

APCAM / MSU

“ Projet d'Appui au Système d'information  
décentralisée des marchés agricoles ”

(PASIDMA)

Rapport final de l'atelier sur  
la conception des services de  
l'Observatoire du Marché Agricole (OMA)  
Bamako 8-9 Décembre 1998

A00  
0279

I - NOTE DE PRESENTATION

## 1. Justification

Le système d'information du marché (SIM) a été transformé en observatoire des marchés agricoles (OMA) dont la tutelle administrative a été confiée à l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture du Mali (APCAM) lors de l'atelier de Mai 1998 sur le SIM. Cette transformation est le résultat d'un long processus de restructuration du SIM engagé par le PRMC au début de l'année 1998. L'objectif recherché est de mettre en place un dispositif d'information du marché indépendant du soutien des bailleurs de fonds.

La mise en place d'un dispositif d'information durable et indépendant des bailleurs de fonds requiert une stratégie de réduction des coûts d'opération du SIM actuel, le renforcement des acquits et l'adéquation de l'information aux besoins réels des utilisateurs. Ainsi, le PRMC a organisé un atelier en Mai 1998 sur l'avenir du SIM dont l'objectif était de proposer des mesures d'amélioration du rapport coût-impact des informations du SIM. Les mesures de réduction des coûts adoptées par l'atelier sont essentiellement l'autonomie de gestion du SIM, le changement de statut et le transfert du personnel de l'OPAM à l'OMA. Aujourd'hui, l'OMA dispose de l'autonomie de gestion qui devrait permettre une meilleure maîtrise des coûts de fonctionnement et un changement de statut du personnel dont l'effet attendu est une réduction de la masse salariale par la négociation.

Pour améliorer l'impact des informations diffusées, l'atelier a recommandé une enquête sur les besoins réels en information des principaux utilisateurs à différents niveaux de la chaîne de production : à la commercialisation. Aussi, l'APCAM a entrepris, à travers le projet d'appui au système d'information décentralisé du marché agricole (PASIDMA), une étude sur les besoins en information des différents acteurs du marché agricole au mois d'octobre 1998. Les résultats préliminaires de cette étude montrent une forte demande en information sur l'ensemble des filières agricoles par les différents acteurs. Cette demande en information concerne à la fois le marché national et les marchés de la sous région.

La variation des besoins en information selon les catégories d'acteurs et la limitation des moyens dont dispose l'OMA exigent une hiérarchisation des types d'informations à produire et à diffuser. Cette hiérarchisation implique des choix tant au niveau des types d'information à collecter qu'au niveau des catégories d'utilisateurs à cibler. Ainsi, il apparaît nécessaire de convier à un atelier national les représentants des différentes catégories d'utilisateurs pour identifier les besoins prioritaires à satisfaire en fonction des capacités de mobilisation des ressources domestiques par l'APCAM dans une perspective de retrait du soutien financier du PRMC.

## 2. Objectif

L'objectif général de l'atelier est de proposer des services d'information que l'OMA devrait produire et diffuser à partir des résultats de l'enquête sur les besoins réels en information. Les objectifs spécifiques de l'atelier sont :

- discuter et valider les résultats de l'étude;

- hiérarchiser les besoins en information des acteurs.
- proposer une stratégie de couverture des besoins dans le temps.

### 3. Résultats attendus

Les résultats attendus de l'atelier sont

créer un consensus national sur les services d'information prioritaires que l'OMA devrait fournir; identifier les modes de financements des services d'information retenus à partir des ressources domestiques à moyen et long terme

### 4. Déroulement de l'atelier

L'atelier comporte deux séances plénières et des travaux en commission. La première séance portera sur la présentation des résultats de l'étude sur les besoins en information des différentes catégories d'utilisateurs par les consultants. Les catégories d'utilisateurs sont

- Agriculteurs/éleveurs/pêcheurs.
- commerçants/importateurs-exportateurs.
- transformateurs des produits agricoles.
- décideur politiques/institutions/agences de coopération et ONG.

Les travaux en commission porteront sur la validation des rapports des consultants et la hiérarchisation des besoins en information des différentes catégories et la stratégie de financement de ces besoins à partir des ressources domestiques. La deuxième séance plénière discutera des résultats des travaux en commissions et croisera les besoins des différentes catégories d'utilisateurs afin d'identifier les besoins communs à tous les acteurs

### 5. Programme de l'Atelier sous la haute présidence de Son Excellence Monsieur le Premier Ministre:

#### Première journée

8h30 - 9h00 Inscription des participants

9h00 - 9h45 Cérémonie d'Ouverture

- \* Ouverture de séance par S.E. Monsieur le Premier Ministre
- \* Allocution du Président de l'APCAM
- \* Discours de Monsieur le Ministre du développement rural et de l'eau
- \* Suspension de séance

9h45 - 10h15	Pause café
10h15	Reprise des travaux en Plénière Mise en place du bureau de l'Atelier
10h15 - 11h15	Presentation de l'observatoire (Daouda Tangara - APCAM) Présentation des communications : (12 mn chacune) 1 - Synthèse générale des études sur les besoins en information Dr TIMBO - APCAM 2 - Etude sur les besoins en information des producteurs Lamissa DIAKITE - ECOFIL/IER 3 - Etude sur les besoins en information des transformateurs Aboudou DIARRA - CEF 4 - Etude sur les besoins en information des commerçants et exportateurs Salif DIARRA - OMA 5 - Etude sur les besoins en information des institutions et agences de coopération Fousseyni DIALLO - BUCODIA
11h15 - 12h15	Debats
12h15 - 12h30	Constitution des commissions (les experts seront les modérateurs) Commission 1 : besoins en information des producteurs - Mr Lamissa Diakité Commission 2 : besoins en information des transformateurs- Mr Aboudou Diarra Commission 3 : besoins en information des commerçants et exportateurs - Salif Diarra Commission 4 : besoins en information des institutions et agences de coopération - Fousseyni Diallo
12h30 - 14h30	Pause dejeuner
14h30 - 15h30	Travaux en commission
15h30 - 15h45	Pause café
15h45 - 17h00	Poursuite des travaux en commission
17h00	Fin de la journée

## Deuxième journée

8h30 - 10h30 Suite travaux en commission

10h30 - 10h45 Pause café

10h45 - 12h30 Séance plénière  
(Présentation des rapports de commission et débats)

12h30 Pause déjeuner

15h00 Présentation et adoption rapport de synthèse (en plénière)

16h00 Cérémonie de clôture

\* Lecture du rapport de synthèse

\* discours de clôture du Ministre du Développement Rural et de l'Eau

## II - RAPPORT DE SYNTHESE

Les 8 et 9 Décembre 1998 se sont tenus dans la salle KUMABLON du Grand Hôtel de Bamako, les travaux de l'atelier sur la conception des services d'information de l'Observatoire du Marché Agricole (OMA)

Cet atelier avait pour objectif de hiérarchiser les besoins en information des différentes catégories d'acteurs et proposer une stratégie de financement de l'OMA à partir des ressources nationales.

