



USAID | **GUINÉE**
DU PEUPLE AMERICAIN

ACTIVITE DE RENFORCEMENT DE LA COMMERCIALISATION AGRICOLE EN GUINEE

LA FILIERE PETIT PIMENT EN GUINEE

AOÛT 2006



Août 2006

Cette publication a été produite pour l'Agence américaine pour le développement international. Elle a été préparée par Chemonics International Inc.

ACTIVITE DE RENFORCEMENT DE LA COMMERCIALISATION AGRICOLE EN GUINEE

LA FILIERE PETIT PIMENT EN GUINEEE

PCE-I-00-99-00003-00
Task Order No. 29

Les opinions exprimées dans cette publication ne représentent pas nécessairement celles de l'Agence américaine pour le développement international ou du gouvernement américain.

TABLE DES MATIERES

Resumé exécutif	1
Introduction	3
Tâches du consultant	3
Méthodologie et déroulement de la mission	4
Présentation du rapport final	4
Chapitre 1: Situation actuelle et perspectives de développement des exportations du petit piment en Guinée	5
1.1. Bref rappel des principales caractéristiques du petit piment	5
1.2. Analyse de la production - expériences récentes en Guinée	6
1.3. Analyse de la commercialisation - expériences récentes en Guinée	7
Chapitre 2: Analyse des marchés potentiels d'exportation	9
2.1. Description sur l'importance des marchés	9
2.2. Conditions d'exportation de petit piment	11
Chapitre 3: Principales contraintes à la production et à l'exportation du produit en Guinée	13
3.1. Principales contraintes de la filière	13
Chapitre 4: Analyse du positionnement de la Guinée	15
Chapitre 5: Conclusion et recommandations et raisons de choix	17
Bibliographie	19
Annexe 1. Coût de production d'un hectare de petit piment	
Annexe 2. Coût direct d'acquisition d'un tonneau solaire en euros	
Annexe 3. Les échelles de mesure de la capsaïcine du petit piment	
Annexe 4. Liste des personnes rencontrées	

LISTE DES ABRÉVIATIONS

ACA	Agence pour la commercialisation agricole
ADF	African Development Foundation
APEK	Association pour le développement économique de Kindia
AGR	Activité génératrice de revenus
ARCA	Projet de renforcement de la commercialisation agricole en Guinée
BCEPA	Bureau central des études et de planification agricole
BM	Banque mondiale
CAFEX	Centre d'appui aux formalités administratives d'exportation
CAOPA	Cellules d'appui aux organisations professionnelles agricoles
CCI	Centre du commerce international
CI	Cadre intégré
CIF	Cost including freight
CNFG	Communauté nourricière du Fouta-Djallon
CRD	Communauté rurale de développement
CR	Collecteur rural
CU	Collecteur urbain
CRA	Centre de recherche agronomique
DSRP	Document de stratégie de réduction de la pauvreté
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
FOGUIRED	Fonds de reconversion de la dette italienne de Guinée
GNF	Franc guinéen
IMF	Institutions de micro-finance
IRAG	Institut de recherche agronomique de Guinée
LPDA	Lettre de politique de développement agricole
MAEF	Ministère de l'agriculture, de l'élevage et des forêts
OMC	Organisation mondiale du commerce
ONG	Organisation non gouvernementale
OP	Organisation de producteurs
OPA	Organisation professionnelle agricole
PCPEA	Projet cadre de promotion des exportations agricoles
PEGRN	Programme élargi de gestion durable des ressources naturelles
PLADOR	Plateforme pour l'autopromotion et le développement organisationnel
PRPE	Programme de réduction de la pauvreté par l'exportation
PSSA	Programme spécial de sécurité alimentaire
PTF	Plateforme multifonctionnelle

TVA	Taxe à la valeur ajoutée
UE	Union européenne
UK	Royaume Uni (United Kingdom)
UPBM	Union des Producteurs de Benna et de Moussayah
USAID	Agence américaine pour le développement international
QUIBB	Questionnaire sur les indicateurs de base

Equivalence monétaire

Unité monétaire = Franc guinéen (GNF)

1 \$EU = 5 500 GNF

1 Euro = 6 5000 GNF

Année fiscale = 1er janvier – 31 décembre

RESUME EXECUTIF

Jadis considéré comme culture marginale, le petit piment apparaît de nos jours comme un produit très rémunérateur pour les communautés vivant généralement dans des zones réputées les plus pauvres du fait de son fort potentiel d'exportation dans les pays voisins comme le Sénégal, la Sierra Léone, la Gambie et le Mali, mais aussi sur le marché international. La production annuelle de la Guinée varie entre 4.000 à 6.000 tonnes et près de 40% fait l'objet dans l'exportation. Le revenu brut dégagé par ce produit est estimé à plus de 30 milliards GNF soit près de six millions de dollars américains. L'émergence de ce produit est dû, d'une part à l'évolution croissante du prix qui est passé de 2.500 GNF par kilogramme en 2000 à une moyenne de 10.000 à 15.000 GNF en 2005/2006, et d'autre part aux conditions agro-écologiques exceptionnelles entraînant peu d'investissement et à l'allongement de sa période de culture pouvant atteindre deux à trois années de récolte.

Toutes les régions naturelles de la Guinée offrent des conditions climatiques propices à la culture du petit piment. Toutefois, il existe des zones à fort potentiel de production et d'exportation comme Sikhourou (Forécariah), Madina Oula (Kindia), et Parawol (Lélouma), où le petit piment est la principale culture motrice pratiquée par deux exploitants sur trois, avec une prédominance nette des femmes à tous les stades de la filière. Dans ces zones, on note l'émergence de producteurs bien structurés en groupements et/ou unions ainsi que des structures et organisations non gouvernementales (ONGs) nationales d'appuis (Institut de recherche agronomique de Guinée (IRAG), Agence pour la commercialisation agricole (ACA), Programme spécial de sécurité alimentaire/ Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (PSSA/FAO), Plateforme pour l'autopromotion et le développement organisationnel (PLADOR)/GTZ, etc.) qui sont des atouts pour cette culture

Les principales contraintes de la filière concernent sa culture extensive, caractérisée par un mélange variétal et une mauvaise condition de stockage, qui affectent négativement sa valeur commerciale notamment sur le marché sénégalais, où il fait l'objet de concurrence avec le petit piment du Bénin (emballage en plastique, homogénéité et pureté). Cependant le piment de Guinée jouit d'une bonne réputation à cause de sa concentration élevée de capsaïcine et de son goût auprès des consommateurs.

Le marché international de petit piment et des autres épices, est très porteur et dynamique (près de deux milliards de dollars américains). Les marchés de l'UE, des USA et des pays arabes, sont des marchés potentiels pour le petit piment de Guinée. Outre le marché de l'alimentation, il faut signaler l'émergence de celui de l'industrie des bombes de défense individuelle civile.

