



**Stratégie Nationale d'Achats Locaux d'Aliments auprès
des Petits Producteurs (SNALAPP)**

Septembre 2016

Table des matières

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	III
RESUME EXECUTIF.....	V
1. CONTEXTE GENERAL.....	1
2. JUSTIFICATION DE LA STRATEGIE.....	3
3. DEFIS, FORCES, OPPORTUNITES ET CONTRAINTES.....	4
3.1. DEFIS A RELEVER.....	4
3.2. FORCES ET OPPORTUNITES.....	4
3.3. CONTRAINTES.....	5
4. CADRE STRATEGIQUE.....	5
4.1. VISION.....	5
4.2. OBJECTIF GENERAL.....	5
4.3. OBJECTIFS SPECIFIQUES.....	5
4.4. RESULTATS ATTENDUS.....	5
4.5. AXES STRATEGIQUES.....	6
4.5.1. AXE 1 : RENFORCEMENT DES CAPACITES ORGANISATIONNELLES, TECHNIQUES ET FINANCIERES DES PETITS PRODUCTEURS ET DE LEURS ORGANISATIONS ;.....	6
4.5.2. AXE 2 : APPUI A L'ORGANISATION DE LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES ET ANIMAUX.....	6
4.5.3. AXE 3 : AMELIORATION DU CADRE JURIDIQUE ET PROMOTION DES BONNES PRATIQUES D'ACHATS LOCAUX D'ALIMENTS AUPRES DES PETITS PRODUCTEURS.....	7
5. CADRE JURIDIQUE INSTITUTIONNEL DE MISE EN ŒUVRE.....	7
5.1. CADRE JURIDIQUE.....	7
5.2. PRINCIPES D'INTERVENTION.....	7
5.2.1. LIMITATION STRICTE AUX EXCEDENTS COMMERCIALISABLES DU NIGER.....	8
5.2.2. UTILISATION RATIONNELLE DES RESSOURCES FINANCIERES/SYNERGIE D'ACTIONS.....	8
5.2.3. APPROPRIATION ET PARTICIPATION.....	8
5.2.4. CONTRACTUALISATION.....	8
5.2.5. PRISE EN COMPTE DU GENRE ET DE LA DIVERSITE.....	9
5.3. PARTIES PRENANTES.....	9
5.3.1. ETAT ET SES INSTITUTIONS.....	9
5.3.2. COLLECTIVITES TERRITORIALES.....	9
5.3.3. PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES.....	9
5.3.4. PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS (PTF).....	10
5.3.5. ORGANISATIONS PAYSANNES.....	10
5.3.6. PETITS PRODUCTEURS.....	10
6. OUTILS ET MOYENS DE MISE EN ŒUVRE.....	10
6.1. OUTILS DE MISE EN ŒUVRE.....	10
6.2. MOYENS DE MISE EN ŒUVRE.....	10
7. CHAMPS D'APPLICATION.....	11
7.1. ACHATS LOCAUX POUR LA RECONSTITUTION DES STOCKS NATIONAUX.....	11
7.2. ALIMENTATION DES CANTINES SCOLAIRES.....	11
7.3. ACHATS DE STOCKS DIVERS.....	11
8. DISPOSITIF DE MISE EN ŒUVRE ET STRATEGIE DE FINANCEMENT.....	11
8.1. DISPOSITIF DE MISE EN ŒUVRE.....	11
8.1.1. COMITE D'ORIENTATION.....	12
8.1.2. COMITE TECHNIQUE NATIONAL.....	12
8.1.3. COMITE TECHNIQUE REGIONAL.....	13
8.1.4. COMITE TECHNIQUE DEPARTEMENTAL (CTD).....	13
8.1.5. COMITE TECHNIQUE COMMUNAL (CTC).....	13
8.2. MECANISMES OPERATIONNELS DE FINANCEMENT.....	13
9. HYPOTHESES ET LES RISQUES.....	14
9.1. HYPOTHESES.....	14
9.2. RISQUES.....	15

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

AGRHYMET	Centre Régional d'Agro-Hydro-Météorologie
CAIMA	Centrale d'Approvisionnement en Intrants et Matériels Agricoles
CO	Comité d'Orientation
CTC	Comité Technique Communal
CTD	Comité Technique Départemental
CTN	Comité Technique National
CTR	Comité Technique Régional
DAC/POR	Direction de l's Actions Coopérative et de la Promotion des Organismes Ruraux
DCCS	Direction de Certification et de Contrôle des Semences
DGA	Direction Générale de l'Agriculture
DGPA	Direction Générale de la Production Animale
DNPGCCA	Dispositif National de Prévention et de Gestion des Catastrophes et Crises
DPFV/Q	Direction de la Promotion de la Filière Végétale et Qualité
DPFV/Q/DGA	Direction de la Promotion des Filières Végétales
ENBC	Enquête Nationale Budget Consommation
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture
FCD	Fonds Commun des Donateurs
FIDA	Fonds International de Développement Agricole
FUCOPRI	Fédération des Unions des Coopératives des Producteurs de Riz
HC3N	Haut-commissariat à l'initiative « les Nigériens Nourrissent les Nigériens »
I3N	Initiative 3N « les Nigériens nourrissent les Nigériens »
ICRISAT	International Crops Research Institute for the Semi-Arid Tropics
IDH	Indice de Développement Humain
INRAN	Institut de la Recherche Agronomique du Niger
INS	Institut National de la Statistique
LANSPEX	Laboratoire National de Santé Publique et d'Expertise
MAG	Ministère de l'Agriculture
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
ONG	Organisation Non Gouvernementale
OP	Organisation Paysanne
OPVN	Office des Produits Vivriers du Niger
PAA	Achats des Africains pour les Africains
PAM	Programme Alimentaire Mondiale
PAS	Programme d'Ajustement structurel
PCSRD/MCI/PJE	Présidence du Conseil Suprême pour la Restauration de la Démocratie -Ministère du Commerce et de la Promotion de Jeunes Entrepreneurs
PDES	Plan de Développement Economique et Social
PFPN	Plateforme paysanne du Niger
PIB	Produit Intérieur Brut
PMA	Pays les moins Avancés
PME	Petite et Moyenne Entreprise
PNUD	Programme de Nations Unies Pour le Développement
PTF	Partenaires Techniques et Financiers
RAS	Réserve Alimentaire Stratégique
RECA	Réseau des Chambres d'Agriculture
RINI	Riz du Niger
RNDH	Rapport National sur le Développement Humain
SFD	Système Financier Décentralisé
SIMA	Système d'Information sur les Marchés Agricoles
SNS	Stock National de Sécurité
SONARA	Société Nationale de Commercialisation des Arachides
SOTRAGRI	Société de Transformation des Produits Agricoles

