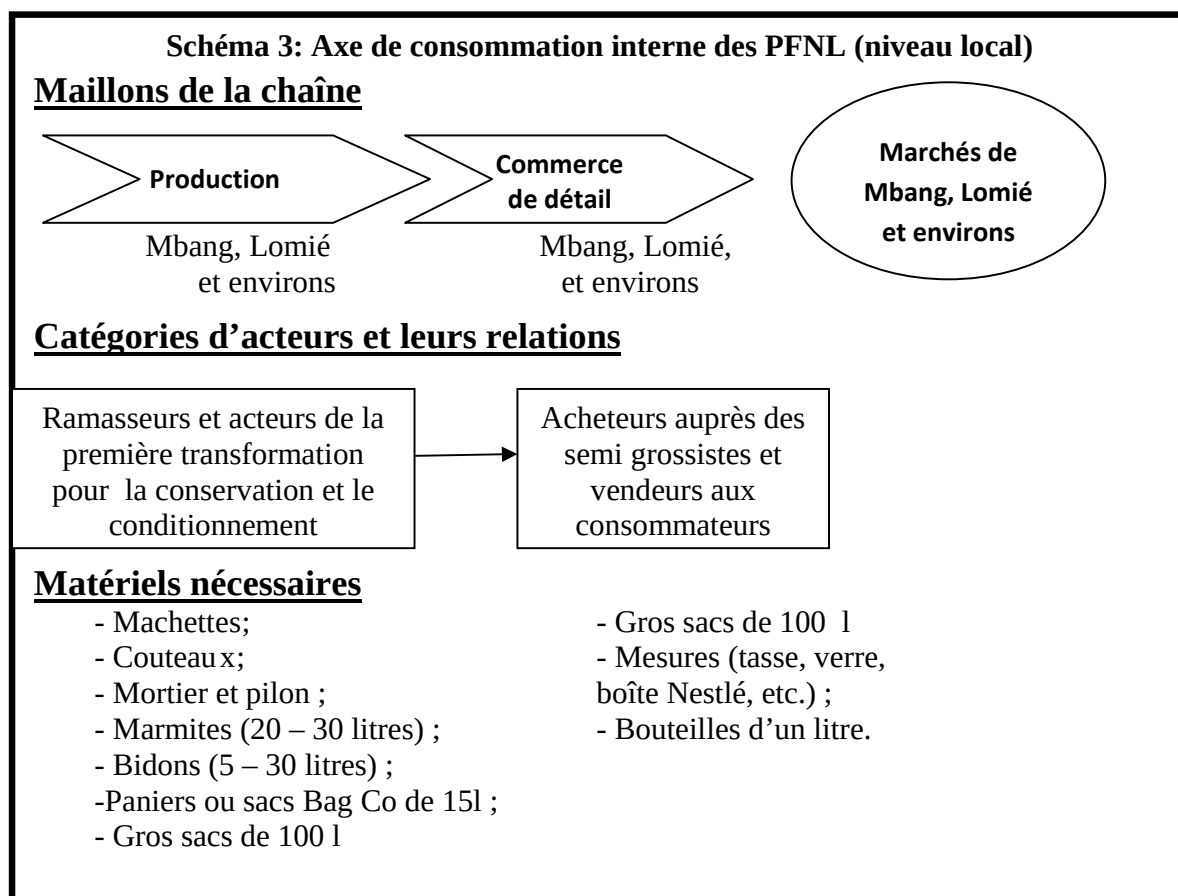
Cet itinéraire porte sur la partie des produits consommés aux niveaux local, régional et national. Cette portion est évaluée à presque 100% du fruit de moabi, près de 25% de la mangue sauvage, à environ 45% du njansang et à près de 50% de la rondelle récoltée à Mbang. Comme indiqué plus haut, ce dernier produit n'est presque pas exploité à Lomié, et les rares cas signalés sont destinés à l'exportation.

Il n'existe presque pas de personnes spécialisées dans l'approvisionnement des villes du Cameroun en produits venant de Mbang et Lomié. La plupart des personnes intervenant dans ce créneau sont les détaillants des villes disposant des capacités financières leur permettant de profiter des occasions qui se présentent de manière sporadique. Ce sont aussi quelques fois des semi grossistes qui orientent exceptionnellement une partie de leurs cargaisons vers la consommation interne. Les raisons avancées ici sont liées à l'abondance des produits par rapport à la quantité convenue avec l'interface de l'importateur nigérian (généralement le grossiste exportateur), et l'incertitude d'écouler hors du

Cameroun la totalité des produits possédés. Dans les deux cas, ce sont des interventions ponctuelles visant à exploiter des opportunités ou gérer des contingences.

En raison de la différence des acteurs intervenant à la fin de chaque créneau, il est observé dans la consommation interne des PFNL une distinction entre le niveau local et le niveau régional et national.

Pour ce qui est de la partie écoulee sur les marchés locaux (Mbang, Lomié et environs), elle est essentiellement fournie par les producteurs ou leurs proches qui vendent directement aux consommateurs finaux. Il n'existe presque pas d'intermédiaire entre le producteur et le commerçant détaillant, quand le premier ne se retrouve pas en position de proposer directement son produit au marché.

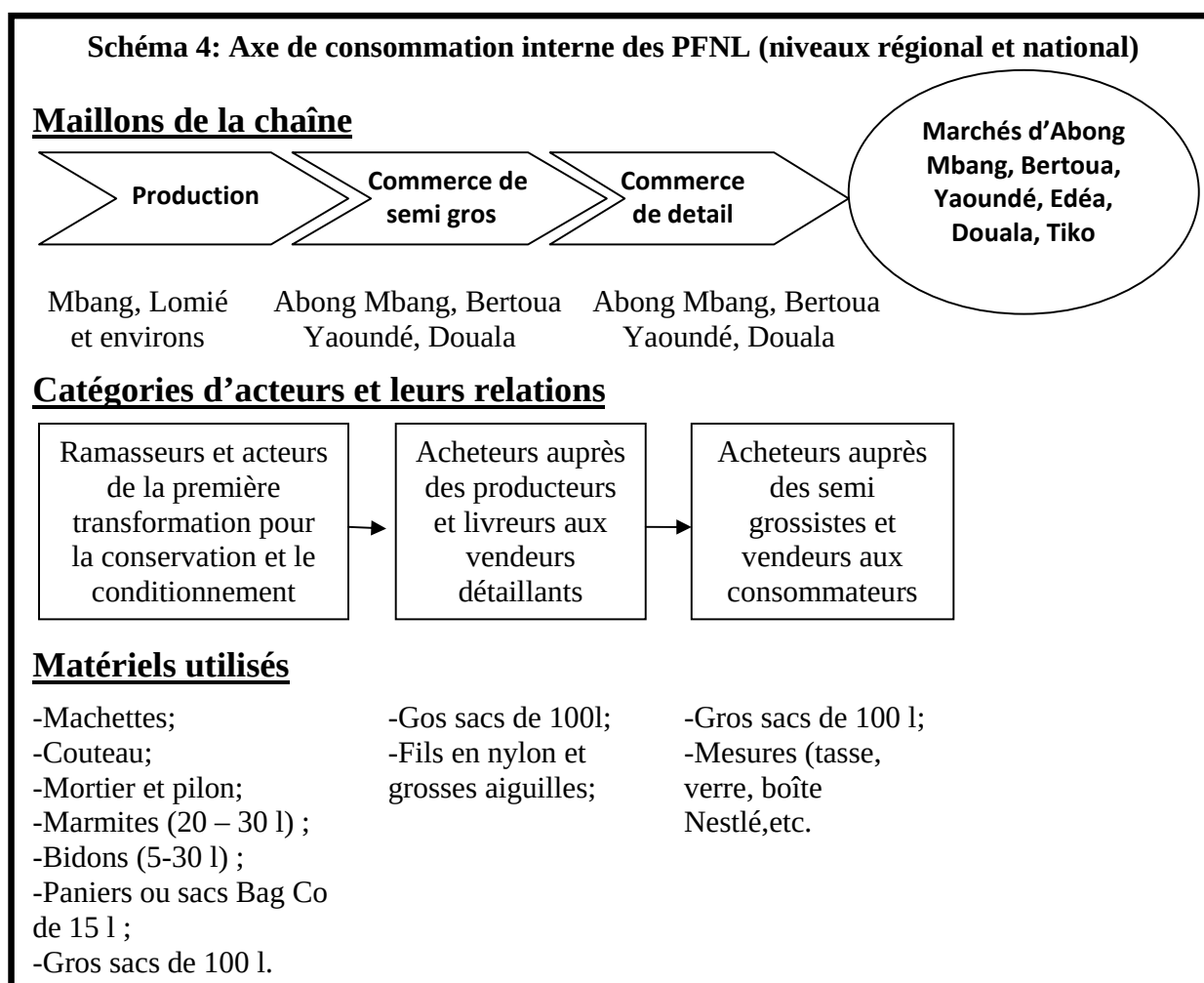


Source : Conception personnelle

Il n'a pas été possible d'évaluer la portion de la production de la mangue sauvage, du njansang et de la rondelle rentrant dans ce circuit, mais c'est presque la totalité du fruit du moabi qui est concerné. Interviennent ici les producteurs qui ramassent les fruits en brousse et en font une première

transformation pour faciliter la conservation et le transport, et les commerçants détaillants qui sont parfois les producteurs eux-mêmes ou leurs parents.

Quant aux marchés régionaux et nationaux, comme indiqué plus haut, il est difficile de sérier les acteurs de la phase d'approvisionnement. Des détaillants disposant d'une surface financière leur permettant de tirer profit des opportunités s'offrant à eux en termes de disponibilité des produits en quantité et à bas prix, des semi grossistes pas certains de livrer à l'exportation l'intégralité de leurs produits, approvisionnent à l'occasion les petits détaillants des villes. Ces derniers sont installés dans les villes situées entre les sites de production et Douala. Les produits sont mis à la disposition des clients par ces moyens et les outils de mesure utilisés varient entre la boîte de Nestlé, la tasse, le verre et le nombre de graines par tas.

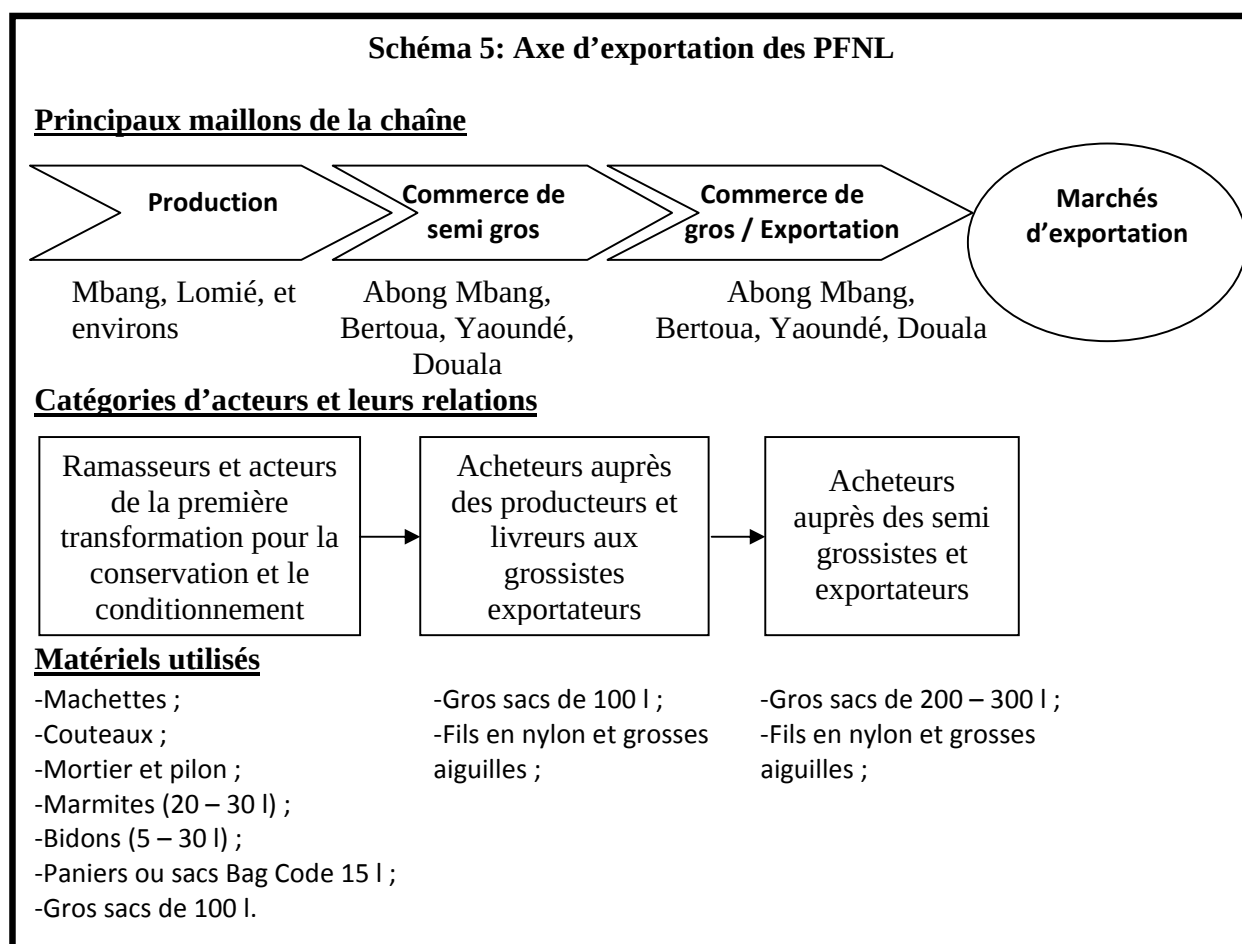


Source : Conception personnelle

3.1.2. Itinéraire portant sur l'exportation des PFNL

Le second itinéraire concerne les produits destinés à l'exportation. Il s'agit de la mangue sauvage à près de 75%, du njansang à près de 55%, et de la rondelle à 100% à Lomié et 50% à Mbang.

Dans cet axe, tel qu'il ressort dans le schéma ci-dessous, les acteurs directs sont les producteurs, les commerçants semi grossistes et les commerçants grossistes par ailleurs exportateurs.



Source : Conception personnelle

Les activités menées dans ce cadre portent sur le ramassage des produits en brousse et la première transformation effectuée pour en faciliter la conservation, le conditionnement et le transport. La transformation n'est pas abordée ici en tant qu'activité intégrale parce qu'elle s'imbrique facilement dans la production. En effet, les deux activités font intervenir les mêmes acteurs et outils à un endroit unique, au point où il n'est pas évident de les distinguer dans la chaîne. Par ailleurs, vu le faible niveau de transformation relevé dans la filière des PFNL commercialisés en Afrique Centrale (CIFOR, 2008),

la traiter totalement ici comme une activité contribuerait à occulter les limites à ce niveau qui ne favorisent pas la création d'une valeur ajoutée conséquente.

C'est davantage le caractère artisanal de l'exploitation qui induit l'imbrication des deux activités, alors qu'au vu de la valeur ajoutée qu'est supposée créer la transformation, il faudrait la considérer comme une activité à part entière. Cet aspect va être abordé dans la formulation du processus d'amélioration de la chaîne de valeur.

Pour ce qui est de la commercialisation, elle est effectuée en deux étapes. La première comprend le producteur et le commerçant semi grossiste. Ce dernier est généralement en contact avec plusieurs producteurs auprès de qui il acquiert le produit. C'est quand il a atteint la quantité convenue avec le commerçant grossiste, ou quand il estime avoir réalisé le minimum justifiant le déclenchement du processus de la vente qu'il prend attache avec lui. Cette vente se fait généralement en cuvette, en seau ou en Kombo (récipient de près 2 Litres), et le produit est mis dans les sacs de 100 kg ou 100 l pour l'évacuation vers le magasin du commerçant grossiste.

La deuxième étape, quant à elle, concerne la vente du produit au commerçant grossiste. La transaction est faite en sac de 100 l dont le poids et le prix sont établis après pesée. Le commerçant grossiste procède à un nouvel emballage au terme duquel sont obtenus les sacs de 200 à 300 kg ou l. C'est sous cette forme que le produit est exporté.

Pour ce qui est du transport, il se fait entre le site de production et le village par motocyclettes ou camions des sociétés forestières, et entre le village et le point d'exportation (Douala) par transport public.

Au total, la schématisation faite des différents circuits représente les modèles décrits par les types d'acteurs rencontrés dans les maillons. Il faut cependant mentionner que ces modèles ne sont pas figés et que les acteurs ne sont pas tenus de les respecter. Il arrive régulièrement qu'un commerçant grossiste entre directement en contact avec un producteur et vice versa.

Pour ce qui des positions du Réseau Associations Féminines de Mbang (RAFAMBA), et la Coopérative des Femmes Nwog Nkwel-Réunis de Lomié (NNR) dans ces circuits décrits, RAFAMBA veut faire de la femme de l'arrondissement de Mbang une actrice forte de développement, et l'un de moyens proposés à cet effet est d'aider les femmes à tirer un plus grand profit des activités de collecte et de commercialisation des PFNL, alors que NNR comporte plusieurs missions dont l'une concerne la collecte, la transformation, le conditionnement et la commercialisation des PFNL.

A l'évidence les deux structures ont vocation à intervenir au-delà de la production et la première transformation dans lesquelles elles sont actuellement confinées. C'est dire que, par l'activité régulière de leurs membres, les deux entités ne sont actives que dans la collecte des PFNL et la première transformation pour en améliorer la conservation et les conditions de transport.

3.2. QUANTIFICATION ET ANALYSE DE LA CHAÎNE DE VALEUR

S'agissant de la quantification et l'analyse de la chaîne de valeur, elles consistent à annexer des chiffres à la chaîne de base ci-dessus créée pour permettre de comparer l'état actuel et d'envisager les états alternatifs possibles. Concrètement, il va être indiqué pour chaque maillon de la chaîne de valeur concernée le prix auquel est cédé le produit et la part reçue du cumul des prix de vente appliqués jusqu'au bout de la chaîne de valeur.

Pour des besoins d'harmonie, les contenances des unités de mesure vont être exprimées en kilogrammes (kg) pour la mangue sauvage, le fruit de moabi, le njansang et la rondelle, pris en fruits ou en graines, et en litres (l) quand ils sont en liquide. Le tableau ci-après récapitule les correspondances approximatives entre les mesures déclarées et le poids réel du produit contenu.

