

**MODELE REUSSE DE CHAINE DE VALEUR DIRIGEE PAR
LES PRODUCTEURS :
ETUDE DE CAS DE LA SOCOOPMATPA**



LE MANIOC AU CAMEROUN

Marie Joseph MEDZEME ENGAMA
Experte en développement des chaînes de valeur agricoles

PROPAC

Tel+237 6 99 89 36 85

@: ajefad@live,fr

DURBAN, 28 NOVEMBRE 2015

SOMMAIRE

► Introduction

1. Contexte: Bref aperçu de la filière manioc au Cameroun
2. Description de la coopérative:
 - Carte de visite de l'organisation
 - Trajectoire de développement de l'organisation
 - Fonctionnement institutionnel et organisationnel
 - Business Model de l'organisation
 - Offres de services
 - Réalisations
3. *Financement des activités de la chaîne de valeur manioc par la SOCOOPMATPA*
4. Partenariats
5. Facteurs clés de succès
6. Principales contraintes
7. Opportunités

Conclusion

INTRODUCTION

- ▶ Mise en œuvre des recommandations du 2^{ème} Briefing continental les 13 et 14 juillet 2014 à Nairobi

- ▶ L'objectif de l'étude de cas est de décrypter l'expérience de la SOCOOPMATPA à travers:
 - * la capitalisation de sa trajectoire de développement,
 - * le fonctionnement institutionnel et organisationnel,
 - * et le modèle économique.

1. Contexte

- ▶ La filière manioc au Cameroun présente une importance particulière:
 - ▶ Premier aliment de base consommé par 7 à 8 millions de camerounais et dans tous les pays de la région Afrique Centrale
 - ▶ Plus de 40 recettes culinaires et utilisation diverse
 - ▶ Débouchés et opportunités de marché énormes
 - ▶ Génération des revenus des ménages ruraux
 - ▶ Cultivé dans toutes les zones agro-écologiques couvrant neuf (09) régions sur dix (10)
 - ▶ Deux types de variétés sont cultivées:
 - les variétés douces, traditionnelles à faible rendement (10 à 15 tonnes/ha)
 - les variétés améliorées avec 30-35 tonnes /ha

- ▶ En dépit de cette importance du manioc plusieurs problèmes récurrents plombent le développement des chaînes de valeur
- ▶ *une Stratégie de développement de la filière manioc au Cameroun 2010-2020 est élaborée,*
- ▶ *Avec pour objectif « d'asseoir une filière manioc, organisée, structurée et compétitive pour devenir l'un des moteurs de la croissance forte et soutenue, réductrice de pauvreté par la création des richesses et d'emplois qui serviront à améliorer les conditions de vie des populations camerounaise.*

