

Temps forts

Le CIAT en Afrique

N° 37
Juin 2007

Les Temps forts présentent les résultats des travaux de recherche menés en Afrique par le CIAT et ses partenaires et les conséquences politiques qui en découlent



Le prix du haricot varie selon les marchés, selon les étales d'un même marché et selon les différents types de haricot en fonction des préférences du consommateur.

Préférences du consommateur et influence sur le prix des différentes variétés de haricot

Le haricot commun *Phaseolus vulgaris* est l'une des plus importantes légumineuses cultivées par les petits exploitants au Malawi, où il est traditionnellement consommé en accompagnement du maïs, principal aliment de base. Le plus souvent, les agriculteurs cultivent diverses variétés de haricot (nain et volubile) présentant d'énormes différences au niveau de la taille du grain, de la couleur ou de la forme. Au cours des années, la recherche sur le haricot pour le développement a bénéficié d'un investissement significatif. Les variétés locales utilisées par les agriculteurs ont été croisées avec de nouvelles variétés de haricot en provenance d'Amérique du Sud en vue de produire des variétés améliorées (plus performantes aux niveaux du rendement, de la résistance à la sécheresse, aux ravageurs et aux maladies) adaptées aux conditions locales. Ces efforts ont débouché sur l'introduction de plusieurs variétés améliorées de haricot au Malawi (neuf variétés mises au point par le Collège d'agriculture et huit par la station de recherche agricole de Chitedze) en faveur des petits exploitants. Les variétés de haricot présentent différentes caractéristiques (couleur, forme, taille) qui induisent les préférences des consommateurs. Les agriculteurs vendent une partie de leur production sur les marchés locaux, mais les informations sur les préférences des consommateurs sont rares. Une étude a été entreprise en vue d'identifier les facteurs sociaux qui commandent le choix des consommateurs pour telle ou telle variété de haricot sur le marché et sur l'influence que cela exerce sur le prix des haricots.

Méthodologie

L'étude a été conduite en 2004 après la récolte de haricots. On a pratiqué la méthode de l'échantillonnage en grappes en deux étapes. Tous les marchés importants, principalement situés dans le sud et au centre du pays ont été pris en compte par l'étude. Sur ces marchés, un certain nombre de marchands de haricots (vendeurs en gros et détaillants) ont été choisis au hasard pour répondre à une série de questions ciblées et prendre part à un dialogue. 74 commerçants ont été interviewés sur la base d'un questionnaire structuré permettant de :

- o discerner les facteurs qui influencent le choix des consommateurs pour telle ou telle variété de haricot sur le marché, le prix des haricots et le volume des ventes.
- o stimuler le partage de l'information entre les commerçants et les producteurs.

Résultats

Variétés de haricot populaires

Selon le lieu, différents noms sont donnés à une même variété; par exemple, la variété *Napilira* (rouge tacheté) est également appelée *Kachiyata* (ou *Chiata*), et le haricot rouge commun peut porter le nom de *Phalombe*, *Chimbamba* ou *Thyolo*, en fonction des marchés où ils sont vendus. La plupart des commerçants mettent en vente des haricots qui ont été triés par variété. Trois variétés prédominent sur les marchés, plus de 50% des commerçants les offrant à la vente : les variétés *Phalombe* (77%), *Nanyati* (72%) et *Napilira* (65%).

Variétés de haricot privilégiées

La majorité des commerçants (64%) ont indiqué que la variété *Phalombe* figurait parmi les plus recherchées par les clients, suivie des variétés *Nanyati* (34%) et *Napilira* (20%). Sur l'ensemble des marchés du pays (à l'exception de la Zone du

marché 23 à Lilongwe), la moitié des commerçants au moins ont indiqué que la variété *Phalombe* faisait l'objet de la plus forte demande. Le haricot *Nanyati* est pour sa part le plus populaire dans la Zone du marché 23 de Lilongwe, selon 80% des commerçants de ce marché.

Facteurs commandant le choix des consommateurs parmi les variétés

40% des commerçants ont systématiquement mentionné trois facteurs (couleur du grain, temps de cuisson et goût) influençant la demande en haricot sur le marché. Même si les vendeurs interrogés parvenaient difficilement à décrire le type de goût que recherchaient les consommateurs, ils ont tous indiqué sans hésitation que les clients privilégiaient les bons haricots. Un sondage plus détaillé a révélé que la plupart des consommateurs préféraient le haricot *Phalombe* pour sa couleur rouge foncé. Après cuisson, cette variété de haricot donne une sauce d'un rouge profond qui offre un joli contraste avec la couleur blanche du plat à base de maïs (*Nzima*), aliment de base traditionnel au Malawi. Les commerçants ont indiqué que les variétés de haricot cuisant rapidement se vendaient plus vite que les autres, mais aucun consensus ne s'est dégagé quant aux variétés qui présentaient ces qualités de cuisson rapide.

