

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie

REPUBLIC OF CAMEROON

Peace – Work – Fatherland

MINISTRE DU COMMERCE

MINISTRY OF COMMERCE

**LETTRE CIRCULAIRE N° \_\_\_\_\_/MINCOMMERCE/CAB DU \_\_\_\_\_**  
**Relative à l'organisation de la campagne cacaoyère**  
**2020/2021**

**A**

MESSIEURS

LES GOUVERNEURS

MESDAMES ET MESSIEURS

LES PREFETS

MESDAMES ET MESSIEURS

LES SOUS-PREFETS

MONSIEUR

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'ONCC

MONSIEUR

LE PRESIDENT DE L'INTERPROFESSION

} DES ZONES  
CACAOPERES

La nouvelle campagne succède à une campagne 2019/2020 caractérisée par une évolution positive des prix au producteur sur l'ensemble des bassins de production, dans une fourchette comprise entre 700 F CFA/Kg, le prix plancher, et 1.300 F CFA/Kg, le prix plafond. En contraste, les tonnages commercialisés ont évolué négativement, passant de 264.254 tonnes pour la campagne 2018/2019 à 254.152 tonnes en 2019/2020.

Comme pour d'autres pans de l'activité économique mondiale, la campagne cacaoyère 2020/2021 s'inscrit dans la logique des effets pervers de la pandémie du coronavirus, synonyme de contraction de la demande dans les pays consommateurs et, corrélativement, de fléchissement des prix, même si le spectre de la crise de la campagne 2016/2017, qui s'était traduit par une chute des cours de l'ordre 40 %, semble un lointain et triste souvenir.

Il s'agira par conséquent, pour la filière, de faire preuve de résilience, avec pour objectif, par-delà les aléas de la conjoncture mondiale, de préserver les acquis, en mettant en œuvre les voies et moyens pour assurer au producteur un prix décent, en rémunération d'une qualité exigeante.

C'est le sens des concertations initiées par le Gouvernement avec l'industrie et la production, qui devront se poursuivre et s'intensifier tout au long de la campagne.

## **I- DU CADRE LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE**

### **1 - DES DISPOSITIONS GENERALES**

Les opérations de commercialisation interne du cacao au titre de la campagne 2020/2021 se dérouleront du 1<sup>er</sup> août 2020 au 15 juillet 2021 sur l'ensemble des zones cacaoyères, conformément aux dispositions des textes ci-après :

- la loi n°2004/025 du 30 décembre 2004 modifiant et complétant certaines dispositions de la loi n°95/11 du 27 juillet 1995 portant organisation du commerce du cacao et du café;
- le décret n°2005/1212/PM du 27 avril 2005 réglementant le conditionnement et la commercialisation des fèves de cacao ;
- l'arrêté n°289/MINCOMMERCE/CAB du 08 août 2019 fixant les conditions et les modalités de commercialisation des fèves de cacao.

### **2 - DE LA COMMERCIALISATION INTERNE DU CACAO**

**2-1.** Les opérations d'achat du cacao sont réservées aux seules personnes physiques ou morales, ainsi qu'à leurs mandataires qui remplissent les conditions légales d'acheteur. Chaque mandataire ne peut représenter qu'un seul exportateur ou acheteur.

**2.2-** La commercialisation interne du cacao s'effectue librement entre producteurs ou leurs organisations et acheteurs sur toute l'étendue des zones cacaoyères, soit dans le cadre des marchés périodiques initiés par les producteurs, en liaison avec les Autorités administratives, l'ONCC et le CICC, soit par le biais des conventions signées entre les organisations de producteurs et les acheteurs/exportateurs.

**2.3-** Les calendriers, comprenant les dates et les sites retenus, établis pour toute la durée de la campagne par les producteurs et leurs organisations, en liaison avec le CICC et l'ONCC, sont approuvés par les Autorités administratives du ressort, qui en assurent par ailleurs le suivi, conjointement avec les responsables des Services déconcentrés du Ministère du Commerce.

**2.4-** Les organisations de producteurs et les producteurs sous convention avec les acheteurs/exportateurs doivent impérativement déposer copie desdites conventions auprès de l'Interprofession qui en informe l'Autorité Administrative compétente, en même temps qu'il lui communique le calendrier d'enlèvement des produits. Ces conventions doivent faire l'objet d'une large publicité par le CICC.