SSL
UAM
UR
UNCC

Société Seyni Latta
Université Abdou Moumouni
Unité de Recherche
Union Nationale de Crédit et de Coopération

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Au Niger, l'Agriculture demeure la principale source d'alimentation humaine et animale. Elle est aussi source de création d'emplois et de revenus. La majorité d'agriculteurs est composée de petits producteurs avec un système d'exploitation traditionnel et un accès limité aux intrants agricoles et aux marchés. En effet sur les 50 dernières années, le Niger a enregistré des déficits céréaliers très fréquents (une année sur deux en moyenne). A titre illustratif, les résultats définitifs de la campagne 2009-2010 ont dégagé un déficit de près de 120 000 tonnes. La même année, 20% de la population est identifiée comme étant en situation de vulnérabilité sévère. Même dans les années de production équilibrée ou excédentaire, une frange importante de la population se trouve dans une situation d'insécurité alimentaire plus ou moins sévère. Environ 6 ménages sur 10 ne peuvent couvrir leurs besoins alimentaires que pour 3 mois (PDES, 2012). De ce fait, l'agriculture nigérienne reste très peu performante et régulièrement soumise à des aléas climatiques. Les conséquences de cette faible performance sont entre autres la pauvreté, l'exode rural, l'insécurité alimentaire et nutritionnelle qui sévissent de manière structurelles. Ainsi, le Niger a connu, au cours des cinq dernières années, trois épisodes d'insécurité alimentaires sévères tandis que le taux de malnutrition aigüe globale reste au-dessus du seuil d'alerte (15%). La pauvreté rurale reste encore très forte avec plus de 50 % de pauvre en milieu rural. Cette pauvreté se trouve exacerbée par le phénomène de l'exploitation des populations rurales par des groupes mieux connectés au marché. Il suffit pour s'en convaincre d'analyser les manifestations les plus hideuses de la paupérisation des populations comme la vente sur pied des récoltes, le bradage des produits arrivés sur le marché, le crédit usurier, la vente de bétail de reproduction sur pied, l'accaparement des terres agricoles, etc.

Ces phénomènes mentionnés plus haut, ont fait perdre aux petits producteurs toute leur capacité à investir dans l'amélioration de leurs exploitations (achats d'engrais et de semences), l'amélioration de leur habitat, la scolarisation de leurs enfants dans une école de qualité ou l'adhésion à une mutuelle de crédit qui aurait pu réduire sa vulnérabilité aux risques des productions agricoles. Pour aider les petits producteurs et productrices à accéder à des solutions alternatives pour mieux produire et dégager un excédent agricole commercialisable que la Stratégie Nationale d'Achats Locaux d'Aliments auprès des Petits Producteurs a été initiée par le Gouvernement avec l'appui des partenaires techniques et financiers. Il est impératif aussi de redynamiser le cadre régional de concertation de tous les acteurs et le Comité Technique Régional pour une meilleure harmonisation des actions de développement en général et d'achats locaux en particulier.

L'élaboration de cette Stratégie qui entre en ligne de compte dans la mise en œuvre de l'Initiative 3N « Les Nigériens Nourrissent les Nigériens » permettra de définir les grandes orientations stratégiques pour baliser le chemin qui mène à la valorisation des excédents agricoles. La Stratégie Nationale d'Achats Locaux auprès des Petits Producteurs est un cadre innovant qui permet d'unifier les interventions des principaux acteurs à travers des achats institutionnels. Ces achats seront effectués dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie et contribueront à la reconstitution des stocks nationaux de sécurité, le ravitaillement des cantines scolaires, l'approvisionnement de divers établissements publics au sein desquels des repas collectifs sont offerts etc.

La Stratégie est articulée autour de trois axes principaux qui sont le (i) Renforcement des capacités techniques et organisationnelles des producteurs agropastoraux et leurs organisations, (ii) l'organisation de la commercialisation des produits agricoles et pastoraux à travers les achats

locaux par les institutions publiques et privées et (iii) l'amélioration du cadre juridique et la promotion des bonnes pratiques d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs.

Sa mise en œuvre sera accomplie dans le respect de cinq (5) principes d'intervention à savoir (i) La limitation stricte de la ponction sur les excédents commercialisables (ii) L'utilisation rationnelle des ressources financières/synergie d'actions (iii) L'appropriation et la participation de la stratégie par les acteurs (iv) La contractualisation entre les institutions d'achats et les bénéficiaires (v) la Prise en compte du genre. Les bénéficiaires des interventions dans le cadre de la Stratégie sont (i) les petits producteurs (agriculteurs et éleveurs) et leurs organisations, (ii) les ménages vulnérables, (iii) les élèves des cantines scolaires, (iv) les collectivités territoriales et (v) les opérateurs du secteur privés. Cette mise en œuvre se fera de manière inclusive avec une implication pleine et entière des acteurs concernés en l'occurrence les institutions étatiques, les partenaires techniques et financiers, les producteurs et leurs organisations, certains acteurs de la société civile notamment les ONGs, etc. Le financement sera assuré à travers les instruments financiers déjà disponibles en recherchant une meilleure efficacité, notamment dans le domaine du décaissement des fonds en temps opportun. L'institutionnalisation du processus nécessitera la mise en adéquation de l'arsenal juridique déjà existant en matière d'achats locaux avec la présente stratégie.

1. CONTEXTE GÉNÉRAL

Le Niger est un vaste pays de 1 267 000 km² situé dans la région du Sahel au sud du Sahara et dont le désert occupe plus des deux tiers du territoire. En 2012, la population était estimée à plus de dix-sept (17) millions d'habitants avec un taux de croissance élevé de 3,9% par an. Le Niger fait partie du groupe des pays les moins avancés (PMA) mais aussi est l'un des pays les plus pauvres du monde classé 187ème sur la base de l'indice du développement humain (IDH) du PNUD 2014. En 2013, l'incidence de la pauvreté s'est établie à 48,2% (RNDH) contre 62,1% en 2005 et 59,5% en 2008 (ENBC, 2008). Les populations rurales sont les plus exposées à la pauvreté car 90% des nigériens pauvres vivent en milieu rural. La ventilation des données de la pauvreté par sexe montre que les femmes sont plus affectées que les hommes. En effet, trois personnes pauvres sur quatre sont des femmes. La principale cause de cette pauvreté endémique se trouve dans les faibles performances structurelles d'une agriculture pratiquée sous forme d'exploitations familiales de subsistance, très dépendante des variations climatiques qui sont à l'origine des déficits des productions alimentaires et des crises et catastrophes socio-environnementales. Toutefois, en dépit des conséquences néfastes des sécheresses sur les productions agricoles, la part relative de ce secteur dans la formation du Produit Intérieur Brut (PIB), entre 2000 et 2010, s'élève à 42,2% ; dépassant la contribution du secteur tertiaire établie à 40%. Cette contribution du secteur Agricole à la richesse nationale se répartit de la manière suivante : 25,7% pour le sous-secteur de l'agriculture, 12% pour l'élevage et environ de 4,5% pour les forêts et pêche.