Cet exercice fait suite aux résultats de l'enquête réalisée entre Septembre et Novembre 1998 par l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture du Mali, avec le concours du Projet d'Appui au Système d'Information Décentralisé du Marché des produits Agricoles, sur les besoins en information des différents acteurs du marché agricole.

La cérémonie d'ouverture était placée sous la haute présidence de son Excellence Monsieur le Premier Ministre en présence des membres du Gouvernement, des ambassadeurs, des représentants des différentes catégories socio-professionnelles, des partenaires au développement et du Président de l'APCAM. Les représentants des producteurs, des commerçants, des transformateurs et des différents institutions ont également participé aux travaux.

Trois interventions ont été prononcées lors de cette cérémonie par le Premier Ministre, le Ministre du Développement Rural et le Président de l'APCAM. Toutes ces interventions ont particulièrement insisté sur l'importance que révèle l'OMA pour les autorités et les opérateurs de filière face aux enjeux liés à la sécurité alimentaire du pays, l'intégration sous régionale et la mondialisation.

Après une suspension d'une demi heure, les travaux ont repris par la mise en place d'un bureau de l'atelier composé comme suit :

Président : Monsieur Cheick Aba CISSE, chargé de mission au MDRE  
Vice-Président : Monsieur Mahamet KEITA, Secrétaire Général APCAM  
Rapporteur Général : Monsieur Harouna KONE, Directeur Régional du Plan et de la statistique du District  
Rapporteur Général Adjoint : Monsieur Pierre TRAORE de l'OMA.

L'ordre du jour a été adopté avec l'inscription d'un point relatif à la présentation de l'observatoire.

L'exposé sur l'OMA a fait un rappel historique de l'évolution du marché céréalier et de la mise en place du SIM et mis en exergue les raisons qui ont prévalu à la transformation du SIM en observatoire.



Ce fut ensuite la présentation de la synthèse générale des études faites par les consultants sur les besoins en information. Cette synthèse générale a fait ressortir de façon précise les besoins réels d'information des différentes catégories d'acteurs sur le marché national et sur les marchés extérieurs.

A cet effet, quatre groupes d'acteurs ont été retenus ce sont :

- les producteurs
- les transformateurs
- les commerçants
- les institutions

Les discussions faites à la suite des présentations, ont essentiellement porté sur des questions d'éclaircissement concernant les consommateurs, le choix des zones d'études, la représentativité de l'échantillon enquêté, le mode de diffusion, la coordination des informations et le mécanisme de financement

Toutes ces interrogations ont trouvé des réponses à la satisfaction des participants. Cependant l'atelier a retenu la prise en charge des besoins des consommateurs

Quatre commissions de travail ont été constituées.

Chacune des commissions avait pour mandat de :

- Identifier des services d'information pour l'OMA
- la stratégie de financement des activités.

**1. S'agissant de producteurs on retient:**

**1.1. Besoins en information**

- . Intrants (engrais, pesticide, produits vétérinaire, bétail et animaux, aliment
- . Equipement agricole et de pêche
- . Données agro-hydro - météorologique
- . Prix
- . L'offre et la demande/ produit/marché
- . Les techniques de stockage et de conservation.

**1.2. Type de produits**

Les produits à retenir sont: mil, sorgho, maïs, riz, arachides, bovins, ovins, caprins, volaille, poisson, mangues, oignons, tomate, haricot vert, et pomme de terre.

1.3. Niveau de collecte:

Producteur - maraîchers, opérateurs économiques

1.4. Fréquence de diffusion

- Hebdo et annuelle

1.5. Mode de diffusion

- Radio de proximité
- Radio régionale et nationale
- Télévision
- Presse écrite en langue nationale

**2 - En ce qui concerne les transformateurs**

2.1. Besoins en information

- . Prix
- . Quantités transigées
- . Productions /zones

2.2. Types de produits.

En plus de ceux évoqués par les producteurs on note: Blé, fonio, oseille, anacarde, gingembre, échalote, gombo, piment, tamarin, karité, gomme arabique, sésame, lait, cuirs et peaux.

2.3. Niveau de collecte

- Marché de collecte, de regroupement , de gros et de consommation, OMA.

2.4. Fréquence de diffusion

hebdomadaire, annuelle, bi- hebdomadaire

2.5. Mode de diffusion

+ Rapport

**3. En ce qui concerne les commerçants**

### **3.1. Besoins en information**

- . Sources de financement: potentiel existantes
- . prix autres marchés approvisionnant le lieu d'écoulement
- . stock disponible à la vente sur les marchés d'approvisionnement
- . Programme d'achat important sur les marchés d'écoulement
- . disponibilité des moyens de transports
- . demande des marchés de grande consommation
- . annuaire des commerçants
- . situation de la compagnie agricole
- . prix d'achat HUICOMA
- . prix des marchés extérieurs
- . offre et prix des marchés
- . accessibilité des zones de production
- . commerçants demandeurs des marchés d'écoulement
- . programme de ventes subventionnées
- . technique de conservation des poissons
- . qualité des produits horticoles recherches

### **3.2. Type de produits**

Ce sont les mêmes produits évoqués par les producteurs et les transformateurs.

### **3.3. Niveau de collecte**

Marchés intérieurs et extérieurs.

### **3.4. Fréquence de diffusion**

Idem.

### **3.5. Support de diffusion**

Idem.