**2.5-** Le CICC assure parallèlement une large diffusion des calendriers des marchés périodiques et des conventions existantes auprès des acheteurs.

**2.6-** Les agents publics chargés du contrôle de la commercialisation du cacao doivent s'assurer que tout lot de cacao en circulation après achat fait l'objet d'un bordereau de route dûment signé par l'expéditeur du produit et mentionnant toutes les informations prévues à l'article 20 de l'Arrêté sus-visé.

### **3- DE LA COMMERCIALISATION EXTERNE DU CACAO**

**3.1-** L'ONCC veille à la qualité du cacao exporté. A cette fin, il:

- supervise, de manière systématique, tous les embarquements en containers et les opérations d'empotage ;
- enregistre les demandes de vérification à lui adressées par les exportateurs, attribue les lots à vérifier aux sociétés de contrôle de qualité agréées et certifie les bulletins de vérification émis par ces sociétés ;
- procède, de manière systématique, aux analyses chimiques et organoleptiques de tout lot de cacao avant exportation.

**3.2-** Aucune déclaration d'exportation ne peut être reçue par l'Administration des Douanes si elle n'est accompagnée d'un bulletin de vérification en cours de validité, délivré par un organisme de contrôle de qualité agréé, et certifié par l'ONCC ainsi que d'une attestation de paiement de la redevance à l'exportation délivrée par l'ONCC.

### **4 - DE LA QUALITE DU CACAO COMMERCIALISE**

Le cacao ne pourra être commercialisé que s'il satisfait aux conditions impératives ci-après :

- être fermenté et avoir été séché sur une claie, une aire cimentée aménagée à cet effet, une bâche ou un four approprié ;
- être propre et exempt de corps étranger, notamment des particules végétales, animales, minérales ou synthétiques ;
- être dépourvu d'odeur de moisi, de fumée ou de pesticides ou de toute autre odeur étrangère ;
- avoir une teneur en Ochratoxine (OTA) et en Hydrocarbures Aromatiques Polycycliques (HAP) en conformité avec les tolérances internationales ;
- avoir un taux d'humidité inférieur ou égal à 8% lors des opérations d'achat et durant le stockage dans un magasin acheteur ou exportateur. L'ONCC est chargé à cet effet

d'effectuer des contrôles systématiques des lots de cacao entrant ou stockés dans les magasins export ou appartenant aux acheteurs.

## **5- DU PRIX**

**5.1-** L'information se rapportant à la tendance des prix sur le marché du cacao devra être régulièrement et systématiquement disponible au profit des opérateurs de la filière, grâce notamment à une meilleure couverture spatiale du Système d'Information sur le Marché géré par l'ONCC.

**5.2-** Le prix de référence publié par l'ONCC sera la seule base de négociation du prix payé au producteur. A cet égard, les exportateurs et les acheteurs sont appelés à plus de transparence en matière de prix, à travers la mise à disposition de l'ONCC de l'ensemble des éléments de charges de mise en FOB nécessaires à la constitution du prix de référence publié par l'ONCC. Ces éléments seront régulièrement examinés par le Comité des Prix mis en place par le Ministre du Commerce.

**5.3-** Dans le cadre des marchés de niche, les prix négociés entre les producteurs et les acheteurs ne sont pas basés sur les prix de référence publiés par l'ONCC.

## **6- DU ROLE DES AUTORITES ADMINISTRATIVES**

**6.1-** Au titre de leur mission permanente de promotion économique, et au regard des enjeux liés à la compétitivité de notre cacaoculteur, les Autorités administratives ont, plus que jamais, une responsabilité particulière en ce qui concerne l'exigence du respect scrupuleux des itinéraires de traitement post-récolte, des calendriers des marchés et des conventions entre acheteurs et producteurs, et l'application de la réglementation en vigueur en matière de commercialisation du cacao.

Elles sont notamment chargées :

- d'arrêter la liste et les calendriers des marchés, sur proposition des producteurs ;
- de s'assurer, en liaison avec les agents compétents du Ministère du Commerce, de l'ONCC et du CICC, de la légalité de toutes les transactions relatives à la commercialisation du cacao, s'agissant en particulier de la qualité des acheteurs et du produit, ainsi que du prix et des conditions de transport.
- de veiller à la mise en place effective, des brigades mixtes mobiles de contrôle de la commercialisation du cacao, qui exercent sous leur coordination.