La conséquence directe de la faible performance de l'agriculture nigérienne est l'insécurité alimentaire et nutritionnelle chronique ponctuée de crises conjoncturelles. Le Niger a connu plusieurs crises alimentaires dont les plus importantes sont celles de 1973/1974, 1984/1985 2004/2005, 2008/2009 et 2011/2012 qui ont détérioré les conditions de vie des petits producteurs. L'analyse des données disponibles montre que le Niger court un risque de sécheresse tous les trois ans pouvant aggraver la vulnérabilité des populations.

Le pays fait face aussi à une malnutrition chronique qui affecte 53% des enfants de 6 à 59 mois (INS Juin 2014) avec une prévalence de la malnutrition aigüe (MAG) maintenue souvent au-dessus du seuil d'alerte de 15% établi par l'OMS. Il est passé de 14,8% en 2012 à 13,3% en 2013 avant de remonter à 14,8% en 2014. La malnutrition chronique, quant à elle, affecte un enfant sur deux. Par ailleurs, la volatilité interannuelle et inter-saisonnière des prix des produits alimentaires ainsi que leur niveau élevé ne font qu'aggraver les difficultés d'accès des ménages vulnérables aux aliments. Afin de faire face à cette situation d'insécurité alimentaire et nutritionnelle, le Gouvernement du Niger a adopté, en avril 2012, une stratégie nationale de sécurité alimentaire et nutritionnelle et de développement agricole durables dénommée Initiative 3N «Les Nigériens Nourrissent les Nigériens » dont l'objectif global est de contribuer à mettre les populations nigériennes à l'abri de la faim et leur garantir les conditions d'une pleine participation à la production nationale et à l'amélioration de leurs revenus. Ce cadre de référence est articulé suivant cinq axes stratégiques à savoir: i) l'accroissement et la diversification des productions agro-sylvo-pastorales et halieutiques; ii) l'approvisionnement régulier des marchés ruraux et urbains iii) l'amélioration de la résilience des populations face aux changements climatiques, aux crises et catastrophes; iv) l'amélioration de l'état nutritionnel de l'ensemble de la population du Niger; et v) Création d'un environnement favorable pour la mise en œuvre de l'initiative 3N.

Les partenaires techniques et financiers dont les Institutions des Nations Unies comme la FAO et le PAM travaillent en collaboration avec le gouvernement pour renforcer la sécurité alimentaire et nutritionnelle au Niger en appuyant l'accroissement de la production agricole et un approvisionnement adéquat des cantines scolaires dans le cadre du programme d'alimentation

scolaire. Dans ce contexte, l'initiative du PAA Afrique au Niger est mise en œuvre par le HC3N, la FAO et le PAM avec l'appui technique et financier du gouvernement du Brésil. Cette initiative poursuit trois objectifs stratégiques à savoir: i) intensifier la production locale des petits producteurs, en particulier des femmes; ii) promouvoir les initiatives locales d'achat des produits du terroir à travers les organisations de producteurs pour alimenter les cantines scolaires ; et iii) capitaliser l'initiative pour renforcer le programme d'alimentation scolaire du Niger en lien avec la commercialisation des produits des organisations des producteurs. Les résultats encourageants du programme sur les 2 campagnes de 2013 et 2014, indiquent les importantes potentialités liées aux achats locaux auprès des petits agriculteurs, malgré les défis à surmonter. En effet, ils peuvent offrir des possibilités d'inclusion économique dans les zones rurales grâce à un accès accru aux marchés. Ils peuvent représenter l'aboutissement des efforts actuels visant à améliorer la productivité des petits exploitants agricoles, en générant une demande soutenue qui peut conduire à l'augmentation des revenus, l'amélioration de la sécurité alimentaire et nutritionnelle et le renforcement de l'investissement au niveau des ménages.

C'est fort de cette expérience et des résultats obtenus, qu'intervient l'élaboration de la présente Stratégie nationale d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs au Niger.

2. JUSTIFICATION DE LA STRATÉGIE

L'essentiel de la production agricole nationale est fourni par les petits producteurs. Le système de production est dominé par des pratiques traditionnelles. Or, les diagnostics réalisés sur les conditions de productions montrent clairement que ces petits producteurs sont confrontés à de nombreux problèmes dont les plus préoccupants sont la faible productivité et un accès limité au marché et aux intrants. Or, de nombreux travaux effectués sur la commercialisation des produits agricoles montrent que, face à des réseaux marchands bien organisés et dotés de solide stratégie d'intervention, les petits producteurs se présentent de manière désorganisée, sans véritable pouvoir de négociation car privés d'informations, de capital et de structure de mise en marché collective. Pourtant, pendant la période coloniale, les Sociétés Africaines de Prévoyance et les Sociétés Mutuelles de Développement Rural opéraient leurs achats auprès des producteurs dans le but de constituer des stocks de sécurité en période de récolte.

C'est également dans le but d'améliorer les conditions d'intervention sur les marchés de ces petits producteurs que le mouvement coopératif a été fortement soutenu par les pouvoirs publics au lendemain des indépendances. La création de L'Union Nationale de Crédit et de Coopération (UNCC) procède de cet appui à l'émergence d'un mouvement coopératif fort et structuré. La politique de stabilisation conçue et mise en œuvre dans les années 70 entre en ligne de compte dans la lutte contre la mauvaise insertion des petits producteurs dans les circuits commerciaux classiques. Mais, le fait le plus marquant de ces politiques de soutiens aux petits producteurs est la création d'organismes publics chargés de la commercialisation des denrées agricoles à l'instar de l'Office des Produits Vivriers du Niger (OPVN) ou de la Société Nationale de Commercialisation des Arachides (SONARA) avec des quasi-monopoles sur la commercialisation des produits agricoles. A travers ces deux structures, le gouvernement fixait les prix d'achat à la période de récolte pour constituer le stock auxquels ces organismes assurent la commercialisation. Dans le cas spécifique de l'OPVN, les produits agricoles étaient achetés directement auprès des petits producteurs ou de leurs coopératives sans aucune forme d'intermédiation. Ceci garantissait, de facto, un prix rémunérateur et offrait un débouché sûr aux petits producteurs agricoles. Quant à la SONARA, elle exporte une partie et avec l'autre, elle approvisionne les unités locales de transformation.