D'autres commerçants (24%) ont rapporté que dans certains cas les consommateurs ne trouvent pas la variété qu'ils recherchent (par exemple la variété *Phalombe*) et sont donc contraints d'acheter les variétés disponibles.

Le prix du haricot

Le prix du haricot varie selon les marchés, selon les étales d'un même marché et selon les différents types de haricot, en fonction des préférences de consommateurs. En général, le prix de gros varie de 0,30 dollar/kg à 0,80 dollar/kg selon les variétés. Le haricot *Khaki* présentait en 2004 le plus haut prix de vente moyen en gros à 0,50 dollar/kg, suivi de la variété *Phalombe* à 0,46 dollar/kg. La variété *Napilira* présentait le prix de vente moyen le plus bas, à 0,36 dollar/kg. L'étude a démontré que le prix des haricots dépendait essentiellement de leur disponibilité. Néanmoins, un certain nombre de traits propres à chaque espèce (tels que le temps de cuisson, la couleur du grain et le goût) exerçaient aussi une influence sur le prix des variétés de haricot.

Le volume estimé des ventes mensuelles de haricots, calculé à partir des informations communiquées par les commerçants de gros, a confirmé les

indications des revendeurs (à savoir que le volume des ventes de haricot était directement lié à la disponibilité des différents types de haricot plutôt qu'aux préférences des consommateurs pour telle ou telle variété). La variété *Napilira*, figurant au troisième rang des variétés les plus recherchées, présentait le plus haut volume de vente moyen, s'élevant à environ 8 800 kg par mois. Les commerçants attribuent principalement ce phénomène à la forte capacité de rendement de cette variété en faisant la variété la plus abondante sur les marchés au moment de la récolte. Plus de la moitié des vendeurs (68%) ont indiqué de pas avoir communiqué les informations relatives aux préférences des consommateurs aux agriculteurs. Certains pensaient que les producteurs étaient déjà au fait de ces préférences, tandis que d'autres ont exprimé leur crainte que la communication de telles informations aux producteurs entraîne une hausse des prix des variétés les plus populaires.

Leçons retenues

Le choix entre les différentes variétés de haricot sur les marchés est largement gouverné par la couleur du grain, ce choix étant en général lié à l'opinion que s'est faite le consommateur en fonction d'éléments tels que l'habitude de préparer une variété, le temps de cuisson et le goût. A la date de l'étude, la variété la plus populaire était le haricot *Phalombe*, mais il s'agissait également d'une variété relativement rare et très chère. Le prix des haricots sur le marché résulte essentiellement du principe de l'offre et de la demande, bien que certains facteurs de nature sociale, tels que le temps cuisson et la couleur du grain, exercent également une influence sur le prix. Le haricot *Napilira*, variété relativement récente, était la plus abondante et la moins chère sur le marché en période de récolte. L'étude a démontré que les commerçants ne transmettaient pas aux producteurs les informations sur les variétés de haricot les plus populaires de peur qu'ils n'augmentent le prix de leur marchandise. Cela entraîne une pénurie des variétés populaires, augmentant ainsi le prix de ces dernières. Il est indispensable de combler l'absence de communication entre les commerçants et les agriculteurs si l'on veut garantir une liaison adéquate entre la production et la commercialisation et donner aux consommateurs, comme aux producteurs, le choix des variétés de haricot à un prix raisonnable.



Pour plus d'informations, s'adresser à :
Rowland Chirwa
r.chirwa@cgiar.org

CIAT
Africa Coordination
Kawanda Agricultural
Research Institute
P.O. Box 6247
Kampala, Ouganda

Téléphone :
+256(41)567670

Fax :
+256(41)567635

Courriel :
ciat-uganda@cgiar.org

Site web :
www.ciat.cgiar.org

Nous remercions vivement l'Agence canadienne de développement international, la Direction suisse de développement et de coopération, la Fondation Rockefeller et l'Agence des Etats-Unis pour le développement international pour leur appui financier, à travers le soutien de la PABRA. Les vues exprimées dans le présent document ne représentent pas nécessairement celles de ces institutions.