Les appuis prioritaires que l'USAID pourrait apporter concerneront en premier lieu l'introduction de matériels de séchage (tunnel photovoltaïque) et des meilleures variétés répondant au marché mondial, l'épuration et la diffusion des trois meilleures variétés locales, l'organisation de tests d'exportation sur le marché international, la mise en place d'une filière Bio et la formation sur les normes de qualité, etc. Par ailleurs, il est apparaît

souhaitable d'envisager le développement d'une filière Bio avec une certification Ecocert tel que c'est le cas au Burkina Faso et en Inde. Dans ce cadre, la Guinée pourrait donc exporter sur les différents marchés (sous régional et international) du petit piment frais à condition de respecter les normes mais également d'autres formes plus élaborées (bien séché et moulu) de ce produit.

INTRODUCTION

Cette étude s'inscrit dans le cadre de l'Activité de renforcement de la commercialisation agricole en Guinée (ARCA-Guinée), un projet financé par l'USAID et mis en œuvre par Chemonics International Inc. Ce projet contribue à l'atteinte de l'un des objectifs généraux de la politique de développement du secteur agricole (LPDA 2) du Gouvernement de Guinée qui vise l'appui au secteur privé dans le cadre de la promotion des exportations agricoles. C'est l'axe suivi par ARCA-Guinée dont l'objectif principal est d'augmenter la production et la commercialisation des produits prometteurs agricoles et forestiers qui répondent aux rigueurs du marché.

Cet objectif sera atteint à travers l'assistance technique et la formation dans les fonctions clés des filières, et le renforcement des liens entre le secteur privé guinéen et le secteur privé régional/international en vue d'augmenter la compétitivité des produits locaux sur les marchés.

Cette étude porte sur l'analyse du potentiel d'exportation de huit produits de base. Les activités sont axées sur l'exécution des analyses préliminaires des produits suivants afin de déterminer la possibilité pour que chaque produit puisse être développé dans une dynamique agro-industrielle en Guinée. Les produits à analyser sont :

- Le petit piment
- La tomate cerise
- Le haricot vert extra-fin
- Le haricot vert Bobby
- Le melon
- La pastèque
- Le gombo
- La variété Ravayas d'Aubergine.

TÂCHES DU CONSULTANT

Sur la base des termes de références et des clauses contractuelles, il est demandé au consultant les tâches suivantes :

- (i) passer en revue les événements récents, la situation actuelle et les perspectives de production et d'exportation pour chaque produit de base venant de la Guinée. S'il n'y a pas d'expérience en matière de production et de commercialisation dans le pays, expliquer les vraisemblances raisons
- (ii) Analyser les marchés d'exportation pour chaque produit de base ayant un plus grand potentiel ; fournir les informations sur la taille des marchés, les taux de croissance, les standards et normes des produits ainsi que les canaux pour ces marchés cibles ; fournir les statistiques des importations dans les principaux pays et la moyenne desdites importations

- (iii) Identifier les problèmes majeurs et les contraintes majeures qui seront à surmonter si l'agro-industrie est créée sur la base de la production et de l'exportation pour chaque produit de base
- (iv) Donner des recommandations pour l'appui futur dans le cadre de développement de ces produits par l'USAID et d'autres bailleurs tout en expliquant les raisons de chaque recommandation. Tirer les conclusions quant à la probabilité du devenir d'une agro-industrie viable

Le présent rapport fait partie d'une série de huit (8) rapports dont le contenu varie de 5 à 10 pages chacun. Il traite principalement de la situation actuelle de filière petit piment en Guinée et des perspectives de développement des exportations de ce produit.

MÉTHODOLOGIE ET DÉROULEMENT DE LA MISSION

La méthodologie prévue pour la réalisation de cette étude consiste en :

- La collecte et l'analyse d'informations disponibles sur la filière petit piment auprès des entreprises et des structures publiques dont le BCEPA, de la DNA et du SNSA du ministère de l'Agriculture, auprès de la DNCC et de l'INNM du ministère du commerce, auprès des opérateurs économiques et sur les différents sites Web.
- Des visites de terrain seront programmées si nécessaires.

Ainsi les missions de terrain pour la collecte des données et informations auprès des acteurs de la filière ont eu lieu respectivement :

- Avril - mai 2006 dans les préfectures de Kindia, Mamou, Dalaba, Pita, Labé, et Forécariah (Farmoreah, Fanyé)
- du 30 juin au 9 juillet 2006 dans les préfectures de Dabola (Dabola-Centre, Crd de Bissikirima et de Banko) de Kouroussa (Kouroussa-centre), et de Kankan.

PRÉSENTATION DU RAPPORT FINAL

Ce rapport est structuré autour de cinq chapitres. Le premier chapitre traite de la situation actuelle et des perspectives de développement de la production et de l'exportation du petit piment en Guinée. Le deuxième chapitre décrit l'analyse des marchés potentiels. Le troisième traite des principales contraintes à la production et à l'exportation du produit. Le quatrième lui fait l'analyse du positionnement du pays sur le marché international, et enfin, le cinquième présente la conclusion et les recommandations d'appui pour une future intervention de l'USAID et d'autres donateurs internationaux et les raisons de choix.

CHAPITRE 1: SITUATION ACTUELLE ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS DU PETIT PIMENT EN GUINEE

1.1. BREF RAPPEL DES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DU PETIT PIMENT

Description du produit : Le petit piment (*Capsicum annum*) est une espèce de petit piment (famille des Solanaceae) cultivée pour ses fruits à la saveur particulièrement piquante. Cette variété se caractérise par ses fruits allongés et très petits. Les autres noms vernaculaires rencontrés sont entre autres : le chili piment enragé, le piment des Caraïbes, bird's eye chili, tabasco, et pilipili. Cultivée comme plante potagère pour ses fruits aux qualités alimentaires et aromatiques, les nombreuses variétés de piment peuvent se classer du doux au très fort. La culture du piment est très ancienne : au Mexique, à Tehuacan, on le cultivait déjà 7.500 ans avant J.C. ! Découvert par les espagnols à Saint-Domingue, le piment deviendra rapidement « l'épice du pauvre. » En effet, aux 17ème et 18ème siècles, les épices importées coûtaient très chères et constituaient un signe extérieur de richesse. Le piment remplaça donc le « poivre d'Inde, » totalement inaccessible aux petits budgets. Originaire d'Amérique centrale ou du sud, et des Antilles, il est consommé depuis plus de 9.000 ans au Mexique. Il existe une échelle dite échelle de Scoville permettant de quantifier la force du piment - soit sa teneur en capsaïcine.