**6.2-** Pour les besoins de tenue des statistiques économiques de la Nation, les Autorités administratives et les responsables des Services déconcentrés du Ministère du Commerce doivent exiger des acheteurs opérant dans leurs territoires respectifs de compétence, après le premier lundi de chaque mois, la déclaration des achats de fèves de cacao du mois écoulé.

## **7- DES OBLIGATIONS DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS**

**7.1-** Les producteurs regroupés en associations ou affiliés à une coopérative doivent soumettre à l'Autorité administrative compétente, les propositions de sites et les calendriers de marchés, qu'ils sont par la suite tenus de respecter. Il en est de même des marchés sous convention.

**7.2-** Avec l'appui du CICC et dans le cadre de la libéralisation, les producteurs organisent la mise en marché conformément aux textes en vigueur, en veillant notamment aux bonnes pratiques de

traitement phytosanitaire, de fermentation et de séchage des fèves, ainsi qu'à la saine concurrence dans les opérations de commercialisation et la tenue des statistiques.

## **8- DU ROLE DE L'ONCC ET DU CICC**

La restauration du label Cameroun exige de l'ONCC et de l'Interprofession, une synergie permanente et efficiente sur le terrain des opérations de commercialisation.

Dans cette perspective, l'ONCC, le Projet Assainissement de la Commercialisation interne du Cacao et du Café (PA3C) et le CICC, chacun en ce qui le concerne, se doivent de densifier le déploiement de leurs agents vérificateurs, équipés et dûment formés, au sein des bassins de production, et notamment à l'entrée des magasins acheteurs et exportateurs.

Ces différentes actions doivent, entre autres, conduire à l'amélioration de la traçabilité des opérations de commercialisation, avec pour objectif de tenir un inventaire des ventes de cacao par qualité, et s'effectuer de manière complémentaire entre l'ONCC, le CICC et le PA3C, dans un souci d'efficacité et de cohérence.

Dans le même ordre d'idées, la communication des statistiques des transactions, qui demeure un sujet de grande préoccupation, devra bénéficier de la collaboration active et spontanée de toutes les composantes du CICC et impliquer l'ensemble des Administrations concernées.

## **II – PRESCRIPTIONS FINALES**

Au regard de ce qui précède, et me référant aux Très Hautes Orientations de politique économique du Chef de l'Etat, mes prescriptions, au titre de la campagne 2020/2021, ont pour point d'ancrage les axes principaux d'action ci-après :

- la juste rémunération des producteurs, qui sont appelés, pour leur part, à s'organiser, à se professionnaliser et à ne mettre sur le marché qu'un cacao de qualité, bien fermenté et correctement séché ;

Il'intensification de la lutte contre le coxage, sous la coordination des Autorités Administratives, en liaison avec les agents compétents du Ministère du Commerce, de l'ONCC et du CICC, par le biais des brigades mixtes mobiles de supervision de la commercialisation interne du cacao et l'application effective des sanctions infligées, afin de dissuader les auteurs de ces graves dysfonctionnements ;

- la densification, par le truchement de l'ONCC et du CICC, de la promotion de la consommation des produits locaux dérivés du cacao ;
- la poursuite et le renforcement de l'ensemble des programmes et projets menés par le CICC, notamment les « Centres d'Excellence de Traitement Post-Récolte », la « Rationalisation du Suivi de la Commercialisation Interne du Cacao », au travers notamment de la production et de la promotion du nouveau « Livret du Cacaoculteur », et le Projet « **New Generation** », pour le rajeunissement de la force productrice ;
- la promotion du cacao d'excellence du Cameroun dans les marchés de niche ;
- la facilitation des opérations d'exportation dans les ports et aéroports du Cameroun ;
- l'élaboration d'une stratégie de communication ciblée et destinée aux acteurs clés du marché international, mettant en exergue les spécificités de notre fève ;
- l'organisation des opérations de promotion et de lobbying auprès de la filière nationale et internationale ;



- la participation aux concours internationaux sur la qualité du cacao ;
- le recours systématique aux ventes groupées et à la différenciation des prix en fonction de la qualité ;
- la collaboration entre l'ONCC et tous les organismes de la chaîne d'exportation en vue de la production de statistiques commerciales fiables.

**Copies :**

- MINETAT/SG/PR
- SG/PM
- MINAT
- MINADER
- MINFI
- MINRESI
- MINDDEVEL
- SED
- DGSN
- Autorités Administratives des zones cacaoyères
- Délégués Régionaux et Départementaux du MINCOMMERCE