Tableau 4: Harmonisation des contenances et poids des mesures des PFNL

Capacité ou Contenance déclarée en Litres	Poids moyen en Kg		
	Mangue sauvage	Njansang	Rondelle
1 Verre bambou de 120 ml	0,11	0,11	0,12
1 Boîte Nestlé de 158 ml	0,13	0,13	0,14
1 Boîte de 1 l	0,72	0,74	0,76
1 Kombo d'environ 2 l	1,66	1,71	1,74
1 Seau de 5 l	3,60	3,70	3,78
1 Seau de 15 l = 6,5 kombos	10,79	11,11	11,33
1 Cuvette = 13 kombos	21,58	22,23	22,66
1 Sac de 100 l = 4 cuvettes	86,32	88,91	90,64
1 Sac de 200 l = 8 cuvettes	172,64	177,82	181,27

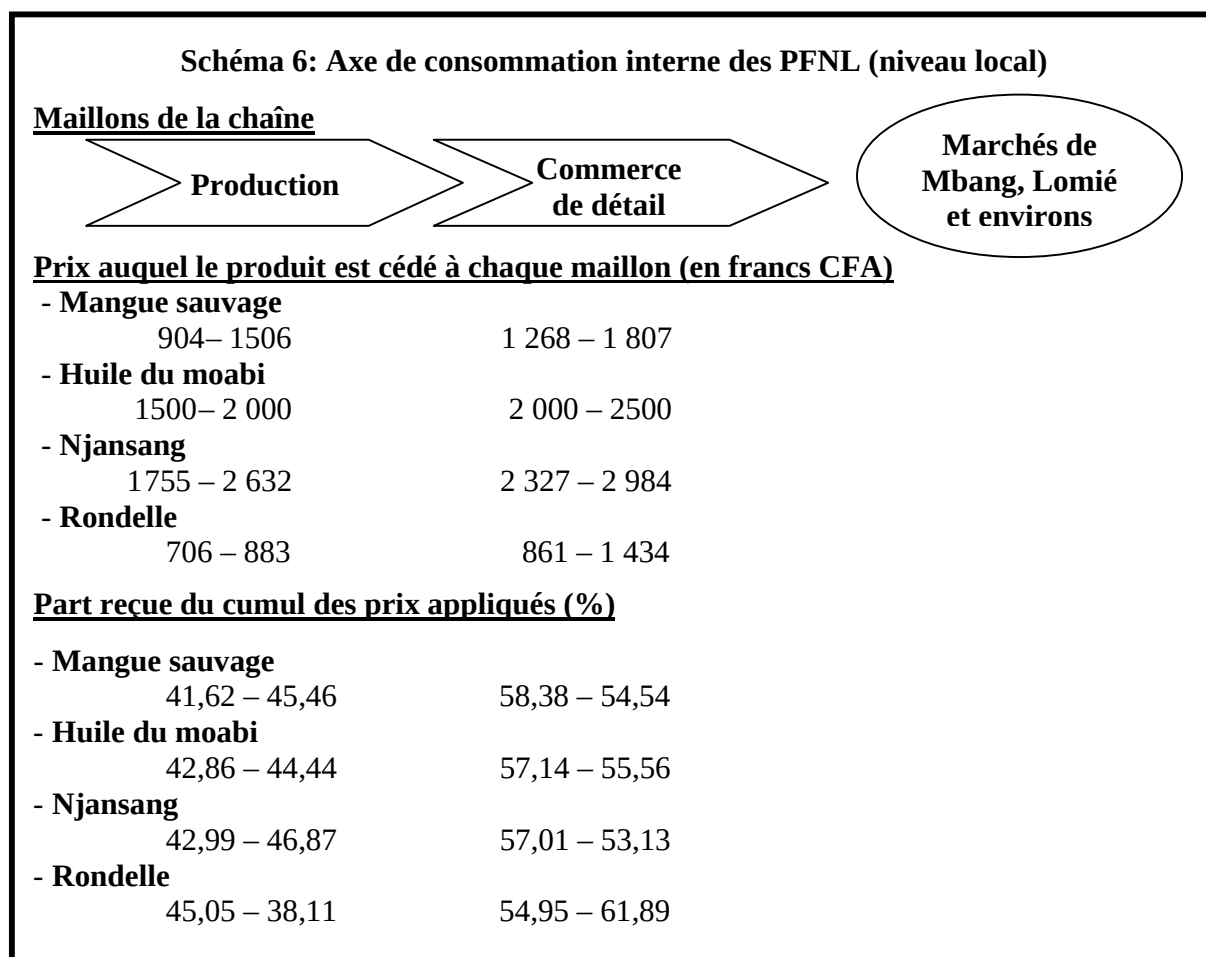
Source : Inspiré du modèle présenté en Annexe 3 du rapport **CIFOR Market chain baseline *Irvingia* spp. Southwest and East regions** (CIFOR, 2008), complété par des observations de terrain.

Pour ce qui est du fruit de moabi spécifiquement, il est à retenir qu'un litre d'huile de ce produit est obtenu après transformation de 3 kombos de graines.

Les prix figurant dans les schémas ci-après se rapportent à l'unité vendue (kilogramme). Ils ont été obtenus en procédant à la moyenne simple des prix des mesures utilisées à chaque maillon rapportés au kilogramme. Le prix indiqué est donc celui d'un kilogramme de produit vendu. Par ailleurs, pour chaque produit et à chaque maillon, il est porté à gauche le prix appliqué pendant la grande saison (abondance) et à droite, celui de la petite saison (rareté). C'est la même logique qui a sous-tendu la présentation de la part reçue par chaque maillon du cumul des prix de vente appliqués jusqu'au bout de la chaîne de valeur.

3.2.1. Axe de consommation interne des PFNL

Comme indiqué plus haut, deux itinéraires sont observés dans cet axe : celui portant sur la consommation des produits à l'intérieur ou à proximité des sites de production, et celui concernant l'écoulement des produits hors du Cameroun.

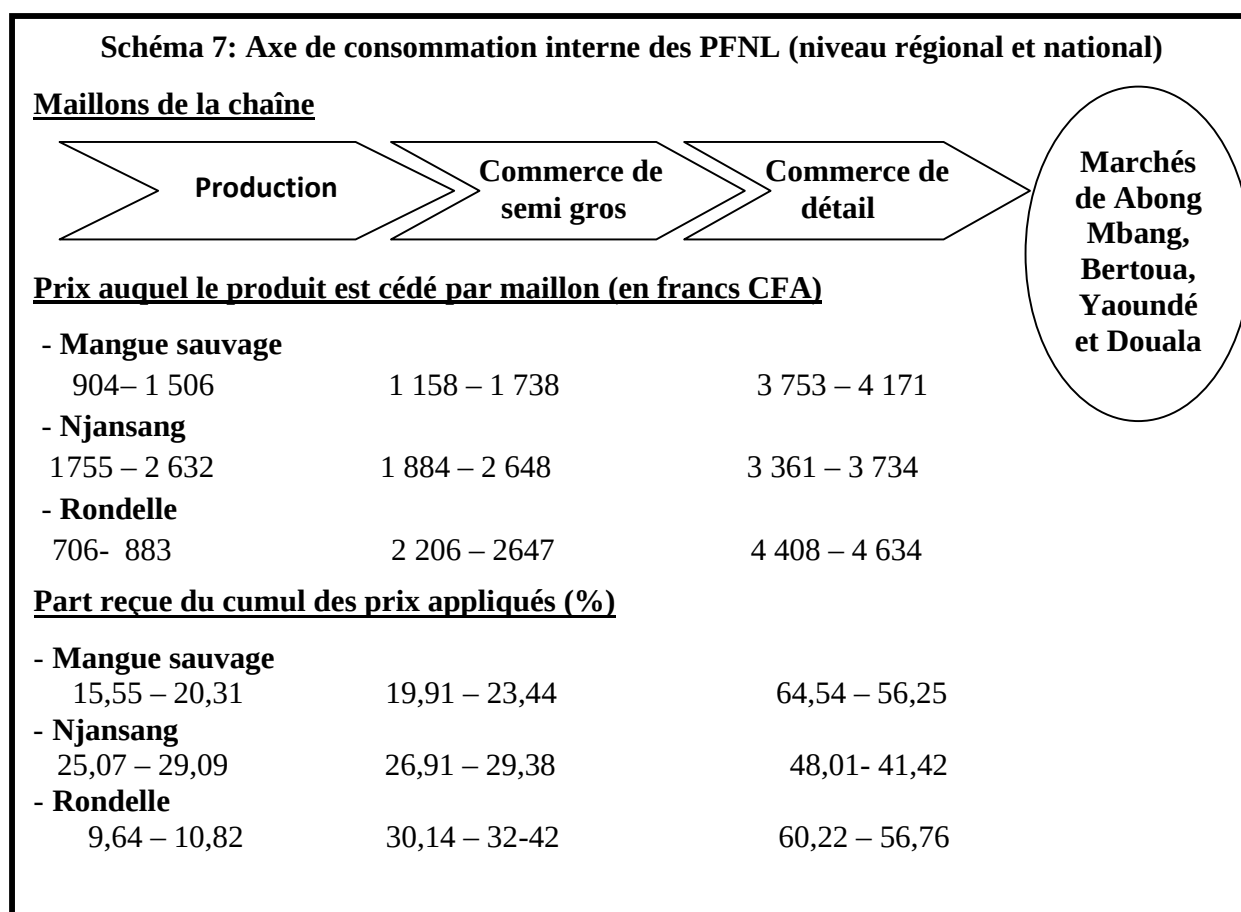


Source : Conception personnelle

Il ressort de cet itinéraire que près de 60% du cumul des prix appliqués sont concentrés en dehors du maillon de la production. Par ailleurs, il est relevé une légère fluctuation à la hausse des prix entre la grande saison et la petite saison ; les prix étant plus élevés pendant la période de rareté.

Face à cette situation, il serait indiqué de développer des stratégies permettant de faire augmenter la part revenant à la production dans la répartition du cumul des prix entre les différents maillons de la chaîne de valeur considérée.

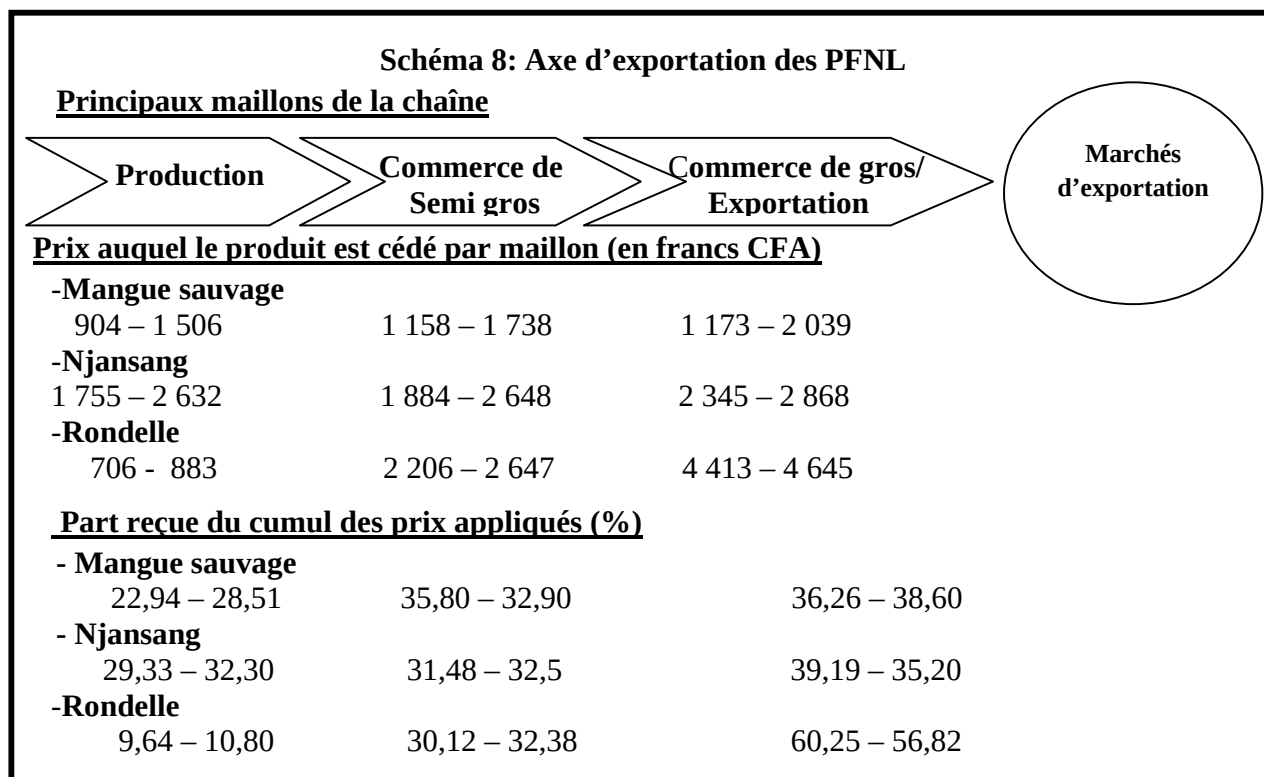
Quant au second axe, il intègre les villes d'Abong Mbang, Bertoua, Yaoundé et Douala. Il reflète les échanges qui sont effectués à l'occasion des ventes de produits hors des sites de production et avant les points d'écoulement pour l'exportation. Il y ressort que moins de 20% du cumul des prix appliqués reviennent à la production, alors que les maillons au-dessus de celle-ci se répartissent plus de 80% de celui-ci.



Source : Conception personnelle

3.2.2. Axe d'exportation des PFNL

Pour les raisons évoquées plus haut, l'axe d'exportation des PFNL concernés s'est arrêté à l'embarquement du produit à Douala.



Source : Conception personnelle

Il s'établit que moins de 25% du cumul des prix appliqués pour l'exportation des produits reviennent à la production, alors que plus de 75% sont répartis entre les commerces de semi gros et de gros.

La première impression découlant de la répartition du cumul des prix entre les maillons de chaque chaîne de valeur est la concentration de plus de 70% de celui-ci en dehors de la production, alors que c'est à ce niveau qu'est exercé le gros œuvre en termes de collecte et de préparation des produits. L'analyse économique de chacun de ces maillons permet de mieux cerner la réalité des différentes situations.

3.3. ANALYSE ECONOMIQUE DE LA CHAINE DE VALEUR

L'analyse économique de la chaîne de valeur ajoutée porte sur l'évaluation de la valeur ajoutée globale produite par la chaîne, ainsi que sur sa répartition entre les maillons de celle-ci. C'est au terme de cette phase qu'est établie la performance de chaque maillon de la chaîne de valeur concernée.

La valeur ajoutée est, pour chaque cas, la valeur totale de la vente du produit de laquelle sont déduits les coûts des transactions et des biens intermédiaires. Compte tenu de la multitude des unités de mesure utilisées pour vendre les produits, et dans un souci d'harmonie, tous les prix ont été ramenés à l'unité la plus pratique, c'est-à-dire le kilogramme (kg) pour les produits en graines, et le litre pour ceux en liquide. Il en est de même des coûts liés qui ont été ramenés à chaque unité du produit vendu. Les indices de pondération contenus au tableau 4 plus haut ont été utilisés à cet effet. En outre, les prix de vente des produits sont issus de la moyenne entre le prix en période d'abondance et celui en période de rareté.

Par ailleurs, s'agissant des différents coûts en termes d'acquisition de matériels ou de paiement des impôts et taxes, ceux n'affectant qu'une phase de récolte ont été couverts par la production totale obtenue à cette occasion, tandis que ceux affectant ou utilisés pendant plusieurs récoltes ont été divisés par le cumul des productions concernées.

Pour ce qui est de la formule de calcul de la part de la valeur ajoutée totale reçue par chaque maillon de la chaîne, deux approches ont été envisagées. La première, contenue dans l'encadré 1, consiste à diviser la valeur ajoutée du maillon concerné par la somme des valeurs ajoutées de tous les maillons et à multiplier le tout par 100.

Encadré 1: Première approche dans le calcul de la part de la valeur ajoutée totale reçue par un maillon de la chaîne de valeur

$$\%VA_m = (VA_m / VA) * 100$$

Avec $\%VA_m$ = part de la Valeur Ajoutée de la chaîne reçue dans le maillon concerné, VA = la somme des Valeurs Ajoutées de tous les maillons, VA_m = Valeur Ajoutée du maillon concerné

La seconde approche décrite dans l'encadré 2, quant à elle, consiste à soustraire au préalable de la valeur ajoutée du maillon concerné celle du maillon qui l'a approvisionné, puis diviser le résultat par la valeur ajoutée obtenue au bout de la chaîne de valeur, et multiplier le tout par 100.

Encadré 2: Deuxième approche de calcul de la part de la valeur ajoutée totale reçue par un maillon de la chaîne de valeur

$$\%VA_m = ((VA_m - VA_{m-1}) / VA) * 100$$

Avec $\%VA_m$ = part de la Valeur Ajoutée de la chaîne reçue dans le maillon concerné, VA = Valeur Ajoutée au bout de la chaîne, VA_m = Valeur Ajoutée du maillon concerné, et VA_{m-1} = Valeur Ajoutée du maillon directement inférieur (qui a livré le produit au maillon concerné)

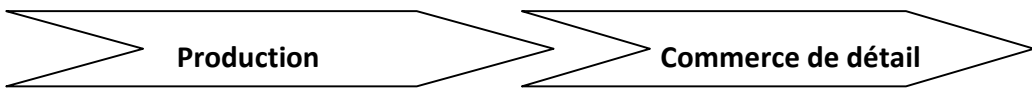
La première formule est pratique quand le produit est acheté dans tous les maillons de la chaîne. Chaque maillon est ainsi affecté par cette dépense qui se répercute tout au long de la chaîne. Dans ce cas, le calcul de la part reçue par un maillon de la répartition de valeur ajoutée totale créée au bout de la chaîne s'appuie sur la division de la valeur ajoutée de ce maillon par la somme des valeurs ajoutées de tous les maillons.

Or, dans le cas d'espèce, le produit n'est pas acheté dans le premier maillon de la chaîne qui porte sur la production. Les dépenses effectuées à ce niveau sont liées au transport, à l'alimentation, à l'achat du matériel, en excluant les frais d'acquisition du produit. Il serait donc peu indiqué de considérer une dépense pour tous les maillons de la chaîne, alors que l'un d'eux n'est pas affecté par celle-ci. Par ailleurs, cette dépense réduit considérablement la valeur ajoutée créée dans les autres maillons. C'est pourquoi il a été préconisé l'utilisation d'une formule de calcul qui n'intègre pas l'acquisition du produit. Celle-ci consacre l'accroissement progressif de la valeur ajoutée d'un maillon à l'autre mais en réduisant, dans le calcul de la part de la valeur ajoutée totale reçue par chacun d'eux, la valeur ajoutée du maillon qui l'a approvisionné. Cette approche a l'avantage de cerner la valeur économique réelle de chaque maillon, et de pouvoir être adaptée quand la domestication sera intégrée dans la production, avec les coûts liés.

Pour ce qui est de l'analyse économique de la chaîne de valeur ajoutée proprement dite, elle va également suivre les trois axes d'écoulement des produits décrits plus haut. Dans les schémas ci-dessous, les chiffres en pourcentage représentent la part de la valeur ajoutée totale reçue par maillon de la CVA, tandis que sont indiqués en valeur absolue et en francs CFA le prix de vente et les coûts de production d'une unité du produit concerné (le kilogramme quand il est en fruits ou en graines, et le litre quand il est en liquide).