## **4. S'agissant des institutions**

### **4.1. Besoins en information**

En plus de ceux évoqués par les producteurs et consommateurs on retiendra :

- . le niveau d'approvisionnement des marchés
- . les quantités exportées et importées
- . le paramètre de performance
- . données sur les produits transformés et valorisés
- . Répertoire des acteurs des filières agricoles
- . données sur l'environnement économique et commercial au plan international
- . données sur l'épargne et le crédit
- . données sur les offres d'appui et de conseil
- . campagnes publicitaires

#### 4.2. Types de produits

Idem.

#### 4.3. Niveau de collecte

En plus de ceux évoqués par les autres on en note : la FAO, le PAM, Banque Mondiale

#### 4.4. Fréquence de diffusion

Idem.

#### 4.5. Support de diffusion

Idem + bulletin périodique

En ce qui concerne la stratégie de financement il ressort en conclusion de toutes les commissions que :

- les informations à caractère commercial soient prises en charge par les utilisateurs
- les informations d'utilité publique soient financées sur une ligne budgétaire de l'état ou sur financement extérieur.

## 5. Recommandations :

Les participants au terme de leurs travaux en commissions ont constaté qu'il existe plusieurs sources de données, dont la dispersion empêche la satisfaction des besoins exprimés par les utilisateurs.

### L'atelier,

-Vue la très forte demande en information exprimée par les différents utilisateurs dont l'OMA fait face, d'une part et la nature temporaire des financement du PRMC et des autres bailleurs de fonds,

-Vue la complexité de l'ensemble des problèmes de collecte d'analyse et de diffusion de l'information et les problèmes juridiques et administratifs,

recommande

### A l'OMA

- d'assurer la coordination entre ces différentes sources (différents producteurs d'information) afin mieux satisfaire cette multitude de besoins.

- de prendre en charge la collecte et la diffusion des besoins complémentaires exprimés.

- de travailler en réseau avec les autres producteurs de l'information

- de procéder à une évaluation des implications organisationnelles et juridiques des résultats de l'atelier en vue d'une large concertation entre les différents acteurs concernés pour leur mise en oeuvre

### A l'Etat :

- de prendre en charge le financement de l'OMA afin d'assurer sa durabilité.

### A l'APCAM

- de procéder, en rapport avec le MDRE et le Ministère des Finances, à l'évaluation des coûts de fonctionnement de l'OMA en fonction des résultats de l'atelier.

- de procéder à la concertation avec les différents acteurs pour définir les différents stades dans la collecte, l'analyse et la diffusion et d'engager des démarches en direction de l'Etat et des partenaires pour des appuis éventuels.

### III - RAPPORTS DES COMMISSIONS

### Commission I : Groupe producteurs

Après la mise en place du bureau composé de :

Birama	Traoré	Président
Abdramane	Traoré	Rapporteur
Lamissa	Diakité	Modérateur
Gagny	Timbo	Modérateur

la commission, après examen des documents présentés par les consultants, est arrivée, au terme des discussions qui en ont suivies, aux résultats suivants :

#### **I. Identification des besoins en information des producteurs :**

S'agissant de l'identification des besoins en information, la commission a adopté la démarche prenant en compte les niveaux de production, de mise en marché et de stockage des produits de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche.

##### *1 - Niveau Activités de production :*

les besoins en information identifiés sont relatifs à :

a) - Intrants : Prix par type d'intrants, la liste des fournisseurs et les structures de contrôle de qualité

les intrants répertoriés sont les suivants : engrais, pesticides, produits vétérinaires, aliments bétail et semences agricoles et animales.

b) - Equipements agricoles et de pêche : Prix par type d'équipement et le répertoire des fournisseurs.

c) - données agro-hydro-météorologiques : Période de semis par zone et par spéculation, l'état des pâturages et des points d'eau par zone, situation hydrologique pour la pêche.

d) - financement : sources de financement et les conditions d'accès.

##### *2 - Niveau Activité de mise en marché des produits*

Les besoins en information des producteurs pour la mise en marché de leur production portent sur

- les types de marchés, les prix, l'offre et la demande par produit et par marché.

### 3 - Niveau Activité de stockage des produits :

Les besoins en information portent sur :

- les infrastructures : répertoire des types, lieux et conditions d'accès
- les techniques de stockage par produit
- produits de conservation : les spécifications par produit, les prix par produit, les fournisseurs et les conditions d'obtention .
- les délais de stockage des produits.

### **II - Hiérarchisation**

La commission a procédé à la hiérarchisation suivante

- 1) - pour les intrants : prix par type et les fournisseurs
- 2) - pour les données agro-hydro-météo : période de semis, état des pâturages et situation hydrologique
- 3) - pour les marchés : type de marché, les prix, l'offre et la demande
- 4) - pour le stockage : techniques et les prix par type de produit de conservation.

### **III - Type et qualité des produits à couvrir par l'OMA**

- Céréales : Mil, Sorgho, Riz
- Arachide
- Bétail et viande : bovins, ovins, caprins et volailles
- poisson
- fruits et légumes : mangues, oignon, tomate, haricot vert et pomme de terre
- intrants : engrais, pesticide, produits vétérinaires, aliments bétail et semences
- équipement agricole et de pêche.

### **IV - Niveau de collecte**

- Producteurs
- Marché
- Opérateurs économiques

### **V - Fréquence de collecte et de diffusion**

- Hebdomadaire
- Annuelle



#### **VI - Type de support de diffusion**

- radios de proximité
- radios régionales et nationale
- télévision
- presse écrite en langues nationales.

#### **VII - Producteurs des différents types d'info**

- SIM-OMA pour les céréales
- OMBEVI pour le bétail-viande
- Opération pêche pour le poisson
- DNAMR
- IER
- APROFA
- Offices et projets de développement

#### **VIII - Rôle de l'OMA**

- Coordination dans la collecte des informations déjà disponibles
- traitement , analyse et la diffusion des informations
- collecte pour les besoins nouveaux

#### **IX Stratégies de financement**

- Etat et partenaire de développement pour les informations à caractère public.
- Organisations paysannes et professionnelles pour la demande des intrants et des équipements.

## Commission II : Groupe transformateurs

Il s'agissait pour notre commission d'identifier les besoins en information des transformateurs.

