

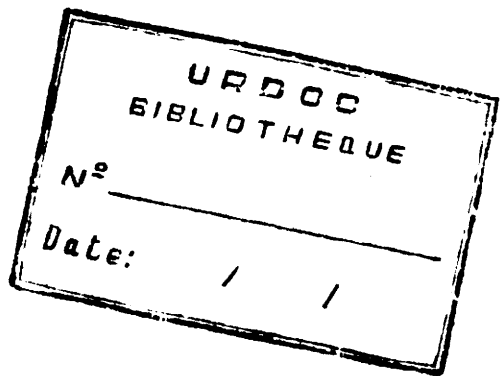
URDOC2

APCAM

PASIDMA

RAPPORT DE SYNTHESE

*Etude sur l'identification des besoins d'information
sur les marchés agricoles*



G00
1494

Gagny TIMBO

Décembre 1998

I. INTRODUCTION

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.

Aussi et dans le même ordre d'idées, il a été mis en place un système d'information sur le marché du bétail et de la viande.

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 effet, 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 encourageants, 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.

Face à cette situation et compte tenu des considérations ci-dessus évoquées ; il s'avère désormais indispensable de procéder à la revue des dispositifs en place pour :

- améliorer les informations prospectives du marché incluant l'information sur les nouvelles opportunités et la prévision des prix d'une part et prendre en compte les opportunités commerciales régionales d'autre part
- renforcer la capacité analytique des différents opérateurs de filière pour mieux tirer profit des opportunités offertes et accroître leur capacité de négociation avec les partenaires commerciaux.
- renforcer la capacité des institutions publiques dans l'analyse et la conception de politiques plus efficaces et mesurer leur impact sur la sécurité alimentaire et la croissance du secteur agro-industriel.

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 d'Etat 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.

Il a pour objectifs opérationnels de :

- établir des services décentralisés d'information
- élargir la gamme de services d'information et renforcer la capacité du secteur privé à utiliser ces services d'information
- améliorer la diffusion opportune de l'information sur le marché
- renforcer la capacité analytique des politiques de sécurité alimentaire et de promotion de l'agro-business du gouvernement malien.

Pour y parvenir, le projet a établi de commun accord avec ses partenaires, une stratégie d'intervention qui se déroulera en deux phases : une phase de conceptualisation et une phase d'exécution.

Une des premières activités de la phase de conceptualisation est l'identification des besoins réels d'information des acteurs du marché agricole au Mali.

La présente étude s'inscrit dans ce cadre.

Elle vise à faire des investigations auprès des différents acteurs du marché agricole afin de connaître les informations dont ils ont besoin pour mieux orienter les stratégies de développement de leurs activités.

II. OBJECTIFS DE L'ETUDE

L'objectif général de l'étude est de déterminer de façon précise les besoins réels d'information des différentes catégories d'acteurs sur le marché national et les marchés extérieurs.

Plus spécifiquement, il s'agira de :

- analyser les types de décision que chaque acteur prend dans le cadre de ses activités
- collecter les informations nécessaires à la prise des différents types de décision des acteurs concernés
- déterminer les informations nécessaires aux prises de décision qui sont disponibles et accessibles aux différents acteurs.
- établir une gamme d'information qui sont d'importance capitale pour les acteurs dont ils ne disposent pas.

Les résultats attendus de l'étude sont les suivants :

- les types de produits et de marchés à couvrir par le SIM versus OMA.
- les fréquences et les modes de diffusion des informations demandées
- les types d'analyses souhaités et les améliorations à apporter aux informations déjà produites par le SIM.

III. DEROULEMENT DE L'ETUDE

1. Approche méthodologique

La méthode adoptée a consisté à identifier les groupes représentatifs des différents utilisateurs des informations des marchés agricoles. Quatre groupes d'acteurs ont été retenus pour les besoins de l'étude. Il s'agit de :

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

L'instrument utilisé pour l'enquête a été le guide d'entretien qui a été préféré au questionnaire sur la base des résultats de la préenquête.

L'entretien a été fait parfois en groupes mais souvent individuellement.

Chacun des responsables de l'enquête, a eu sur la base des termes de référence et résultats attendus de l'étude, à élaborer ses guides d'entretien, déterminer l'échantillonnage et rédiger son rapport.