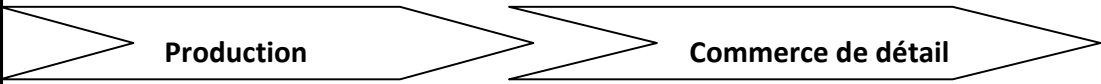
3.3.1. Axe de consommation interne des PFNL (niveau local)

3.3.1.1. Mangue sauvage

Schéma 9: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de la mangue sauvage dans les marchés de Mbang, Lomié et environs			
<u>Principaux maillons de la chaîne</u>			
			
Production		Commerce de détail	
53,84%		46,16%	
Vente	1205	Vente	1538
Coûts	490	Coûts	210
VA	715	VA	1328
Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	31	Bâche :	56
Couteaux:	9	Séchage	9
Seaux de 15 l :	25	Sacs Bag Co :	51
Cuvettes de 25-30 l :	49	Stockage:	9
Tracasseries (Eaux et forêts, gardes sociétés forestières):	124	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	9
Sacs Bag Co :	12	Nutrition:	14
Bâche :	39	Manutention	34
Construction cabane et claies :	31	Taxes et autres dépenses au marché :	28
Boîte à pharmacie :	31		
Ration alimentaire :	65		
Transport :	65		
Paniers en rotin :	9		

Source : Conception personnelle

3.3.1.2. Njansang

Schéma 10 : Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur du njansang dans les marchés de Mbang, Lomié et environs			
<u>Principaux maillons de la chaîne</u>			
			
Production		Commerce de détail	
28,97%		71,03%	
Vente	2194	Vente	3962
Coûts	1140	Coûts	324
VA	1054	VA	3638
Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	67	Séchage:	112
Couteaux:	17	Bâche :	23
Seaux de 15 L :	45	Sacs Bag Co :	22
Cuvettes de 25-30 L :	90	Stockage:	22
Paniers en rotin :	17	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	17
Sacs Bag Co :	22	Nutrition:	11
Bâche :	70	Manutention	38
Construction cabane et claies :	112	Taxes et autres dépenses de route :	79
Boîte à pharmacie :	56		
Ration alimentaire :	169		
Transport :	202		
Tracasseries (Eaux forêts, gardes sociétés forestières) :	225		
Marmites	48		

Source : Conception personnelle

3.3.1.3. Rondelle

Schéma 11: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de la rondelle dans les marchés de Mbang, Lomié et environs

Principaux maillons de la chaîne

Production		Commerce de détail	
50,75%		49,25%	
Vente	795	Vente	1148
Coûts	356	Coûts	283
VA	439	VA	865
Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	21		
Couteaux:	7		
Seaux de 15 L :	21	Bâche :	88
Cuvettes de 25-30 L :	18	Sacs Bag Co :	18
Paniers en rotin :	5	Stockage:	35
Sacs Bag Co :	11	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	35
		Nutrition:	36
Bâche :	11	Manutention	18
Construction cabane et claies :	53	Taxes et autres dépenses du	35
		marche :	
Boîte à pharmacie :	9	hébergement :	18
Ration alimentaire :	74		
Transport :	71		
Tracasseries (Eaux forêts, gardes sociétés forestières) :	32		
Marmites	23		

Source : Conception personnelle

3.3.1.4. Fruit du moabi

Schéma 12: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur du fruit du moabi dans les marchés de Mbang, Lomié et environs

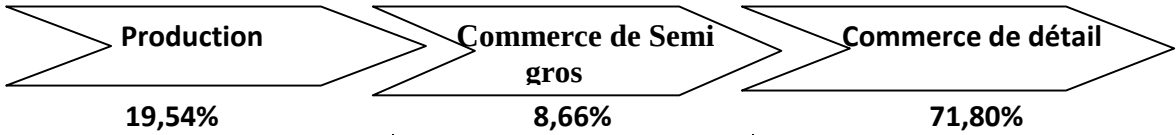
Principaux maillons de la chaîne

 Production		 Commerce de détail	
22,77%		77,23%	
Vente	1750	Vente	2250
Coûts	1294	Coûts	247
VA	456	VA	2003
Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	40		
Couteaux:	25		
Seaux de 15 L :	100	Bidons	88
Cuvettes de 25-30 L :	100	Bouteilles	18
Paniers en rotin :	25	Manutention	35
Bidons	33	Stockage	35
Construction cabane et claies :	125	Nutrition:	36
Boîte à pharmacie :	125		
Ration alimentaire :	250	Taxes et autres dépenses du	35
Transport :	250	marche :	
Tracasseries (Eaux forêts,			
gardes sociétés forestières) :	100		
Pilon et mortier	38		
Marmites	83		

Source : Conception personnelle

3.3.2. Axe de consommation interne des PFNL (niveaux régional et national)

3.3.2.1. Mangue sauvage

Schéma 13: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de la mangue sauvage au Cameroun (niveaux régional et national)					
<u>Principaux maillons de la chaîne</u>					
					
Vente	1205	Vente	1448	Vente	3962
Coûts	490	Coûts	416	Coûts	302
VA	715	VA	1032	VA	3660
Détails des coûts :		Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	31	Sacs Bag Co :	31	Bâche :	77
Couteaux:	9	Bâche :	12	Séchage	28
Seaux de 15 L :	25	Transport :	99	Sacs Bag Co :	46
Cuvettes de 25-30 L :	49	Hébergement	31	Stockage:	37
Paniers en rotin :	9	Nutrition	31	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	9
Sacs Bag Co :	12	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	28	Nutrition:	21
Bâche :	39	Séchage	15	Manutention	70
Construction cabane et claies :	31	Stockage	15	Taxes et autres dépenses de route :	14
Boîte à pharmacie :	31	Taxes et autres dépenses de route :	154		
Ration alimentaire :	65				
Transport :	65				
Tracasseries (Eaux et forêts, gardes sociétés forestières) :	124				

Source : Conception personnelle

3.3.2.2. Njansang

Schéma 14: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur du njansang (Niveaux régional et national)

Principaux maillons de la chaîne

Production		Commerce de Semi gros		Commerce de détail	
28,31%		21,43%		50,26%	
Vente	2194	Vente	2266	Vente	3962
Coûts	1140	Coûts	414	Coûts	239
VA	1054	VA	1852	VA	3723
Détails des coûts :		Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	67	Sacs Bag Co :	22	Séchage:	17
Couteaux:	17	Bâche :	31	Bâche :	56
Seaux de 15 L :	45	Transport :	94	Sacs Bag Co :	22
Cuvettes de 25-30 L :	90	Hébergement	29	Stockage:	11
Paniers en rotin :	17	Nutrition	30	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	7
Sacs Bag Co :	22	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	26	Nutrition:	11
Bâche :	70	Séchage	15	Manutention	38
Construction cabane et claies :	112	Stockage	15	Taxes et autres dépenses de route :	77
Boîte à pharmacie :	56	Taxes et autres dépenses de route:	152		
Ration alimentaire :	169				
Transport :	202				
Tracasseries (Eaux forêts, gardes sociétés forestières) :	225				
Marmites	48				

Source : Conception personnelle

3.3.2.3. Rondelle

Schéma 15: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de la rondelle au Cameroun (niveaux régional et national)					
<u>Principaux maillons de la chaîne</u>					
					
Production		Commerce de Semi gros		Commerce de détail	
10,43%		42,27%		47,30%	
Vente	795	Vente	2427	Vente	4529
Coûts	356	Coûts	209	Coûts	320
VA	439	VA	2218	VA	4209
Détails des coûts :					
Machettes:	21	Sacs Bag Co :	11		
Couteaux:	7	Bâche :	9		
Seaux de 15 L :	21	Transport :	32	Bâche :	88
Cuvettes de 25-30 L :	18	Hébergement	18	Sacs Bag Co :	18
Paniers en rotin :	5	Nutrition	18	Stockage:	35
		Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	14	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	35
Sacs Bag Co :	11	Séchage	18	Nutrition:	35
Bâche :	11	Stockage	18	Transport :	30
Construction cabane et claies :	53	Taxes et autres dépenses de route :	71		
Boîte à pharmacie :	9			Hébergement :	9
Ration alimentaire :	74			Séchage	35
Transport :	71			Taxes et autres dépenses de route :	35
Tracasseries (Eaux forêts, gardes sociétés forestières) :	32				
Marmites	23				

Source : Conception personnelle

3.3.3. Axe d'exportation des PFNL

3.3.3.1. Mangue sauvage

Schéma 16 : Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de l'exportation de la mangue sauvage vers le Nigeria					
<u>Principaux maillons de la chaîne</u>					
Production		Commerce de Semi gros		Commerce de gros/ Exportation	
54,29%		24,07%		21,64%	
Vente	1205	Vente	1448	Vente	1606
Coûts	490	Coûts	416	Coûts	289
VA	715	VA	1032	VA	1317
Détails des coûts :		Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	31	Sacs Bag Co :	31		
Couteaux:	9	Bâche :	12		
Seaux de 15 L :	25	Transport :	99	Bâche :	25
Cuvettes de 25-30 L :	49	Hébergement	31	Sacs Bag Co :	12
Paniers en rotin :	9	Nutrition	31	Stockage:	15
		Nécessaires pour		Nécessaires pour	
Sacs Bag Co :	12	fermer les sacs	28	fermer les sacs	22
		(aiguilles; fil, etc.):		(aiguilles; fil, etc.):	
Bâche :	39	Séchage	15	Nutrition:	15
Construction cabane	31	Stockage	15	Transport :	46
et claies :					
Boîte à pharmacie :	31	Taxes et autres		Taxes et autres	
		dépenses de route :	154	dépenses de route :	154
Ration alimentaire :	65				
Transport :	65				
Tracasseries (Eaux					
forêts, gardes sociétés	124				
forestières) :					

Source : Conception personnelle

3.3.3.2. Njansang

Schéma 17: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de l'exportation du njansang vers le Nigeria					
<u>Principaux maillons de la chaîne</u>					
Production		Commerce de Semi gros		Commerce de gros/ Exportation	
31,38%		23,76%		44,86%	
Vente	2194	Vente	2266	Vente	3734
Coûts	1140	Coûts	414	Coûts	375
VA	1054	VA	1852	VA	3359
Détails des coûts :		Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	67	Sacs Bag Co :	22		
Couteaux:	17	Bâche :	31		
Seaux de 15 L :	45	Transport :	94	Bâche :	56
Cuvettes de 25-30 L :	90	Hébergement	29	Sacs Bag Co :	22
Paniers en rotin :	17	Nutrition	30	Stockage:	11
		Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	26	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	22
Sacs Bag Co :	22	Séchage	15	Nutrition:	11
Bâche :	70	Stockage	15	Transport :	112
Construction cabane et claies :	112	Taxes et autres dépenses de route :	152	Taxes et autres dépenses de route :	141
Boîte à pharmacie :	56				
Ration alimentaire :	169				
Transport :	202				
Tracasseries (Eaux forêts, gardes sociétés forestières) :	225				
Marmites	48				

Source : Conception personnelle

3.3.3.3. Rondelle

Schéma 18: Distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur de l'exportation de la rondelle vers le Nigeria					
<u>Principaux maillons de la chaîne</u>					
Production		Commerce de Semi gros		Commerce de gros / Exportation	
10,15%		41,11%		48,74%	
Vente	795	Vente	2427	Vente	4529
Coûts	356	Coûts	209	Coûts	202
VA	439	VA	2218	VA	4327
Détails des coûts :		Détails des coûts :		Détails des coûts :	
Machettes:	21	Sacs Bag Co :	11		
Couteaux:	7	Bâche :	9		
Seaux de 15 L :	21	Transport :	32	Bâche :	9
Cuvettes de 25-30 L :	18	Hébergement	18	Sacs Bag Co :	11
Paniers en rotin :	5	Nutrition	18	Stockage:	18
		Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	14	Nécessaires pour fermer les sacs (aiguilles; fil, etc.):	14
Sacs Bag Co :	11	Séchage	18	Nutrition:	11
Bâche :	11	Stockage	18	Transport :	32
Construction cabane et claies :	53	Taxes et autres dépenses de route :	71	Taxes et autres dépenses de route :	71
Boîte à pharmacie :	9			hébergement :	18
Ration alimentaire :	74			Séchage :	18
Transport :	71				
Tracasseries (Eaux forêts, gardes sociétés forestières) :	32				
Marmites	23				

Source : Conception personnelle

Telle est présentée par itinéraire d'écoulement la distribution de la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur. Le tableau ci-après en est une synthèse.

Tableau 5: Synthèse de la distribution de la VA par maillon de chaque CVA

Axe	CVA	Production (%)	Semi gros (%)	Gros / Détail (%)
Consommation interne (niveau local)	Mangue sauvage	53,84	0	46,16
	Njansang	28,97	0	71,03
	Rondelle	51,87	0	48,17
	Moabi	22,77	0	77,23
Consommation interne (niveaux régional et national)	Mangue sauvage	19,54	8,66	71,8
	Njansang	28,31	21,43	50,26
	Rondelle	10,43	42,27	47,3
Exportation	Mangue sauvage	54,29	24,07	21,64
	Njansang	31,38	23,76	44,86
	Rondelle	10,15	41,11	48,74
	Moyenne simple	31,15	16,13	52,72

Source : Conception personnelle

Il ressort de manière générale que plus des deux tiers de la valeur ajoutée créée au bout des itinéraires des quatre produits sont absorbés par les semi grossistes et les grossistes/détaillants. De fait, il s'agit des acteurs compris après la production et avant la consommation finale, tandis que moins du tiers de cette plus-value est reçu par la production. Ceci peut se justifier par l'absence d'une véritable transformation après ce maillon. Au fur et à mesure que le produit s'éloigne de la zone de production, sa valeur augmente, et ceci n'est pas seulement du fait des coûts des transactions effectuées, mais aussi de l'usage final auquel il est destiné dont la valeur est répercutée dans la chaîne par les intervenants dans les maillons intermédiaires, sans que celle-ci atteigne véritablement le maillon de production.

C'est la perspective de ce gain qui justifie en grande partie la persévérance de certains commerçants qui, en dépit des difficultés tant physiques qu'administratives relevées sur le parcours suivi, continuent de cibler les produits venant de Mbang et Lomié tous situés à plus de 600 km du point

d'embarquement le plus proche, et dont une partie du trajet, notamment celle donnant accès directement aux sites de production, est peu praticable.

Une autre particularité est frappante à ce niveau. Elle porte sur le fait que le produit venant de ces deux sites est en priorité orienté vers Douala à destination du Nigeria, et non vers Abang Minko ou Kye Ossi qui sont aussi d'importants points d'écoulement des PFNL vers les pays voisins du Cameroun. Cette observation est faite en relation avec les prix appliqués au détail à Yaoundé et Douala qui semblent, à certains égards, supérieurs à ceux appliqués au point d'embarquement de Douala. On se serait attendu que les produits prennent indifféremment une destination ou une autre, en fonction des opportunités d'affaires. Mais ce n'est pas le cas. Une première explication a été fournie à ce sujet par un grossiste qui a déclaré que l'élément déterminant à ce niveau était la quantité demandée qui est plus forte au Nigeria. On gagne ainsi en quantité au marché nigérian ce qui est perdu en prix sur le marché camerounais.

Il s'établit ainsi un élément important sur lequel il faudrait s'appuyer s'il est envisagé de réorienter les produits venant de Mbang et Lomié vers la consommation interne : **la quantité**.

Si les bas prix appliqués dans les sites de production peuvent constituer un avantage comparatif pour les structures qui s'y installeraient, ou à proximité (Abong Mbang, Bertoua ou d'autres villes proches), en se référant aux seules conditions du libre marché, il faudrait être à mesure de supplanter la concurrence nigériane dont la particularité porte sur les quantités demandées.

Au demeurant, au vu de la qualité du tissu économique et financier actuel des sites étudiés et des villes les entourant, une action directe en faveur des populations ciblées serait moins opportune si elle visait à conserver les produits sur place. Par contre un premier mouvement dans le sens du renforcement de l'organisation des producteurs les amènerait à être plus solidaires face aux assauts des acheteurs qui exploitent très souvent les difficultés auxquelles ils sont confrontés pendant les périodes de soudure pour leur imposer des prix bas. Il serait alors préconisé dans un premier temps le renforcement des ventes groupées et la constitution des caisses d'avance qui ont l'avantage de soutenir l'organisation à la base des acteurs du maillon de la production et de les doter des moyens d'initier des démarches d'envergure dans le sens du contrôle de la ressource. Ainsi, renforcés dans leur position de propriétaires des produits et ne dépendant plus entièrement des commerçants pour mener leurs activités, les producteurs décideraient de la quantité de l'offre consacrée à l'exportation et celle destinée à la transformation sur place ou dans les villes environnantes, si les structures opérant dans ce sens y sont installées progressivement.

Il est, de ce fait, envisagé une approche qui faciliterait la transformation progressive des PFNL dans les sites de production ou à proximité de ceux-ci, en produits finis ou semi finis pouvant être utilisés directement par le consommateur final, ou servir d'intrants dans les industries alimentaires, cosmétiques ou pharmaceutiques nationales ou internationales. Cette approche exigerait une organisation minimale au niveau des sites de production de manière à permettre aux acteurs de cerner les priorités, détecter les faiblesses du système et envisager les moyens de les corriger, et saisir les opportunités disponibles.

Il est évident à ce niveau que les pouvoirs publics doivent fortement s'impliquer dans la démarche en améliorant le milieu des affaires à travers la viabilisation des voies de communication, l'ajustement du cadre légal et réglementaire, la facilitation de l'accès aux financements, entre autres.

En plus clair, la démarche visant à transformer en grande quantité et à brève échéance les PFNL ciblés dans les localités concernées impliquerait de grandes interventions de divers ordres qu'il n'est pas évident de mobiliser promptement. Aussi, serait-il plus pratique de renforcer les structures de production à la base et soutenir l'installation progressive dans les sites d'un dispositif de transformation qui va favoriser la création de la valeur ajoutée devant profiter directement aux acteurs chargés de la mise en œuvre des procédés nécessaires. Par incidence, le tissu économique régional et national profiterait de cette démarche, en termes de retombées. Au fil du temps, il se mettrait en place un système plus vaste qui drainerait les ressources nécessaires pour le financement de l'installation des infrastructures requises pour renforcer la performance et accroître la rentabilité au niveau de la base. L'Etat et d'autres partenaires financiers d'envergure s'y impliqueraient alors spontanément, au vu des opportunités qui seraient offertes.

Au total, la mise à niveau suggérée dans ce cadre porte pratiquement sur l'amélioration du dispositif de production des PFNL ciblés, ainsi que sur l'initiation et l'appui à la transformation de ceux-ci en produits semi finis ou finis. Ces démarches vont s'accompagner de la formation à la préparation, l'établissement et le suivi des partenariats d'affaires, ainsi que sur les techniques de commercialisation intégrant les exigences de la demande interne et celles de la demande extérieure, sans oublier la domestication qui doit garantir la disponibilité permanente de la ressource. Il ne s'agit là que des aspects qui peuvent être développés dans le cadre d'une stratégie de mise à niveau de la chaîne de valeur.