Le bureau mis en place par la commission est le suivant :

- Présidente:	Maïmouna	TRAORE	APROFA
- RAPPORTEUR:	Moulaye Ely	DIARRA	OMA
- MODERATEUR:	Abudou	DIARRA	CEF

Conformément au plan de travail la commission s'est penchée sur les deux points soulignés à savoir, l'identification des besoins en information des transformateurs et la stratégie de financement de l'OMA.

### A ) BESOINS EN INFORMATIONS DES TRANSFORMATEURS

Dans le cadre du processus de transformation des produits, la commission a retenu les trois ( 3 ) activités suivantes :

- 1 ) Approvisionnement en matières premières,
- 2 ) Transformation des produits,
- 3 ) Commercialisation des produits transformés.

Les critères pour le choix des produits ont été notamment l'importance de la production et les opportunités de transformation.

Les tableaux suivants nous donnent par activité les produits retenus, les types d'informations à collecter, le niveau de collecte de ces informations, la fréquence et le support de diffusion aussi bien que les structures impliquées dans la collecte. Ils répondent ainsi aux questions 1, 2, 3, 4 et 5 dans la partie A du guide de travail.

1) Approvisionnement en matières premières pour les transformateurs

Produits	Type d'Informations	Niveau de collecte	Frequence diff	Support	Collecteur
<b>Céréales</b>					
maïs	prix par variété	bord champ - egt gros détail	hebdo	Radio, Tv	OMA
mil sorgho	quantités transigées	marchés OMA	hebdo	Rapport	OMA
riz	estimation production par zone	national	annuel	Bulletin	DNAMR DNSI
tomato	periodes d'abondance sur marchés	marchés OMA	annuel	Annuaire	OMA
ble					
<b>Fruits &amp; Legumes</b>					
mangues					
oranges					
anacarde	prix par variétés	marchés de prod et ecoulmt	hebdo	Radio, Tv	OMA
oseille	periode d'abondance	marchés de production	annuel	Rapport	
pois sucre	estimation production par zones	national	annuel	Bulletin	
gingembre				Annuaire	
piment					
edulote	prix par variétés	marchés de prod et ecoulmt	hebdo	Radio, Tv	OMA / FAO
tomate	periode d'abondance	marchés de production	annuel	Rapport	
pomme de terre	estimation production par zones	national	annuel	Bulletin	
gombo				Annuaire	
pois sucre	prix	marchés de prod et ecoulmt	hebdo	Radio, Tv	CMDT
	periode d'abondance	marchés de production	annuel	Rapport	
	estimation production par zones	national	annuel	Bulletin	
				Annuaire	
<b>Produits cueillette</b>					
tamarin	prix	marchés prod et ecoulmt	quinzaine	Radio, Tv	OMA
karite	periode d'abondance	marchés de production	annuel	Rapport	OMA
gomme arabique	estimation production par zones	national	annuel	Bulletin	DNSI/DNA
				Annuaire	
<b>Produits oleagineux</b>					
arachide	prix et quantités transigées	marchés de prod et ecoulmt	hebdo	Radio, Tv	
sesame	periode d'abondance	.....	annuel	Rapport	OMA (arachide)
	estimation production par zones	National	annuel	Bulletin	
				Annuaire	
<b>Produit animaux</b>					
lait frais	prix	marchés d'écoulement	quinzaine	Radio	OMBEVI
	zones de production	national	annuel	Rapport	
viande poisson	prix et quantités	marchés d'écoulement	Hebdo	Radio	
cuirs & peaux	prix et quantités	collecte	mensuel	Rapport	OMBEVI..
				Radio	
				Rapport	

## 2.) Transformation des produits

La transformation étant une activité qui nécessite des compétences spécifiques, la commission n'a retenu que la fourniture des informations suivantes:

- Le Répertoire des fournisseurs d'équipement et emballage.
- Le Répertoire des projets et structures d'appui aux activités de transformation.

## 3.) Commercialisation des produits transformés

Produits	Type d'Informations	Niveau de collecte	Frequence diff	Support	Collecteur
<b>Céréales</b>					
maïs	prix			Radio, Tv	
riz	quantités transformées	marchés de production et	hebdo	Rapport	
tomo	quantités exportées ou importées	d'écoulement	hebdo	Bulletin	OMA
blé	prix marchés internationaux et sous régionaux par qualité		hebdo	Internet	
<b>Produits Horticoles</b>					
concentrés	prix à l'exportation			Rapport	
jus	prix des produits concurrents	national	2 fois par an	Bulletin	D N S I
sirop	normes à l'exportation			Annuaire	DOUANES
confiture	prix à la consommation			Internet	OMA
produits deshydrates					
<b>Produit animaux</b>					
viande séchée	prix	National	Mensuelle	Radio, Tv Rapport Bulletin	OMA

#### 4.) Nouveau Produits Proposés

Cette rubrique traite la question 6 de la partie A du guide de travail. Il a été ainsi retenu comme produits:

- a) Céréales: Fonio,  
Riz qualité à l'exportation,  
Blé.
- b) Oléagineux: Arachide

Ainsi les types d'informations à collecter seront les mêmes que ceux des autres produits déjà pris en compte.

#### B.) STRATEGIES DE FINANCEMENT

La commission a retenu 2 types de financement:

##### 1) Sources internes

Elles se composeront de:

- a) Subvention de l'Etat
- b) Ressources privées:  
Ces ressources proviendront
  - de tous les travaux à la demande
  - et les informations sur supports écrits.

##### 2) Sources externes: Dons et leg des partenaires

### Commission III : Groupe commerçants et exportateurs

La commission N°3 a eu à réfléchir sur les besoins en information des commerçants et exportateurs.