Principales variétés : Il existe plus de 150 variétés de piment à travers le monde. Les piments se présentent sous une variété de formes, de tailles, de couleurs et de saveurs. Il existe plusieurs espèces, parmi lesquelles il y a beaucoup de variétés. Les variétés qui font partie de l'espèce *Capsicum annum* (linne) incluent le gros poivron doux, paprika, jalapeno, etc. Quant à l'espèce *Capsicum frutescens*, elle est une plante vivace allant jusqu'à 2 m produisant des petits piments piquants. Parmi les variétés de *C. frutescens* commercialisées, on trouve le piment langue des oiseaux (« Bird's Eye » ou « Tabasco » en anglais). Les piments en provenance des pays africains sont surtout reconnus sur les marchés internationaux où ils sont souvent surnommés le « piment du diable africain » ou « African Bird's Eye Chili » qui mesure 80,000 à 100.000 unités Scoville) du Malawi et d'Ouganda, et d'autres variétés traditionnelles ou locales très prisées sur les marchés local et sous régional, et qui commencent à être exportées sur des marchés de niche et/ou international.

Principales utilisations : La majorité des vertus du piment sont dues à la capsaïcine, cette molécule qui provoque une sensation de douleur piquante. Ainsi l'organisme libère des endorphines (molécules proches de la morphine), ce qui déclenche une sensation de bien être et explique le développement d'une dépendance et accoutumance aux piments.

Décongestionnant, expectorant, échauffant, et calmant, la consommation de petit piment diminue les risques cardiaques et toniques. Consommé frais, il favorise la digestion des féculents, stimulant, apéritif, stomatique, rubéfiant. Le piment, par l'effet de la transpiration, permet d'éloigner les insectes et tout spécialement les moustiques.

L'analyse de la valeur alimentaire du petit piment (tableau 1) fait apparaître qu'il est riche en calories, vitamine A et en Ca surtout sous sa forme séchée ; la forme fraîche est riche en vitamine C.

TABLEAU 1: VALEUR ALIMENTAIRE DU PETIT PIMENT

Eléments nutritifs	Fruits frais	Fruits séchés
Calorie	101	341
Protides	4,4	12,2
Lipides (g)	2,5	10,7
Ca (mg)	72	197
Fe (mg)	2,5	18
Vitamine A (mog ret)	1 546	2 353
Vitamine B2 (mg)	0,30	0,34
Vitamine PP (mg)	1,9	6,4
Vitamine C (mg)	73	8
Humidité (%)	72	10

Source: Recueil de fiches techniques de J. d'Aronel de Hayes, 1990, In rapport de Land O'Lakes international (PEGRN), 2003.

La force du piment est mesurable et mesurée grâce à l'« échelle de Scoville » du nom de son inventeur le biologiste Wilbur Scoville, qui inventa en 1912 un test organoleptique pour évaluer le degré de chaleur du piment (voir annexe 3).

Aujourd'hui, le « Scoville » est toujours utilisé. A titre d'exemple, le piment Jalapeño, par exemple, fait 2.500 à 10.000 unités Scoville. Le Cayenne avoisine les 50.000 unités. Quant au Habanero, il oscille entre 200.000 et 300.000 unités. Il existe une autre méthode d'analyse dénommée « la chromatographie en phase liquide » décrite à l'annexe 3.

1.2. ANALYSE DE LA PRODUCTION - EXPERIENCES RECENTES EN GUINEE

Potentiel et zones de production : Faute de statistiques fiables, la production annuelle est estimée en moyenne entre 5.000 à 10.000 tonnes et les rendements varient entre 300 à 800 kg/ha frais en milieu paysan. Les conditions de culture du petit piment sont réunies dans les quatre régions naturelles du pays. Il se rencontre en général dans toutes les exploitations agricoles traditionnelles ou paysannes. Cependant les principales zones de production dégagant des surplus commercialisables sont localisées comme suit par région naturelle.

En Guinée maritime, les principales régions productrices de petit piment sont entre autres : les zones de Sikhourou (préfecture de Forécariah), de Madina Oula (préfecture de Kindia), Labaya (préfecture de Fria), et Kolaboui (préfecture de Boké).

En Moyenne Guinée, les principales zones de production sont localisées dans les villages de Parawol, de Korba, et de Popodara pour la préfecture de Lélouma, de Donghol-Sigon

(Mali), de Tangaly, Koïn, de Konanh (préfecture de Tougué), de Dionfo (préfecture de Labé), et de Kankalabé (Dalaba).

En Haute Guinée, les principales zones de production citées par les personnes rencontrées, sont : la préfecture de Kankan, Kouroussa, Siguiri, et Dinguiraye

En Guinée forestière, les zones de (Kissidougou), Boola (Beyla), et (Lola).

Expériences récentes en matière de production

Il existe en Guinée, des communautés productrices très spécialisées dans la culture du petit piment parmi lesquelles on peut citer :

En Basse Guinée, dans la préfecture de Forécariah, il existe l'Union des Producteurs de Benna et de Moussayah (UPBM), union créée en août 2001 et qui compte 96 groupements dont 10 féminins. Cette union bénéficie de l'appui de certains projets dont le Programme Spécial de Sécurité Alimentaire (PSSA), financé par la FAO et le Gouvernement italien et exécuté par certaines ONGs nationales (APEK-Agriculture, SARA de Kindia), et le CRAF. Cette union a bénéficié de la construction d'un magasin de stockage utilisé comme banque de céréales et boutique de stockage de riz et de petit piment.

En Moyenne Guinée, dans la préfecture de Lélouma, on note la présence de plusieurs unions et groupements de producteurs de petits piments localisés à Parawol et Korbé. Les femmes représentent plus de la moitié de ces groupements. Le projet « PLADOR » en collaboration avec «la Communauté Nourricière du Fouta Djallon » appuie ces organisations dans les domaines de l'alphabétisation fonctionnelle, de la comptabilité et des relations commerciales. Ces groupements ont bénéficié des grillages pour la clôture de leurs champs de petit piment ainsi que des voyages d'études au Sénégal et en Italie. Cela leur a permis de nouer des relations commerciales avec une société d'épicerie d'Italie.

1.3. ANALYSE DE LA COMMERCIALISATION - EXPERIENCES RECENTES EN GUINEE

Potentiel de commercialisation et d'exportation : On estime à 20% la part de l'autoconsommation des ménages agricoles. Cela signifie qu'environ 4.000 à 8.000 tonnes sont commercialisées annuellement et dont près de la moitié fait l'objet d'une exportation vers les pays limitrophes principalement au Sénégal et en Sierra Léone. Il n'existe pas de statistiques fiables sur les quantités exportées de petit piment. Toutefois, les professionnels du secteur estiment entre 1.500 à 2.500 tonnes le volume des exportations totales de petit piment, destiné principalement au marché sous-régional : Sénégal, Gambie, Guinée Bissau, Sierra Léone et Libéria.