2. Description de la coopérative

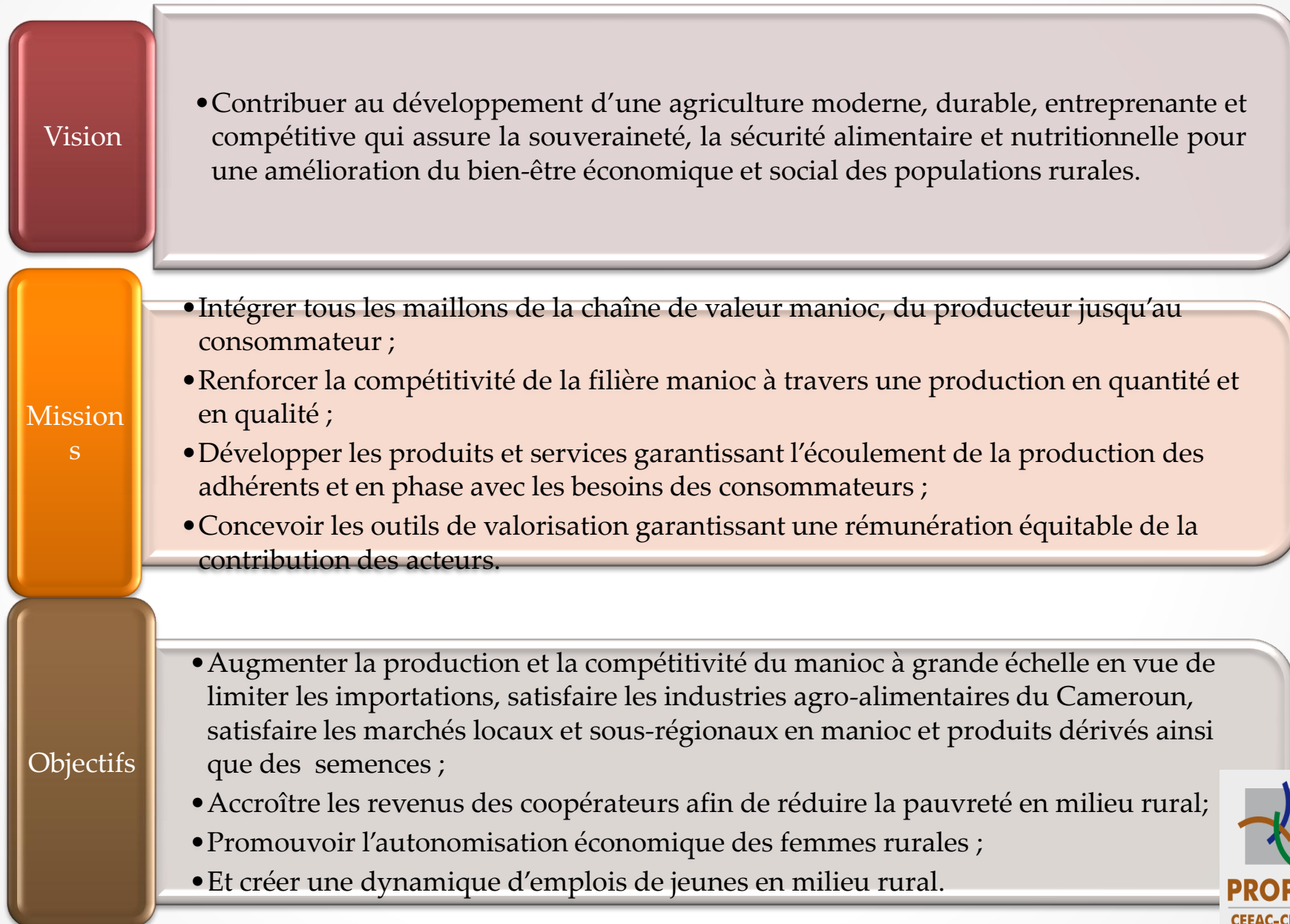
- **La Société Coopérative de Manioc, autres Tubercules et Produits Agricoles (SOCOOPMATPA)**

est une coopérative de production agricole constituée d'une trentaine d'organisations paysannes de niveau 1- groupements d'initiatives communes (GIC))- et des coopératives dont l'objet est de promouvoir le bien-être économique et social de ses membres. Les organisations paysannes membres de la SOCOOPMATPA œuvrent principalement dans le développement de la chaîne de valeur manioc à travers la production, la transformation et la commercialisation du manioc et ses produits dérivés. Elle couvre le département de la Mefou et Akono dans la Région du Centre Cameroun.