Toutefois, l'Etat a été contraint d'abandonner cette politique et de restructurer ou liquider ces organismes publics chargés de la commercialisation à travers les mesures intervenues au milieu des années 80 dans le cadre des Programmes d'Ajustement Structurel (PAS). Le sort des petits producteurs va de nouveau être livré à un marché ultra libéralisé, où opèrent des réseaux de commerçants de mieux en mieux structurés. La faiblesse du mouvement coopératif en termes d'organisation de la commercialisation dans ce nouveau contexte est préjudiciable aux petits producteurs face aux autres acteurs. Pour la transformation de l'agriculture, l'amélioration des revenus et l'accès aux marchés des petits producteurs, il s'avère indispensable de créer les conditions de production et de commercialisation des produits agricoles.

C'est dans ce cadre que le premier principe de l'Initiative 3N, dit « principe de la concentration des actions » élève l'exploitation familiale au rang de pôles d'intensification des actions. C'est également dans ce cadre que les deux premiers axes d'intervention de l'13N sont consacrés, l'un aux problèmes de productivité et l'autre aux questions de commercialisation. L'élaboration d'une Stratégie Nationale d'Achats Locaux d'aliments auprès des Petits Producteurs initiée par le gouvernement, matérialise la volonté des autorités politiques pour améliorer les conditions de vie des petits producteurs, et leur résilience face aux chocs agro-climatiques et catastrophes socio-environnementales.

3. DÉFIS, FORCES, OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES

3.1. DÉFIS À RELEVER

La Stratégie Nationale d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs est élaborée et mise en œuvre pour contribuer à relever nombres de défis notamment :

- Mettre fin aux spéculations caractéristiques de la commercialisation des denrées agricoles dont le résultat est l'effondrement des prix des produits agricoles au moment des récoltes ;
- Briser le cercle vicieux qui relie la baisse des revenus des producteurs consécutifs à la chute des prix des produits agricoles, l'incapacité des producteurs à investir dans leurs activités agricoles, une productivité agricole faible, une grande vulnérabilité à l'insécurité alimentaire et une pauvreté absolue ;
- Comblent les lacunes au niveau de la législation pour garantir les achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs ;
- Renforcer les capacités des acteurs ruraux (producteurs, organisations paysannes) pour l'accès aux intrants, aux crédits, aux nouvelles technologies de l'information et à la formation ;
- Renforcer les capacités des acteurs ruraux (producteurs, organisations des producteurs, cantines scolaires, communes, services étatiques déconcentrés au niveau local (départemental et communal) en ressources humaines et en infrastructures (stockage, transformation des produits, communication, transport, cuisines, etc.)

3.2. FORCES ET OPPORTUNITÉS

La mise en œuvre de la Stratégie Nationale d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs bénéficiera des forces et opportunités ci-après :

- L'existence de productions végétales et animales importantes et variées qui assure la disponibilité des différents types de produits concernés toute l'année ;
- L'existence d'un important potentiel en terres et en ressources animales ;
- L'existence d'Organisations paysannes qui opèrent dans le domaine de la production et de la commercialisation des produits agricoles ;
- Le réseau des maisons du paysan dans les communes composées notamment de magasin de stocks de sécurité alimentaire, de centrale d'approvisionnement en intrants agricoles, des IMF, etc. ;
- L'existence d'un organisme public, à savoir l'OPVN, disposant de capacités logistiques et jouissant d'une expertise avérée en matière d'organisation des campagnes de commercialisation de produits agricoles, conformément à la loi N°2009-10 du 06 mai 2009 modifiant et complétant la loi N°70-17 du 27 août 1970 portant création d'un Etablissement Public de l'Etat chargé de la Commercialisation des produits vivriers et le décret N°2010-739/PCSRD/MCI/PJE du 4 septembre 2010, portant approbation des statuts de l'OPVN ;
- L'existence d'une stratégie nationale de l'alimentation scolaire et d'un nombre important de cantines scolaires ;
- L'existence des sociétés agroindustrielles de transformations des produits agropastoraux (le RINI, SOTRAGRI, SSL, ABATOIR FRIGORIFIQUE DE Niamey, les Unités laitières et autres Unités artisanales de transformation des produits) ;
- L'existence des Institutions de Recherche (INRAN, ICRISAT, AGRHYMET) et Universitaires (UAM, UR) et les laboratoires d'analyse des produits agricoles ;
- L'existence du Dispositif National de Prévention et de Gestion des Catastrophes et des Crises Alimentaires (DNPGCCA) ;

- L'existence des projets et programmes de développement d'envergure nationale et des institutions de financement.

3.3. CONTRAINTES

Les contraintes auxquelles la mise en œuvre d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs pourrait faire face s'énoncent ainsi qu'il suit :

- L'inadéquation entre la disponibilité des fonds et le calendrier de la commercialisation des produits agricoles ;
- La lenteur dans le déblocage des fonds pour la commercialisation des produits agricoles ;
- L'insuffisance dans les instruments appropriés d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs ;
- L'existence d'une certaine « collusion » entre les gros opérateurs économiques/commerçant-grossistes de céréales et certains niveaux d'autorités.
- La faible prise en compte des préoccupations des petits producteurs dans le référentiel des prix.

4. CADRE STRATÉGIQUE

4.1. VISION

A l'horizon 2035, les petits producteurs et leurs organisations sont capables de produire suffisamment et de participer de manière effective dans la commercialisation des produits agricoles en jouant un rôle plus accru dans le jeu d'influence qui débouche sur la fixation des prix sur les marchés.

4.2. OBJECTIF GÉNÉRAL

L'objectif général de la stratégie Nationale d'achats locaux des aliments auprès des petits producteurs est de contribuer à l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs.

4.3. OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

Il s'agit spécifiquement de :

- Renforcer les capacités organisationnelles, techniques et financières des petits producteurs et leurs organisations ;
- Appuyer l'organisation de la commercialisation des produits agricoles et animaux ;
- Améliorer le cadre juridique et promouvoir les bonnes pratiques d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs.

4.4. RÉSULTATS ATTENDUS

De la mise en œuvre de cette stratégie découleront six résultats à savoir :

- Les capacités organisationnelles des petits producteurs et de leurs organisations sont renforcées ;
- Les capacités techniques des petits producteurs et leurs organisations sont renforcées ;
- Les capacités financières des petits producteurs et leurs organisations sont renforcées ;
- L'organisation de la commercialisation des produits agricoles et animaux est appuyée;
- Les bonnes pratiques d'achats auprès des petits producteurs sont promues;
- Le cadre juridique d'achats locaux est amélioré.

4.5. AXES STRATÉGIQUES

La Stratégie Nationale d'Achats Locaux d'aliments auprès des petits producteurs est articulée autour de trois axes stratégiques suivant :

4.5.1. AXE 1 : RENFORCEMENT DES CAPACITÉS ORGANISATIONNELLES, TECHNIQUES ET FINANCIÈRES DES PETITS PRODUCTEURS ET DE LEURS ORGANISATIONS ;

Il s'agit de promouvoir l'organisation des producteurs en structures coopératives, unions et fédérations fortes, dotées de capacités organisationnelles, d'infrastructures, de moyens logistiques, de ressources humaines, matérielles et financières adéquates, pour répondre à la demande et aux exigences de qualité de la production pour la mise en marché. Pour ce faire, il faut faciliter l'accès au crédit à des taux préférentiels sur la base de contrats d'achat, du warrantage et des fonds de garantie et toutes autres formes de garantie financière.