Principaux circuits de commercialisation : Le petit piment est collecté dans les principaux marchés forains puis drainé vers les centres urbains où il est commercialisé vers certains pays voisins notamment le Sénégal, la Sierra Léone, et la Gambie. De

petites quantités de piment en poudre fabriquées par des associations de femmes sont exportées en Europe et aux USA en faveur des communautés africaines. Les principaux marchés de collecte sont situés dans les grands centres urbains tels que Conakry, Kindia, Labé, Kankan, et N'Zérékoré où les femmes drainent d'importantes quantités qu'elles achètent sur les marchés de collecte de Timbi-Madina, Lelouma, et Kankalabé en Moyenne Guinée, Mandiana, Dabola (Kignéko), et Siguiri en Haute Guinée, et Benna (Sikhourou et Madina Oula) et Telimelé en Basse Guinée, Boola (Beyla), et Lola.

Evolution du prix : Le kilogramme de piment sec est vendu entre 4.000 et 11.000 GNF selon les saisons et les zones de production. Il a atteint 20.000 GNF le Kg dans le marché de Kolia (Boffa) en août 2005 selon le bulletin d'information « Echos des marchés » de l'Agence pour la commercialisation agricole (ACA). Le prix du petit piment a connu une nette progression au cours de ces cinq dernières années. Il est passé de 1.625 GNF en 2002 dans les marchés de collecte à 8.000 GNF en moyenne en Basse Guinée (cas de Sikhourou et de Madina Oula) en 2005. Concernant le prix chez les grossistes, il est passé de 3.200 à 12.000 GNF pendant la même période. En Moyenne Guinée, le prix aux producteurs est passé de 3.335 GNF en 2002 à 6.500 GNF en 2005, tandis que celui des grossistes a évolué de 3.850 à 11.500 GNF pendant la même période.

CHAPITRE 2: ANALYSE DES MARCHES POTENTIELS DEXPORTATION

2.1. DESCRIPTION SUR L'IMPORTANCE DES MARCHES

Il n'existe pas de statistiques fiables de petit piment car il fait partie des épices et herbes aromatiques est assez vaste. Ce marché des épices représente un peu plus de 2,3 milliards USD et est dominé par des pays les moins avancés tels que le Madagascar, l'Ouganda, les Comores, et la Tanzanie qui tirent une part importante de leurs revenus du commerce extérieur grâce à l'exportation des épices. Les principales épices exportées sont la vanille, le girofle, les piments, la cardamome, la noix de muscade, et le macis.

Entre 1995 et 1999, les importations annuelles mondiales d'épices se montaient en moyenne à 500.000 tonnes, avec une croissance de 8,5% par an. Ce fort taux de croissance est un bon indicateur de l'augmentation de la consommation d'épices. Outre le marché de l'alimentation, il faut signaler l'émergence de celui de l'industrie des bombes de défense individuelle civile qui augure de bonnes perspectives pour le marché des épices.

Sur le marché du piment la tendance mondiale est en forte hausse (+ 239%). Le Japon, les États Unis et la France sont des pays à fort potentiel. Les principaux pays exportateurs sont : Inde, Mexique, Chine, Indonésie, et Thaïlande. Les principaux pays importateurs sont : l'Union européenne (UE) avec des pays dynamiques comme le Royaume Uni (UK), la France, les Pays Bas, les Etats-Unis, le Japon, le Sri Lanka et la Malaisie. Concernant le marché du petit piment séché, l'UE, les Etats-Unis, et le Japon sont les marchés les plus importants. La valeur des importations de petit piment séché pour les Etats-Unis en 2000, était de 19 millions d'USD assurée à 47% par le Mexique, 19% par la Turquie, et 13% par le Pérou. Concernant le paprika, la valeur des importations était de 7 millions USD, assurée à 70% par l'Inde et 14% par l'Espagne.

En général, le Malawi, la Papouasie-Nouvelle Guinée, l'Ouganda, et la Chine sont les plus gros fournisseurs de l'UE. Le Mexique satisfait à lui seul la majorité de la demande des Etats-Unis, une petite quantité vient de la Chine, du Chili, et de l'Inde. Les importations japonaises viennent essentiellement de la Chine.

Bien que de petite taille pour le moment (un peu plus de 1% de la demande totale d'épices), le segment de la production biologique est en train de croître, renforcé par le désir des consommateurs pour des produits sains et naturels. La tendance à consommer une plus grande variété de mets exotiques offre une perspective intéressante aux pays producteurs d'épices qui pourraient y trouver une niche. Dans les conditions actuelles du marché, les exportateurs d'épices pourraient se focaliser dans l'approvisionnement de grosses industries de transformation Ils pourraient essayer de fournir des épices moulues tels que du petit piment en poudre, purée ou séchée. Sur le long terme, ils pourraient chercher à attirer des investissements dans leurs pays afin de transformer localement leurs épices et d'élargir ainsi leurs débouchés.

Au niveau sous-régional, la demande émane principalement du Sénégal qui absorbe des quantités importantes de petits piments provenant de la Guinée, du Bénin, et du Nigeria. Les Pays-Bas sont le principal acheteur du Sénégal.

Les principaux pays producteurs de petit piment

Tableau 2 : Situation des productions mondiales par pays en 2001

N°	Pays	Production (Mt/an)	Rendement (Kg/ha)	Superficie /Ha)
1	Chine	8.238.000		
1.	Mexique	1.961.191	131.496	150.287
2.	Nigeria	715.794	79.444	90.000
3.	Italie	380.976	262.059	14.534
4.	Turquie	1.400.000	200.000	70.000
5.	Espagne	965.000		
6.	Egypte	448.331	163.332	27.449
7.	Rep. Corée	380.000	49.834	76.253
8.	Ghana	270.000	36.000	75.000
9.	Indonésie	550.000	29.730	185
	Production mondiale	19.008.861	128.275	1.481.892

Evolution de prix

Les prix sont en nette progression depuis 1997 au moment où la demande était supérieure à l'offre. Au Royaume-Uni, les prix CIF sont partis de 3000 \$US la tonne en janvier 1997 à 4000 \$US en août 1997 jusqu'à atteindre 6000 \$US la tonne en mars 1998. En 1996, le petit piment appelé « bird's eye » en provenance de Zimbabwe et de Malawi, était coté CIF (cost including freight) (UK) à 2.950 \$USD quant les importateurs de produits quottaient le CIF à 3.000 \$USD.