Le guide d'entretien avec les institutions était articulé autour des points ci-après :

- la définition de la politique de l'Etat en matière de sécurité alimentaire
- l'élaboration et l'évaluation des projets de développement
- la définition des politiques de commerce extérieur.

Le guide d'entretien élaboré pour les producteurs, avait trait aux informations nécessaires pour la prise de décision concernant la production, la commercialisation et le stockage.

Pour les commerçants, le guide d'entretien devait recueillir les informations par rapport aux activités d'achat, de vente et de stockage.

S'agissant des transformateurs, le guide d'entretien a été conçu à partir des informations dont ils ont besoin en rapport avec les activités d'approvisionnement, de transformation et de commercialisation.

2. Zone et public cibles de l'étude

L'enquête auprès des institutions s'est déroulée dans le district de Bamako. Elle a concerné quatre groupes d'institutions, qui sont :

- les services de l'administration
- les organisations non gouvernementales
- les institutions et associations professionnelles
- les agences de coopération bi et multilatérale.

S'agissant de l'enquête relative aux investigations auprès des producteurs, celle-ci s'est déroulée dans les zones de l'Office riz Ségou, du Seno de Kita, Mali-Sud et l'Office du Niger.

L'enquête a porté sur les besoins d'information des agriculteurs de céréales, coton, arachide et maraîchage, des éleveurs de bovins, ovins-caprins et volailles ainsi que des pêcheurs.

En ce qui concerne l'enquête auprès des transformateurs, celle-ci a couvert la ville de Sikasso et le District de Bamako. Le groupe ciblé par l'enquête était composé des transformateurs publics et privés de l'ensemble des produits d'origine végétale et animale.

Enfin, l'enquête auprès des commerçants a couvert les localités suivantes :

- le District de Bamako
- les villes de Kita et de Kayes dans la région de Kayes
- les localités de Fana et de Dioïla dans la région de Koulikoro
- les villes de Koutiala et Sikasso dans la région de Sikasso
- les Villes de Ségou et de Niono dans la région de Ségou
- les villes de Mopti et de Bankass dans la région de Mopti
- les villes de Gao dans la région de Gao
- les villes de Kidal dans la région de Kidal.

Pour chacune de ces localités, les enquêtes ont porté sur les besoins en information des commerçants des produits de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche évoluant sur les marchés nationaux et extérieurs (exportateurs).

3. Période de l'étude

L'étude s'est déroulée du 24 Septembre au 19 Novembre 1998.

III. RESULTATS

Dans le but de concevoir les services d'information de l'observatoire du Marché Agricole (OMA), la présente étude envisage de répondre à deux problématiques qui s'articulent autour de l'évaluation des besoins en information des principaux acteurs des marchés agricoles d'une part et d'autre part autour des propositions d'amélioration des activités du SIM.

1. Besoins en information des acteurs

La problématique autour des besoins d'information pour être caractérisée par les questions suivantes :

- Quelles sont les décisions que chaque acteur prend dans le cadre de la conduite de ses activités ?
- Quelle information est-elle déterminante pour la prise de décision de chaque acteur pour orienter ses activités ?
- Quelle sont les fréquences et mode de diffusion souhaités ?

On retiendra que l'accent est particulièrement mis sur les informations non satisfaites.

1.1. Principales décision prises par les acteurs du marché agricole

Les besoins d'information de quatre catégories d'acteurs sont pris en compte dans le cadre de la présente étude. Il s'agit de :

- les producteurs
- les transformateurs
- les commerçants
- les institutionnels.

1.1.1. Besoins en information des producteurs

Au titre des producteurs les investigations ont porté sur les besoins en information des agriculteurs, des éleveurs et des pêcheurs.

Les principales décisions prises par ces derniers sont relatives aux principales contraintes auxquelles ils sont confrontés aux niveaux de la production, de la mise en marché et du stockage des produits. Cela constitue un obstacle majeur en la matière. Il ressort de l'analyse des résultats que tous les besoins en information ne sont pas couverts et que pour ceux qui le sont ces informations ne sont pas disponibles à temps.