CHAPITRE 4 : STRATEGIE PROPOSEE POUR LA MISE A NIVEAU DE LA CHAINE DE VALEUR AJOUTEE

Rendu à ce niveau de la démarche, il s'établit que la chaîne de valeur des produits exploités par les associations féminines des communes de Mbang et Lomié est plus rentable dans les maillons où celles-ci ne sont pas actuellement actives, à savoir : la commercialisation, pour se limiter à ceux actuellement observés. Il est également ressorti que peu d'attention était accordée à la transformation qui a l'avantage d'améliorer la conservation et la présentation des produits, et de créer une plus-value consistante.

Deux problèmes ressortent a priori à ce niveau, celui de la faible allocation de la valeur ajoutée créée au bout de chaque chaîne aux femmes, impliquées au premier degré dans la collecte et la mise à disposition des produits pour les autres maillons, et celui du faible potentiel de transformation locale de ces produits de manière à les rendre plus attrayants et susceptibles de générer une grande plus-value devant d'abord profiter aux actrices de ce processus.

Ces deux problèmes sont en relation avec les axes d'intervention que les entrevues avec les acteurs directs du maillon de production ont laissé entrevoir. Le premier porte sur le renforcement des structures de production des PFNL de manière à les rendre moins vulnérables face à la pression des commerçants qui essayent toujours de tirer profit des difficultés auxquelles les producteurs font face en période de soudure. Un minimum d'organisation à ce niveau contribuerait à les rendre plus solidaires et à même de gérer les situations qui les obligent parfois à brader leurs produits. Le second axe concerne l'acquisition des moyens de transformer les produits et leur conférer une valeur qui va se traduire par l'augmentation de leurs prix d'achat.

4.1. VISION SUR L'AMELIORATION DE LA CHAINE DE VALEUR AJOUTEE ET STRATEGIE DE MISE EN ŒUVRE

Des échanges nourris ont quelques fois suivi l'évocation des deux perspectives indiquées plus haut. Il en a découlé la possibilité de réunir les deux axes autour d'une vision :

Encadré 3: Vision d'amélioration de la CVA

Augmenter au moins de 50% dans un délai de cinq (5) ans les revenus des associations féminines des communes de Mbang et Lomié tirés de l'exploitation de la mangue sauvage (*Irvingia gabonensis*), le moabi (*Baillonnelia toxisperma*), le njansang (*Riciodendron heudelotti*), et la rondelle (*Afrostryax lepidophyllus*).

4.2. ANALYSE DES OPPORTUNITES ET DES CONTRAINTES

Cette opération aurait dû être faite au cours de l'analyse de la chaîne de valeur. Mais elle est effectuée à ce niveau en raison de sa relation étroite avec le processus de sélection des alternatives à proposer pour améliorer la CVA. En effet, les actions à développer dans le cadre de la mise à niveau découlent des corrections des contraintes qui, elles, sont tirées en partie des opportunités identifiées dans la chaîne. Ces opportunités et contraintes constituent donc le socle de la stratégie d'amélioration de la CVA. Elles sont présentées dans le tableau ci-dessous telles qu'elles sont perçues dans la situation actuelle des communes de Mbang et Lomié qui intègre principalement la production et la commercialisation des PFNL, et en tenant compte de la transformation qui prendra progressivement de l'ampleur et constituera à terme la véritable source de création locale de la valeur ajoutée dans l'exploitation des produits ciblés. C'est dire que la transformation est d'emblée prise au sens de l'amélioration de la conservation et des conditions de transport des PFNL. Elle va, au fil du temps, intégrer la petite création des produits semi finis et considérer, à échéance, la création des produits finis. C'est dans cette logique que les techniques et expertises nécessaires vont être instillées dans la chaîne et faire recours aux moyens adéquats.

Schéma 19 : Présentation des opportunités et contraintes de la CVA à Mbang et Lomié

Production	Transformation	Commercialisation	Consommation
<u>Opportunités</u>	<u>Opportunités</u>	<u>Opportunités</u>	<u>Opportunités</u>
Disponibilité des produits en quantité ; Intérêt croissant des femmes ; Maîtrise de la production ; Maîtrise de la 1 ^{ère} transformation ; Espace disponible pour produire en masse les PFNL avec les techniques améliorées ; Disponibilité des femmes pour la domestication ;	Disponibilité des produits ; Existence des possibilités d'encadrement au niveau national; Disponibilité de la main d'œuvre ; Espace disponible pour la transformation ; Plusieurs issues de transformation disponibles ;	Disponibilité des produits; Forte demande nationale et internationale ; Existence d'un système d'information des marchés (SIM) ; Possibilité de contrôler le marché avec un minimum d'organisation	Disponibilité des produits; Forte demande nationale et internationale ; Diversification des utilisations faites des produits ; Multitude de potentiels intervenants pour la mise à disposition des produits ;

Production	Transformation	Commercialisation	Consommation
<u>Contraintes</u>	<u>Contraintes</u>	<u>Contraintes</u>	<u>Contraintes</u>
Produits éloignés des villages ; Techniques et outils rudimentaires ; Seule source de revenus pour beaucoup d'acteurs ; Difficultés d'écoulement des produits ; Faible organisation des acteurs ; Faible perception de la nécessité d'innover ; Faible lien d'affaires entre les producteurs ; Faible capacité de résister aux propositions conduisant à vendre moins cher les PFNL ; Absence de fonds pour financer les activités de production des PFNL	Faible perception de la nécessité d'innover à travers la transformation des PFNL ; Ignorance des techniques de transformation avancées ; Absence d'encadrement local en matière de transformation des PFNL ; Liens d'affaires peu développés entre les acteurs ; Faible organisation des acteurs ; Absence de fonds pour financer les premières activités de transformation des PFNL	Absence d'acteurs locaux dans le maillon ; Ignorance des exigences liées à la qualité dans la commercialisation des PFNL ; Ignorance de la valeur économique du produit hors des sites de production ; Méconnaissance des conditions d'accès aux crédits ; Problèmes de garantie pour les acteurs pauvres ; Ignorance des circuits de commercialisation des PFNL Manque de connaissances sur les techniques de commercialisation Faible perception de la nécessité d'innover ; Faibles relations d'affaires entre les possibles acteurs ; Absence d'initiatives locales de commercialisation des PFNL	Ignorance de plusieurs utilisations possibles des produits ; Eloignement entre les pôles de production et les pôles de grande consommation ; Faiblesse des moyens de communication ; Non maîtrise des différentes utilisations des produits ciblés ; Peu d'acteurs dans l'acheminement des produits vers les consommateurs ; Forte fluctuation des prix

Source : Conception personnelle

4.3. OBJECTIFS OPERATIONNELS POUR LA MISE A NIVEAU

La mise à niveau va s'appuyer sur les actions visant à limiter la portée des contraintes identifiées et augmenter la rentabilité dans les opportunités avérées. Quatre axes d'intervention sont privilégiés dans ce sens :

- L'amélioration de la production des PFNL ;
- L'initiation et le soutien à la transformation locale de ces produits ;
- L'appui à la commercialisation des PFNL et des produits transformés y issus ;
- La réalisation de la durabilité des actions à entreprendre.

Axe 1 : L'amélioration de la production des PFNL identifiés.

Les objectifs liés à cet axe visent à :

- Soutenir la dynamique de groupe des structures de production existantes de manière à améliorer leur organisation et les rendre plus performantes et professionnelles;
- Améliorer les procédés et les outils de production utilisés afin d'accroître le rendement ;
- Soutenir les initiatives de production jusqu'à l'autonomie des structures formées ;
- Soutenir la création des caisses de solidarité pour gérer les périodes de soudure favorisant la vente à vil prix les produits collectés ;
- Soutenir la création des caisses d'avance remboursables pour soutenir la production des PFNL.

Axe 2 : Le renforcement des structures de transformation des PFNL

Les objectifs relatifs à cet axe vont permettre de :

- Sensibiliser les femmes sur les avantages de la transformation des PFNL ;
- Les initier aux techniques et procédés de transformation des produits ciblés ;
- Soutenir les initiatives de transformation jusqu'à l'autonomie des entités la pratiquant ;

Axe 3 : L'appui à la commercialisation des PFNL et des produits transformés

Les objectifs concernés à ce niveau sont de nature à :

- Initier les femmes aux techniques de commercialisation des PFNL concernés;
- Apporter un appui technique aux processus de commercialisation des PFNL jusqu'à autonomie des structures impliquées ;

Axe 4 : La réalisation de la durabilité des actions à entreprendre

Les objectifs de cet axe visent à :

- Initier les associations à la formalisation des relations d'affaires ;
- Les assister dans la préparation, la conclusion et le suivi des premiers partenariats d'affaires ;
- Initier les groupes à la pratique de la domestication des PFNL ;
- Soutenir les premières initiatives de domestication des PFNL ciblés ;

- Initier et appuyer les structures sur la mise en œuvre des mécanismes d'autofinancement des activités liées à la CVA.

4.4. IDENTIFICATION DES ACTEURS POUR LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE MISE A NIVEAU

La mise à niveau de la chaîne de valeur ne peut être concrétisée que s'il existe des acteurs capables et disponibles pour réaliser les actions prévues. C'est dire que le processus n'est pas spontané. Il doit être sous-tendu par un engagement individuel et collectif des acteurs à œuvrer dans le sens requis pour atteindre les résultats escomptés. Parmi ces acteurs, certains ont une intervention directe, tandis que d'autres ont des interventions n'ayant pas d'incidence immédiate sur la CVA. Les acteurs directs sont ceux qui réalisent des activités ayant un impact immédiat sur la chaîne de valeur, tandis que les acteurs indirects sont les personnes ou les institutions dont l'intervention a un effet induit. Ce dernier aspect intègre le renforcement des capacités, l'encadrement, la facilitation et la recherche.

4.4.1. Les acteurs directs

Parmi les acteurs directs de la mise en œuvre de la mise à niveau de la chaîne de valeur des produits forestiers non ligneux exploités par les associations féminines des communes de Mbang et Lomié, se trouvent en première position les membres desdites structures, à savoir le Réseau Association Féminine de Mbang (RAFAMBA) et la Coopérative des femmes Nwog-Nkwel-Réunies de Lomié (NNR). Aux membres actuelles, seront associées d'autres qui, pour diverses raisons, n'en font pas encore partie, sous réserve des dispositions des textes régissant ces structures.

Dans un souci de collaboration et de partenariat, d'autres entités impliquées dans les filières des PFNL identifiées feront partie des acteurs directs, soit en tant que fournisseurs des biens ou des services nécessaires non disponibles dans les réseaux, soit en tant que bénéficiaires des prestations que ceux-ci vont offrir. Il est important de relever l'importance de la professionnalisation sous-jacente à la mise à niveau qui va, elle-même, induire la spécialisation des acteurs. Dans ce contexte les relations d'affaires vont devoir être matérialisées par des contrats qui garantiront la réalisation de la prestation ou la livraison du produit convenue, et feront foi en cas de litige. C'est dire que, pour couvrir des aspects liés aux domaines non couverts par les deux sociétés, celles-ci feront recours aux personnes ou structures spécialisées.

Au vu de leur importance dans l'exécution des activités de la CVA, les partenaires financiers seront considérés comme acteurs directs du processus. Il en est de même des agro-industries et des industries pharmaceutiques qui, sans apparaître actuellement dans les interrelations, reçoivent une

partie des produits ciblés qu'elles utilisent pour créer des produits finis vendus à grands prix, et influencent de ce fait la réalité économique. A terme, elles peuvent devenir des partenaires directs des acteurs de la base si ceux-ci sont assez organisés pour orienter leurs produits vers les acteurs utilisant la technologie de pointe. Il s'établit donc le besoin d'une grande organisation des structures de la base de manière à leur permettre d'évaluer le potentiel disponible et de se projeter dans des secteurs jusque-là réservés, au vu de la qualité des acteurs qui y interviennent et des investissements associés.

Au demeurant, les acteurs directs de la mise à niveau de la chaîne de valeur ajoutée comprennent les personnes impliquées dans la production, la transformation, la commercialisation et la consommation des PFNL. Une action directe n'est pas envisagée dans l'immédiat pour ce dernier maillon (consommation), mais il est important de le prendre en compte dans la mesure où il influence considérablement le positionnement des autres acteurs dans les créneaux disponibles. Au fil de l'avancement de la mise à niveau de la CVA, des stratégies ciblant directement le consommateur final pourront être affinées.

4.4.2. Les acteurs indirects

Les acteurs indirects comprennent les services publics (les collectivités territoriales décentralisées (municipalités, régions, etc.), les administrations et établissements publics (MINFOF, MINEP, MINADER, MINCOMMERCE, IRAD, etc.), les structures de recherches (CIFOR, ICRAF, FAO, universités, etc.), les organismes de développement (GIZ, CTFC, SNV, INADES, etc.).

Les services publics seront sollicités au vu de leurs compétences, de leurs capacités d'encadrement technique et institutionnel des acteurs, d'aménagement d'un cadre juridique approprié, et de financement de la mise sur pied des infrastructures de transport, de communication nécessaires pour le plein déploiement du potentiel nécessaire pour la mise à niveau. Les organismes de recherche, quant à eux, seront mis à contribution pour proposer des innovations, des approches nouvelles face à l'obsolescence, et apporter des solutions aux situations de blocage technique, structurel ou institutionnel qui apparaîtraient. Tandis que les organismes de développement vont impulser et soutenir la dynamique nécessaire pour la réalisation du changement souhaité. Leur maîtrise de l'environnement humain, institutionnel et politique, ainsi que leurs connaissances techniques seront utiles pour soutenir le processus et réguler les interventions des différents acteurs.

4.5. PROJECTION DE L'IMPACT DE LA MISE A NIVEAU DE LA CHAÎNE DE VALEUR AJOUTEE

L'impact projeté de la mise à niveau de la chaîne de valeur ajoutée concerne les améliorations concrètes envisagées au cours et au terme des actions prévues dans le cadre de l'intervention.

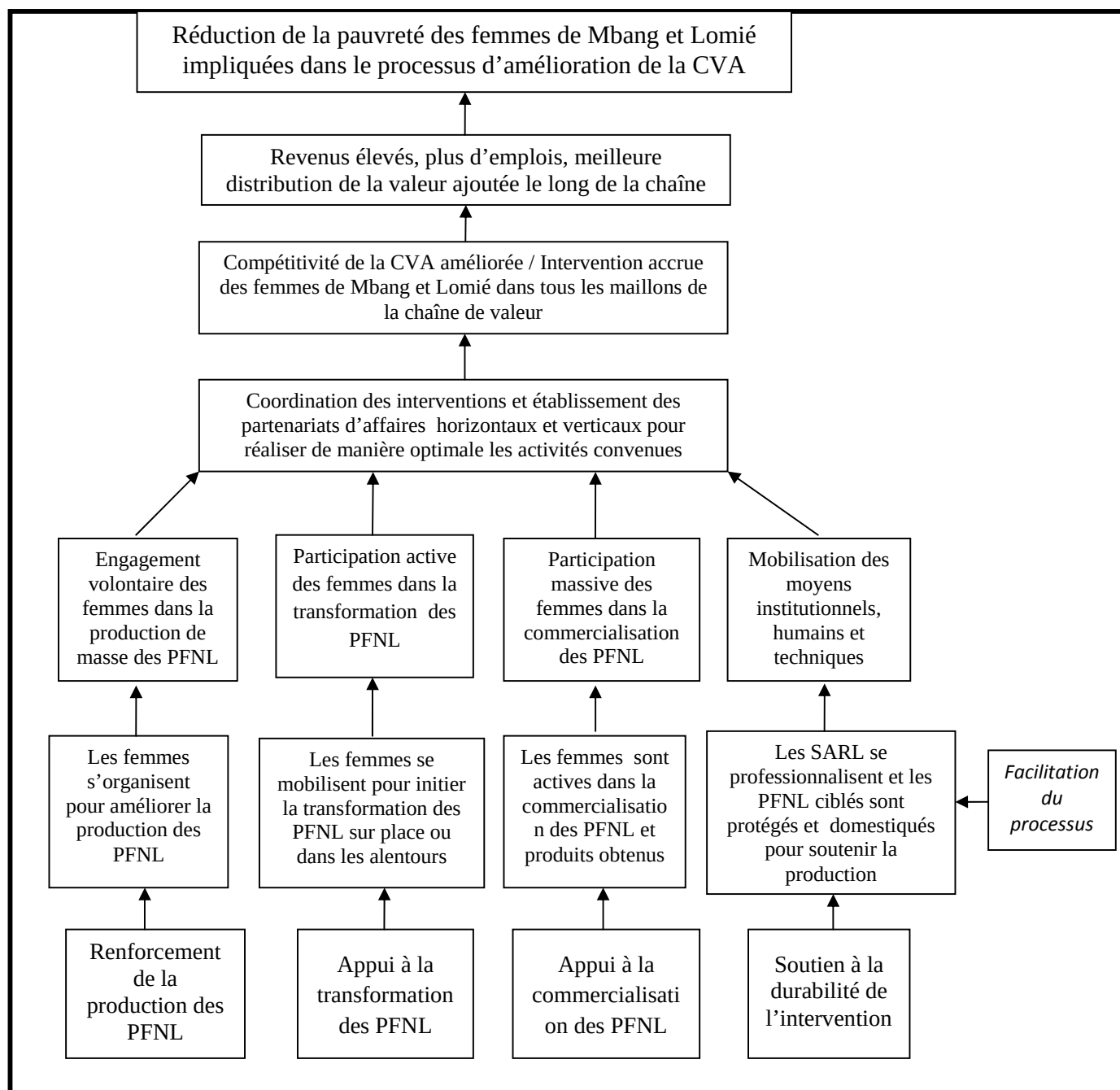
L'impact attendu à terme du processus de mise à niveau de la chaîne de valeur des PFNL exploités par les femmes de Mbang et Lomié porte sur la réduction de la pauvreté de celles-ci. Cet impact est décrit dans le schéma 20 ci-après qui représente les effets attendus par type d'actions directes jusqu'à l'effet ultime sur la réduction de la pauvreté des femmes de Mbang et Lomié impliquées dans l'exploitation des PFNL ciblés.

De manière générale la présentation de l'impact projeté de la mise à niveau de la chaîne de valeur ajoutée s'appuie sur les axes d'intervention présentés plus haut. Les sept niveaux apparaissant dans le schéma décrivent les améliorations qui seront obtenues de la base jusqu'au sommet par type et niveau d'intervention.

Le premier niveau porte sur les thématiques qui vont sous-tendre la mise à niveau. Sont pris en compte ici le renforcement de la production des PFNL, la transformation de ceux-ci, leur commercialisation, et les aspects transversaux liés à la durabilité de l'intervention et à l'amélioration du fonctionnement des structures porteuses du processus de mise à niveau. Le deuxième niveau du schéma montre les premières actions qui seront menées pour manifester la prise en main du processus par les acteurs directs, le troisième niveau, les premiers résultats qui seront obtenus après cette prise en main.