L'approche Chaîne de valeur mais aussi l'approche filière et qualité sera adoptée en vue de garantir la traçabilité et la compétitivité des produits. Elle a le double avantage de faire en sorte que les producteurs maîtrisent bien les itinéraires techniques de production mais aussi d'établir une relation de confiance entre les petits producteurs/transformateurs et les institutions des achats institutionnels (stocks nationaux, les cantines scolaires, les hôpitaux, prisons et les casernes) des aliments et même à terme avec les opérateurs économiques. Le soutien à cette démarche qualité requiert que des appuis soient apportés pour l'acquisition d'équipements adaptés et l'accès aux infrastructures qui garantissent le respect des normes de qualité.

4.5.2. AXE 2 : APPUI À L'ORGANISATION DE LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES ET ANIMAUX

Les productions agricoles et animales sont importantes et diversifiées au Niger. La plupart de ces produits sont commercialisés, ce qui suscite une forte adhésion des producteurs à la stratégie proposée.

A travers cet axe, il s'agira de faire la promotion des produits locaux et appuyer la mise en relation des petits producteurs et leurs organisations avec les Petites et Moyennes Entreprises (PME) de transformation d'une part, et d'autre part avec les demandeurs des produits agropastoraux (stocks nationaux, les cantines scolaires, les hôpitaux, prisons et les casernes).

Aussi il s'agira de multiplier les infrastructures de stockage et les comptoirs de commercialisation des produits agropastoraux et de veiller à un contrôle produit-qualité dans des conditions acceptables.

Pour ce faire, un plan annuel opérationnel d'achats locaux accompagné de celui de communication et de marketing sera mis sur pied. Ce plan devra aussi comporter toutes les séquences d'achat locaux selon les périodes des récoltes et de disponibilités afin d'organiser les paiements et enlèvements dans les meilleures conditions.

Quant au plan de communication et de marketing, il mettra l'accent sur les actions de visibilité et de promotion des produits destinés aux achats locaux d'aliments. Une journée aussi d'achats locaux des aliments doit être instituée en vue de mieux sensibiliser et informer les petits producteurs sur les opportunités qu'offrent ces achats locaux.

4.5.3. AXE 3 : AMÉLIORATION DU CADRE JURIDIQUE ET PROMOTION DES BONNES PRATIQUES D'ACHATS LOCAUX D'ALIMENTS AUPRÈS DES PETITS PRODUCTEURS

A travers ce troisième axe stratégique, le but visé est de contribuer à développer au sein du milieu paysan, une culture de l'excellence et de la qualité à la fois au niveau des activités productives qu'au niveau des relations de partenariats commerciaux. Pour ce faire il s'agit d'élaborer, reformer et vulgariser les textes réglementaires sur les achats locaux auprès des petits producteurs et veiller à leur application à tous les niveaux de décisions. Par ailleurs des mesures de redressement sur les insuffisances constatées doivent être prises.

La qualité des produits est un impératif majeur et doit être le rempart pour établir une relation de confiance avec les institutions d'achats. Le stockage et l'emmagasinage des produits doivent respecter les normes techniques de qualité. Cette culture de l'excellence commence par la mise en place de cadres appropriés de production basés sur la confiance entre les petits producteurs, membres des organisations mais également sur la transparence dans la conduite des programmes d'actions. Cela suppose de mettre en place la base de données des petits producteurs et leurs organisations, un inventaire des sites de productions et des infrastructures existantes ainsi que le dispositif de suivi-évaluation et des plans d'affaires. Il s'agit enfin de disposer en temps opportun des données sur les programmes, le coût prévisionnel, des actions, les productions escomptées et les partenaires cibles. Un comité national disposant d'un cahier de charges veillera sur toutes les opérations d'achats et de vente des produits agricoles.

Il s'agira notamment de :

- Procéder à l'établissement de contrats d'achats locaux avec les OP en début de campagne agricole en vue de garantir aux petits producteurs des prix rémunérateurs et concurrentiels par rapport aux prix du marché et sur toutes autres commandes publiques ou privées ;
- D'encourager les petits producteurs bénéficiaires d'achats locaux pour qu'ils investissent une partie de leurs revenus dans l'amélioration de leurs exploitations agricoles, de leur cadre de vie et de travail ;

5. CADRE JURIDIQUE INSTITUTIONNEL DE MISE EN ŒUVRE

5.1. CADRE JURIDIQUE

La réalisation des achats locaux d'aliments comme forme de soutien financier aux petits producteurs apparaît dans les missions principales de l'OPVN définies par la loi N°70-17 du 27 août 1970 qui consacre la création de l'Office. Cette orientation a d'ailleurs été réitérée à l'occasion de la révision de cette loi intervenue à travers l'adoption de la Loi 2009-10 en date du 6 mai 2009. Ces deux lois, outre le fait qu'elles donnent une existence juridique au concept d'achats locaux, mandate l'OPVN comme organisme public chargé d'accomplir ces achats aussi bien pour l'Etat que pour les partenaires techniques et financiers. Ce cadre juridique trouve, à travers cette stratégie des opportunités d'amélioration, pour institutionnaliser les achats locaux et les doter d'un texte d'application. A cet effet pour soutenir les producteurs dans le cadre de l'initiative 3N, le conseil des ministres du 12 Avril 2013 a instruit les ministres concernés par les achats des céréales dans le cadre de reconstitution des stocks de viser prioritairement les productions des coopératives agricoles. Le cadre juridique nécessitera une révision pour mieux s'adapter au nouveau contexte afin de garantir une transparence dans les achats d'aliments locaux.

5.2. PRINCIPES D'INTERVENTION

La mise en œuvre de la Stratégie Nationale d'Achats Locaux d'Aliments auprès des petits producteurs reposera sur le respect des principes d'intervention ci-après :

5.2.1. LIMITATION STRICTE AUX EXCÉDENTS COMMERCIALISABLES DU NIGER

Les achats locaux constituent une ponction réalisée sur la disponibilité nationale commercialisable des produits agricoles. Cette ponction devrait s'opérer avec le souci de préserver l'équilibre du marché. Or, il est un fait que même pendant les années globalement excédentaires au plan national, des régions entières sont déficitaires. Et qu'à l'intérieur d'une région déclarée excédentaire, certaines zones peuvent être déficitaires. Aussi, arrive-t-il que des poches excédentaires soient identifiées à l'intérieur d'une région globalement déficitaire. La mise en œuvre de la présente Stratégie devra en conséquence veiller à ce que les achats locaux soient organisés de manière à opérer les ponctions sur les seuls excédents commercialisables. Pendant les années déficitaires, l'organisation d'achats locaux devrait s'opérer de manière particulièrement minutieuse en se basant, notamment sur des enquêtes légères portant sur l'évaluation des excédents.