Les besoins des producteurs ont principalement trait aux éléments ci-après :

- . Pour les activités de production, les besoins se résument essentiellement en information sur les prix, la disponibilité et les conditions d'accès aux intrants et équipements, de même que la liste des fournisseurs par matière.
- . Pour la mise en marché des produits, les besoins portent sur les prix et les débouchés par produit c'est-à-dire les marchés et les conditions d'accessibilité aux marchés ainsi que sur le niveau de l'offre et de la demande par marché.
- Concernant le stockage ; les besoins en information des producteurs sont relatifs à la durée, aux techniques et aux produits de conservation.

Les intrants à prendre en compte sont les semences, les engrais, les pesticides, les médicaments vétérinaire et les aliments de bétail.

Pour les produits, il s'agit des céréales, des produits horticoles, du bétail et du poisson.

Dans certaines zones, les prix de certains produits forestiers sont demandés.

Les producteurs de façon générale, souhaitent que les informations soient collectées sur les marchés primaires, secondaires, diffusées par la radio de façon hebdomadaire et en langue nationale.

1.1.2. Décisions et besoins en information des commerçants

Au titre des commerçants, les catégories d'acteurs pris en compte sont les commerçants intervenant sur le marché national et les exportateurs.

Les décisions sont relatives aux activités d'achat, de stockage et de vente.

Pour les activités d'achat, les commerçants prennent des décisions stratégiques par rapport aux quantités à acheter, les marchés d'approvisionnement et de vente, les périodes d'achat ainsi que les modes d'approvisionnement.

Pour les activités de stockage les décisions portent généralement sur les quantités à stocker, les techniques et produits de conservation ainsi qu'au délai de stockage.

Les principales décisions par rapport à l'activité de vente ont trait au choix du marché de vente, du type de produit à vendre, les périodes de vente et les clients.

Les principales causes d'inaccessibilité aux informations sont liées à la méconnaissance des sources, la non disponibilité à temps et la rétention de l'information.

Les résultats des enquêtes en ce domaine révèlent que l'évaluation des besoins en information se présente comme suit :

- Pour l'activité d'achat, les besoins en information sont relatifs à :
 - . prix par produit et par marché, la liste des commerçants
 - . Volume de vente par marché et par produit
 - . Le type de produit détermine le choix du marché, décidé en fonction du prix et de l'offre sur le marché d'approvisionnement pour les commerçants céréaliers tandis que l'offre est plus déterminante pour les opérateurs des autres produits.

Les prix et l'offre sur les marchés d'achat et de vente sont les principales informations demandées alors que pour l'activité de stockage, ce sont les prix des produits de conservation qui sont sollicités.

- Pour l'activité de vente, les besoins en information portent essentiellement sur le niveau de la demande, les prix et l'accessibilité des marchés pour les commerçants des marchés intérieurs tandis que pour les commerçants des marchés extérieurs, les besoins sont relatifs au prix, l'état d'approvisionnement, le niveau de la demande, la liste des correspondants, la liste des acheteurs, les réglementations les normes de qualité et les informations sur les opportunités de marché.

Des fois, les informations sur le coût et moyen de transport tout comme le système bancaire sont demandés.

Il ressort également que les opérateurs céréaliers, du bétail et du poisson, ils souhaiteraient être informés sur les possibilités de financement.

En terme de diffusion de l'information, les opérateurs ont sollicité la radio notamment les radios de proximité pour les informations d'ordre général tandis pour celles ayant un caractère stratégique, ils souhaitent que celles-ci leur soit communiquées à travers un support matériel.

1.1.3. Décisions et besoins en information des transformateurs

Les principales décisions prises par les transformateurs sont relatives aux activités d'approvisionnement, aux activités proprement dites de transformation et aux activités d'écoulement de produits transformés.

Pour son approvisionnement, le transformateur prend les décisions par rapport au lieu de ravitaillement, au mode d'approvisionnement et à la qualité des matières premières.

Le choix du matériel de transformation et son lieu d'implantation constituent les décisions stratégiques pour l'activité de transformation alors que pour la commercialisation, les principales décisions ont trait aux quantités à produire, au prix et au lieu de vente.

Quant aux **besoins en information**, ceux-ci se résument à :

- Pour l'approvisionnement en matières premières, les besoins portent sur les prix, origine et mode d'approvisionnement des matières premières mais aussi les statistiques de production
- les procédés de transformation, le coût, les spécifications et les possibilités d'acquisition des équipements, notamment les pièces de rechange sont les principaux besoins en matière de technologie de transformation. Des informations sur les nouvelles technologies tout comme la liste des fournisseurs sont parfois recherchés
- pour l'écoulement des produits, des informations sont recherchées sur la demande saisonnière : prix, volume et distribution ainsi que sur les prix et disponibilité des produits similaires importés.