Le quatrième niveau est celui de la maîtrise des différentes interventions et de la formalisation des relations d'affaires à l'intérieur ou entre des maillons de la chaîne de valeur ajoutée. L'impact ici sera l'établissement d'un système d'autorégulation parmi les acteurs directs de la CVA eux-mêmes. Quant au cinquième niveau, il fait référence au changement théorique qui sera obtenu en termes d'amélioration de la compétitivité des différents maillons, le sixième niveau, la matérialisation du changement à travers l'accroissement de la part reçue par les femmes dans la distribution de la VA créée au bout de la CVA. Quant au dernier niveau, il représente le changement général souhaité sous forme d'amélioration des conditions de vie des femmes impliquées dans l'exploitation des PFNL.

Schéma 20 : Impact attend de la mise à niveau de la chaîne de valeur



Source : Inspiré du modèle d'impact de la promotion de la CVA, **Manuel ValueLinks, Module 3,**
Page 23

4.6. CHANTIERS DE MISE A NIVEAU

Les chantiers s'appuient sur les quatre axes d'intervention mentionnés ci-dessus, à savoir :

- le renforcement des conditions de production des PFNL,
- le renforcement des structures de transformation locale de ces produits
- l'appui à la commercialisation des PFNL et des produits transformés, et
- la réalisation de la durabilité des actions à entreprendre.

Il est annexé au dernier axe les activités transversales, ainsi que celle liées à l'appui de la mise à niveau de la CVA.

Ces chantiers portent sur les interventions qui vont globalement être menées en insistant, par maillon, sur les contraintes identifiées, les solutions envisagées, les intervenants et la facilitation à mener.

Tableau 6 : Chantiers de mise à niveau de la CVA

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
Appui au renforcement de la production des PFNL	Produits éloignés des villages	Rapprocher les produits des villages	Initiation à la pratique de la domestication	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, ICRAF, SNV	CTFC
			Création des unités pilotes de domestication des PFNL ciblés			GIZ
	Techniques et outils rudimentaires	Améliorer les techniques et les outils de production des PFNL	Initiation aux techniques améliorées de production des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires		CTFC
			Acquisition des outils perfectionnés de production des PFNL			GIZ
	Coupe des arbres de moabi encore grandement productifs	Convenir avec les concessionnaires forestiers de conserver les arbres encore productifs et couper seulement ceux vieillissants	Sensibilisation des populations et exploitants forestiers sur l'importance des arbres des PFNL encore productifs ; Développement des mécanismes de sélection et de sauvegarde des arbres encore productifs	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires		GIZ
	Seule source de revenus pour beaucoup	Diversifier les activités liées à la production	Multiplication des unités de production des PFNL (plantations)	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations		Municipalités, MINFOF, MINADER, ICRAF

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
	d'acteurs	des PFNL pour multiplier les sources de revenus	Développement des activités pré et post production pour renforcer le rendement des unités créées et étaler la production sur l'année	partenaires		GIZ
	Difficultés d'écoulement des produits	Créer et diversifier les points d'écoulement des PFNL	Organisation des ventes groupées des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, MINCOMMERCE, ICRAF	CTFC
			Soutien à la création des points de vente de la production			GIZ
			Identification et formalisation des relations d'affaires la vente de la production			
	Faible organisation des acteurs	Appuyer la création des groupes de producteurs des PFNL	Sensibilisation sur l'importance de l'organisation des producteurs des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, ICRAF	CTFC
		Renforcer la collaboration et la concertation entre les producteurs	Soutien à la création, la régularisation et le fonctionnement des groupes de producteurs de PFNL			GIZ
	Faible perception de la nécessité d'innover	Susciter et soutenir la dynamique	Soutien aux initiatives d'innovation dans la production des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations		CTFC

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
		d'innovation dans la production des PFNL	Identification d'autres produits pouvant être exploités (poivres, etc.)	partenaires		GIZ
	Faible lien d'affaires entre les producteurs	Favoriser la formalisation des relations d'affaires	Appui à l'élaboration des Contrats modèles,	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, ICRAF	CTFC
			Appui à l'établissement et au suivi des premiers contrats d'affaires			GIZ
			Elaboration des mesures standard			GIZ, CTFC
	Faible capacité à résister aux propositions conduisant à vendre moins cher les PFNL	Appuyer la création des caisses de solidarité pour gérer les périodes de soudure	Appui à la création, au fonctionnement et à la gestion des caisses de solidarité	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER	GIZ, CTFC
	Absence de fonds pour financer les activités de production des PFNL	Soutenir la mise sur pied des caisses d'avances remboursables pour soutenir la production des PFNL	Appui à la création, au fonctionnement et à la gestion des caisses d'avances	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires		GIZ , CTFC

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
Appui à la transformation des PFNL	Faible perception de la nécessité d’innover à travers la transformation des PFNL	Sensibiliser les acteurs directs	Présentation des opportunités et avantages de la transformation locale des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, ICRAF, Jérémie DERA VIN, Tél. : +330155974210/3306 13022564 ; Hélène Perrot, Tél :76308881 ; DG MAHIMA s/c Mme LEBOH NKOM Mélanie, Tél: 99908231	CTFC, GIZ
	Ignorance des techniques de transformation avancées;	Initier et soutenir les projets de transformation	Formation sur les techniques de transformation des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires		CTFC, GIZ
			Appui aux projets pilotes de transformation des PFNL			
	Absence d’encadrement local en matière de transformation des PFNL	Accompagner jusqu’à autonomie des initiatives de transformation	Encadrement technique et pratique des premières démarches de transformation des PFNL, Introduction des techniques améliorées de transformation	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires		CTFC, GIZ
	Liens d’affaires peu développés	Favoriser la formalisation	Appui à l’élaboration des Contrats modèles,	Membres de RAFAMBA, NNR	CTFC, GIZ	

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
	entre les acteurs	des relations d'affaires	Appui à l'établissement et au suivi des premiers contrats d'affaires	et des associations partenaires		
			Elaboration des mesures standard			
	Faible organisation des acteurs	Appuyer la création des groupes de transformateurs des PFNL	Sensibilisation sur l'importance de l'organisation des transformateurs des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	MINFOF	CTFC
		Renforcer la collaboration et la concertation entre les transformateurs	Soutien à la création, la régularisation et le fonctionnement des groupes de transformateurs des PFNL		Municipalités, MINFOF, MINADER, MINCOMMERCE, ICRAF	GIZ
	Absence de fonds pour financer les premières activités de transformation des PFNL	Soutenir la mise sur pied des caisses d'avances remboursables pour soutenir la transformation des PFNL	Appui à la création, au fonctionnement et à la gestion des caisses d'avances	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires		CTFC, GIZ

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
Appui à la commercialisation des PFNL	Absence d'acteurs locaux dans la commercialisation des PFNL	Sensibiliser et initier les populations locales à la commercialisation des PFNL	Organisation des ateliers de sensibilisation sur les avantages et les gains possibles consécutifs à la vente des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, MINCOMMERCE	CTFC, GIZ
	Ignorance des exigences liées à la qualité dans la commercialisation des PFNL	Sensibiliser les acteurs sur le bien fondé du respect des exigences de qualité	Initiation des acteurs sur la nécessité de respecter les exigences liées à la qualité des produits vendus, tant dans leur aspect extérieur que dans les conditions hygiéniques	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, MINCOMMERCE, Multiprint, Tél : 33423035/ 33430627, E-mail : omultiprint@yahoo.fr , GIC DISCOM, BP 10 279 Douala, Tél : 78839958/98500676 ; E-mail : discomepices@yahoo.fr, TANTY Tél :	CTFC, GIZ

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
	Ignorance de la valeur économique du produit hors des sites de production	Sensibiliser les acteurs sur la valeur économique des PFNL hors des sites de production	Information sur les prix des PFNL hors des sites	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	22224522/22005684/99973613, E-mail : tanty_cam@yahoo.fr	CTFC, GIZ
	Méconnaissance des conditions d'accès aux crédits	Former sur les techniques de sollicitation des crédits	Administration des techniques et astuces pour attirer des financements	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires		CTFC, GIZ
	Problèmes de garantie pour les acteurs pauvres	Former sur la constitution de la garantie	Identification des possibilités de garantie dans la recherche des crédits	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	MINFOF, MINADER, MINCOMMERCE	CTFC, GIZ
	Ignorance des circuits de commercialisation des PFNL	Recenser et vulgariser les circuits de commercialisation des PFNL à l'intérieur et hors du Cameroun	Recensement des points ou axes de commercialisation des PFNL existants ou envisageables	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, MINCOMMERCE, Multiprint, Tél : 33423035/ 33430627, E-mail :	CTFC, GIZ

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
	Manque de connaissances sur les techniques de commercialisation des PFNL	Initier les acteurs aux techniques de commercialisation	Administration aux acteurs des techniques et stratégies de marketing des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	omultiprint@yahoo.fr , GIC DISCOM, BP 10 279 Douala, Tél : 78839958/98500676 ; E-mail : discomepices@yahoo.fr, TANTY Tél : 22224522/22005684/99973613, E-mail : tanty_cam@yahoo.fr	CTFC, GIZ
	Faible perception de la nécessité d'innover	Sensibiliser les acteurs directs	Présentation des opportunités et avantages de la commercialisation des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Municipalités, MINFOF, MINADER, MINCOMMERCE, Multiprint, Tél : 33423035/ 33430627, E-mail : omultiprint@yahoo.fr , GIC DISCOM, BP 10 279 Douala, Tél : 78839958/98500676 ; E-mail : discomepices@yahoo.fr, TANTY Tél : 22224522/22005684/99973613, E-mail :	CTFC, GIZ

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
	Faibles relations d'affaires entre les possibles acteurs	Favoriser la formalisation des relations d'affaires	Appui à l'élaboration des Contrats modèles,	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	tanty_cam@yahoo.fr	CTFC, GIZ
			Appui à l'établissement et au suivi des premiers contrats d'affaires			
			Elaboration des mesures standard			
	Absence d'initiatives locales de commercialisation des PFNL	Initier et encourager les projets de commercialisation des PFNL	Montage des microprojets de commercialisation des PFNL	RAFAMBA, NNR et Associations partenaires ;	MINCOMMERCE, CIFOR, ICRAF	CTFC, GIZ
			Soutien aux initiatives de commercialisation des PFNL			
Appui à la réalisation de la durabilité de l'intervention et activités transversales ou d'appui	Faible perception de l'intérêt de la mise à niveau de la chaîne de valeur	Sensibiliser les personnes sur les avantages et les opportunités économiques ou envisageables à travers l'amélioration de la chaîne	Organisation des sessions d'information et de sensibilisation	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	CTFC, GIZ	CTFC, GIZ

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
	Faible perception des objectifs et de la démarche générale à suivre pour la mise à niveau de la CVA	Schématiser la situation actuelle en vue d'en déterminer les limites et envisager les états alternatifs éventuels ;	Organisation de séances de cartographie collective de la chaîne de valeur	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	CTFC, GIZ	CTFC, GIZ
	Disparité des approches de mise à niveau de la CVA envisagée	Harmoniser les approches de mise à niveau de la CVA de manière à avoir une vision unique	Organisation d'échanges élargis entre les acteurs clés des maillons pour avoir un consensus sur la meilleure approche à suivre	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	CTFC, GIZ	CTFC, GIZ
	Faible perception des étapes clés de la mise à niveau de la CVA	Définir les grandes lignes de la démarche à suivre dans le cadre de la mise à niveau de la CVA	Organisation d'ateliers d'élaboration du plan d'action de la mise à niveau de la CVA	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	CTFC	CTFC
	Faible maîtrise des acteurs clés des différents maillons de la CVA	Identifier par site des acteurs clés de chaque maillon de la CVA à améliorer	Organisation des sessions d'identification des acteurs des maillons de chaque CVA et de sélection de ceux devant jouer les rôles clés dans le processus de mise à niveau	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	CTFC, GIZ	CTFC, GIZ

Chantiers de mise à niveau	Contraintes identifiées	Solutions proposées	Actions	Cibles	Partenaires possibles	Facilitation
	Absence de services dans la chaîne de valeur	Renforcer les services dans la chaîne de valeur	Sensibilisation et initiation aux techniques d'évaluation du potentiel et des besoins internes de la structure, et de nouement des relations d'affaires à l'intérieur de la CVA, soit au sein d'un maillon, soit avec les acteurs de maillons différents	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	CTFC, GIZ	GIZ, CTFC
	Absence d'une capacité d'autofinancement des acteurs	Promouvoir les initiatives d'autofinancement	Initiation à l'épargne individuelle ou collective ; Appui à la création des structures d'épargne	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	CTFC, GIZ;	CTFC, GIZ
	Incertitude quant à la capacité des SARL créées à conduire les activités liées à l'amélioration de la CVA	Inciter à l'autoévaluation du potentiel des SARL à réaliser toutes les activités relatives à la mise à niveau de la CVA	Comparaison entre le potentiel humain, technique et matériel disponible localement et les besoins généraux de la mise à niveau Identification des besoins en renforcement des capacités dans les SARL et les communautés, ainsi que des actions à mener pour corriger les limites observées	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires		

Source : Conception personnelle

Les chantiers ci-dessus décrits sont complétés par les fiches par produit ci-après qui présentent la situation actuelle et celle projetée pour chacun d'eux, avec ses spécificités.

4.7. FICHE PAR PRODUIT

Fiche produit 1 : Mangue sauvage

1) Nom du produit :

- Appellation commune : Andok (Ewondo) ; appellation scientifique : *Irvingia gabonensis*,

2) Caractéristiques du produit :

- Pesant environ 200 g, cette variété du fruit est sucrée et peut être fendue, pour extraire l'amande, fraîche, séchée ou après que la pulpe du fruit a été sucée;
- L'amande est séchée pour réduire la viscosité et améliorer la conservation ;
- Celle-ci est riche en protéines, calories, lipides, glucides et calcium;

3) Usages couramment faits du produit dans les villages enquêtés :

- L'amande est vendue généralement en l'état (sans transformation) ;
- Elle sert d'ingrédient pour rendre les sauces plus gluantes ;

4) Perspectives : Diversifier les sources de revenus des femmes à travers:

- L'acquisition des outils performants de production et de transformation du fruit ;
- La diversification de la présentation et de l'utilisation du produit ;
- Le développement de son circuit d'écoulement aux niveaux national et international.

5) Actions à entreprendre par maillon de la CVA du produit:

	Production	Transformation	Commercialisation	Consommation
Situation actuelle	Utilisation d'outils rudimentaires ; sites de collectes éloignés des villages	Faible transformation par ignorance et en raison des difficultés liées (outillage rudimentaire, processus longs, etc.)	Vente directe des amandes séchées aux marchés locaux, et en grande partie aux commerçants semi grossistes	Utilisation des amandes comme ingrédients de sauces
Situation projetée	Facilitation et amélioration de la production	Amélioration de la transformation	Vente des amandes, de la pâte et de la poudre au consommateur final	Utilisation des amandes en l'état, en pâte, en poudre ou d'autres formes
Actions préconisées	Acquisition d'outils de production performants ; ventes groupées des produits, Domestication de l'arbre	Apprentissage des techniques de transformation et acquisition d'outils performants	Diversification de la forme et amélioration de la présentation du produit	Vulgarisation des vertus et avantages des autres utilisations du produit
Partenaires possibles	ICRAF, SNV, ICRAF, GIC DISCOM, BP 10 279 Douala, Tél : 78839958/98500676 ; E-mail : discomepices@yahoo.fr, Source du Pays SA, BP 84 Muyuka, Tél : 78404040 ; www.sourcedupays.com , GIC JPTEC BP 625 Douala, Tél : 76106482/75581961, E-mail : epices_tropicales@yahoo.fr;			

Fiche produit 2 : Njansang

1) Nom du produit :

- Appellation commune : Njansang, Ezezang (Ewondo), Appellation scientifique : *Ricnodendron heudelotii*

2) Caractéristiques du produit :

- Pesant environ 20 g, le fruit contient généralement une à trois graines de 2 g chacune ;
- Riche en protéines, calories, lipides, glucides, calcium, etc.

3) Usages couramment faits du produit dans les villages enquêtés :

- Graines utilisées pour assaisonner les sauces, et davantage pour les épaissir ;

4) Perspectives : Diversifier les sources de revenus des femmes à travers la transformation du njansang au moyen de :

- L'acquisition des outils performants d'extraction et de transformation du njansang
- La promotion de la transformation du njansang en pâte et en huile ;
- La vulgarisation de la consommation du fruit sous toutes ses formes.
- L'identification d'autres utilisations du fruit et ses graines;
- Le développement de son circuit d'écoulement aux niveaux national et international.

5) Actions à entreprendre par maillon de la CVA du produit:

	Production	Transformation	Commercialisation	Consommation
Situation actuelle	Produit abondant en brousse; conditions de production rudimentaires	Extraction des graines et séchage	Vente des graines aux marchés locaux, et davantage aux commerçants semi grossistes	Utilisation en graines pour assaisonner les sauces
Situation projetée	Soutenir la production, et rendre l'arbre plus accessible	Initier à la transformation et diversifier les utilisations	Vente des produits transformés au consommateur final	Utilisation également sous formes de pâte et d'huile
Actions préconisées	Introduction d'outils de production améliorés ; et pratique de la domestication	Formation des femmes et appui aux initiatives de transformation des graines en pâte, en huile ou en d'autres produits finis	Améliorer la qualité et la présentation du produit sous toutes les formes ; Diversifier les points de son écoulement à l'intérieur et hors du Cameroun	Vulgarisation des vertus et avantages des autres formes d'utilisation du produit
Partenaires possibles	ICRAF, Jérémie DERA VIN, Tél. : +330155974210/330613022564 ; Hélène Perrot, Tél : 76308881 ; DG MAHIMA s/c Mme LEB OH NKOM Mélanie, Tél: 99908231 ; GIC JPTEC BP 625 Douala, Tél : 76106482/75581961, E-mail : epices_tropicales@yahoo.fr; TANTY Tél : 2224522/22005684/99973613, E-mail : tanty_cam@yahoo.fr ; Multiprint, Tél : 33423035/33430627, E-mail : omultiprint@yahoo.fr			

Fiche produit 3 : Rondelle

1) Nom du produit :

- Appellation commune : Rondelle, Country onion, Ebaï (Ewondo)
- Appellation scientifique : *Afrostryax Lepidophyllus*,

2) Caractéristiques du produit :

- Les graines sont issues d'un arbre de forêt de taille moyenne ;

3) Usages couramment faits du produit dans les villages enquêtés :

- Elles sont utilisées en cuisine comme condiment pour leur forte saveur et odeur d'ail ;
- Elles agissent contre les flatulences (accumulations de gaz gastro-intestinaux provoquant un ballonnement abdominal).

4) Perspectives : diversifier les sources de revenus des femmes à travers la transformation de la rondelle en :

- Améliorant les techniques de collecte et de transformation du produit ;
- Identification d'autres utilisations ;
- Développement de son circuit d'écoulement aux niveaux national et international.