2.1. Carte de visite de la SOCOOPMATPA

Date de création	Mai 2004
Effectif actuel des adhérents	417 petits producteurs, constitués de 244 femmes, 138 hommes et 35 jeunes.
Effectif à la création	109
Nombre d'employés	35 jeunes, membres de la Coopérative
Capital social	4 000 000 FCFA
Membre d'une OP Faîtière	La SOCOOPMATPA est membre de la CNOP-CAM (Concertation Nationale des Organisations Paysannes du Cameroun)
Statut juridique	Coopérative de production agricole avec Conseil d'Administration
Intérêt socio-économique	Promouvoir le bien-être économique et social de ses membres

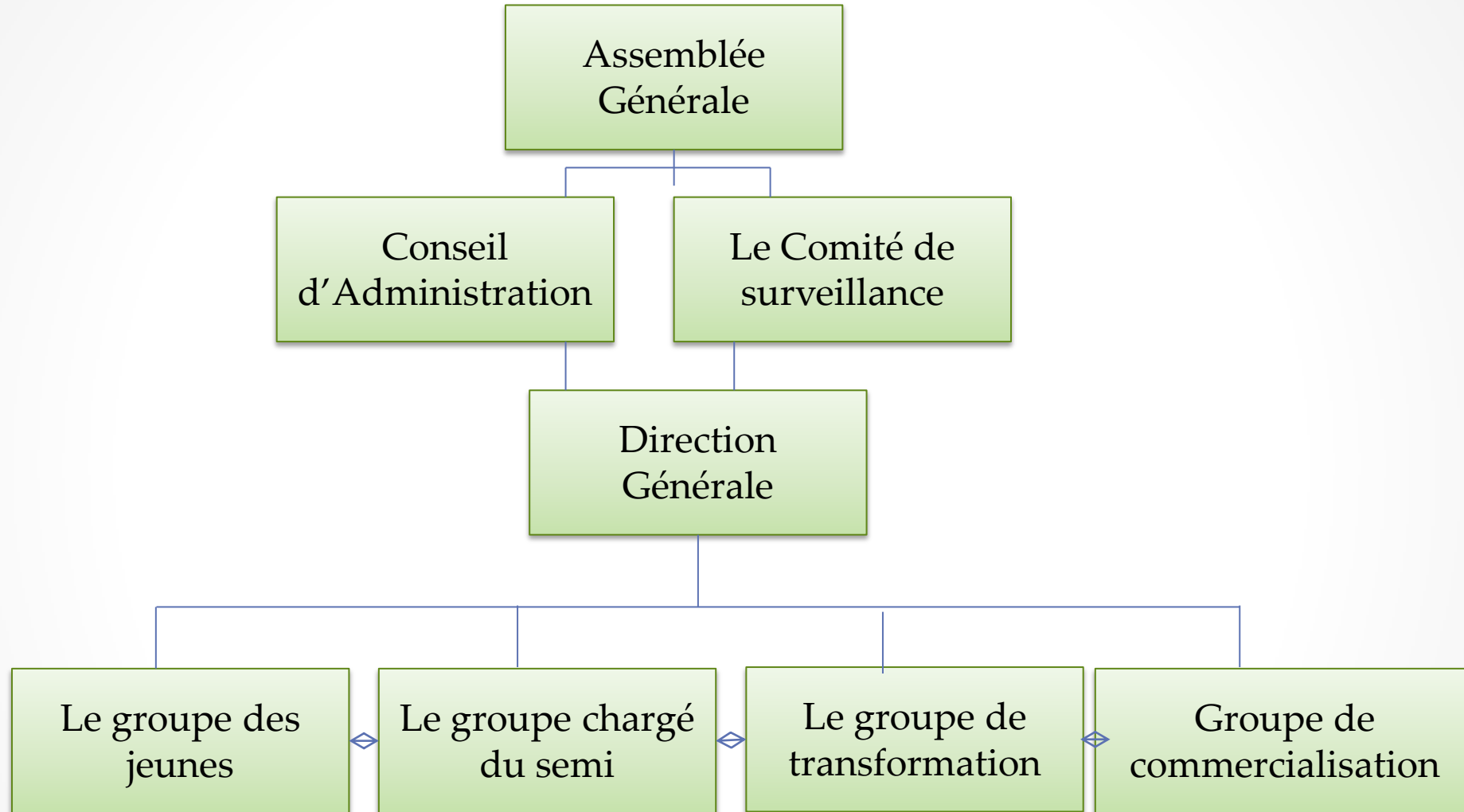
2.1. Carte de visite: Vision- Missions- objectifs (suite)