La commission avait comme Président : Kalilou TIGANA,  
Rapporteur: Francis KEITA  
Modérateur: Salifou B. DIARRA

Après examen du rapport présenté par l'expert Salifou B. DIARRA la commission a retenu :

#### 1. Inventaire des besoins d'information exprimés

##### Besoins d'informations pour les achats

###### Céréales sèches et autres

1. Information sur les sources de financement potentielles existantes
2. Prix autres marchés approvisionnant le lieu d'écoulement
3. Stocks disponibles à la vente sur le marché d'approvisionnement
4. Programmes achats importants marché d'écoulement (existence de contrats, PAM, OPAM, etc...)
5. Disponibilité des moyens de transport
6. Demande marché de grande consommation y compris les pays voisins
7. Prix des marchés des pays voisins
8. Annuaire des commerçants des centres de consommation y compris les pays voisins
9. Situation de la campagne agricole dans les différentes localités (Déficit/Excédent)
10. Prix d'achat HUICOMA (Noix de karité)

###### Bétail

1. Informations sur les sources de financement potentielles existantes
2. Situation des marchés extérieurs
3. Prix des autres marchés approvisionnant les marchés d'écoulement
4. Annuaire des commerçants des marchés d'écoulement
5. Disponibilité des moyens de transport
6. Offre et prix des marchés de grande potentialité

###### Poisson

1. Informations sur les sources de financement potentielles existantes

2. Offre et prix sur les marchés de grande consommation
3. Prix des autres marchés approvisionnant les marchés d'écoulement

#### **Produits horticoles**

1. Offre dans les zones de production/zones de grandes potentialités
2. Demande et offre des marchés de grande consommation/marchés extérieurs
4. Sources de financement potentielles existantes
5. Prix autres marchés approvisionnant le marché d'écoulement
6. Accessibilité zones de production
7. Disponibilité des moyens de transport

#### **Besoins d'informations pour les ventes**

##### **Céréales sèches et autres**

1. Demande des marchés de grande consommation
2. Commerçants demandeurs de céréales des marchés d'écoulement
3. Programmes d'achat importants dans les villes d'écoulement (PAM, OPAM, etc.)
4. Prix des marchés extérieurs
5. Programmes ventes subv./distrib. aides alimentaires dans les villes d'écoulement
6. Informations sur les sources de financement potentielles existantes
7. Annuaire des commerçants des marchés de consommation
8. Disponibilité des moyens de transport
9. Accessibilité
10. Réglementations des autres pays (Normes et Taxes)

##### **Bétail**

1. Prix et état approvisionnement des marchés extérieurs
2. Réglementation du commerce intérieur et extérieur
3. Sources de financement potentielles existantes
4. Demande et prix sur les marchés de consommation intérieurs
5. Annuaire commerçants des marchés d'écoulement
6. Disponibilité des moyens de transport

##### **Poisson**

1. Demande et prix des marchés de grande consommation
2. Techniques de conservation
3. Annuaire commerçants marchés de consommation

### Produits horticoles

1. Demande et prix des marchés de grande consommation
2. Disponibilité des moyens de transport
3. Qualité recherchée sur les marchés d'écoulement
4. Sources de financement potentielles existantes
5. Prix marché extérieur d'écoulement
6. Prix autres marchés approvisionnant le marché d'écoulement
7. Conditionnement/Emballage



## Besoins d'information pour le stockage

### 1. Sources de financement potentielles existantes

#### 2. et 3.

Types	Qualité	Niveau de Collecte	Fréquence de collecte et de diffusion	Support de diffusion
<b>Céréales</b> - Mil - Sorgho - Maïs - Riz	Sagnio/Sounan Kénigué Blanc - jaune BG/Gabiaga	Marché de production Marché de regroupement Marché de gros Marché de consommation	hebdomadaire hebdomadaire bi-hebdomadaire bi-hebdomadaire	Radios, TV, Bulletins et Internet
<b>Bétail</b> * Bovins - boeufs - taureaux - vaches - génisse - taureau  * Ovins/Caprins - Mâle adulte - Femelle adulte - jeune	Poids	Marché de collecte Marchés Régionaux Marchés terminaux	1 fois/semaine 1 fois/semaine 1 fois/semaine	Radios, TV, Bulletins et Internet
<b>Poissons</b> - Capitaine - Carpe - Cillure	Frais, séché et fumé	Marché de collecte Marchés terminaux	1 fois/semaine 1 fois/semaine	Radios, bulletins, et internet

<p><b>Produits horticoles</b>  <u>Exportateur</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mangue</li> <li>- Lait</li> <li>- Haricot vert</li> <li>- Pois mange-tout</li> </ul> <p><u>Marché intérieur</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pomme terre</li> <li>- Oignon</li> <li>- Carotte</li> <li>- Concombre</li> <li>- Laitue</li> <li>- Tomate</li> <li>- Orange</li> <li>- Banane</li> <li>- Igname</li> <li>- Patate douce</li> </ul>	<p>Amelle, kent, keït, David Aden                  Laï Egyptienne et blanc                  Extra fin, fin, boby                  Tout venant</p> <p>†</p> <p>Choix (1,2,3)                  Gros-blc, gros-rouge échalotte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul> <p>Cérise</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>	<p>Marché de collecte                  Marché international</p> <p>Marché de collecte                  Marché de consommation</p>	<p>1 fois/semaine</p> <p>1 fois/semaine</p>	<p>Radios, bulletins,                  TV, Internet</p> <p>Radios, bulletins,                  TV, Internet</p>
--	--	---	---	---

4. Quels sont les principaux producteurs de ces types d'informations au Mali ?

TYPES	PRINCIPAUX PRODUCTEURS D'INFORMATION
Céréales	OMA, CAE, DNSI, DNAMR, Douanes, DNAE, DNT, CPS, Banques, IER, OPAM, ONG, PAM, etc.....
Bétail	OMBEVI, CAE, DNAMR, DGRC
Poissons	DNAER
Produits horticoles	APROFA, CAE, OMA, COLEACP (Comité de Liaison Europe Afrique, Caraïbe Pacifique)

5. Quels sont les types d'informations complémentaires que l'OMA doit produire ?

- Les informations sur la réglementation (il s'agit de la réglementation du commerce intérieur et extérieur

- Concernant le bétail : l'OMA doit voir les possibilités de déboucher pour les produits de l'élevage en plus des marchés potentiels extérieurs (il s'agit entre autres des marchés du Ghana, du Libéria etc...)

6. Quel doit être le rôle de l'OMA dans la coordination, la production et la diffusion des informations sur le marché des produits agricoles ?

- En plus de ces activités actuelles, l'OMA doit produire les informations complémentaires recensées au cours de cet atelier, centraliser toutes les informations collectées par les autres structures, coordonner et diffuser toutes les informations sur le marché des produits agricoles.