5) Actions à entreprendre par maillon de la CVA du produit:

	Production	Transformation	Commercialisation	Consommation
Situation actuelle	Produit abondant en brousse; conditions de production rudimentaires	Extraction des graines et séchage	Vente des graines aux marchés locaux, et plus aux commerçants semi grossistes	Utilisation en graines pour assaisonner les sauces
Situation projetée	Production accrue avec des techniques améliorée, et rapprochement de l'arbre des villages	Diversification des utilisations des graines	Vente des graines en masse au consommateur final	Diversification de l'utilisation des graines
Actions préconisées	Introduction d'outils de production améliorés ; et pratique de la domestication	Initiation à la transformation et introduction d'outils de transformation améliorés	Amélioration de la qualité et la présentation du produit ; Diversification des points de son écoulement à l'intérieur et hors du Cameroun	Vulgarisation des vertus et avantages des autres utilisations du produit
Partenaires possibles	ICRAF ; Jérémie DERA VIN, Tél. : +330155974210/330613022564 ; Hélène Perrot, Tél :76308881 ; DG MAHIMA s/c Mme LEBOH NKOM Mélanie, Tél: 99908231			

Fiche produit 4 : Fruit du moabi

1) Nom du produit :

- Appellation commune : Moabi, Medjow (Maka), Adjap (Ewondo)
- Appellation scientifique : *Baillonella toxisperma*,

2) Caractéristiques du produit :

- Produit menacé de disparition en raison de l'abattage des arbres pour l'exploitation industrielle du bois ;
- Fruit de 20 cm de diamètre dont les amandes produisent une huile proche de l'huile de karité ;
- L'huile est riche en protéines et contient de l'acide palmitique.

3) Usages couramment faits du produit dans les villages enquêtés :

- Extraction d'huile régulièrement utilisée pour l'assaisonnement des sauces ;

4) Perspectives :

- Amélioration des conditions de transformation du produit ;
- Identification et diversification des utilisations du produit, notamment sur les plans de la diététique, la cosmétique et pharmaceutiques pour ses propriétés anti-inflammatoires et cicatrisantes
- Développement de son circuit d'écoulement aux niveaux national et international.

5) Actions à entreprendre par maillon de la CVA du produit:

	Production	Transformation	Commercialisation	Consommation
Situation actuelle	Production irrégulière, non contrôlée et faible	Extraction artisanale et rudimentaire de l'huile pour alimentation	Vente essentiellement dans les sites de production	Consommation dans les villages pour l'alimentation
Situation projetée	Renforcement de la production et amélioration des outils	Modernisation de l'outillage de transformation et diversification des utilisations	Vente dans les grandes villes et hors du Cameroun	Diversification de l'utilisation (alimentaire, diététique, pharmaceutique, cosmétique, etc.)
Actions préconisées	Initiation et appui aux initiatives de domestication	Formation aux techniques de transformation ; Introduction d'outillage amélioré ; Appui aux initiatives de transformation	Identification des opportunités de vente à l'intérieur et hors du Cameroun, puis établissement des partenariats d'affaires pour la vente des produits finis et semi finis dans les grandes villes	Sensibilisation sur les vertus du produit et initiation aux différentes utilisations qui peuvent être faites
Partenaires possibles	ICRAF Projet DACEFI s/c WWF-CARPO, Cameroon Country Programme Office, P.O. Box 6776 Yaoundé, Cameroon		GIC Tropical produits, Tél: 75581961; E-mail: tropicalfruitcm@yahoo.fr	

Au total, la vision de la mise à niveau de la chaîne de valeur porte sur l'augmentation d'au moins 50% dans un délai de cinq (5) ans des revenus des associations féminines des communes de Mbang et Lomié tirés de l'exploitation de la mangue sauvage (*Irvingia gabonensis*), le moabi (*Baillonnelia toxisperma*), le njansang (*Ricinodendron heudelotti*), et la rondelle (*Afrostryax lepidophyllus*). Les contraintes liées à ce processus se résument en la non intégration actuelle de la transformation dans les activités développées autour des PFNL dans les sites retenus, en l'éloignement de ceux-ci des grands pôles de consommation, ainsi qu'à l'environnement des affaires précaire.

Il existe tout de même des opportunités en termes de disponibilité des ressources, d'accroissement de leur production, de renforcement des capacités, de possibilité d'amélioration des relations d'affaires et de l'environnement des affaires, qui peuvent conduire à un changement profond si les acteurs directs s'y investissent profondément et si les acteurs indirects apportent tous les appuis nécessaires. Les objectifs généraux et spécifiques ont été établis, et les impacts attendus fixés si toutes les actions envisagées sont effectivement mises en œuvre.

Il est question actuellement d'aborder les aspects sous lesquels la facilitation envisagée va se dérouler.

CHAPITRE 5 : SCHEMAS DE FACILITATION DU PROCESSUS DE DEVELOPPEMENT DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Au-delà des acteurs directs de la mise à niveau de la CVA qui sont les intervenants dans les différents maillons de la chaîne de valeur, il existe d'autres acteurs dont le rôle se situe plus dans l'apport des prestations, services et biens non disponibles de prime abord dans la CVA. Ils sont les partenaires au processus de mise à niveau, et leur contribution est motivée par leur maîtrise des secteurs dans lesquels ils sont sollicités. Leur intervention porte sur les aspects techniques, institutionnels ou financiers, ainsi que sur la régulation et le contrôle du processus de mise à niveau.

Le présent chapitre fait ressortir les acteurs publics, privés et partenaires de la mise à niveau, et précise leurs rôles respectifs, de même qu'il répertorie les types de relations d'affaires qui peuvent s'établir entre eux.

5.1. IDENTIFICATION DES ACTEURS PUBLICS, PRIVES ET PARTENAIRES ET PRECISION DE LEURS ROLES RESPECTIFS

Les acteurs publics, privés et partenaires du processus de mise à niveau de la chaîne de valeur intègrent les intervenants tant sur le plan de la réalisation des activités directes de la démarche que sur celui de l'accompagnement technique et la facilitation. Les acteurs concernés ici sont les SARL des femmes de Mbang et Lomié davantage impliquées actuellement dans la production des PFNL, ainsi que les intervenants dans les maillons de commercialisation de ces produits hors des sites présélectionnés, et les acteurs à impliquer dans la transformation. C'est en grande partie avec ces intervenants dans les maillons de transformation et de commercialisation que les femmes des SARL concernées vont développer des partenariats d'affaires privilégiés pour faire prospérer le processus de mise à niveau de la CVA.

A ces acteurs directs vont être adjointes des structures d'accompagnement et d'encadrement publiques et privées qui vont apporter l'appui technique, matériel et financier nécessaire pour la pleine réalisation des activités liées à la mise à niveau. Le tableau ci-dessous récapitule par axe d'intervention les acteurs publics, privés et partenaires qui seront sollicités, ainsi que les rôles qu'ils vont jouer.

Tableau 7 : Récapitulatif par axe d'intervention des acteurs publics, privés et partenaires, et leurs rôles respectifs

Axe d'intervention	Objectifs	Acteurs publics, privés et partenaires	Rôles
Appui au renforcement de la production des PFNL	Œuvrer pour assurer la disponibilité permanente en quantité et en qualité des PFNL ciblés ; Réduire la distance entre les villages et les points de collecte/ramassage des produits; Appuyer la création des unités de production des PFNL ; Améliorer les conditions de vente de la production ; Renforcer l'autonomie des producteurs dans la décision et les modalités de vente de leurs produits ;	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Production des PFNL
		MINFOF, MINADER	Encadrement et formation des acteurs directs, appui matériel quand possible
		ICRAF	Apport des techniques améliorées de production des PFNL
		GIZ, CTFC	Facilitation
Appui à la transformation des PFNL	Soutenir l'introduction de la pratique de la transformation locale des PFNL ; Aider à la diversification de l'utilisation des PFNL ; Soutenir l'installation des unités pilotes de transformation des PFNL	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Transformation des PFNL
		MINFOF MINADER	Encadrement et formation des acteurs directs, appui matériel quand possible
		ICRAF DACEFI	Apport des techniques améliorées de production des PFNL
		Jérémy DERA VIN, Tél. : +330155974210/330613022564 ; Hélène Perrot, Tél :76308881 ; DG MAHIMA s/c Mme LEBOH NKOM Mélanie, Tél: 99908231	Contribution à la construction des machines de transformation des PFNL
		GIZ, CTFC	Facilitation
Appui à la commercialisation des PFNL	Appuyer l'initiation des acteurs locaux aux techniques et stratégies commerciales ; Soutenir les initiatives locales de commercialisation à	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Commercialisation des PFNL
		MINFOF MINCOMMERCE	Encadrement et formation des acteurs directs,

Axe d'intervention	Objectifs	Acteurs publics, privés et partenaires	Rôles
	échelle des PFNL ; Appuyer le développement des mécanismes de recherche de financements ; Aider à la mise sur pied des structures de constitution des garanties d'emprunts et des mécanismes d'autofinancement ;		appui matériel quand possible
		GIC JPTEC BP 625 Douala, Tél : 76106482/75581961, E-mail : epices_tropicales@yahoo.fr; TANTY Tél : 22224522/22005684/99973613, E-mail : tanty_cam@yahoo.fr ; GIC DISCOM, BP 10 279 Douala, Tél : 78839958/98500676 ; E-mail : discomepices@yahoo.fr Multiprint, Tél : 33423035/33430627, E-mail : omultiprint@yahoo.fr	Possibles partenaires dans la commercialisation des PFNL
		GIZ, CTFC	Facilitation
Appui à la réalisation de la durabilité de l'intervention et activités transversales ou d'appui	Assurer la pleine participation des acteurs directs dans le processus de mise à niveau de la CVA ; Appuyer la mobilisation et le déploiement des moyens humains, matériels, techniques et financiers nécessaires ; Soutenir l'établissement des relations d'affaires viables et rentables ; Faciliter l'émergence d'un milieu d'affaires fiable et rassurant.	Membres de RAFAMBA, NNR et des associations partenaires	Pérennisation des activités consécutives à la mise à niveau
		MINFOF MINADER MINCOMMERCE	Encadrement et formation des acteurs directs, appui matériel quand possible
		GIZ CTFC	Facilitation

Source : Conception personnelle

Les interventions des acteurs susmentionnés seront de nature à favoriser le plein déploiement du potentiel humain, matériel, technique requis. Mais ces interventions ne peuvent être effectives que s'il y a l'amélioration des voies de communication, du cadre juridique, de l'environnement des affaires, et des conditions de financement de la CVA qui relèvent en grande partie des prérogatives de l'Etat en tant que puissance publique, et de qui il est attendu qu'il favorise l'amélioration du milieu des affaires.

Quant à la GIZ et le CTFC, ils seront principalement sollicités pour intervenir dans la facilitation dont l'apport déterminant portera sur :

- La création de la prise de conscience et la compréhension sur l'importance du développement de la chaîne de valeur ajoutée ;
- L'éveil de l'attention sur des objectifs et des opportunités économiques disponibles ou envisageables ;
- L'harmonisation des visions des acteurs et la stratégie de mise à niveau, et aider les parties prenantes à se connaître et se reconnaître mutuellement ;
- L'appui au développement du savoir-faire des acteurs privés et des institutions parties prenantes au processus, et fourniture des outils et méthodes appropriés pour la pleine exécution des actions prévues ;
- L'identification des agents de changement et établissement des alliances nécessaires ;
- Le contrôle continu du processus de mise à niveau et la fourniture de la rétroaction ;
- La documentation et le partage des expériences avec l'ensemble de la communauté d'affaires.

Il s'agit en fait des grandes orientations de l'encadrement que vont assurer ces deux structures pour accompagner les acteurs directs du processus de mise à niveau de la CVA, en collaboration avec les partenaires techniques et institutionnels qui eux, vont être sollicités sur les aspects requérant une certaine expertise.

5.2. IDENTIFICATION DES AXES DE RENFORCEMENT DES RELATIONS D'AFFAIRE PRIVEES

Trois axes majeurs sont identifiés dans le renforcement des relations d'affaires, à savoir :

- La facilitation des relations verticales d'affaires entre les acteurs de maillons différents de la CVA ;
- La stimulation de la collaboration horizontale des petits opérateurs de la CVA pour gérer des situations critiques du marché ;
- Le jumelage d'affaires à grande échelle dans le sens des contacts d'affaires et les opportunités commerciales intégrant tous les maillons de la CVA.

5.2.1. Facilitation des relations verticales d'affaires entre les acteurs de maillons différents de la CVA

La démarche va consister ici à susciter la formalisation des relations d'affaires entre les producteurs, les transformateurs et les commerçants des PFNL. Dans la logique de gagnant-gagnant, des échanges préalables sous-tendront la fourniture des produits d'un maillon à un autre, de manière à fixer les conditions de la transaction en termes de délai, de quantité, de qualité et de prix. Chaque producteur pourra ainsi avoir une liste d'acheteurs avec qui des contrats à terme seront établis. Cette situation aura l'avantage de fournir la sécurité et de réduire les coûts de dépenses de part et d'autre.

Par ailleurs, il pourra être envisagé des préfinancements dont les conditions d'exécution seront précisées dans les contrats, pour éviter les situations conduisant à la vente à vil prix des produits observées jusque-là.

Sur un autre plan, il sera promu les relations formelles avec les structures financières avec lesquelles des contrats seront établis dans le sens du financement des activités selon des modalités arrêtées d'un commun accord. Tous les maillons de la CVA seront intéressés par ce procédé.

Au total, les relations d'affaires à ce niveau, parce qu'établies entre des acteurs interdépendants et liés par des contrats auxquels ils seront astreints, garantiront la réalisation de toutes les prestations convenues. La sécurité sous-jacente facilitera des spécialisations qui sont une grande manifestation du professionnalisme qui sous-tend tout processus de mise à niveau d'une CVA. En plus clair, au terme des formations qui seront administrées aux groupes d'acteurs de Mbang et Lomié, en fonction des maillons qu'ils auront préalablement choisis, il va spontanément suivre des spécialisations qui vont favoriser la collaboration entre les acteurs de différents niveaux. Pour garantir la pleine exécution des engagements pris, les relations d'affaires seront formalisées et entérinées par les instances compétentes. Il va sans dire à ce niveau que le milieu des affaires camerounais devrait être amélioré pour garantir le juste arbitrage nécessaire en cas d'inobservation par une partie des accords passés.

La facilitation aura un rôle déterminant à ce niveau, car la formalisation des relations d'affaires dans ce cadre favorisera l'accès au marché à tous les acteurs, même les moins nantis, tant que des accords de divers ordres pourront être établis et permettre le financement des activités de production, de transformation, ou de commercialisation des PFNL, et garantir la pleine exécution des prestations prévues. La facilitation pourra également appuyer l'établissement des contrats à titre expérimental et assurer leur duplication s'ils sont probants.

Cet appui sera déterminant au cas où l'élaboration des contrats pilotes sera nécessaire pour faciliter l'accès à certains pans de marché fermés à un type d'acteurs. Il est pensé ici aux commerçants semi grossistes des sites de production de Mbang et Lomié qui contrôlent des volets entiers de la commercialisation des PFNL dans ces localités et limitent quelques fois le libre déploiement des autres acteurs dans les couloirs qu'ils maîtrisent. La formalisation des relations d'affaires offrira un cadre d'action sous le contrôle des pouvoirs publics qui pourront intervenir pour empêcher qu'un groupe d'acteurs gère dans son seul intérêt tout un pan de l'activité économique.

5.2.2. Stimulation de la collaboration horizontale des petits opérateurs de la CVA pour gérer des situations précises du marché

La contractualisation des relations d'affaires revêt une importance capitale, notamment pour les acteurs des maillons faibles de la CVA parce qu'ils ont des intérêts économiques communs et pourront facilement s'entendre sur un certain nombre d'actions leur permettant de se protéger mutuellement.

C'est dans ce sens qu'il peut être envisagé la formalisation des relations entre les acteurs d'un même maillon de la CVA. Dans des associations ou coopératives des producteurs, transformateurs ou commerçants d'un produit ou plusieurs produits, la collaboration permettra de s'entendre pour faire face aux contingences du marché en termes de surabondance ou de rareté des produits, d'accès aux financements ou de blocages de toutes natures. Des actions conjointes entre les acteurs des mêmes maillons seront ainsi envisagées pour gérer favorablement les contingences qui se présenteraient.

Dans l'immédiat, il peut être envisagé l'appui direct à des groupes d'acteurs de quelques maillons pour servir de cas pilotes qui vont être multipliés dans le sens de l'« effet tâche d'huile ».

5.2.3. Jumelage d'affaires à grande échelle dans le sens des contacts d'affaires et les opportunités commerciales intégrant tous les maillons de la CVA

Cette forme de relation est utile dans un contexte où il existe plusieurs opérateurs concurrents et de nombreux réseaux parallèles d'écoulement des produits, et où le marché est très faiblement organisé.

La démarche consiste ici à ne plus se focaliser au niveau local, mais agir plus pour obtenir des effets au niveau régional ou national. Il peut être envisagé le soutien à l'amélioration des infrastructures, l'appui à la création des groupes d'acteurs de la CVA au niveau régional ou national, le renforcement du système d'information sur les marchés (SIM) ou la mise en place des services de formation et de technologie.

Les mécanismes pouvant être utilisés dans ce cadre concernent le soutien à la participation aux foires commerciales et d'exposition, l'organisation des délégations d'affaires aux pays importateurs (Nigéria, Gabon, Guinée Equatoriale, etc.), l'organisation des rencontres entre producteurs, transformateurs et commerçants, entre autres.

Au total, la facilitation et les autres interventions d'appui au processus de mise à niveau de la chaîne de valeur ajoutée des produits forestiers non ligneux exploités par les femmes de Mbang et Lomié seront déterminants pour réaliser le changement souhaité. Les apports des uns et des autres seront sollicités dans l'exécution des procédés techniques ou dans leur financement. L'occasion est appropriée pour magnifier le rôle de l'Etat dans le processus envisagé. Son intervention sera déterminante dans l'émergence d'un milieu d'affaires serein où tous les partenaires pourront en toute quiétude se mouvoir, établir des partenariats et profiter des opportunités qui s'offriront.

CONCLUSION

Rendu à ce niveau de la réflexion, dans un contexte où il est de notoriété que les PFNL regorgent d'un vaste potentiel nutritionnel et économique, malheureusement très faiblement exploité par ceux qui y vivent aux alentours, il est légitime d'envisager des démarches visant à inverser la tendance. Cela ne saurait être fait en un temps réduit. Le tout est de pouvoir initier un processus qui cerne le problème à la base, en intégrant les aléas historiques, économiques, sociaux, culturels et environnementaux qui jonchent généralement un parcours aussi ambitieux que dynamique.

La mise à niveau concernée dans ce cadre porte sur l'amélioration du dispositif de production des PFNL ciblés, ainsi que sur l'initiation et le soutien des projets pilotes des femmes dans la transformation de ceux-ci pour en améliorer la conservation ou les conditions de transport, ou pour obtenir des produits semi finis ou finis. Ces démarches vont s'accompagner de la formation à la préparation, l'établissement et le suivi des partenariats d'affaires, ainsi que sur les techniques de commercialisation, sans oublier la domestication et la préservation des arbres encore en phase de grande production des PFNL qui doivent soutenir la pérennité de l'amélioration voulue.