2.2. Trajectoire de développement de l'organisation

- Le groupement est née en décembre 1999 d'un noyau de 109 petites agricultrices regroupées autour d'une association de femmes rurales.
- Ce regroupement de femmes rurales se consacrait à la production de plusieurs produits vivriers avec le manioc comme principale spéculaton.
- La production variait entre $\frac{1}{4}$ ha à $\frac{1}{2}$ ha de production en culture associée
- 30 octobre 2002, le groupe se structure en 32 GIC
- En 2004, l'Union de GIC se transforme en fédération (FUGIMA)
- En Janvier 2013, la FUGIMA se transforme en Coopérative dénommée SOCOOPMATPA avec pour objectif ;
- Développer une agriculture orientée vers le marché

2.3. Fonctionnement institutionnel et organisationnel





2.4. Business Model de l'organisation

- ▶ Le business modèle de la SOCOOPMATPA repose sur :
- ✓ Une intégration réussie des différents maillons de la chaîne de valeur : Fourniture d'intrants, production, transformation/conditionnement et commercialisation qui permet de dégager une meilleure valeur ajoutée ;
- ✓ une claire répartition des des rôles et responsabilités entre les membres et leur coopérative;
- ✓ Une répartition équitable des bénéfices

2.4. Business modèle de l'organisation (suite)



Approvisionnement en intrants:

- Production et distribution des semences (boutures de manioc)



Production de tubercules



Transformation:

Farine panifiable ; gari ; fufu ; cossettes ; amidon ; bâton de manioc ; mintoumba ; spaguetti, ; gâteau, biscuits, aliment pour animaux, tinture ; alcool etc



Commercialisation

Vente des semences et tubercules de manioc frais

Livraison des bâtons aux revendeurs:

Livraison du tapioca et farine dans les établissements scolaires et secondaires: tous les samedi

Ventes directes dans les villages et aux marchés urbains, tous les samedis



2.5. Offre collective de services au bénéfice des adhérents



- L'approvisionnement en intrants (semence) ;
- Rachat de 80% de la production des membres ;
- La mutualisation de la force de travail par l'instauration des groupes de travail ainsi que la planification des tours de travail hebdomadaires aussi bien dans les champs communautaires que dans les champs individuels des membres ;



2.5. Offre collective de services au bénéfice des adhérents



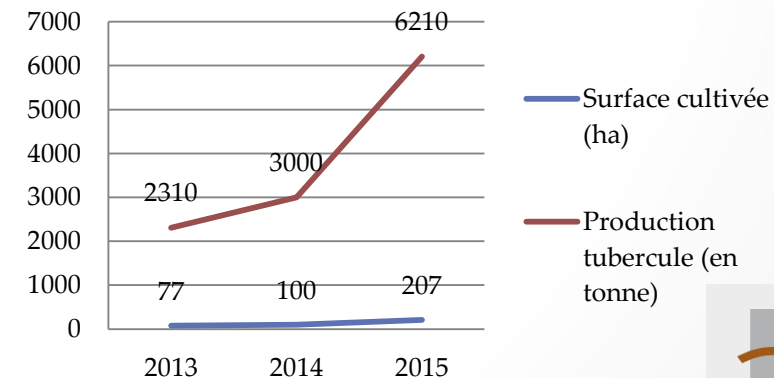
- L'encadrement technique des membres de la coopérative ;
- Le financement des activités de production des membres par l'octroi des petits crédits qui permettent aux adhérents d'investir dans l'intensification de leur production.