5.2.2. UTILISATION RATIONNELLE DES RESSOURCES FINANCIÈRES/SYNERGIE D' ACTIONS

Dans le souci d'optimiser les ressources financières qui seront affectées à la mise en œuvre de la Stratégie, il faut fédérer toutes les interventions en matière d'achats institutionnels. Dans cette optique, les interventions devraient pouvoir se faire en créant des synergies et des interactions nécessaires entre les acteurs qui œuvrent déjà à la réalisation d'achats locaux d'aliments (stocks nationaux, cantines scolaires, hôpitaux, les Maisons du paysan, les prisons, les Universités et les casernes). Pour ce faire, les achats locaux devront se faire par des structures publiques et parapubliques jouissant d'un mandat légal et qui travaillent de concert avec l'OPVN qui dispose d'une expertise avérée dans le domaine.

Il est impératif aussi de redynamiser le cadre régional de concertation de tous les acteurs et le Comité Technique Régional pour une meilleure harmonisation des actions de développement en général et d'achats locaux en particulier.

5.2.3. APPROPRIATION ET PARTICIPATION

Ce principe part du constat que plusieurs initiatives ayant connu un grand succès se sont rapidement volatilisées lorsque les appuis sont à termes. Dans le souci de limiter de tels risques, la mise en œuvre de la Stratégie doit être envisagée avec une implication forte des organisations de producteurs pour que la dynamique qui sera insufflée soit véritablement internalisée par ces derniers.

Il est important de veiller à ce que les organisations des producteurs soient en mesure de reproduire en leur sein des mécanismes de mise en marché coordonnés. En effet, compte tenu du fait que les ressources financières disponibles ne pourraient permettre d'acheter tous les surplus commercialisables, il est important de développer les capacités organisationnelles des OP (Centre de collecte et de fixation des prix par les OP par exemple) pour que ces dernières soient en mesure de coordonner la mise en marché de leurs produits. Ceci devra contribuer à juguler le problème du bradage des récoltes auquel on assiste souvent impuissamment.

C'est pour cela qu'en marge des achats proprement dits, la présente Stratégie réservera une place de choix aux actions de renforcements de capacités organisationnelles des organisations des producteurs.

5.2.4. CONTRACTUALISATION

Ce principe participe au renforcement des capacités des OP. En vertu de ce principe, toute opération dans laquelle une OP est impliquée devra donner lieu à l'établissement d'un contrat. Il s'agit, par ce moyen, d'encourager les OP à la formalisation de toutes leurs activités, ce qui

renforce leur crédibilité. Lorsqu'il s'agit des achats, le renforcement de cette crédibilité à travers l'établissement de contrats, constitue un canal sûr pour accéder au crédit bancaire comme cela a déjà été observé dans le cadre du contrat vente du riz paddy qui lie la fédération des unions des coopératives des producteurs du riz (FUCOPRI) à l'OPVN.

5.2.5. PRISE EN COMPTE DU GENRE ET DE LA DIVERSITÉ

La dimension « genre » sera prise en compte dans la mise en œuvre de la Stratégie. Il s'agit ici des femmes, les jeunes et des personnes en situation d'handicap. En effet, du fait que les trois quarts de personnes pauvres en milieu rural sont des femmes et des jeunes, la prise en compte de l'aspect genre revêt une importance capitale, notamment dans le domaine de l'amélioration des revenus. Pour faciliter l'intégration des femmes et des jeunes dans les activités d'achats locaux il est important de leur assurer un accès aux facteurs de production (terres, capital et intrants) et de promouvoir leur participation dans les structures paysannes.

5.3. PARTIES PRENANTES

5.3.1. ETAT ET SES INSTITUTIONS

L'Etat doit jouer un rôle politique prépondérant dans la mise en œuvre de la stratégie à travers les institutions concernées. La composante de dialogue politique sera assurée par le HC3N appuyé par les partenaires techniques et financiers (PTF). Ce plaidoyer visera particulièrement les décideurs politiques et les PTF à travers la mise en place d'un cadre fédérateur. Un accent particulier sera porté sur la nécessité de débloquer les ressources financières au moment où cela est nécessaire.

En tant que responsable de l'organisation et de la réalisation effective des achats, l'OPVN sera chargé de la préparation des plans annuels de travail qu'il soumet à l'approbation du Comité National d'Achats Locaux d'aliments auprès des petits producteurs. Ce plan est établi sur la base d'un recensement de tous les besoins en achats locaux ainsi que sur le ciblage des disponibilités de vivres. L'OPVN prépare les contrats d'achats avec les organisations des producteurs et veille à leur bonne exécution. Il déploie son personnel et sa logistique pour assurer la collecte des produits sur les marchés. Il assure le contrôle de la qualité des denrées achetées, leur conditionnement et leur stockage. Un contrat de prestations sera signé entre l'Office et chacune des institutions qui souhaiteraient que des vivres lui soient achetés par la procédure d'achats locaux.

5.3.2. COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Les collectivités territoriales (régions, communes) constituent un maillon important dans la stratégie nationale d'achats locaux d'aliments en ce sens qu'elles offrent les opportunités (cadres) juridiques et concessionnelles aux acteurs impliqués dans la mise en œuvre de cette stratégie. Les collectivités doivent servir de porte d'entrée pour sensibiliser et informer les producteurs ruraux sur l'opportunité qu'offre cette stratégie. Elles pourraient également à terme, devenir « acheteuses » pour certains approvisionnements concernant les compétences qui leurs seraient transférées. Elles doivent veiller à ce que leurs plans de développement prennent en compte la stratégie au moment de leur élaboration et/ou révision.

5.3.3. PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES

Les petites et moyennes entreprises (PME) de transformation des produits agricoles et animaux, bénéficieront d'opportunités d'approvisionnement de produits agricoles de qualité par les petits producteurs et leurs organisations. Elles bénéficieront également des opportunités d'innovations

technologiques en relation avec les institutions de recherche et d'affaires dans le cadre de l'écoulement des produits transformés vers les services sociaux ciblés.

5.3.4. PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS (PTF)

Les partenaires techniques et financiers auront un rôle d'appuis techniques, financiers et méthodologiques dans la mise en œuvre de la Stratégie. Ils contribueront à l'accompagnement des petits producteurs dans le domaine de la production agricole, de l'organisation et de renforcement des capacités des organisations des producteurs. Ils sont membres du comité national et participent au suivi-évaluation des différentes activités des achats locaux.