Les informations sur les structures d'appui sont également sollicitées.

Le support de diffusion privilégié est la radio concernant les prix tandis le support matériel est demandé pour les informations sur les technologies.

La fréquence de diffusion proposée est annuelle pour les statistiques de production et hebdomadaire pour les autres éléments.

1.1.4. Décisions et besoins en information des décideurs institutionnels

L'administration, les projets de développement, les organisations non gouvernementales et les partenaires au développement constituent les quatre groupes d'institutions pris en compte dans ce volet de l'étude.

Les décisions qui sont généralement prises portent sur :

- la définition de la politique de l'Etat en matière de sécurité alimentaire
- l'élaboration, la mise en oeuvre et l'évaluation des projets de développement
- la définition des politiques de commerce extérieur.

Les besoins en information des décideurs institutionnels sont relatifs à :

- Suivi économique des filières et prévision des tendances
- statistiques agricoles/recensement agricole
- évaluation des campagnes de production et de commercialisation

- bilan et aides alimentaires
- études de marché
- stock de sécurité alimentaire
- réglementations commerciales aux niveaux national et sous-régional voire international
- programmes d'appui aux opérateurs et acteurs des marchés agricoles
- possibilités de financement des transactions commerciales
- prix des produits agricoles sur les marchés national, sous-régional et international.

Les modes de diffusion proposés sont les radios (proximité et national) tout comme les bulletins pour les différentes analyses prospectives.

2. Proposition d'amélioration du SIM dans le cadre de l'OMA

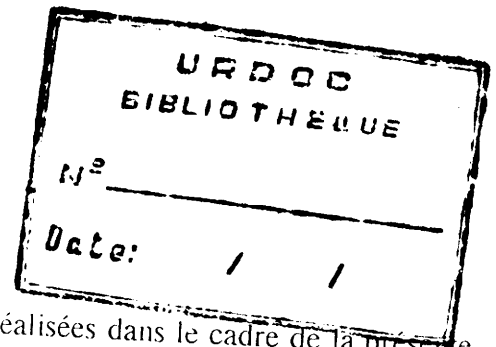
Il ressort de l'analyse des résultats des différentes enquêtes que des améliorations sont souhaitées par les utilisateurs pour les informations déjà produites et diffusées par le SIM.

En référence aux besoins nouveaux en information qui ont été identifiés auprès des producteurs, des commerçants, des transformateurs et des décideurs institutionnels, ces améliorations sont relatives à :

- **aux types de produits** : en plus des céréales et le bétail l'OMA doit produire et diffuser des informations sur les produits horticoles, le poisson, la volaille et les intrants de l'agriculture et de l'élevage
- **aux types de marché** : en plus des marchés locaux déjà couvert par le SIM, la collecte et la diffusion des données doit porter sur les marchés sous-régionaux et internationaux
- **aux types d'information** :
 - . prix des produits et intrants sur les marchés locaux, régionaux et internationaux
 - . information sur le volume des activités, demande, origine et destination des produits cibles
 - . technologies de transformation
 - . liste des acheteurs et fournisseurs sur les marchés extérieurs
 - . réglementations et procédures d'exportation et d'importation
 - . accès au crédit

- . tarifs du transport et sociétés de transport
 - . études de marché, opportunités et partenariat.
 - . Suivi économique des filières
 - . évaluation des campagnes de production et de commercialisation
- **Mode et fréquence de diffusion :**
- . diffusion par les radios de proximité et à dimension régionale et nationale
 - . rapports bulletins et brochures pour les enquêtes et études spécifiques
 - . ouverture sur internet.

IV. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS



1. Conclusions

L'analyse des résultats des différentes enquêtes réalisées dans le cadre de la présente étude permet de tirer les principales conclusions suivantes :

1. Il ressort des différentes investigations que **l'information constitue l'une des contraintes majeures au développement des activités des différents opérateurs et intervenants des secteurs de l'agriculture, de l'alimentation et de l'agrobusiness.**

Ce déficit d'information qui se situe à tous les segments de la filière ne favorise pas la promotion d'un marché agricole transparent et compétitif (production-transformation-commercialisation).