2.6. Réalisations



- Depuis 2013, la SOCOOPMATPA a réalisé 28 ha de champs semenciers pour une production de 10 752 000 boutures de variétés améliorées provenant de l'IRAD et de l'IITA, certifiées par le MINADER
- 11 520 tonnes de tubercules frais sur une superficie cultivée de 384 ha

Graphique 1: Evolution des superficies cultivées et de la production de manioc les trois dernières années



2.6. Réalisations (suite)

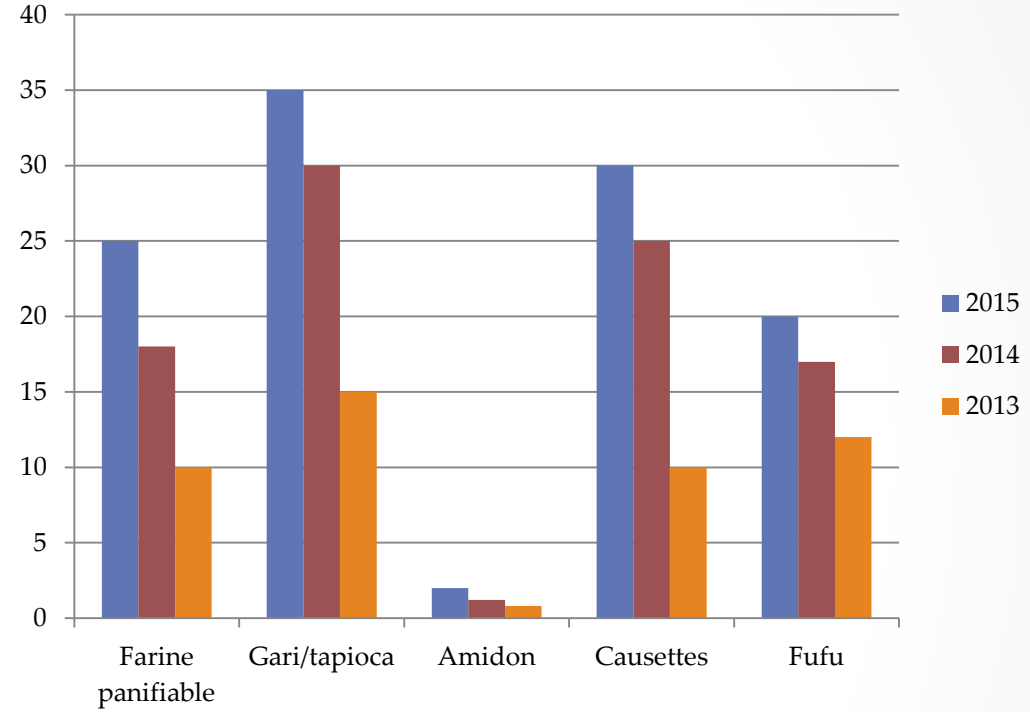


- 850 000 bâtons de manioc et 251 tonnes des autres produits transformés;
- 962 litres de teinture à base de feuilles de manioc et 450 litres d'alcool

2.6. Réalisations (suite)



Graphique 2 : Evolution des produits dérivés du manioc pendant les trois dernières années