5.3.5. ORGANISATIONS PAYSANNES

Les organisations paysannes à la base et les faitières sont les intermédiaires directs entre les producteurs, l'Etat et les partenaires techniques et financiers dans la mise en œuvre de la Stratégie. Elles doivent jouer un rôle moteur dans toutes les chaînes de valeurs des filières agricoles. Elles doivent favoriser la mutualisation des efforts aux niveaux des producteurs en matière de commandes groupées et non diffuses comme dans le cas de l'approche de warrantage déjà adoptée dans plusieurs zones agricoles du pays. Elles contribueront également au suivi et évaluation de la mise en œuvre de la Stratégie. Elles assurent la sensibilisation, la formation et l'information de leurs membres sur les avantages attachés aux achats locaux, leur déroulement ainsi que sur les conditions d'accès à ces opérations.

5.3.6. PETITS PRODUCTEURS

Les petits producteurs sont à la fois bénéficiaires et acteurs. Ils sont au centre du processus car le produit à commercialiser provient de leurs activités. C'est pour cela qu'il est attendu d'eux des efforts importants pour accroître leurs productions mais aussi améliorer la qualité et adhérer pleinement aux activités de leurs organisations.

6. OUTILS ET MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

Pour la mise en œuvre de la stratégie il est nécessaire de disposer des outils et des moyens adéquats au niveau de la production et au niveau des achats.

6.1. OUTILS DE MISE EN ŒUVRE

Les outils de la mise en œuvre de la stratégie sont constitués entre autres de :

- Dispositif de fixation/négociation du prix ;
- Textes réglementaires de la stratégie ;
- Outil d'évaluation des besoins ;
- Mécanisme de contrôle de qualité des produits (analyse des laboratoires)
- Document d'enquête d'évaluation des excédents ;
- Plan de communication sur les achats locaux ;

Une situation de référence permettra de réaliser l'inventaire exhaustif de ces outils.

6.2. MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

La mise en œuvre de la stratégie reposera sur les moyens ci-dessous déjà en place :

- Le réseau des magasins et de la logistique de l'Office National des Produits Vivriers du Niger ;

- Les infrastructures de stockages des petits producteurs et de leurs organisations ou de leurs partenaires ;
- Le réseau des magasins de stockage de la Centrale d'Approvisionnement des intrants et matériels agricoles (CAIMA) ;
- Le réseau des maisons du paysan ;
- Etc.

7. CHAMPS D'APPLICATION

Après l'adoption de la Stratégie, les excédents commercialisables des petits producteurs sont prioritaires pour les achats effectués par l'Etat et ses partenaires. En particulier, les achats effectués dans le cadre de la reconstitution des stocks nationaux de sécurité alimentaire, les cantines scolaires et les autres établissements publics disposant d'un système de restauration collective seront concernés.

7.1. ACHATS LOCAUX POUR LA RECONSTITUTION DES STOCKS NATIONAUX

Les stocks nationaux de sécurité comportent deux composantes à savoir la Réserve Alimentaire Stratégique (RAS) financée avec les fonds provenant du budget national et le Stock National de Sécurité (SNS) financé par le Fonds Commun des Donateurs (FCD). L'utilisation de la procédure d'achats locaux pour la reconstitution des stocks est acceptée et même encouragée par les partenaires techniques et financiers tout comme par l'Etat. Pour cette raison, la procédure d'achats locaux a déjà été utilisée à plusieurs reprises aussi bien pour la reconstitution de la RAS que du SNS.

7.2. ALIMENTATION DES CANTINES SCOLAIRES

Le gouvernement nigérien et ses partenaires assurent le ravitaillement des cantines scolaires. Une partie de ces vivres est achetée par le biais de la procédure d'achats locaux, notamment dans le cadre des activités du Programme d'Acquisition d'Aliments (PAA).

7.3. ACHATS DE STOCKS DIVERS

On classe dans cette rubrique les différentes situations où des achats de vivres sont effectués pour les besoins de certains établissements qui fournissent des repas collectifs comme les Maisons d'arrêts, les hôpitaux, les casernes, etc. Sont également concernés les achats effectués par les partenaires comme certaines agences des nations unies (PAM, FAO), certains projets et ONG dans le cadre de leurs activités de distribution gratuites ciblées des vivres ou autres.

8. DISPOSITIF DE MISE EN ŒUVRE ET STRATEGIE DE FINANCEMENT

8.1. DISPOSITIF DE MISE EN ŒUVRE

La mise en œuvre de la SNALAPP reposera sur un dispositif déjà en place au niveau national, régional, départemental et communal et établi dans le cadre de la mise en œuvre de l'Initiative 3N. Il est décrit comme suit :

8.1.1. COMITÉ D'ORIENTATION

Le comité d'Orientation (CO) de la SNALAPP sera l'organe d'orientation politique de la stratégie et veillera à sa mise en œuvre effective. A priori, il sera composé de :

- Haut-Commissaire à l'Initiative des 3N ;
- Secrétaire Permanent du Dispositif national de gestion des catastrophes et crises alimentaires ;
- Les SG des ministères concernés.
- Représentant Résident de la FAO ;
- Représentant Résident du PAM ;
- Président du RECA ;
- Président chambre du commerce

Il aura pour tâches, entre autres :

- La conduite des plaidoyers du Haut-Niveau et approfondissement du débat politique autour des achats locaux ;
- La veille sur l'environnement des achats locaux pour une garantie de transparence des opérations ;
- La recherche et la mobilisation de financements.

8.1.2. COMITÉ TECHNIQUE NATIONAL

Le comité technique national (CTN) sera l'organe technique chargé de la mise en œuvre de la SNALAPP. Il sera composé des points focaux désignés par tous les ministères impliqués directement dans la mise en œuvre de la stratégie, du représentant désigné du RECA, des points focaux désignés par la FAO et le PAM. Il sera appuyé par une cellule légère de suivi-évaluation qui pourrait être logée au niveau de la Direction de suivi-évaluation du HC3N.

Il aura comme tâche :

- L'élaboration du plan annuel de travail et sa défense auprès du comité national de pilotage;
- La veille sur la mise en œuvre du plan de travail adopté ;
- La conduite des activités de suivi-évaluation en s'appuyant sur la cellule légère mise en place à cet effet ;
- La consolidation des résultats et la préparation des rapports généraux et spécifique ;
- La participation à la recherche des financements et la mobilisation des financements annoncés.

Le suivi évaluation de la stratégie s'alignera donc au dispositif de suivi évaluation de l'I3N et prendra en compte le dispositif existant aux niveaux des parties prenantes. Parmi les indicateurs à rechercher, il y aura entre autres :

- Le niveau de financement mobilisé ;
- Le nombre de petits producteurs bénéficiaires ;
- Les quantités de stocks réalisées ;
- Les infrastructures réalisées ;
- Les établissements/services ayant bénéficié des achats d'aliments et le volume mobilisé ;
- Etc.