Comparaison prix à l'export et prix locaux

Pour évaluer l'intérêt de ces productions, il est nécessaire de prendre en compte la différence entre prix à l'export et prix locaux. Il est difficile d'utiliser un prix unique à l'export étant donné la variété de pays et de types de contrats, mais la comparaison reste intéressante.

En Guinée, le coût de production¹ d'un hectare de petit piment est évalué à 19.318.000 GNF hors investissement d'équipement. Les investissements en terme d'équipement se chiffrent à 11.200.000 GNF (voir en annexe 1 le tableau sur le coût de production d'un hectare de petit piment en Guinée). Le coût d'un kilogramme de petit piment export est de 5.944 GNF soit 1,08 \$US ou 0,91 euros. Les rendements à l'hectare escomptés sont de 3,5 tonnes brutes et 3,25 tonnes exportables. Ainsi la Guinée avec un prix de revient à la production de 0,91 euros/kg serait plus compétitif que les autres concurrents mais à cela il faut étudier les coûts à l'exportation qui risquent de diminuer sa compétitivité.

¹ Etude de coût de production des principales cultures horticoles d'exportation réalisée par M. Koumandian Camara au compte d'ARCA en 2006

Les coûts des équipements de transformation² principalement d'un tunnel/séchoir photovoltaïque et accessoires (voir annexe 2) sont estimés à 7.931 euros. Cet équipement est nécessaire pour produire des produits d'exportation répondant aux normes de qualité surtout hygiénique.

2.2. CONDITIONS D'EXPORTATION DE PETIT PIMENT

Normes internationales

Au niveau de l'union européenne, des conditions spécifiques sont décrites et rigoureuses en ce qui concerne le piment doux. Le petit piment n'est pas concerné. Cependant, des tarifs sont prélevés sur le petit piment surtout vert ou frais.

Ainsi ce tarif d'importation est de 3,0% pour le Japon, 6,4% pour l'Union européenne et 4,4 c/kg pour les Etats-Unis (Source : Official journal of the European Commission). Concernant l'emballage, le piment à l'export est mis généralement en sac de jute de 25 kg.

² Propositions financières de la société allemande fournie par la consultante ARCA Mme Anne Turner en 2006

CHAPITRE 3: PRINCIPALES CONTRAINTES A LA PRODUCTION ET A L'EXPORTATION DU PRODUIT EN GUINEE

3.1. PRINCIPALES CONTRAINTES DE LA FILIERE

Au niveau de la production:

- Le mélange variétal au niveau des produits commercialisés qui compromet la pureté et défavorise le petit piment sur le marché intérieur et/ou extérieur
- La non maîtrise de l'itinéraire technique quant il s'agit d'une production à grande échelle (époque de plantation, densité, arrangement cultural avec les autres vivriers, technique de récolte)
- Le coût élevé de la semence de petit piment (100 g de semence coûtent 50.000 GNF ce qui revient à 150.000 GNF/ha)
- L'hétérogénéité des variétés occasionnant des récoltes prématurées ainsi que des produits tout venants
- La persistance de certaines maladies telles que la pourriture du collet des piments, les taches nécrotiques sur les feuilles et la pourriture des fruits et la mosaïque
- Les principaux ennemis concernent : les termites (type « teriya » en pular, les mouches cératites, les thrips, les grillons et les criquets puants, etc.)
- Les difficultés d'obtention de main d'œuvre et le coût élevé des associations de travail « kilé » en raison de 50.000 GNF/jour sans compter le coût du repas fourni à 15 -20 personnes ; la réalisation des travaux d'entretien à temps occasionne les feux de brousse qui détruisent tout le champ;
- En raison des coûts élevés de la récolte, environ 1/3 de la superficie cultivée est récoltée et le reste est victime de feux de brousse surtout pour les familles paysannes les plus pauvres et qui n'ont pas accès au crédit
- Les difficultés liées aux emballages non appropriés et à leur prix élevé (les femmes utilisent des sacs synthétiques ou polyéthylène qui sont vendus à 1 500 -20000 GNF le sac alors qu'il faut 40 à 60 sacs pour 1 tonne soit 80 000 GNF/tonne)

Au niveau de la commercialisation:

- Certains collecteurs mouillent le produit afin d'augmenter le poids avant de le vendre ; ce qui lui fait perdre sa qualité et l'expose ainsi à la moisissure
- La récolte de piment³ à l'état vert et/ou avec les pédoncules, qui fait perdre la valeur du lot pendant la commercialisation
- Les difficultés chez les transporteurs de faire le transport mixte (passagers/sacs de petit piment) liées au coût élevé du transport (inflation, prix élevé du fuel, mauvais état des routes)

³ Pour le marché d'exportation (vers l'UE ou EUA), il vaut mieux récolter et sécher avec la pédoncle afin de diminuer le risque de l'aflatoxine ; la pédoncle est donc enlevée après le séchage.

- La disparité entre les unités de mesure pratiquées aux différents stades de la commercialisation
- La faiblesse de l'offre par rapport à la demande occasionnant des tensions sur le marché
- Les marges des commerçants/exportateurs sont de loin plus élevées que celles des producteurs
- Le manque d'information sur les débouchés potentiels
- Le manque de concertation entre les différents acteurs de la commercialisation
- L'absence de schéma de financement local de la campagne de commercialisation, ce qui renforce la dépendance des producteurs vis-à-vis des exportateurs, qui injectent de l'argent, maîtrisant le marché et en dictant ses conditions

Ainsi la fiche synthèse de la filière petit piment est présentée selon la méthode SWOT.

Tableau 3: Analyse SWOT de la filière petit piment en Guinée

Fonctions: production et commercialisation	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Existence d'un potentiel agro-écologique favorable pour la culture du petit piment • Caractérisation des variétés locales par la recherche et identification de trois variétés hautement commerciales (Dow-Banga, Komet, et Nenkenkorö) • Existence de groupements et d'unions de producteurs dynamiques • Existence de structures de recherche disposant de spécialistes confirmés et de technologies performantes • Existence d'une forte demande sur le marché intérieur et sous-régional 	<ul style="list-style-type: none"> • Persistance de système de production traditionnel dominant avec des rendements variant entre 300 à 400 kg/ha • Main d'œuvre importante avec un coût élevé des semences de qualité (1 g = 500 GNF) • Non maîtrise de l'itinéraire technique quant il s'agit d'une production à grande échelle • Existence de variétés traditionnelles à cycle long • Faible accès aux semences de qualité et autres technologies disponibles • Main d'œuvre importante avec un coût élevé • Non étanchéité des clôtures dans les tapades en Moyenne Guinée • Difficultés d'accès à certains marchés hebdomadaires • Insuffisance des magasins de stockage • Manque d'unités de transformation agroalimentaire
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Demande supérieure à l'offre • Développement de nouveaux marchés des bombes de défense • Engagement des producteurs • Informations commerciales disponibles • Identification de variétés à cycle court, plus productives et adaptées à la demande • Produit pouvant être labellisé en Bio • Possibilités d'intensification dans les bas-fonds 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence forte des produits provenant du Bénin et du Nigeria sur le marché sénégalais (Dakar) • Concurrence avec le gros piment • Persistance de certaines maladies telles que la pourriture du collet des piments, les taches nécrotiques sur les feuilles et la pourriture des fruits et la mosaïque

CHAPITRE 4: ANALYSE DU POSITIONNEMENT DE LA GUINEE

Il s'agit dans ce chapitre d'analyser les éléments de compétitivité de la Guinée au niveau de la production et de la commercialisation du petit piment. Il ressort de l'analyse de l'offre nationale que le pays dispose d'un réel potentiel pour produire et exporter le petit piment.