## **B. STRATEGIE DE FINANCEMENT**

La commission a préféré traiter tout d'abord la question N°2 avant le question N°1

1. Quelles sont les sources de financement ?

- Donateurs, APROFA, FAO, CAE, PASIDMA, APCAM, CILSS et Gouvernement

2. Comment financer l'OMA avec le retrait programmé des bailleurs de fonds ?

- A court terme, la commission propose que l'OMA reçoive un appui des structures existantes tels que : Donateurs, APROFA, FAO, CAE, PASIDMA et CILSS

A long terme, la commission propose que l'OMA fasse des prestations de service et reçoive un financement à partir du budget national. Pour ce second aspect la commission propose qu'une structure ou un comité soit désigné(e) pour négocier avec le gouvernement du financement de l'OMA à partir du budget national.

3. Quels sont les types d'informations et la nature des prestations de service que l'OMA peut vendre sans préjudice à sa mission de service public ?

La commission a retenu

- Série de prix à la demande
- études spécifiques concernant les filières agricoles retenues
- la formation et l'encadrement des acteurs des filières agricoles

## Commission IV : Groupe Institutions

- Président : Abou DOUMBIA, CPS/MDRE
- Rapporteur : Abdramane BOUARE, APCAM
- Modérateur : Fousseyni DIALLO, Consultant

D'abord une présentation du guide de travail a été faite par le modérateur puis le Président a rappelé que le guide est clair et porte sur deux points : l'identification des services d'information pour l'OMA et la stratégie de financement.

### A. Identification des services d'information

#### 1. Inventaire des besoins d'information exprimés

Le modérateur a d'abord présenté le tableau synoptique des besoins en page 10 de son rapport qui fut ensuite amendé tel qu'il suit :

La commercialisation a été distinguée en commercialisation intérieure et aux exportations dans le cadre des types d'information. Les données ont été substituées aux agrégats portant sur les filières agricoles. La consommation intermédiaire a été rajoutée aux autres données versées dans la colonne "types d'information" qui feront l'objet d'analyse statistique.

Il a été recommandé d'élargir l'analyse aux différents segments de la filière : production, commercialisation, transformation, import-exportation et aide alimentaire.

Les éléments portés dans la colonne type d'analyse relativement aux différents prix temporels sur les marchés ont été ramenés dans la colonne types d'information et feront l'objet d'une analyse de fluctuations et de tendances.

Les données statistiques sur les unités de transformation ont été élargies aux performances réelles des unités et au nombre d'emplois créés.

Le mode de financement a été ajouté aux données sur les intrants agricoles les données sur les offres d'appui qui ont élargies aux conseils aux décideurs avec un inventaire des structures et domaines d'intervention.

Un autre type d'information a été retenu, à savoir les textes réglementaires sur les marchés extérieurs, les besoins et normes de qualité ainsi que l'édition d'un répertoire sur les différents intervenants (OPA, commerçants, transformateurs, exportateurs).

## 2. Priorisation des besoins d'information

Les besoins d'information ont été priorisés de même que les produits concernés ; certains producteurs d'information ont été ciblés. le tableau ci-dessous retrace cette priorisation.

1. Différents prix temporels sur les marchés	1. Mil, Sorgho, Riz/rie, bétail, coton, lait, poisson	OMA, OMBEVI, ON CMDT, SAP, DNSI
2. Niveau d'approvisionnement des marchés (quantités transigées)	2. Pomme de terre, oignon, haricot vert, mangue, karité gomme arabique, oseille de Guinée, oignon, tomate, sésame.	
3. Stocks disponibles	3. Blé, arachide, fonio, niébé, patate, manioc, igname, agrumes.	
4. Quantités exportées et importées (origine, destination)	4. Autres	
5. Données sur la production (volume, effectif, excédent commercialisable)	Semences, engrais, produits vétérinaires, pesticides, matériels agricoles, herbicides, aliment bétail/volaille	
6. Paramètres de performance (rendements, coûts de production) normes de qualité	Céréales, viande, poisson, lait, produits alternatifs, sucre	
7. Données sur les intrants		
8. Données produits de transformés ou valorisés		
9. Données sur la consommation		
10. répertoire des acteurs des filières agricoles		
11. Textes réglementaires sur les marchés		
12. Données sur l'environnement économique et commercial, sous-régional, régional et international		FAO, PAM, Banque Mondiale
13. Données sur l'épargne et le crédit		
14. Données sur les offres d'appui et de conseils		
15. Campagnes publicitaires		

## **B. Stratégie de financement**

Il a été proposé que les informations à caractère commercial soient financées par les utilisateurs et que les autres informations d'utilité publique soient financées sur le budget d'Etat ou des sources de financement extérieures.

A cet égard, la commission recommande à l'APCAM en rapport avec le MDRE, le Ministère chargé du Commerce et celui des Finances de procéder à l'évaluation des coûts de fonctionnement de l'OMA en fonction des résultats de l'atelier, procéder à la concertation avec les différents acteurs pour définir les différents stades dans la collecte, l'analyse et la diffusion de l'information, et engager des démarches en direction de l'Etat et des partenaires pour les appuis éventuels.

Elle recommande également que l'OMA travaille en réseau avec les autres producteurs de l'information.

Enfin une recommandation finale a été faite :

Compte tenu de la complexité de l'ensemble des problèmes de collecte, d'analyse et de diffusion de l'information et des problèmes juridiques et administratifs, la commission recommande de procéder à une évaluation des implications organisationnelles, financières et juridiques des résultats de l'atelier en vue d'une large concertation entre les différents acteurs concernés pour leur mise en oeuvre.

**III - ALLOCUTION DE BIENVENUE DU  
PRÉSIDENT DE L'APCAM**



EXCELLENCE, MONSIEUR LE PREMIER MINISTRE, CHEF DU GOUVERNEMENT,

EXCELLENCE, MESDAMES, MESSIEURS LES MEMBRES DU GOUVERNEMENT

MESDAMES, MESSIEURS LES REPRESENTANTS DES AGENCES DE COOPERATION BI  
ET MULTILATERALE,

MONSIEUR LE REPRESENTANT DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU  
MALI,

MONSIEUR LE REPRESENTANT DE L'UNIVERSITE D'ETAT DU MICHIGAN,

MESDAMES, MESSIEURS LES PARTICIPANTS,

CHERS INVITES

C'est un réel plaisir pour moi, de souhaiter au nom de l'Assemblée Permanente des Chambres  
d'Agriculture du Mali, la bienvenue à tous ceux, ici présents à la cérémonie d'ouverture de l'Atelier  
National sur la conception des services d'Information des Marchés Agricoles au Mali.