Les statistiques ne sont pas toujours fiables et disponibles pour permettre une véritable programmation et planification des campagnes aussi bien en amont (quantités et qualités par spéculation) qu'en aval, notamment en ce qui concerne l'offre et la demande de marchés potentiels, tout comme pour les technologies appropriées et les possibilités de partenariat.

2. Malgré le volume des informations déjà collectées et diffusées par les différents dispositifs en place, **il existe toujours au niveau des différentes catégories d'opérateurs une forte demande en information.**

Le fait de ne pas disposer d'informations récentes et pertinentes c'est-à-dire en adéquation avec les besoins des utilisateurs reste toujours un obstacle important dans le processus de prise de décision des différents opérateurs pour mieux orienter ou ajuster leurs stratégies de développement des filières agricoles.

Certes, il existe une production importante d'information mais il est également établi que cette information n'est pas suffisamment valorisée voire rentabilisée par les utilisateurs.

Entre autres motifs, on signale les difficultés d'accès dues à la méconnaissance des sources et au coût de cette information mais aussi et surtout au manque de compétence et d'habileté des destinataires à utiliser judicieusement l'information à leur portée.

Aussi, l'information est pour la plupart parcellaire, fragmentée et fréquemment dispersée.

3. La présente étude se situe dans une logique d'approfondissement et de complémentarité, c'est-à-dire dans une démarche qui consiste à prendre en compte les acquis et du SIM et des autres systèmes déjà en place. De façon générale, **il ressort que des améliorations sont à faire pour les informations déjà produites et diffusées par le SIM et le SIBEVI.**

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 s'avèrent utiles pour les opérateurs à savoir les opportunités d'affaires et pour les politiques gouvernementales en matière de sécurité alimentaire et pour la promotion de l'agro-business.

Par ailleurs, il y a nécessité de diversifier l'offre de services d'information en adéquation avec les besoins d'information changeants des différents utilisateurs.

Aussi, les systèmes actuels ne sont pas suffisamment coordonnés voire intégrés pour capitaliser ou tirer profit de l'ensemble des données collectées afin de réaliser des analyses plus poussées pour éclairer les politiques de sécurité alimentaire, de promotion de l'agrobusiness et les plans d'affaires du secteur privé.

Ces améliorations ont trait à :

- **l'élargissement de la gamme des produits** actuellement couverts par le SIM. Des informations portant sur des produits autres que les céréales et le bétail tels que les produits maraîchers, les produits piscicoles et avicoles font l'objet de demande tout comme des besoins en information sur les intrants sont exprimés
- **l'extension des marchés** devant faire l'objet d'observation. Il est proposé de collecter et diffuser des informations par rapport aux marchés locaux, régionaux et internationaux
- **de nouveaux types d'information** tels que les possibilités de financement sur les nouvelles opportunités et la recherche de partenariat apparaissent
- **enfin des besoins nouveaux** sont exprimés par rapport à la fréquence et au support de l'information.

4. L'approche méthodologique et l'échantillonnage de l'étude qui ont consisté en la classification des opérateurs en quatre catégories, à savoir les producteurs, les commerçants, les transformateurs et les décideurs institutionnels, a permis de mieux cerner les besoins en information des principaux utilisateurs et acteurs des marchés agricoles. Cela a été, également, trouvé conforme aux mécanismes de fonctionnement des filières tout comme le principe de les interroger sur le type d'information à produire a été vivement apprécié.

RECOMMANDATIONS

Au regard des considérations ci-dessus évoquées, il nous paraît nécessaire de faire les recommandations suivantes pour la mise en place de l'OMA :

1. Prendre en compte les acquis du Système d'information en place pour les céréales et le bétail-viande tout en apportant les propositions d'amélioration ci-dessus formulées.

Les informations collectées et diffusées par les systèmes en place sont bien appréciées par les différents utilisateurs, même si ces derniers formulent d'autres besoins.

2. Coordonner les efforts et des actions en matière de collecte et de diffusion des informations.

Il existe plusieurs initiatives dans ce domaine. Malheureusement ces initiatives restent compartimentées et gagneraient en efficacité si toutefois des liaisons et une coordination entre les différents dispositifs étaient établies.

Dans ce sens, l'OMA aura un rôle central voire focal à jouer.