Avec un système traditionnel de culture et des coûts de production très faibles de l'ordre de 80 à 100.000 GNF à l'hectare sans investissement, le petit piment est un produit hautement rentable pour les petits producteurs. Même en condition intensive, le kg de petit piment exportable est de 1,08 \$US ou 0,91 euros pour un rendement export de 3,25 t/ha. Ce qui est largement rentable avec des prix sur le marché international très rémunérateurs (2,5 à 3,5 \$US le kg).

L'analyse du compte d'exploitation de la commercialisation fait apparaître des marges intéressantes pour tous les acteurs de la filière (producteurs, collecteurs, ruraux, collecteurs urbains, grossistes, détaillants). L'exportation vers la sous-région notamment le Sénégal est jugée plutôt satisfaisante par les acteurs même si l'amélioration de la qualité du produit pourrait générer davantage de profit.

Toutes les régions naturelles de la Guinée offrent des conditions climatiques propices à la culture du petit piment. Sur le marché sénégalais, « le petit piment guinéen » jouit d'une bonne réputation liée à sa teneur élevée en capsaïcine. Néanmoins, il est fortement concurrencé par les petits piments en provenance du Bénin, du Nigeria et parfois même du Burkina Faso qui bénéficient d'un prix plus attractif en raison de leur présentation (emballage en plastique, homogénéité, pureté ...). Par ailleurs, il apparaît souhaitable d'envisager le développement d'une filière Bio avec une certification Ecocert tel que c'est le cas au Burkina Faso et en Inde. Par ailleurs, la transformation de ce produit nécessite certes des infrastructures mais celles-ci seraient moins onéreuses que l'achat d'une broyeuse de café ou de cacao. La Guinée peut donc exporter outre du petit piment frais mais également d'autres formes plus élaborées de ce produit. Les marchés les plus importants pour le petit piment sont : la France, Le Royaume Uni, l'Italie, la Hollande, et les Etats-Unis. Pour cela il faut viser son marché et constituer son réseau de commercialisation progressivement.

CHAPITRE 5: CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS ET RAISONS DE CHOIX

Il découle de l'analyse de la matrice (SWOT) présentée dans le tableau 3, que la filière petit piment de Guinée recèle des atouts et opportunités qui permettent une amélioration de la qualité de la production et des produits commercialisés et/ou transformés. Ceci passe nécessairement par l'augmentation et la diversification des débouchés à même de garantir des revenus importants et durables aux communautés productrices. C'est dans ce cadre que le petit piment est considéré comme une culture stratégique pour les exportations des produits agricoles et comme moyen de lutte de la pauvreté en milieu rural en Guinée. Il faut rappeler qu'il est venu en tête de liste dans l'étude d'opportunité réalisée par le Centre du Commerce International (CCI) pour le compte du Ministère du Commerce, Industrie et Petites et moyennes entreprises en mai 2006. Des synergies sont à rechercher avec ce nouveau projet en cours de formulation.

Dans ce sens, les actions qui seront ciblées pour un futur appui de l'USAID concerneront l'amont et l'aval de la filière. Les appuis seront mis en œuvre selon le principe de « faire-faire » basés sur l'établissement des contrats de service avec des opérateurs privés et publics.

En amont de la filière:

Avec l'IRAG:

- La poursuite de l'inventaire des variétés locales en Haute Guinée et en Guinée forestière (Beyla) en vue de sélectionner les meilleures du point de vue commercial (2006/2007)
- L'épuration et la diffusion des trois meilleures variétés appréciées sur les marchés du Sénégal et de la Sierra Léone (Komè, Dow-Banga) en association avec la variété QPM jaune de maïs et de riz NERICA (2006/2007)
- L'introduction et l'évaluation des variétés performantes répondant bien aux exigences du marché sous régional et international (2006/2007)
- La mise au point d'un itinéraire technique adapté en culture pure et de produit biologique (2006/2007)
- Le test des matériels de séchage mis au point au Centre de recherche de Bareng (2006/2007)
- La mise en place des parcelles de démonstration portant sur les cultures pures avec les trois meilleures variétés sélectionnées et les deux variétés exotiques (Malawi, piment d'espelette) à Foulaya et Bareng (2006/2007)
- L'organisation de voyage d'études pour les chercheurs de l'IRAG et-producteurs en Ouganda et au Burkina Faso
- L'appui à la production d'une semence homogène et de qualité suivi des tests participatifs de démonstration et de la formation des encadreurs et paysans leaders

Ces actions visent à lever les principales contraintes qui affectent la valeur commerciale des piments produits en Guinée à savoir ; le mélange variétal, le système de culture traditionnel avec peu de soins et la méconnaissance des variétés répondant au marché européen.

En aval de la filière (commercialisation, transformation et exportation):

Les principales actions à préconiser sont les suivantes :

- Introduction et adaptation d'équipement de transformation (tunnel photovoltaïque, etc.) du piment en poudre en faveur de l'Association des Femmes Techniciennes et Technologues de Kankan et de l'Association Kanya Nèma de Kindia (2006)
- Organisation de tests d'exportation de petit piment de qualité dans les marchés du Sénégal, en Europe et niches (marchés ethniques) aux Etats-Unis USA avec l'appui de l'ACA et de certains opérateurs et/ou unions de producteurs (2006/2007)
- Renforcer les capacités des producteurs et les commerçants/exportateurs pour leur permettre de vendre leurs produits sur le marché sous-régional et international à des prix plus rémunérateurs (voyages d'étude au Sénégal, Burkina, et Malawi)
- Etablir des plans de promotion commerciale (2006-2008)
- Mettre en place un système d'information sur le marché de petit piment en faveur des producteurs et commerçants/exportateurs potentiels avec l'ACA y compris le marché sous régional (2006)
- Réaliser une étude de marché de petit piment au Sénégal et dans d'autres pays (2006)
- Test d'introduction d'un séchoir artisanal de petit piment pendant la saison des pluies (2006)
- Recherche de nouveaux débouchés de petit piment en Europe et aux USA (2006)
- Appui à l'établissement des dispositifs de contrôle de qualité, de certification de piment séché biologique à l'image du Burkina Faso (2006-2008)
- Appui à la création d'un label ou origine «Guinée» de petit piment (2006-2010)

Ces actions visent à lever les contraintes ci-après : la méconnaissance des marchés porteurs et de leurs exigences et la faible qualité commerciale du petit piment de Guinée qui ne lui permettent pas d'avoir un prix intéressant comparativement au piment du Bénin, du Burkina Faso, de l'Ouganda, et du Malawi. Les opérateurs du volet commercialisation et exportation sont à titre indicatif: l'Agence pour la commercialisation agricole et le CAFEX.