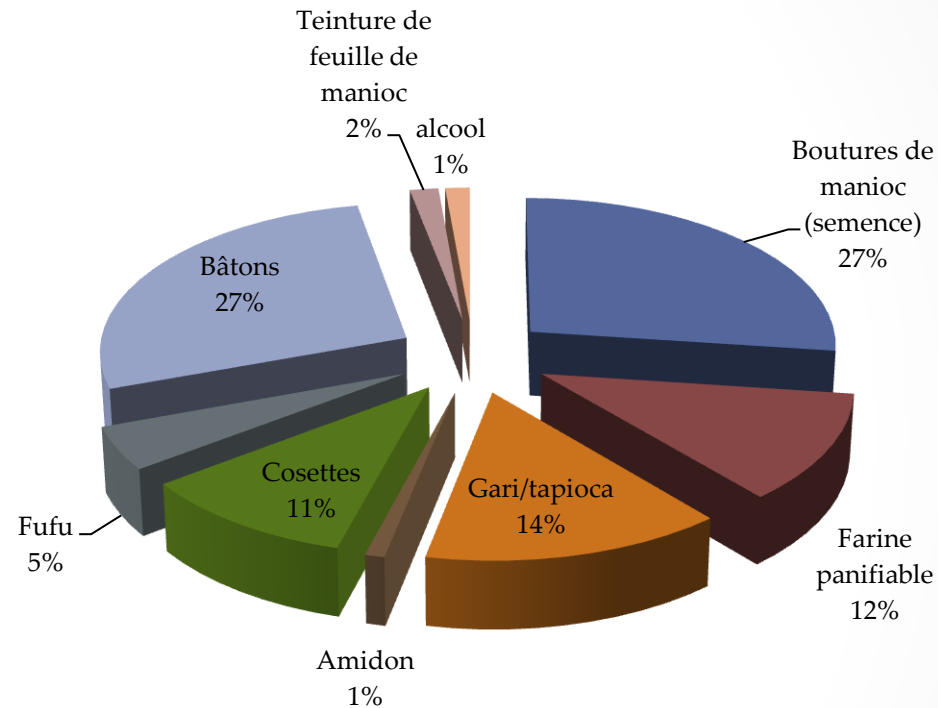
Marchés ciblés



- Les revendeurs (bayam sellam) de Yaoundé, Douala et le poste de peyage routier de Mbankomo ;
- Les écoles ayant un cigle d'internat (Collège Stoll d'Akono, Petit Séminaire de Mbalmayo, Petit Séminaire de Mvolyé) ;
- Le marché périodique d'AKONO Ngoumou ;
- Marchés de Yaoundé (Mvog Mbi, Melen, mokolo etc) ;
- Les consommateurs directs ;
- Les distilleurs d'alcool ;
- Les éleveurs.

2.6. Répartition de la valeur ajoutée dans la chaîne de valeur (suite)

- Chiffre d'affaire global de 160 120 000 FCFA pour les trois dernières années



3. Financement des activités de la chaîne de valeur manioc par la SOCOOPMATPA

- La SOCOOPMATPA développe diverses sources de financements pour ses activités tout au long de la chaîne de valeur manioc. Les produits financiers de la coopérative sont générés par :
 - L'épargne des membres : c'est la première source de financement des activités de la coopérative. Chaque membre épargne au minimum 1000 FCFA par mois ;
 - Les volumes commercialisés de boutures de manioc (semences) ;
 - Le volume commercialisé des produits dérivés de manioc ;
 - Les parts sociales des membres qui sont fixées à 5 parts minimum par membre à raison d'une part à 10.000 FCFA ;
 - Les intérêts prélevés du système de crédit ;
 - Les services offerts aux membres (location du matériel

Mobilisation des ressources financières pour les trois dernières années

Source de revenus & montant par année				
Source	année 2012	Année 2013	Année 2014	Total
Libération des parts sociales	FCFA : 4 750 000	FCFA : 1250 000	FCFA : 625 000	FCFA: 6 625 000
Epargne des membres (1000 FCFA / membre et par mois) et Intérêt	FCFA : 2 280 000 Int 91 200	FCFA : 3 880 000 155 200	FCFA : 4 180 000 167 200	FCFA: 10 340 000 413 600
Dons	FCFA : 100 000	FCFA : 350 000	FCFA : 250 000	FCFA : 700 000 Euros: 1051.098
Commercialisation	FCFA : 22 660 000	FCFA : 58 130 000	FCFA 91 177000	FCFA: 171 967 000
TOTAL	FCFA 29 861 200	FCFA : 63 765 200	FCFA: 9 639 200	FCFA: 190. 045 600