Cette démarche peut être impulsée par une structure, mais ne doit constituer la préoccupation d'un seul organisme de développement, quels que soient ses moyens. Plusieurs initiatives d'envergure ont été entreprises à différents endroits et ont connu des sors divers. Les expériences les moins probantes ont été marquées par des engagements de façade, alors qu'un tel processus exige un réel dévouement de principaux acteurs pour que les objectifs fixés soient pleinement atteints. Aussi est-il suggéré qu'une concertation profonde entre les instigateurs de la démarche, les acteurs directs et les partenaires étatiques et privés précède le lancement des activités, question de jauger la détermination des uns et des autres et apprécier leur disponibilité à aller jusqu'au bout du processus.

Les expériences de plusieurs structures spécialisées dans les approches similaires seront utilement mises à contribution et les services publics devront véritablement jouer leur rôle de catalyseur du développement. La maîtrise par la GIZ des enjeux en cours sera utile dans l'identification des interventions opportunes pouvant aider à réaliser les résultats attendus.

Une forte recommandation est proposée au vu de l'orientation initiale prise dans l'appui à l'érection des associations féminines de Mbang et Lomié en SARL. Elle porte sur la diversification des activités de ces entités, car elles ne peuvent, encore en phase d'initiation dans un domaine certainement

porteur, mais jonché de nombreuses embuches, compter seulement sur les PFNL pour fonctionner pendant toute l'année.

En attendant que les structures devant découler de la mise à niveau de la CVA soient effectives, et dont les résultats seront plus frappants, il serait plus pratique de poursuivre les activités agricoles qui apporteront un appui substantiel, le temps que RAFAMBA et NNR acquièrent les automatismes leur permettant d'intervenir par leurs propres moyens tout au long de la filière des PFNL et puissent fonctionner en s'appuyant seulement sur les contingences de la CVA tout au long de l'année.

Sur un tout autre plan, pour obtenir les effets immédiats pouvant aider à entretenir l'ambition derrière cette démarche, la transformation des PFNL ciblés à une échelle légèrement au-dessus de ce qui est actuellement fait dans les sites de production peut être amorcée à brève échéance. Ses effets seront directement perceptibles, tels qu'illustrés dans le tableau en annexe 1, et pourront laisser entrevoir les résultats qui seront obtenus de la CVA au milieu et à la fin de la démarche relative à son amélioration.

Telle est décrite la démarche de mise à niveau de la chaîne de valeur des produits forestiers non ligneux exploités par les organisations féminines des communes de Mbang et Lomié. Elle est constituée sur une base théorique à laquelle ont été annexés quelques schémas. Mais une simple lecture permettra d'en comprendre les grandes lignes et de procéder, le cas échéant, aux ajustements que pourraient imposer les contingences.

BIBLIOGRAPHIE

Abdon, A. et Diomède, M. (2008) : Etude de base du ndo'o (*Irvingia* spp.). dans les provinces du Centre, Sud et Littoral Cameroun. CIFOR-GCP/RAF/408/EC. Yaoundé. 99p.

Andrea, S. (2007): Manuel ValueLinks: La méthodologie de promotion de la chaîne de valeur ajoutée. 1^{ère} Edition. Eschborn. 258p.

Carole, B. et Hermann, E. (2006): Gestion des Ressources Naturelles fournissant les Produits Forestiers Non Ligneux alimentaires en Afrique Centrale. FAO, Projet GCP/RAF/398/. 104p.

CITES. 2005. (Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvage menacées d'extinction). Annexes I, II et III. Documents officiels.

Doulaye, D. (2008). Rapport de consultation Promotion de la chaîne de valeur ``attieke``. PDA. Benin. 51 p.

Honoré, T. et Ingratia, K. (2007) : Diagnostic technique et perspective de développement des unités de transformation des produits forestiers non ligneux alimentaires au Cameroun et en Afrique Centrale. Tome 2. Méthodologie et résultats. 57p.

Ignace de Leroy, F. S. (2008):Evaluation de quelques produits forestiers non ligneux dans la concession forestière de la région de Lomié à l'Est Cameroun (Mémoire pour DESS en Sciences Forestières). Université de Yaoundé 1. 72p.

Linda, L. (1998): *Non-wood goods and services of the forest*, Commission Economique des Nations Unies pour l'Europe et l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture. Genève et New York. 50p.

Marcus, E., Verina, I., and Abdon, A. (2008): CIFOR Market chain baseline *Irvingia* spp. Southwest and East regions. CIFOR. Yaounde. 114 p.

Mathurin, T. (1999): Produits Forestiers autres que le bois d'œuvre (PFAB): place dans l'aménagement durable des forêts denses humides d'Afrique Centrale. IRAD. Yaoundé. 103 p.

Mezogue N. D. F. et Julve C. (2007) : Transformation et valorisation des produits forestiers non ligneux : le moabi (*Baillonella toxisperma*). DACEFI-WWF-CARPO, Cameroon Country Programme Office. Yaoundé. 16p.

Ministère Ressources naturelles de la Faune et des Parcs (2003): Aperçu des Produits Forestiers Non Ligneux (PFNL). Québec. 15p.

Stephane, C. (2011): The bush mango Value Chain in the Southwest Region of Cameroon, with special focus on the intervention areas of PSMNR. Parts 1 and 2. DED/GIZ. Buea. 60 and 28 p.

Vivien, J. et Faure J. J. (1996) : Fruitiers sauvages d'Afrique. Espèces du Cameroun. Nguila-Kerou. 416 p.

ANNEXES

ANNEXE 1 : ILLUSTRATIONS DES VALEURS AJOUTES CREEES SUITE A LA TRANSFORMATION DE QUELQUES PFNL

Cas 1: Fabrication d'une huile d'entretien des cheveux (contre les chutes et les cassures) à base de l'huile du moabi.

	Résultats obtenus seulement avec 167 ml d'huile de moabi (en F CFA)	Projection s'il était utilisé 1 litre d'huile de moabi (en F CFA)
Vente du produit :	15 000	89 850
Coûts:	6 399	38 330
VA:	8 601	51 520
Détails des coûts :		
Huile de moabi : 1 000 F/167 ml	1 000	5 990
Huile d'olive	1 000	5 990
Poivre blanc	100	599
Feuilles sèches de papayer	50	300
Graisse de poulet	1 000	5 990
Placenta (produit d'entretien du cuir chevelu)	1 500	8 985
Produit contre les cafards (boule blanche) = ½	25	150
Huile de palmiste blanche	1 000	5 990
Accessoires pour le chauffage	600	3 594

Source : Conception personnelle

Il ressort de ce cas que le litre d'huile de moabi est acheté en détail au marché de Bertoua presque à 6 000 F, soit près de 2,5 fois le prix auquel il est acheté dans les sites de production. Après la transformation, le litre du produit obtenu à base de 167 ml d'huile de moabi coûte environ 15 000F, après une dépense totale 6 399F pour les charges liées. La valeur ajoutée à ce niveau se chiffre à 6 801 F, soit 134, 41% de ce qui a été dépensé pour fabriquer le produit.

Cas 2: Fabrication de 10 boules de mangue sauvage à base de 7 litres de ce produit

Rubriques	Montants
Vente des 10 boules :	27 500
Coûts:	18 172
VA:	9 328
Détails des coûts :	
Achat de 7 L de mangue sauvage à Ebolowa	15000
Ecrasage	2000
Moule (amortissement par boule produite)	200
Planche (amortissement par boule produite)	20
Papier emballage	200
Marmite	100
Accessoires pour la cuisson	600

Source : Conception personnelle

Ce cas qu'à partir d'un seau de 7 litres de mangue sauvage acheté en détail au marché d'Ebolowa à 15 000 F a permis, après la transformation, d'obtenir 10 boules venues chacune en moyenne à 2 750 F CFA, soit au total 27 500 F CFA. Après avoir dépensé 18 172 F CFA pour produire les 10 boules, il se dégage une valeur ajoutée de 9 328 F CFA qui correspond à 51,77% de ce qui a été utilisé pour la transformation.

Cas 3 : Fabrication de 8 sachets de mangue sauvage à base d'une boule de mangue sauvage

Hypothèses	Hypothèse 1 : On produit soi-même la boule de mangue	Hypothèse 2 : On achète la boule de mangue au marché
Vente des 8 sachets :	8 000	8 000
Coûts:	2 105	3 977
VA:	5 895	4 023
Détails des coûts :		
Prix d'une boule de mangue sauvage	628	2 750
Rappeuse (amortissement par 8 sachets produits)	100	100
Machine à fermer les sachets (amortissement par 8 sachets produits)	833	833
8 Sachets	187	187

Source : Conception personnelle

De l'analyse de ce cas, il ressort que la démarche est bénéfique dans les deux hypothèses abordées. Mais elle l'est davantage si on produit soi-même la boule de mangue sauvage. Dans le premier cas de figure, la valeur ajoutée s'établit à 357,72% de ce qui a été pensé pour produire les 8 sachets, tandis que dans le second, elle est chiffrée à 106,72%.

En définitive, ces trois cas développés montrent, toutes proportions gardées, que la transformation du produit lui confère une plus-value qui a un coût. Cela se répercute sur le prix de vente, et le consommateur final est prêt à le payer au vu de la praticabilité gagnée. Un sachet de mangue sauvage acheté à 1 000 F CFA peut servir à confectionner deux ou trois repas, et la poudre est simplement versée dans la marmite.

ANNEXE 2 : LISTE DES PERSONNES INTERVIEWEES

N°	DATE DE L'ENTRETIEN	LIEU DE L'ENTRETIEN	NOMS ET PRENOMS	SEXE	ACTIVITE PRINCIPALE	PRODUIT(S) EXPLOITE(S)
1	28/09/2011	Mbang	M. EMAMA Flavien, Secrétaire Particulier Maire de Mbang, Tél: 96154850/76188064	M	Acteur indirect de la CVA	Moabi, mangue sauvage, rondelle
2	28/09/2011	Mbang	CHIDIEBENE Peter, Commerçant nigérian des PFNL, Tél: +234 8064814336 / 237 78991117	M	Commerciali sation des PFNL	Mangue sauvage
3	28/09/2011	Mbang	Mme NAMOPEL Viviane, S/C Mme POUMEDJOL Nicole	F	Production des PFNL depuis 2001	Moabi, rondelle et mangue sauvage
4	28/09/2011	Mbang	MEBOUP Jean Ulfrand S/C Mme POUMEDJOL Nicole	M	Production des PFNL depuis 2001	Moabi, rondelle et mangue sauvage
5	28/09/2011	Mbang	Mme MOUBOMBOH MILOUMA Sylvie, Tél: 96331970	F	Production des PFNL depuis 2007	Moabi, mangue sauvage, rondelle
6	28/09/2011	Mbang	Mme POUMEDJOL Nicole, Directrice de RAFAMBA SARL, Tél: 99548591/ 70077311	F	Transformati on de conservation des PFNL et point focal SIM à Mbang	Moabi, mangue sauvage, rondelle
7	29/09/2011	Dimako	MEGBANG Jeannine, productrice des PFNL	F	Production et transformatio n de conservation des PFNL	Mangue sauvage
8	30/09/2011	Lomié	Mme ADJOWA Ruphine, Directrice de la SARL Nwok- Nkwel Réunis NNR de Lomié, Tél: 96199251	F	Production des PFNL	Moabi, mangue sauvage, njansang

N°	DATE DE L'ENTRETIEN	LIEU DE L'ENTRETIEN	NOMS ET PRENOMS	SEXE	ACTIVITE PRINCIPALE	PRODUIT(S) EXPLOITE(S)
9	30/09/2011	Lomié	M. BIAMANE Junior André, Producteur des PFNL, Tél: 95180804	M	Production des PFNL	Mangue sauvage, Njansang, moabi, mangue sauvage
10	30/09/2011	Lomié	M. NGUIEMA Jackson Sinclair, Producteur des PFNL, Tél: 94389754	M	Production des PFNL	Mangue sauvage, Njansang, moabi, mangue sauvage
11	02/10/2011	Yaoundé	LEBOH Mélanie Irène NKOM, Coordinatrice de CADEFE (Lomié), tél: 99908231	F	Production et transformation des PFNL	Moabi, mangue sauvage, njansang
12	04/10/2011	Abong Mbang	BITJONG Ruben, Chef section Transformation, DDEF Haut Nyong, Tél: 70154966	M	Acteur indirect de la CVA	Mangue sauvage, moabi, njansang, rondelle
13	04/10/2011	Doume	NDZANA Yves, Sous Préfet de Doumé	M	Acteur indirect de la CVA	
14	04/10/2011	Abong Mbang	NJUMOU Aliou, Commerçant des PFNL, Tél: 76163247	M	Commercialisation des PFNL	Njansang, rondelle
15	04/10/2011	Abong Mbang	GUILENE Brice, Tél: 74791020	F	Commercialisation des PFNL	Mangue sauvage, rondelle
16	04/10/2011	Abong Mbang	Monastère Sainte Claire, Tél: 77635263, E-mail: monasteresaintclaire@yahoo.fr		Transformation des produits agricoles et PFNL	
17	05/10/2011	Bertoua	NNA André Emmanuel, Chef Service Promotion et Transformation des produits forestiers, DRFOF/Est, Tél: 94	M	Acteur indirect de la CVA	Mangue sauvage, moabi, njansang, rondelle

N°	DATE DE L'ENTRETIEN	LIEU DE L'ENTRETIEN	NOMS ET PRENOMS	SEXE	ACTIVITE PRINCIPALE	PRODUIT(S) EXPLOITE(S)
			50 60 57 / 70 66 26 00, E-mail: nna987@yahoo.fr			
18	05/10/2011	Doumé	ONDOA Thérèse	F	Commercialisation des PFNL	Mangue sauvage, Njansang
19	06/10/2011	Bertoua	FAPA Clémentine, Responsable Socioéconomique au Centre Technique de Foresterie Communale (CTFC), Tél: 77451306, E-mail: clementine1990@yahoo.fr	F	Acteur indirect de la CVA	Mangue sauvage, moabi, njansang, rondelle
20	06/10/2011	Bertoua	Fadimatou, Commerçante des PFNL, marché Sous Préfecture de Bertoua, Tél: 70708303	F	Commercialisation des PFNL	Mangue sauvage, moabi, njansang, rondelle
21	06/10/2011	Bertoua	NGO NKIT Rose, épouse ETOUNDI, Commerçante des PFNL, marché Sous Préfecture de Bertoua, Tél: 94210444	F	Commercialisation des PFNL	Mangue sauvage, Njansang, rondelle
22	06/10/2011	Bertoua	Responsable FODEC Bertoua, Tél: 22242112		Financement	
23	06/10/2011	Bertoua	NDOAKOUT Cunegonde	F	Production des PFNL	Mangue sauvage, moabi, rondelle
24	06/10/2011	Bertoua	Communauté des Sœurs de CLUNY (Sr Thérèse)	F	Transformation des produits agricoles	

N°	DATE DE L'ENTRETIEN	LIEU DE L'ENTRETIEN	NOMS ET PRENOMS	SEXE	ACTIVITE PRINCIPALE	PRODUIT(S) EXPLOITE(S)
25	06/10/2011	Bertoua	Sr Dominique Marie, Tél: 94558469	F	Transformation des produits agricoles	
26	06/10/2011	Bertoua	BEN, Coiffeur nigerian, Tél: 96941196/75369692	M	Transformation petite échelle des PFNL	Moabi
27	10/10/2011	Ebolowa	MBENGUE Henri, Responsable CEREP, Tél:94158968, e-mail: cerep2002@yahoo.fr	M	Acteur indirect de la CVA	Mangue sauvage
28	10/10/2011	Ebolowa	NNA ZE Germaine, Responsable CASYPA, Tél :99621287	F	Transformation des PFNL	Mangue sauvage (essentiellement), et les autres exceptionnellement
29	11/10/2011	Kye Ossi	ESSONO André Marie, Sous Préfet de Kye Ossi, Tél: 77175593	M	Acteur indirect de la CVA	
30	11/10/2011	Mbalmayo	NJI Abdou, Commerçant grossiste des PFNL, Tél: 99002929/77786721	M	Commercialisation des PFNL	Mangue sauvage, rondelle et njansang
31	12/10/2011	Douala	NDOGSUL Albert, Commerçant demi grossiste des PFNL à la gare de New Bell, Tél: 96345795	M	Commercialisation des PFNL	Mangue sauvage, rondelle et njansang
32	12/10/2011	Douala	EWONA Patrick, Commerçant demi grossiste des PFNL au marché de New Bell, Tél: 76391557	M	Commercialisation des PFNL	Mangue sauvage, rondelle et njansang

N°	DATE DE L'ENTRETIEN	LIEU DE L'ENTRETIEN	NOMS ET PRENOMS	SEXE	ACTIVITE PRINCIPALE	PRODUIT(S) EXPLOITE(S)
33	14/10/2011	Garoua (téléphone)	TIDJOKE Stephane, Commerçant nigérian des PFNL, Tél: +234 8030503009 / +237 77220561	M	Production des PFNL	Mangue sauvage
34	14/10/2011	Yaoundé	Isaac NJIFAKUE, Expert en Management et Communication, et responsable de micro-finance, Tel: 99915986, E-mail: issacnjifakue@yahoo.fr	M	Recherches sur les PFNL, et possibilités de financement de la filière	Mangue Sauvage, moabi, njasang, rondelle
35	17/10/2011	Yaoundé	BELLA NGAH Mélanie, Commerçante des PFNL au marché du Mfoundi (hangar 11)	F	Commercialisation des PFNL	Mangue sauvage, Njansang, rondelle
36	17/10/2011	Yaoundé	Caisse Agricole du Cameroun, Micro finance, Tél: 22230603		Financement des activités dans le domaine agricole	
37	17/10/2011	Yaoundé	AWONO Abdon, CIFOR, Tél: 22227449/51, E-mail: aawono@yahoo.fr	M	Recherches sur les PFNL	Mangue sauvage, rondelle, moabi, njansang
38	17/10/2011	Yaoundé	MELINGUI Germaine, Tél: 77782010	F	Transformation des produits agricoles et produits forestiers non ligneux	Mangue sauvage, rondelle, moabi, njansang
39	18/10/2011	Yaoundé	NDOUTOU Berthe, Tél: 77645393	F	Consommation des PFNL	Mangue sauvage, rondelle, moabi, njansang

N°	DATE DE L'ENTRETIEN	LIEU DE L'ENTRETIEN	NOMS ET PRENOMS	SEXE	ACTIVITE PRINCIPALE	PRODUIT(S) EXPLOITE(S)
40	18/10/2011	Yaoundé	KOUBINOM Carine, Tél: 96406005	F	Consommation des PFNL	Mangue sauvage, rondelle, moabi, njansang
41	19/10/2011	Yaoundé	SADO Thadée, ICRAF, Spécialiste en production, Yaoundé, Tél: 98298986	M	Recherches sur la domestication des PFNL	Mangue sauvage, rondelle, moabi, njansang
42	19/10/2011	Yaoundé	Aneh MUNDI, ICRAF, Spécialiste en transformation, E-mail: mbunye2002@yahoo.com	F	Recherches sur la transformation des PFNL	Mangue sauvage, rondelle, moabi, njansang
43	25/10/2011	Yaoundé	DJOFAK, employée d'Inter Agro, Produits TANTY, Tél: 22005684, E-mail: interago@yahoo.fr	F	Transformation des produits agricoles	Produisait autrefois huile de Njansang

ANNEXE 3 : GUIDES D'ENTRETIEN ET QUESTIONNAIRES POUR ENTREVUES AVEC LES DIFFERENTS ACTEURS

Méthode : Entrevue si c'est un individu et discussion de groupe s'il s'agit de plusieurs personnes (en relevant quelque part le lieu, le jour et l'heure, le ou les produits concerné(s)).