BIBLIOGRAPHIE

1. ACA (octobre 2003). Numéro spécial 052 du bulletin « Echo rural » :
 - a. le petit piment, une mine mal exploitée
 - b. Le commerce du petit piment séché en Guinée
 - c. Les principales zones de culture
 - d. Les résultats des recherches agronomiques sur le petit piment
2. ADC Commercialisation Bulletin n°3 Dried Bird's Eye Chilies, 14 Mai 2001
3. Anon. 2005. Piment rouge séché biologique certifié du Burkina Faso (internet)
4. Camara K. (2005). Bilan de la LPDA2 sur les cultures d'exportations agricoles et orientations stratégiques pour la Nouvelle LPDA. Décembre 2005
5. Camara M. M., Delamou J. (2003). Rapport d'étude sur la filière petit piment dans les régions de Tougué et de Lelouma - (PEGRN/Land O'Lakes International)
6. Camara K ; Conde M (2006). Etude d'opportunité : Développement de la commercialisation et de l'exportation de produits agricoles de Guinée. Centre du Commerce international. Mai 2006 (Projet gin/05/492A)
7. CCI. 2005. Epices biologiques en Inde : histoire d'une réussite
8. COLEACP (2001). Les importations de fruits et légumes dans l'union européenne de 1995 à 2001
9. FAO (2002). Specific import policies in the European union, Japan and the United States. In The Market for Non-traditional Export
10. FAO/Stat database (1/2006). Commodity highlight: chili peppers. In « Vegetables and Melons Outlook/VGS-31.3/fev. 23, 2006
11. Langstaff M.F. (2005). Renforcement du dispositif institutionnel pour le développement des exportations. MCIPME, août 2005, 33 p.
12. MAE. 1998. LPDA 2 (Lettre de politique de développement agricole)
Volume 1: Document de synthèse
Volume 2: Document principal
13. MAEF/ Cabinet Gressard (oct. 1997) Faisabilité de l'implantation d'investisseurs européens dans la filière fruits et légumes (rapport final)
14. MCIPME (2003). Programme de mise œuvre de l'AGOA en Guinée 2004-2005
15. MPIPME. 2002. Cadre intégré du commerce de la Guinée. 2002, 2 tomes
16. Revue « Toit'd'épices » (USA, 2005). Piment d'Espelette –Capsicum annum

ANNEXE 1. COUT DE PRODUCTION D'UN HECTARE DE PETIT PIMENT

I. Charges d'exploitation	
Elements	Montant GNF
1) Matieres et fournitures consommées	
achat semence	400.000
achat Intrants (engrais minéraux, organiques, fongicide et insecticide)	8.055.000
achat bâches et paniers de récoltes	500.000
achat petits matériels et outillages agricoles	305.000
achat gasoil	2.805.000
<i>sous total matières et fournitures consommées</i>	12.065.000
2) services consommés	
Mécanisation	1.000.000
entretien équipements	202.000
location terre	50.000
Supervision	80.000
Assistance	300.000
Intérêt	100.000
<i>sous total services consommés</i>	1.732.000
3) frais de main d'œuvre	3.121.000
4) dotations aux amortissements	2.400.000
Total cout de production d'1 ha	19.318.000
Rendement brut kg.	3.500
Rendement export kg.	3.250
Coût unitaire de prod. (ha.)	19.318.000
Coût unitaire de prod. (kg. exportable)	5.944
Coût unitaire de prod. (kg.) - \$US	1,08
Coût unitaire de prod. (kg.) - Euros	0,91

II. Dépenses d'investissement (Equipements)

Nature	Coût achat
App. trait, Solo	1.000.000
Pulvérisateur a dos	200.000
Achat moto pompe et raccord	10.000.000
Total	11.200.000

ANNEXE 2. COUT DIRECT D'ACQUISITION D'UN TUNNER SOLAIRE EN EUROS

(fabrication INNOTECH INGENIEURSGESELLSCHAFT mbh –Stuttgart - Allemagne)

1. Prix d'achat tunner solaire photovoltaïque	4.999
2. Plastique de couverture	230
3. Packaging	332
4. Accessoires (Kit de température, 22 traye 3 mm 950 x 960)	2.470
Total	7.931

ANNEXE 3. LES ECHELLES DE MESURE DE LA CAPSAÏCINE DU PETIT PIMENT

1.1. Echelle de Scoville

L'échelle de Scoville est une échelle de mesure de la force des piments inventée par le pharmacien Wilbur Scoville en 1912. Son but est d'apprécier la teneur en capsaïcine, molécule responsable de la force du piment.

Définition de l'échelle de Scoville

Scoville préparait une solution de piment frais entier réduit en purée mélangé avec de l'eau sucrée. Cette solution était testée par cina personnes et tant que la sensation de brûlure du piment subsistait, il augmentait la dilution. Lorsque la sensation de brûlure disparaissait, la valeur de la dilution servait de mesure à la force du piment. Ces mesures ont été ensuite étalonnées pour fournir une échelle de 0 à 10.

Par exemple, un piment doux, ne contenant pas de capsaïcine, avait un degré de zéro, ce qui ne signifie aucune sensation de brûlure détectable même sans dilution. À l'opposé, les piments les plus forts, ayant un taux de 300.000 ou plus, signifiaient que leur extrait devait être dilué 300.000 fois avant que la capsaïcine ne devienne indétectable. Quinze unités Scoville équivalent à 1 ppm de capsaïcine. Le point faible du test de Scoville est son imprécision, liée à la subjectivité humaine.