A vous particulièrement, Monsieur le Premier Ministre, je voudrais au nom de l'ensemble des  
opérateurs des filières agricoles vous adresser nos vifs remerciements pour avoir accepté de présider  
les présentes assises.

Ceci témoigne, s'il en était encore besoin de l'intérêt que vous accordiez à tout ce qui  
concerne le monde rural en général et particulièrement aux ressortissants des Chambres d'Agriculture  
du Mali.

Monsieur le Premier Ministre,

Mesdames, Messieurs les Membres du Gouvernement,

Mesdames, Messieurs les Ambassadeurs et Chefs d'Agences de Coopération,

Mesdames, Messieurs,

Il y a sept mois se tenait dans la même salle, un autre atelier national pour réfléchir sur le futur  
du Système d'Information du Marché Céréalière, son statut juridique, son positionnement futur et la  
stratégie de financement des ses activités.

Comme vous le savez,

Le gouvernement malien s'est engagé depuis longtemps dans un processus de réformes économiques et institutionnelles, parmi lesquelles la libéralisation des prix et des marchés céréaliers qui est intervenue à partir de 1981 par la mise en place d'un programme de restructuration du marché céréalier dénommé PRMC.

Un des objectifs du PRMC était la gestion des aides alimentaires et l'émergence d'un marché céréalier plus transparent et plus concurrentiel. Pour la réalisation de cet objectif, il a été mis en place un dispositif d'information pour permettre la disponibilité et l'accès à l'information de tous les acteurs du marché.

Ainsi le système d'information du Marché (SIM) devrait contribuer à la régulation du marché céréalier et à l'amélioration des politiques alimentaires à travers la collecte, l'analyse et la diffusion d'information fiable, pertinente et actuelle auprès de tous les acteurs du secteur privé et des décideurs institutionnels.

Incontestablement, les systèmes d'information des marchés actuellement en place ont joué un rôle important dans l'amélioration de l'efficacité des marchés de céréales et de bétail et ont permis un accroissement du pouvoir de négociation des opérateurs agricoles et des consommateurs

Ils ont, en outre, contribué à une diminution des coûts de commercialisation, au développement des marchés de céréales, du bétail-viande et à une dynamisation du secteur privé.

Cependant, malgré ces résultats importants et encourageant, force est de reconnaître que le système actuel connaît des limites sérieuses, qui gagneraient à être rapidement corrigées.

Si le SIM a été une réussite technique de par la fiabilité des informations diffusées, il n'en demeure pas moins que le SIM a connu des difficultés liées au coût élevé de son fonctionnement, la limitation des informations à certains produits ainsi que le manque d'une véritable politique de communication.

Les systèmes actuels sont limités aux céréales et au bétail et cela par rapport aux seuls prix et quantités.

Des prévisions sur l'évolution des marchés dans le souci d'anticiper les plans d'affaires et pour éclairer les politiques gouvernementales en matière de sécurité alimentaire et pour la promotion de l'agro-business ne sont pas disponibles.

De même l'accent n'a pas été suffisamment mis sur le renforcement de la capacité des opérateurs à mieux utiliser l'information et davantage rentabiliser les processus ainsi mis en place.

Enfin le souci de durabilité, s'agissant particulièrement de son financement ou de son autofinancement ou encore par rapport au coût/efficacité du SIM demeure à présent une préoccupation.

Par ailleurs la dévaluation du franc CFA a ouvert des opportunités de nouveaux marchés et pour des produits autres que les céréales, favorise l'émergence de nouveaux acteurs et aussi crée de nouveaux besoins d'information pour les différents acteurs des marchés agricoles dans la sous-région.

Pour tirer profit de ces nouvelles opportunités relativement à la demande des produits agricoles, l'opérateur malien a besoin non seulement des informations fiables, utiles et à moindre coût sur les opportunités émergentes de marché, une certaine capacité d'utiliser ces informations pour les décisions d'affaires, mais aussi de politiques gouvernementales qui encouragent l'investissement privé et réduisent les coûts de transaction d'affaires.

Dans cette perspective l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture du Mali et l'Université de Michigan ont initié et soumis à L'USAID pour le financement d'un projet d'appui à la mise en place d'un Système d'information du marché pour le développement de l'agro-industrie et la croissance économique durable.

Le but de ce projet est de promouvoir un système d'information décentralisé des marchés agricoles et alimentaires efficient, fiable et durable, c'est-à-dire indépendant du soutien financier des donateurs.

Le projet vise aussi à renforcer la capacité des secteurs privé et public à utiliser les informations du marché de façon effective afin de promouvoir la croissance de l'agro-business et la sécurité alimentaire.

Monsieur le Premier Ministre,

Mesdames, Messieurs les membres du Gouvernement,

Mesdames, Messieurs les Ambassadeurs  
et Chefs d'Agences de Coopération,

Monsieur le représentant de l'Université d'Etat du Michigan,

Mesdames, Messieurs,

La cérémonie qui nous réunit ce matin marque non seulement la fin du long processus que je viens de vous d'écrire mais aussi le départ de l'Observatoire du Marché Agricole (OMA) qui succède désormais au système d'Information du Marché Céréalière (SIM). Créé en Juillet 1998 au cours de la dernière session extraordinaire de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture du Mali,

L'OMA aura comme missions essentielles la production, la diffusion de l'information statistique auprès des utilisateurs mais aussi l'analyse de l'évolution des prix et autres indicateurs permettant d'apprécier la situation du marché agricole. Il bénéficiera à cet effet de toute l'assistance technique et matérielle du projet d'appui au système d'information décentralisé du Marché Agricole (PASIDMA). Le présent atelier est une illustration éloquentes de la nature des relations qui peuvent exister entre ces deux structures.