Des évaluations externes et des audits de fonds reçus seront organisés. Le plan d'action précisera en détail ce dispositif.

8.1.3. COMITE TECHNIQUE RÉGIONAL

Le Comité Technique Régional (CTR) est l'organe régional de veille sur la mise en œuvre de la SNALAPP. Il est déjà en place et sa composition est comme suit :

- SG Gouvernorat ;
- Directions Régionales ;
- CR/HC3N ;
- CR/SAP ;
- Chambre régional d'Agriculture ;
- Structures déconcentrées des OI ;
- Etc.

8.1.4. COMITE TECHNIQUE DÉPARTEMENTAL (CTD)

Il est l'organe départemental de veille sur la mise en œuvre de la stratégie. Il est également en place et composé de :

- SG Département ;
- Des Directions Départementales ;
- Structures déconcentrées des OPs ;
- Etc.

8.1.5. COMITE TECHNIQUE COMMUNAL (CTC)

Il est l'organe communal de veille sur la mise en œuvre de la stratégie. Il est déjà en place et composé comme suit :

- Maire ;
- Conseil communal
- CDA/CPF/CIB
- Structures déconcentrées des OPs ;
- Etc.

8.2. MÉCANISMES OPÉRATIONNELS DE FINANCEMENT

Le financement de la stratégie nationale d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs va de pair avec les différents instruments de financement ayant des procédures très variées dont les principaux se résument comme énumérés ci-après :

- Les achats institutionnels d'aliments financés par le Trésor National, se limitant seulement aux achats pour la reconstitution de la Reserve Alimentaire Stratégique (RAS) et pour l'alimentation des scolaires sous forme de « cantines scolaires ». Pour ses achats, l'Etat dégage annuellement des enveloppes financières en fonction des besoins et de sa capacité de mobilisation des ressources financières. La Stratégie nationale d'achats locaux d'aliments doit être soutenue désormais par l'Etat à travers un cadre budgétaire approprié. Ceci constitue une condition nécessaire pour assurer la viabilité des opérations d'achats locaux d'aliments.
- La reconstitution de stock national de sécurité (SNS) par le biais de la commission mixte de concertation (CMC) Etat-Donateur où des fonds sont alloués pour procéder à des achats sous forme physique. Dans certains cas, les conventions de dons dans le cadre de la reconstitution du SNS précise que les fonds doivent être utilisés en suivant la procédure d'achats locaux. C'est dire l'importance que les donateurs accordent à cette forme d'achat. Un autre fonds d'intervention humanitaire, destiné à financer les actions d'atténuation des

crises, composé du (i) Fonds Commun des Donateurs (FCD) ; et (ii) du Fonds de contrepartie de l'aide alimentaire pourrait également contribuer à la réussite de la Stratégie en termes de libérations rapide des fonds au moment opportun. Au niveau de l'Elevage, un fonds d'appui au secteur de l'Elevage pourrait également constituer une source de financement des achats locaux des produits animaux ;

- Le PAM à travers le PAA qui offre aux OP un marché d'apprentissage en vue de les préparer à répondre aux appels d'offres institutionnels, publics ou privés. Le PAA a testé trois modalités d'achat que sont (i) le contrat direct, (ii) le contrat à terme et (iii) l'appel d'offre simplifié afin de concrétiser le modèle de progression des OP et les amener à pouvoir participer aux appels d'offres classiques du PAM et accéder à d'autres marchés à l'instar des marchés publics.
- Les projets et programmes, utilisant la procédure de passation des marchés publics à travers les appels d'offre. Afin de participer pleinement à la stratégie d'achats locaux d'aliments ces derniers doivent se conformer aux modalités du PAA ci-dessus mentionnées.
- Le mécanisme bancaire de financement d'achats locaux d'aliments très peu répandu au Niger. La principale expérience est l'approche de warrantage promue par des Organisations de Producteurs et certains projets en collaboration avec des institutions financières décentralisées. Ceci permettrait aux petits producteurs d'avoir des recettes agricoles substantielles pour faire face aux besoins de sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi qu'aux investissements agricoles et les obligations sociales. Ce mécanisme de financement d'achats locaux doit être encouragé par la stratégie pour limiter le bradage des produits au moment inopportun. La création des lignes de crédits au sein des institutions de micro finance par les partenaires techniques et financiers permettrait à ces dernières d'octroyer des crédits aux producteurs avec un maximum de garantie pour leur solvabilité.

Les autres systèmes de financement sont pour la plupart informels et sont aussi sources de perturbation des marchés agricoles et d'aggravation de la pauvreté des producteurs ruraux. Il s'agit des usuriers, des commerçants spéculateurs des intrants et produits agricoles et autres intermédiaires, souvent relativement bien organisés et dont les comportements et actions peuvent dérégler toute la chaîne de valeur en leur permettant de réaliser le maximum de profit. Pour contrecarrer ce mécanisme informel de financement d'achats d'aliments locaux, la stratégie devrait proposer aux producteurs un prix rémunérateur au-dessus des prix nominaux des marchés locaux et de ces intermédiaires.

9. HYPOTHÈSES ET LES RISQUES

9.1. HYPOTHÈSES.

L'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie nationale d'achats locaux d'aliments auprès des petits producteurs se fait sur la base des hypothèses ci-après :

- Les achats locaux augmentent l'investissement dans le secteur agricole ;
- Les achats locaux sécurisent les approvisionnements pour les stocks de sécurité alimentaire ;
- Les achats locaux constituent un moyen d'approvisionner les établissements/services sociaux (les hôpitaux, les maisons d'arrêt, les casernes, les cantines scolaires ...) ;
- Les achats locaux augmentent l'efficacité de la réponse en cas d'urgence ;
- Les achats locaux favorisent l'accès au marché pour les petits producteurs ;
- Les achats locaux participent au dynamisme des petits producteurs et leurs organisations et améliorent leur capacité d'intervention.

9.2. RISQUES

La mise en œuvre de la Stratégie présente également certains risques dont la mitigation est nécessaire.

- Les achats locaux auprès des petits producteurs sont susceptibles de perturber le marché lorsque la période et la zone d'achat sont mal choisies ;
- Les achats locaux sont susceptibles de réduire le stock d'autoconsommation des petits producteurs ;

D'autres types de risques, qui ne sont pas associés à la mise en œuvre de l'opération pourraient apparaître. Il s'agit notamment :

- Risque de conflits de compétences par une mauvaise application des textes ;
- Risque de déviation du principe de privilégier le petit producteur sous l'influence des plus nantis ou de clientélisme des leaders des organisations.

Pour toutes ces raisons, et pour minimiser les risques liés à ces hypothèses, le cadre juridique et institutionnel de mise en œuvre de la stratégie doit être rigoureusement appliqué et accompagné de mesures de redressement nécessaires au besoin.