Tableau de Scoville			
<i>Exemple de variétés</i>	<i>Appréciation</i>	<i>Valeur</i>	<i>Mesure</i>
Poivron	neutre	0	0
Paprika	doux	1	100-1 000
Anaheim	chaleureux	2	1.000-1.500
Ancho	relevé	3	1.500-2.500
Espelette	chaud	4	2.500- 5.000
Chimayo	fort	5	5.000-15.000
Piment de Cayenne	ardent	6	15.000-30.000
Cascabella	brûlant	7	30.000-50.000
De Arbol	torride	8	50.000-100.000
Tabasco	volcanique	9	100.000-350.000
Habanero	explosif	10	350.000

On notera que la capsaïcine pure donne une mesure de 16.000.000, et que le produit contenu dans les bombes aérosol d'autodéfense au gaz poivre à une valeur comprise entre 2.000.000 et 5.300.000 (matériel de police).

2.1. Chromatographie en phase liquide

La chromatographie en phase liquide est une technique de séparation des molécules principalement utilisée dans le domaine de la chimie analytique comme outil scientifique majeur mais aussi dans des domaines variés tels que la chimie organique et la biochimie. Son utilisation routinière dans ces domaines est alors bien souvent liée à l'utilisation d'appareils de spectroscopie de masse.

Une élution isocratique ou plusieurs éluions par gradient ou pompes sont utilisées pour la circulation de la phase dite « mobile, » c'est à dire le liquide circulant dans le système chromatographique. Des tubes en Teflon, en PEEK ou en pur silica (appelés *fused silica capillaries*) permettent de relier la ou les pompes à l'injecteur chromatographique.

La phase mobile est souvent composée de plusieurs liquides (méthanol, acetonitrile, eau...) et de sels (buffers, réactif ionique...). Il est dès lors important de la dégazer pour retirer les bulles d'air qui pourraient gêner la progression du liquide dans les tubes. Pour ce faire, de nombreux systèmes utilisent des dégazeurs en ligne, appareils placés soit en amont, soit en aval des pompes. Dans une élution avec deux pompes, un mixeur est aussi nécessaire afin d'obtenir une solution homogène.

Après l'injecteur est placée une colonne chromatographique (aussi appelée phase stationnaire) qui permet la séparation demandée par l'opérateur. La colonne est suivie d'un détecteur chromatographique (UV, chimique, diode array...) souvent couplé à un ordinateur de nos jours.

L'opérateur ayant une solution à analyser la prépare dans un mélange similaire à celui circulant dans le système. Il introduit une faible quantité de ce mélange dans une boucle d'injection afin d'éviter les phénomènes de Band broadening, puis commence l'acquisition. La boucle est alors reliée dans l'injecteur au reste du système, provoquant l'élution des molécules jusque dans la colonne chromatographique. Cette colonne, choisie parmi la très large gamme commerciale, a pour but de séparer les molécules chimiques en fonctions de certaines de leurs propriétés respectives (taille, polarité, hydrophylie, affinité, contenance en métaux...). Ces molécules « rssortent » ainsi de la colonne à différents temps appelés temps de rétention, et sont détectées là aussi en fonction de certaines de leurs propriétés par le détecteur.

De nos jours, ces techniques simples sont utilisées en relation avec des appareils de détection et de reconnaissance des molécules plus puissants (Résonance magnétique nucléaire (RMN), MSMass spectroscopie entre autres).

ANNEXE 4. LISTE DES PERSONNES RENCONTREES

Nom	Fonction	Contacts
<p>Conakry</p> <p>Ousmane BAH Mamadou CONDE Aly CONDE Dr Mahmoud CAMARA Ibrahima Kalil SISSOKO Mr Ansoumane BERETE Mr Mamy KEITA Mme RACHEL Honorine Elhadj Mamadou TOUNKARA</p> <p>Elhadj Mamadou FADIGA Mamadou DIABY N'Fa Moussa BANGOURA Ousmane Kolea CAMARA Thierno Hamidou CAMARA Mamadou Minthé CAMARA</p>	<p>Directeur CAFEX Directeur technique CAFEX Directeur général SNPRV Directeur scientifique IRAG BCEPA Cadre intégré Commerce Directeur ACA ACA Commerçant, Exportateur de Petit piment et d'Ananas et Importateurs d'engrais et pesticides Commerçant Exportateur, petit piment Commerçant Exportateur, petit piment Commerçant Exportateur, petit piment Coord. scientifique du CRA de Foulaya Chef Antenne Cultures maraîchères, spécialiste Petit piment Chercheur spécialiste de petit piment au CRA de Bareng</p>	<p>Mission de Novembre 2005 au compte du Projet CCI</p>
<p>Basse Guinée</p> <p>Dr Backo CAMARA, Mamadi DIANE Mamadi DOUNO Elhadj Boubacar DIALLO Ehhadj Soriba SOUMAH</p> <p>Fodé SOUMAH Kerfala CAMARA</p> <p>EI Mamadou TOUNKARA</p> <p>Ibrahima BANGOURA, Elhadj Mamadou FADIGA, Mamadou DIABY</p>	<p>Chef Projet Fruits et Légumes dans les régions de Mamou et de Kindia Président UGPAM Secrétaire Commercialisation, UGPAM Vice-Président UGPAM Président de l'Union des Planteurs de Fruiguiagbè – Kindia</p> <p>Exportateurs privés Fruiguiagbè</p> <p>Chef du Bureau des Exportateurs de l'Union de Fruiguiagbè</p> <p>Exportateurs de produits agricoles et importateurs d'intrants agricoles du Sénégal, basé à Kindia</p> <p>Commerçant/exportateur, basé à Kindia Commerçants à Kindia Commerçant basé à Kindia</p>	<p>Mission de Novembre 2005 au compte du Projet CCI</p>
<p>Moyenne Guinée</p> <p>Mody Mady Ciré DIALLO, Thierno Hamidou DIALLO Mme Oussanattou DIAALLO Elhadj Yacouba BARRY</p> <p>Diouma KANTE Sakamissa DRAMA Alpha Oumar DIALLO,</p>	<p>Président CRD Parawol</p> <p>Président Union des Groupements de Parawol</p> <p>Chargée Commercialisation de l'Union de Parawol Membre de l'Union</p> <p>Collectrices de Popodara (Lélouma) Exportatrice, basée à Labé Commerçant/exportateur, basé à Labé</p>	

Nom	Fonction	Contacts
Réseau des femmes Collectrices de Popodara (Lélouma)	Commerçant/exportateur basé à Parawol	
Mme Oussamatou DIALLO, Thierno DIALLO, Mamadou Ciré DIALLO Sakimissa DRAME, Thierno Habib DIALLO,	Commerçant/exportateur, Parawol Coordonnateur du Projet GTZ, LADOR -Projet Plateforme pour l'autopromotion et le développement organisationnel (PLADOR). PLADOR	
Mme Binta Fadi DIALLO	ACA, Labé	
Mamadou Dia DIALLO,	ACA Labé	
Mamadou Saliou CONDE		