C'est le lieu d'adresser mes vifs remerciements à l'USAID et à l'Université de Michigan dont l'assistance technique et financière a d'une part permis la création de L'OMA, et d'autre part la réalisation du PASIDMA. J'associe à ce remerciement le groupe des donateurs du PRMC dont le soutien financier hier comme aujourd'hui a permis à l'ancien système d'information d'accomplir efficacement sa mission de collecte et de diffusion de l'information sur les marchés agricoles.

Aussi, je voudrais lancer un appel ardent au gouvernement du Mali pour qu'il perçoive l'Observatoire du Marché Agricole comme un instrument prioritaire de notre politique de sécurité alimentaire en lui dotant en retour de moyens financiers adéquats lui permettant d'accomplir sa mission de service public qui profit du monde rural, des entrepreneurs du secteur agro-industriel, des chercheurs et des décideurs politiques.

Quant aux participants, je voudrais leurs engager à plus de détermination et de perspicacité pour la réalisation des objectifs du présent atelier.

Je vous remercie !

**IV - DISCOURS DE CLOTURE  
DE MONSIEUR LE MINISTRE  
DU DEVELOPPEMENT RURAL ET DE L'EAU**

- Mesdames Messieurs les Ministres,
- Messieurs les Ambassadeurs,
- Messieurs les Représentants des Agences de Coopération Bi et Multilatéral
- Monsieur le Représentant de l'Université d'Etat du Michigan,
- Chers Invités,
- Mesdames, Messieurs les participants,

Nous voici au terme de nos travaux, après deux (2) jours de réflexions, de débats et de concertation autour de la problématique des services d'information de l'Observatoire du Marché Agricole

Mesdames. Messieurs les Ministres,

Messieurs les Ambassadeurs,

Messieurs le Représentant de l'Université d'Etat du Michigan

Mesdames. Messieurs,

les objectifs initiaux assignés au présent atelier étaient:

- de discuter et de valider les résultats des études menées auprès des futurs utilisateurs des services de l'observatoire du Marché Agricole
- de procéder à la hiérarchisation des besoins d'information
- de proposer une stratégie de couverture de ces besoins ainsi que leur mode de diffusion
- d'identifier les modes de financement des services d'information à partir des ressources domestiques.

Je suis heureux de constater, à la lecture de vos recommandations que ces objectifs ont été largement atteints.

Mesdames, Messieurs les participants, vous mesurez donc avec moi l'importance de chacune de vos recommandations dont la mise en oeuvre permettra :

- d'améliorer les informations prospectives du marché agricole
- de renforcer des filières agricoles et l'agro-business
- de doter les institutions publiques d'outil performant leur permettant d'analyser et de concevoir des politiques efficaces assurant la sécurité alimentaire et la croissance du secteur de l'agrobusiness.

Mesdames, Messieurs les participants,

Chacun de vous est consommateur ou utilisateur des services d'information de l'Observatoire du Marché Agricole. La mise en oeuvre de ces recommandations qui reflètent assurément l'ambition que vous portez pour la promotion des activités de production et de commercialisation des produits agricoles ne saurait se réaliser sans l'implication effective de tous les acteurs.

Pour ma part, je voudrais vous assurer de l'engagement du gouvernement à appuyer toute action devant contribuer à l'amélioration des services d'information du Marché Agricole au Mali.

Pour terminer, je voudrais renouveler mes vifs remerciements au Gouvernement Américain à travers l'USAID et l'Université d'Etat de Michigan dont le concours combien appréciable a permis la réalisation de cet atelier.

Enfin en vous souhaitant bon retour dans vos foyers respectifs je déclare clos les travaux de l'atelier sur la conception des services d'information de l'observatoire du marché agricole.

Je vous remercie !

V - LISTE DES PARTICIPANTS



La liste des participants

Nom et Prénoms	Service
MOUSSA KONTAO	CT/APCAM
DJIBRIL SEMEGA	SALAIMA/APCAM
DABA DIAWARA	CAFPD
SALIFOU B. DIARRA	APCAM/OMA
PIERRE TRAORÉ	APCAM/OMA
FRANCIS KEITA	APCAM/OMA
CHEICK ABBA CISSE	MDRE
ISMAEL COULIBALY	UNCPM
MME ASSETOU SAMAKE	ASCOMA
AMADOU DIALLO	DNAE
BAMOUSSA DIARRA	RADIO BAMAKAN
ABOU DOUMBIA	CPS/MDRE
YAYA DIARRA	OFFICE DU NIGER
MME SACKO DIONCOUNDA	KAARTEX
DANIEL MIGNOT	MISSION COOP. FR
IBRAHIMA DIAKITE	C.R.A.
LASSANA TRAORE	AFRIQUE VERTE
ADAMA KANTAO	C.R.A./ DB
MME SALIMATA DIARRA	ASCOMA
MAHAMET KEITA	APCAM
ABDRAMANE BOUARE	APCAM
MOULAYE ELY DIARRA	APCAM/OMA
DAOUDA TANGARA	APCAM

KAROUNGA CAMARA	BCEAO
JAMES TEFFT	INSAH/MSU
MME TOURE AISSATA	AMELEF
YOUSOUF SANOGO	GRAT/CCA-ONG
KATIE SOGOBA	PACCEM
CHEICK SADIBOU KEITA	SCC
MME ISSABRE FATOUMATA SOW	PAM/PRMC
OUEDRAOGO ELOI	AFRISTAT
MAHAMADOU TRAORE	OPAM
MME TOURE KADIA KONE	RADIO BENKAN
BIRAMA TRAORE	COOP. MARAICHERS BKO
SOW MARIAM	INSAH
KUPER ANNE	INSAH
ABDRAMANE HAIDARA	SEGO/ONG
ABDOULAYE NIANG	GPTA
AMADOU CAMARA	USAID/SEG
SALIF SOW	FEWS/USAID
VALERIE KELLY	M. S. U.
ISHAGA COULIBALY	DNSI
MODIBO DIABY	JOURNALISTE/POLITICIEN
BAKARY KONTAO	COPROMANG
AHMADOU SANKARE	IER
SOULEYMANE WANE	MULTICHAN
MOUSTAPHA DEME	CONSULTANT/SOCETEC
BABA DOUCOURE	GPT