4. Partenaires

- La SOCOOPMATPA est membre de CNOP-CAM et à ce titre, elle bénéficie des appuis multiples : en petit matériel agricole , en renforcement des capacités, et appuis conseil, accompagnement technique;
- La Coopérative a des conventions de partenariats avec les instituts de recherches: IRAD, IITA
- Elle travaille en partenariat avec les Ministères sectoriels: MINADER, MINRESI, MINPROFF,
- La Coopérative travaille en partenariat avec les taxis-brousses pour le transport des produits.
- La SOCOOPMATPA a un compte ouvert dans les registres de la microfinance MC2 à Afriland First Bank

4. Partenariats (Suite)

La SOCOOPMATPA a bénéficié d'un appui technique du CTA à travers la PROPAC sur :

- La facilitation et la mise en lien avec les institutions bancaires locales (Afriland First Bank) afin que la Coopérative puisse accéder au crédit bancaire pour le financement de ses activités
- La Banque a fait un diagnostic et a réaliser une évaluation du système d'épargne endogène mis en œuvre par la Coopérative
- Un programme de renforcement des capacités de la coopérative a été élaboré par la Banque pour la mettre à niveau afin qu'elle soit capable d'accéder facilement au financement bancaire.

5. Facteurs clés de succès

Domaine	Atouts
Business model intégré	- l'intégration réussie des différents maillons de la chaîne de valeur, de la fourniture d'intrants, la production, la transformation/conditionnement et commercialisation qui permet de dégager une meilleure valeur ajoutée.
Une offre collective de service au profit des adhérentes :	La SOCOOPMATPA a adopté depuis sa création, une gamme de services accessible aux petits producteurs membres
Une stratégie de mobilisation des ressources internes pour le financement des activités de la chaîne de valeur manioc	- Le système d'épargne et de crédit autogéré par les producteurs eux-mêmes, - La valeur ajoutée des produits transformés - et les frais d'utilisation en commun du matériel agricole et poste-récolte
Une bonne gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Respect des statuts et règlement intérieur de la coopérative ; ▪ L'existence des comptes bancaires avec au moins trois signataires ; ▪ L'existence d'un Conseil de Surveillance actif ; ▪ Management participatif ; ▪ La confiance et fierté d'appartenance des adhérents ; ▪ La forte implication des membres du Conseil d'Administration dans la gestion et la mise en œuvre des activités

Suite- Facteurs clés de succès

- Une
- la SOCOOPMATPA a mis en place un système d'emploi des jeunes et leur implication dans l'activité agricole de la coopérative.
- Les jeunes, membres de la coopérative sont utilisés comme des employés à temps partiels.
- La disponibilité des membres de la coopérative constitue une forte main d'œuvre
- La SOCOOPMATPA bénéficie d'un positionnement privilégié au sein de la filière racine et tubercule grâce au leadership, à la vision et à la capacité entrepreneuriale avec un Conseil d'Administration solidaire autour de la Présidente, Madame ONDOBO Hélène (Maman Douala) et leur forte implication dans la gestion de la coopérative.

6.Défis

Au regard des enjeux qui se présentent pour le développement de la chaîne de valeur manioc, un certain nombre de défis restent à relever par la SOCOOPMATPA à savoir :

- ✓ Elaborer un plan stratégique de développement de la coopérative
- ✓ Acquérir les outils modernes de gestion;
- ✓ Accroître la productivité et la production du manioc;
- ✓ Approvisionner les pays de la sous-région en semences de qualités et produits dérivés;
- ✓ Acquérir des équipements de transformation et de conditionnement modernes et adaptés ;
- ✓ Maîtriser les normes et les qualités de transformations et de commercialisations des produits du manioc
- ✓ Rapprocher les unités de transformation des bassins de production ;
- ✓ Mobiliser les financements extérieurs pour l'investissement dans la chaîne de valeur manioc.
- ✓ Améliorer le système d'épargne interne de la coopérative
- ✓ Développer un système d'information sur le marché

7. Opportunités

La filière manioc au Cameroun apparaît comme un secteur économique aux énormes potentialités:

- Le manioc est peu exigeante sur le plan agronomique, s'accommode de climats très variés. C'est également un produit stratégique?
- Parce qu'il se transforme en une gamme variée de sous-produits. Son marché représente plus de 80% de la population urbaine et est étalé sur l'année entière quelles que soient les saisons.
- Le manioc est consommé dans tous les pays de la zone CEEAC - CEMAC
- Les perspectives, notamment dans l'utilisation dans les agro-industrie:
 - de la farine de manioc dans les boulangeries,
 - l'amidon dans les industries pharmaceutiques, brassicoles
- et son utilisation dans l'alimentation du bétail sont des opportunités qui s'offrent pour les acteurs de la filière.
- L'implication du secteurs privé (banques, assurance,

Conclusion/Recommandations

- La SOCOOPMATPA est un exemple de réussite d'organisation de producteurs à la base. Elle développe diverses sources de financements pour ses activités tout au long de la chaîne de valeur. Le système d'épargne et de crédit et la vente des produits constituent la principale source de financement des activités de la coopérative.
- Mais la capacité de SOCOOPMATPA à financer les activités se révèle insuffisante pour atteindre les objectifs fixés les ressources financières seront indispensables pour impulser la capacité financière de la coopérative Afin de rendre la filière manioc compétitive sur le marché national et sous régional,
- En outre, la chaîne de valeur manioc ne pourrait se développer de façon durable que si l'on procède au renforcement de la transformation artisanale en cours au sein de la coopérative ; la normalisation de la qualité des produits ; l'amélioration de l'accès au financement
- Pour opérationnaliser la politique nationale sur le développement de la filière manioc, la présente étude préconise des interventions dans tous les segments de la chaîne de valeur:

Conclusion/Recommandations

- **Sur la production** :
- Améliorer la production et la productivité du manioc en mettant à la disposition des producteurs les technologies innovantes de production et les intrants adaptés aux changements climatiques
- accompagner les producteurs dans la modernisation de leurs outils de travail et la développer des programmes de recherche sur la filière manioc et assurer l'interface entre les producteurs et la recherche ;
- financer la production et développer les autres aspects de la filière, notamment la transformation, la commercialisation et l'exportation au niveau sous-régional.

Sur la transformation, les principales stratégies concernent :

- la formation des transformateurs sur l'hygiène alimentaire, les normes et standardisation ; l'utilisation des technologies innovantes poste-récoltes, la gestion des stocks ;
- la création et/ou le renforcement des unités semi-industrielles dans les bassins à forte production
- la vulgarisation des méthodes de conservation existantes à recommander aux petits et moyens producteurs.
- faciliter les liens avec les agro-industries

Sur la commercialisation,

- l'organisation et la professionnalisation des agents de commercialisation et le financement de leurs activités ;
- la promotion d'une libre circulation des produits de manioc ;
- la mise en place des facilités de crédits pour la commercialisation
- la mise en place d'un système d'information sur les quantités et les prix de manioc.

Sur les exportations dans la sous région :

l'encouragement de la diversification de la transformation en vue de la fabrication des produits utilisés par les industries textiles, alimentaires, pétrolières, etc. (amidon, aliment pour bétail, cossettes de manioc, industries pharmaceutiques, alcool, etc.)

La mise en œuvre d'un système de contrôle de qualité efficace des produits transformés ;

La prospection et la conquête des marchés régionaux et internationaux ;

l'installation des observatoires au niveau des frontières pour évaluer la demande à l'exportation;

- Structurer les producteurs et leurs organisations dans la chaîne de valeur
- Mettre en place une interprofession au niveau national et régional

Eu égard à tout ce qui précède, force est de constater que le manioc est produit et consommé dans la majorité des pays d'Afrique Centrale et contribue à une grande part à la sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations de la Région. Pour cela, le développement durable d'une chaîne de valeur manioc à l'échelle sous régional est nécessaire. Pour ce faire il importe d'étendre cette étude au-delà des frontières du Cameroun et de réaliser une étude de marché au niveau régional.