Dans tous les cas, présenter :

- Pour un entretien individuel : Village, nom, sexe, âge, activité menée groupe ou association d'appartenance de l'interlocuteur, histoire dans le métier, l'intérêt pour celui-ci, etc.
- Pour une discussion de groupe : élément commun aux interlocuteurs, leur histoire dans le métier, l'intérêt pour celui-ci, etc.

I. Questionnaires pour les ramasseurs/collecteurs/cueilleurs des PFNL

1. Techniques et outils utilisés pour la collecte /le ramassage/la cueillette

- Quels sont les outils utilisés ? Comment sont-ils acquis ? En cas de perte ou vol, que se passe-t-il ?
- Comment est organisé le métier (activité) ? Nombre de personnes nécessaires ? S'agit-il des salariés ou une main d'œuvre familiale ?
- Les intervenants du maillon concerné sont-ils classés par catégorie ? Si oui, quelle est la base de ce classement ?
- Quelles sont les contraintes (difficultés) par rapport à l'activité ?
- Quelle est, selon les saisons, la quantité de produit ramassée/cueillie/collectée ? Quelle quantité est consommée en famille ? Celle vendue ?
- Sous quelle(s) forme(s) le produit est-il vendu ? Y'a-t-il des différences en fonction : a) des formes ? b) des saisons ? Quelles adaptations faut-il faire dans chaque cas ?
- Si une première transformation du produit est faite aussitôt après la collecte/le ramassage/la cueillette, quelles sont les techniques et outils utilisés ?

2. Commercialisation du/des produit/s

- Type ou espèce du produit plus vendu(e) par village ? Quelles sont les tendances dans l'année ?
- Quelles sont les contraintes/difficultés liées à la vente du/des produit/s (liste des contraintes par ordre d'importance décroissant) ?
- Combien de temps est consacré à la collecte/le ramassage/la cueillette ? Quels moyens de conservation utilise-t-on ?
- Combien de temps passe-t-on avec le/s produit/s pour le/s vendre ?
- Peut-on vendre toute la quantité de/s produit/s collectée/ramassée/cueillie ? Que fait-on de la partie non vendue ? Pourquoi ?

- Comment le produit est-il transporté : a) de la brousse jusqu'au village ? b) du village jusqu'au marché ?

- Comment est assuré la conservation/le conditionnement jusqu'à la vente ?

3. Prix et qualité

- Le produit est-il vendu en fonction de sa qualité ? Si oui, quels sont les critères utilisés ? Comment le prix varie-t-il en fonction des différentes qualités ? Si le produit est de mauvaise qualité, pourquoi ne peut-on pas résoudre ce problème ?

- Comment varie le prix du produit par qualité et par saison (saison de haute production et saison de basse production) ?

- Quelle quantité de produit collecte-t-on par saison ?

- Quelle est la quantité perdue en moyen par saison (haute production et basse production) ?

- Quelle quantité de produit (proportion) pour chaque maillon de la chaîne de valeur ?

- Le prix du produit est-il fonction du type de client ?

- Connait-on les prix du produit sur les marchés (local, national et international) ? Si oui, par quel moyen connaît-on ces prix et à combien s'élèvent-ils actuellement ? Si non, pense-t-on que cela aiderait de les connaître, et dans quel sens ?

- Est-ce possible pour un ramasseur/colporteur/cueilleur seul de vendre son produit sur a) le marché local ? b) les autres marchés ? Si oui, combien le font et qui ? Si non, pourquoi ne le fait-on pas ?

- Accepterait-on de vendre son produit à un seul client et à un prix fixé à l'avance ?

4. Capital et crédit

- Quel est le rapport entre crédit et commercialisation (fournisseur et acheteur du produit) ? Comment ce rapport affecte-t-il le prix ?

- Rapports contractuels ? Atouts/inconvénients ? Existe-t-il une différence entre les hommes et les femmes ?

- Si un crédit est contracté auprès du client et qu'on est obligé de lui vendre son produit, pourquoi est-on entré dans ce type de relation ? Quelles sont les conditions ?

- Pourquoi a-t-on besoin de crédit ?

- Y'a-t-il des possibilités d'avoir des crédits formels, semi-formels ou informels ? Si oui, quelles conditions faut-il remplir ?

5. Appui institutionnel

- Y'a-t-il une association ou coopérative des ramasseurs/collecteurs/cueilleurs des produits forestiers non ligneux dans le village ? Si oui, quelles sont ses fonctions et combien de membres a-t-elle ? Comment en devient-on membre ?
- Qu'est-ce que l'association ou coopérative a réalisé jusque-là ?
- Les relations avec les autres associations d'hommes sont-elles de coopération ou de conflit ? A qui cela profite-t-il ?
- A-t-on pensé à créer une association pour vendre le produit sur les marchés locaux ou nationaux ? Si oui, quelles difficultés rencontre-t-on et quel faut-il faire pour les surmonter ?

6.Problèmes et discussion

- Y'a-t-il des taxes qui sont payées ? Si oui, a) lesquelles ? A combien s'élèvent-elles ? b) Combien de fois les paie-t-on par an ?
- Y'a-t-il d'autres questions liées à l'activité qu'on aimerait aborder ?
- Accepterait-on que les produits soient vendus par une seule personne (association) pour le compte de tout le village ?
- Quelles suggestions propose-t-on pour résoudre les problèmes abordés au sujet de la collecte/le ramassage/la cueillette des produits, la vente et de ceux-ci et l'accès au crédit ?

Questionnaires pour les transformateurs des PFNL

1. Questions générales

- Depuis combien de temps est-on dans l'activité ?
- Quel/s produit/s transforme-t-on ?
- En quoi consiste cette transformation ?
- De quels outils se sert-on ?
- Y'a-t-il des changements saisonniers dans la transformation des produits ?
- Pour quels produits avez-vous les meilleures marges ? Les moins bonnes ?
- Quel produit est plus important pour le revenu en termes de volume et de valeur ?
- La transformation des PFNL est-elle la seule activité génératrice de revenu menée? Si non, pourquoi ?
- Quelle source de revenu est plus importante pour assurer les besoins de la famille ?

2. Approvisionnement et transformation

- Où et chez qui s'approvisionne-t-on en produit(s) transformé(s)
- L'approvisionnement se fait-il sur la base des liens familiaux, amicaux, autre (préciser) ? Qui est la plus grande source d'approvisionnement ?
- Où se fait la transformation : en brousse ? au village ? Autre (préciser)
- Quel moyen de transport est utilisé (si nécessaire) ?
- Se rend-on dans les zones reculées pour acheter le produit ?
- Donne-t-on des avances au/aux fournisseur/s ? Si oui, pour quelle saison ? Comment récupère-t-on le crédit octroyé ?
- A qui vend-on (prévoir ici la représentation de la chaîne des échanges : flux proportion) ?
- Quels sont les principaux coûts (collecte, transport, stockage, etc.) ?
- Y'a-t-il des coûts qui ont particulièrement augmenté depuis l'année dernière ? Si oui, lesquels et pourquoi ?
- Veut-on accroître la surface des affaires ? Si oui, quelles sont les difficultés rencontrées dans ce sens (succès/échecs) ?
- Est-on satisfait des conditions de transformation ? Si non, pourquoi ?
- Les clients ont-ils des exigences particulières de qualité ? A-t-on observé des changements dans ces exigences ?

- Des pertes de produits sont-elles enregistrées pendant la transformation ? Pourquoi ?
- Estimation de ces pertes en prix et volume ?
- D'autres difficultés sont rencontrées dans la transformation ? Si oui, lesquelles ?
- A-t-on des stratégies de transformation particulières en fonction des saisons ?? Si oui, quelles sont-elles ?
- Quels sont les coûts supplémentaires liés à la transformation ?
- Est-on disponible pour acquérir des outils améliorés de transformation des PFNL ?

3. Main d'œuvre

- Emploie-t-on une main d'œuvre ? Si oui : a) pour quelle tâche ? b) Comment est-elle payée ?
- La famille contribue-t-elle au travail ? Si oui : a) Comment ? b) Comment est-elle rémunérée ?
- Y'a-t-il des variations en fonction des saisons ?

4. Capital

- Comment a-t-on procédé pour commencer l'activité ? Source de capital ?
- Quelle somme d'argent est nécessaire pour commencer l'activité ? Pour la maintenir ? La préservation du fond de roulement est-elle problématique pendant la basse saison ?
- Emprunte-t-on de l'argent pour exercer ? Si oui : a) Chez qui ? b) Quelles sont les conditions de remboursement ?
- Comment est utilisé le revenu de l'activité ? Quelle part est réinvestie dans l'activité même ?
- Quels sont les acquis en savoir faire ? Comment peut-on le décrire ? Quel est le temps nécessaire pour vraiment s'installer dans l'activité ?

5. Relations institutionnelles et organisationnelles

- A-t-on des conseils-appuis des organisations ou institutions ? Si oui, sur quels thèmes ?
- Paie-t-on à l'Etat une taxe ou un impôt pour l'activité ? Si oui : a) Laquelle ? b) Comment est-elle collectée ?
- Fait-on partie d'un groupe ou une association de personnes menant l'activité ? Si oui : a) Nombre de membres ? Depuis quand ? Dans quel intérêt ?

6. Problèmes et perceptions

- A-t-on observé une augmentation du nombre de personnes exerçant l'activité ? Si oui, comment cela affecte-t-il l'activité ?
- Programme-t-on d'agrandir l'affaire ? Si non, pourquoi ?

- Quelles sont les problèmes rencontrés dans l'activité ? Le plus important ?
- Y'a-t-il un événement extérieur qui a affecté négativement l'activité ces derniers temps ?
- Comment voit-on l'avenir de la filière ?
- Si la perspective est négative, comment peut-on sortir de cette situation ?
- Accepterait-on que ses produits soient vendus par une seule personne (association) pour le compte de tout le village ?

II. Questionnaires pour les commerçants

1. Questions générales

- Depuis combien de temps est-on dans l'activité ?
- Quel/s produit/s achète-t-on ?
- Y'a-t-il des changements saisonniers dans l'achat des produits ?
- Pour quels produits avez-vous les meilleures marges ? Les moins bonnes ?
- Quel produit est plus important pour le revenu en termes de volume et de valeur ?
- Est-ce qu'il y'a d'autres sources de revenu liées aux PFNL ? Si oui, préciser.
- Est-ce qu'il y'a d'autres sources de revenu extérieures aux PFNL ? Si oui, préciser.
- Quelle source de revenu est plus importante pour assurer les besoins de la famille ?

2. Approvisionnement et commercialisation

- Où et chez qui achète-t-on le produit (liens familiaux, amicaux, autre (préciser) ? Qui est la plus grande source d'approvisionnement ?
- Quel moyen de transport est utilisé ?
- Se rend-on dans les zones reculées pour acheter le produit ?
- Donne-t-on des avances au/aux fournisseur/s ? Si oui, pour quelle saison ? Comment récupère-t-on le crédit octroyé ?
- A qui vend-on (prévoir ici la représentation de la chaîne des échanges : flux proportion) ?
- Quels sont les principaux coûts (collecte, transport, stockage, etc.) ?
- Y'a-t-il des coûts qui ont particulièrement augmenté depuis l'année dernière ? Si oui, lesquels et pourquoi ?
- Veut-on accroître la surface des affaires ? Si oui, quelles sont les difficultés rencontrées dans ce sens (succès/échecs) ?

3. Etablissement du prix

- Comment est établi le prix d'achat du produit ?
- Quelles sont les sources d'information pour les prix ?
- Quelles sont les fourchettes d'achat en fonction de la saison et du type de produit ?
- La qualité du produit influe-t-elle sur le prix proposé ?
- Achète-t-on ou refuse-t-on le produit si la qualité n'est pas bonne ?

- Accepterait-on de vendre son produit à un seul client et à un prix fixé à l'avance ?

4. Après achat et qualité requise

- Le produit est-il conditionné/emballé avant la vente ?
- Les clients viennent-ils acheter le produit à un endroit précis ou sont-ils à domicile ?
- S'ils sont livrés à domicile quelles actions sont menées et pour quels coûts sont supportés ?
- Comment est emballé et stocké le produit pendant le transport ?
- Quels moyens de transports sont utilisés ?
- Est-on satisfait des conditions de transport et des délais ? Si non, pourquoi ?
- Les clients ont-ils des exigences particulières de qualité ? A-t-on observé des changements dans ces exigences ?
- Quelle est la fourchette des prix en fonction de la saison, du produit et de l'acheteur ?
- Proportion de produit vend par acheteur ?
- Fait-on des crédits ? Si oui, quels sont les délais de paiement ? Taux d'intérêt appliqué ?
- Des pertes de produits sont-elles enregistrées ? Pourquoi ?
- Estimation de ces pertes en prix et volume ?

5. Questions spécifiques à la conservation et au conditionnement

- A-t-on des stratégies de stockage des produits en saison haute afin de les vendre en saison basse ?
Si oui, a) Quelles sont-elles ? b) quels volume ?
- Pendant combien de temps stocke-t-on ?
- Quels sont les coûts supplémentaires liés au stockage et au conditionnement ?
- A-t-on des contrats de stockage avec des personnes/structures particulières ?
- Quelles difficultés sont rencontrées dans le stockage ?

6. Main d'œuvre

- Emploie-t-on une main d'œuvre ? Si oui : a) pour quelle tâche ? b) Comment est-elle payée ?
- La famille contribue-t-elle au travail ? Si oui : a) Comment ? b) Comment est-elle rémunérée ?
- Y'a-t-il des variations en fonction des saisons ?

7. Capital

- Comment a-t-on procédé pour commencer l'activité ? Source de capital ?

- Quelle somme d'argent est nécessaire pour commencer l'activité ? Pour la maintenir ? La préservation du fond de roulement est-elle problématique pendant la basse saison ?
- Emprunte-t-on de l'argent pour exercer ? Si oui : a) Chez qui ? b) Quelles sont les conditions de remboursement ?
- Comment est utilisé le revenu de l'activité ? Quelle part est réinvestie dans l'activité même ?
- Quels sont les acquis en savoir faire ? Comment peut-on le décrire ? Quel est le temps nécessaire pour vraiment s'installer dans l'activité ?

8.Relations institutionnelles et organisationnelles

- A-t-on des conseils-appuis des organisations ou institutions ? Si oui, sur quels thèmes ?
- Paie-t-on à l'Etat une taxe ou un impôt pour l'activité ? Si oui : a) Laquelle ? b) Comment est-elle collectée ?
- Fait-on partie d'un groupe ou une association de personnes menant l'activité ? Si oui : a) Nombre de membres ? Depuis quand ? Dans quel intérêt ?

9.Problèmes et perceptions

- A-t-on observé une augmentation du nombre de personnes exerçant l'activité ? Si oui, comment cela affecte-t-il l'activité ?
- Programme-t-on d'agrandir le commerce ? Si non, pourquoi ?
- Quelles sont les problèmes rencontrés dans l'activité ? Le plus important ?
- Y'a-t-il un événement extérieur qui a affecté négativement l'activité ces derniers temps ?
- Comment voit-on l'avenir de la filière ?
- Si la perspective est négative, comment peut-on sortir de cette situation ?
- Accepterait-on que les produits soient vendus par une seule personne (association) pour le compte de tout le village ?

III. Guide d'entretien avec des partenaires techniques (organismes de coopération et d'appui au développement)

1. Généralités

- Nom de la structure :
- Mission :
- Public cible :
- Intervention dans la filière des PFNL ? Et singulièrement dans ceux exploités par les associations féminines de Mbang et Lomié ?
- Depuis quand date l'intervention ? Pour combien quelle durée va-t-elle encore se poursuivre ?

2. Amélioration de la filière des PFNL exploités par les associations féminines de Mbang et Lomié

- Que pense-t-on de l'idée d'une amélioration de la CVA des PFNL dans les deux sites ? L'idée est-elle raisonnable ? Pratique ? Pourquoi ?
- Est-on disponible pour y prendre part ? Si oui, quel rôle est-on prêt à jouer ? Sous quelles conditions ?
- En quoi pourrait consister l'amélioration ?
- Sur la base de la connaissance qu'on a de la filière, à quelles difficultés serait confronté le processus ?
- Comment pourrait-on les contourner ?
- Quelles conditions internes et externes peuvent garantir le succès du processus : a) au niveau des collecteurs ? b) au niveau des transformateurs ? c) au niveau des commerçants ? d) au niveau des structures publiques d) au niveau des partenariats techniques, institutionnels et financiers ?
- Quels acteurs pense-t-on déterminants pour ce processus ? Quelles actions faudrait-il entreprendre au niveau de chacun d'eux pour qu'ils jouent efficacement leurs rôles (renforcement de capacités, etc.) ?

IV. Guide d'entretien avec des chercheurs et scientifiques

Différents aspects seront abordés ici en fonction de la spécialité de l'interlocuteur. L'accent portera sur la rentabilité économique et les opportunités s'offrant pour les produits concernés, etc. Selon les cas, les échanges porteront sur :

- La présentation de l'interlocuteur ou sa structure : Nom ? Mission ? Public cible ? Activités couramment menées ?
- Les utilisations actuelles des PFNL de manière générale, puis spécialement ceux concernés par la consultation, dans l'industrie pharmaceutique, alimentaire, esthétique (etc.) dans les zones d'études, au Cameroun et hors du Cameroun ?
- Les perspectives envisagées à bref et moyen termes dans ces différents domaines ? Et les probables opportunités qui en découleraient ?
- Les informations sur la rentabilité économique actuelle et à venir des PFNL ? Singulièrement ceux concernés par la présente démarche ?
- La disponibilité pour collaborer avec les acteurs directs et indirects de la filière des PFNL concernés pour mettre à leur portée les informations sur les opportunités s'offrant à eux ? Si oui, quelles en seraient les conditions ?
- Des points qu'on aurait aimé voir abordés au cours de l'échange ?

V. Guide d'entretien avec de probables partenaires financiers (banques, établissements de micro finances, entreprises privées, publiques et parapubliques, administrations publiques, partenaires au développement : ONG, organismes internationaux, etc.)

- Présentation de la structure : Nom ? Mission ? Public cible ? Activités couramment financées ?
- Disponibilité pour financer les activités liées à la filière des PFNL ? Si oui, quelle branche(s) : production, transformation ou commercialisation ?
- Disponibilité pour appuyer le renforcement des capacités des acteurs directs et des groupes formés à cette occasion ?
- Sous quelle(s) forme(s) pourraient être ces financements (crédit, don, etc.) ? Quelles en seraient les conditionnalités ?
- A qui seraient destinés ces financements (individus, groupes) ? Pourquoi ?
- Le montant maximum des financements serait fixé à combien ?