

Temps forts

Le CIAT en Afrique

N° 9
Juin 2003

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

Trouver de nouvelles sources de revenus : la participation des agriculteurs à la recherche de débouchés commerciaux

Les agriculteurs doivent de plus en plus souvent subvenir aux besoins alimentaires de la famille et se procurer suffisamment d'argent comptant pour couvrir d'autres besoins élémentaires, tels que les habits, les frais de scolarité, les médicaments, etc. Le surplus des récoltes des cultures vivrières de base qu'ils ont l'habitude de cultiver se vend généralement à un prix modique sur le marché, surtout en période de récolte où l'offre est largement supérieure à la demande.

Pour ces agriculteurs, une autre stratégie consiste à explorer les opportunités de :

- Diversifier leur production par l'introduction de cultures à forte valeur ou de bétail dans le système agraire; ou
- Donner une valeur ajoutée aux produits que leur fournissent les cultures et le bétail qu'ils possèdent déjà, en mettant l'accent sur la qualité et la présentation, ou en transformant les produits existants en marchandises plus attractives pour les consommateurs.

Il est naturellement beaucoup plus risqué de produire pour le marché que de cultiver et d'élever du bétail pour sa propre consommation. Afin de faire un choix entre les différentes options génératrices de revenus, les agriculteurs doivent recueillir des informations qui les aideront à prendre une décision adaptée à leur situation. C'est à ce moment que le « facilitateur d'accès au marché », technicien d'une organisation gouvernementale ou non gouvernementale, joue un rôle capital. Il/elle est à même d'orienter un groupe d'agriculteurs à travers un processus d'identification et d'évaluation des opportunités de marché qui réduira les risques de mauvaises décisions pouvant s'avérer fort coûteuses à moyen terme.

Procédure d'identification et d'évaluation des options commerciales avec les agriculteurs

Diagnostic participatif

La procédure débute par un diagnostic participatif impliquant autant de membres de la communauté que possible. Lors de cette réunion, il est essentiel de définir clairement les cultures, le bétail et autres biens produits par la communauté, qu'ils soient destinés à la consommation des ménages ou à la vente. Il convient de tenir compte des différences de perception quant à l'importance relative des produits en fonction des divers groupes d'agriculteurs au sein de la communauté (plus ou moins orientés vers la vente par exemple). Il faut aussi prendre note des produits alimentaires frais ou transformés, et des produits non alimentaires qui sont typiques de la région et qui sont très appréciés et recherchés.

Enfin, les agriculteurs devraient passer en revue et suggérer les différents types de plantes qu'ils voudraient cultiver ou d'animaux qu'ils voudraient élever, en se fondant sur leurs relations avec les commerçants et leurs collègues agriculteurs. L'ensemble d'idées qui ressort de cet exercice permet d'aboutir à un consensus sur les produits et groupes de produits qu'il faudrait étudier plus en détail du fait du potentiel économique qu'ils présentent. La réunion se conclut par l'élection d'un groupe d'agriculteurs qui représentera la communauté lors de l'évaluation des différentes options proposées.

Evaluation des critères

Suite au diagnostic, les agriculteurs choisis, souvent désignés « groupe sur le

revenu » ou « groupe responsable de la recherche commerciale », se rencontrent en vue de définir les critères qui seront utilisés pour trancher entre les différentes options. Certains de ces critères correspondent à des concepts de base, tels que le niveau de la demande et la capacité de générer un produit rentable. Les critères suivants peuvent également être retenus : des critères plus spécifiques, comme le nombre d'agriculteurs pouvant participer à une entreprise, le rôle des femmes, ou encore tout impact négatif que la production de ces biens pourrait avoir sur l'environnement, etc.

Systématisation de l'information

Avec l'appui du facilitateur d'accès au marché, est organisée une réunion au cours de laquelle les agriculteurs font connaître les informations dont ils ont besoin pour évaluer chacune des alternatives jugées prioritaires. A cette étape du processus, il manque pratiquement toujours des informations, qu'il s'agisse de détails concernant le marché ou des moyens les plus efficaces de produire les espèces culturales et animales retenues. Le facilitateur d'accès au marché doit alors identifier les marchés et les entreprises appropriées en vue de l'organisation d'une visite avec le groupe d'agriculteurs responsable de la recherche commerciale.

Visites de marchés et d'entreprises

Les lieux visités sont en général les marchés de gros et de détail de taille conséquente situés dans les principaux centres urbains, mais peuvent également inclure des entreprises du secteur alimentaire et de la transformation des produits agro-alimentaires. Il est important de bien organiser les visites, de façon à s'assurer que les personnes accueillant les agriculteurs soient informées à l'avance du but de la visite et qu'elles soient en mesure de leur fournir les informations escomptées. Pour sa part, le groupe d'agriculteurs prépare la visite en vue d'en retirer les informations voulues sur les variétés et les types de produits, leurs caractéristiques sur le plan de la qualité, les préférences au niveau de la présentation (taille, poids, etc.), l'emballage, le prix, la fréquence et le volume des livraisons, les conditions de paiement, etc.

C'est également pour les agriculteurs

l'occasion d'observer et de poser des questions sur les produits les plus demandés qu'ils pourraient, pensent-ils, introduire dans leur région, dès à présent ou dans l'avenir. De même, les agriculteurs ont besoin de renseignements sur la production des espèces culturales et animales qu'ils ont choisies. De nouveau, il appartient au facilitateur d'accès au marché d'identifier les expériences menées par d'autres agriculteurs qui ont produit et vendu avec succès un produit particulier, et de permettre au groupe d'agriculteurs responsable de la recherche commerciale de visiter des sites de production et de recueillir des informations sur les méthodes de gestion, les exigences en investissement et en main d'œuvre, les coûts, les manipulations post-récolte et les aspects commerciaux.

Sélection des options

La sélection finale des options se fait en présence de l'ensemble de la communauté. Le groupe responsable de la recherche commerciale présente les conclusions des visites de marchés et d'entreprises, fournissant des informations sur la demande commerciale eu égard à chaque option, les coûts de production et les prix escomptés à la vente. Il est également recommandé de présenter une comparaison entre les différentes options, sur le plan de la facilité de production et des bénéfices que les groupes de la communauté pourront en retirer.

Après avoir examiné en détail chacune des options, la communauté parvient à un consensus sur les options à adopter de façon immédiate. A partir des informations obtenues lors des visites de marchés, la communauté peut également retenir un certain nombre d'alternatives qui semblent attractives pour l'avenir et que les agriculteurs pourraient commencer à expérimenter. La réunion de la communauté se termine par l'identification des agriculteurs désirant participer à la mise en application des options choisies, en tant qu'entreprises commerciales.

Projets d'agro-entreprises intégrées

Une fois la sélection des options entrepreneuriales accomplie, débute une nouvelle phase du processus consistant à créer ou consolider les agro-entreprises communautaires. Il s'agit de concevoir, pour chaque produit sélectionné, un projet d'agro-entreprise intégrée. Cette phase exige une analyse beaucoup plus détaillée de la chaîne d'activités et des acteurs impliqués depuis l'étape de la production jusqu'à l'étape de la commercialisation.



Pour plus d'informations, s'adresser à :
Rupert Best
rupert.best@fao.org
Elly Kaganzi
e.kaganzi@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