3. Former des utilisateurs de l'information pour une meilleure rentabilisation des différents systèmes d'information envisagés ou en place.

Il y a nécessité de prévoir une formation des principaux utilisateurs de l'information pour un accès plus facile et une utilisation plus judicieuse des informations fournies dans leur stratégie de décision.

4. Diversifier et spécialiser les supports de diffusion de l'information pour faire face à la diversité des attentes, permettre la prise en compte des réalités locales ou spécifiques et gérer utilement la densité de l'information disponible.

5. Mettre en place un réseau pour observer, comprendre et anticiper, au centre duquel se positionnera l'OMA, dont la mise en place découle du souci pour une meilleure compréhension du marché agricole.

L'OMA en tant qu'outil de connaissance et d'aide à la décision centré sur le marché agricole guidera son action sur la base des principes suivants :

- Valoriser l'existant en harmonisant les informations et les dispositifs en place dans le souci de favoriser le partenariat et la non redondance. Le système d'information du marché céréalier, le système d'information du bétail et de la viande et l'unité d'information agricole du centre agro-entreprise devront en constituer le noyau dur.

- Standardiser les méthodes pour permettre les comparaisons, étayer les réflexions nationales et un travail de consolidation au niveau national.
- être décentralisé et privilégier le fonctionnement en réseau dans le but de favoriser les échanges et les synergies, assurer la coordination des méthodes et la mise au point en commun des outils de collecte et de traitement des données en vue d'une valorisation au niveau national.

Bamako, le 02 Décembre 1998

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.

BESOINS EN INFORMATION DES COMMERCANTS

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 écoulement

Produits horticoles

1. Offre dans les zones de production/zones de grandes potentialité
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

ANNEXES

BESOINS EN INFORMATION DES PRODUCTEURS

S'agissant de l'identification des besoins en information, il a été 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 : source 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 marche de leurs production portent sur

- les types de marchés, les prix, l'offre et la demande par produits 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

L'étude 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, 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'information

- 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.

BESOINS EN INFORMATION DES TRANSFORMATEURS

Dans le cadre du processus de transformation des produits, l'étude 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.

1) Approvisionnement en matières premières pour les transformateurs

Produits	Type d'Informations	Niveau de collecte	Frequence diff	Support	Collecteur
Céréales					
maïs	prix par qualité	bord champ/regpt/gros detail	hebdo	Radio, Tv	OMA
mil/sorgho	quantités transigées	marchés OMA	hebdo	Rapport	OMA
riz	estimation production par zone	national	annuel	Bulletin	DNAMR DNSI
fonio	periode d'abondance sur marchés	marchés OMA	annuel	Annuaire	OMA
blé					
Fruits & Légumes					
mangues					
oranges					
anacarde	prix par variétés	marchés de prod et écoult	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					
echalote	prix par variétés	marchés de prod et écoult	hebdo	Radio, Tv	OMA EAO
tomate	periode d'abondance	marchés de production	annuel	Rapport	
potomme de terre	estimation production par zones	national	annuel	Bulletin	
gombo				Annuaire	
pois sucré	prix	marchés de prod et écoult	hebdo	Radio, Tv	CMDT
	periode d'abondance	marchés de production	annuel	Rapport	
	estimation production par zones	national	annuel	Bulletin	
				Annuaire	
Produits cueillette					
tamarin	prix	marchés prod et écoult	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	
Produits oleagineux					
arachide	prix et quantités transigées	marchés de prod. et écoult	hebdo	Radio, Tv	
sesame	periode d'abondance	----- "-----	annuel	Rapport	OMA (arachide)
	estimation production par zones	National	annuel	Bulletin	
				Annuaire	
Produit animaux					
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	
				Rapport	OMBEVI.
cuirs & peaux	prix et quantités	collecte	mensuel	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
Céréales					
maïs	prix				
riz	quantités transformées	marchés de production et	hebdo	Radio, Tv	
fonio	quantités exportées ou importées	d'écoulement	hebdo	Rapport	
blé	prix marchés internationaux et sous régionaux par qualité		hebdo	Bulletin Internet	OMA
Produits Horticoles					
concentrés	prix à l'exportation				
jus	prix des produits concurrents	national	2 fois	Rapport	D N S I
sirop	normes à l'exportation		par an	Bulletin Annuaire	DOUANES
confiture	prix à la consommation			Internet	OMA
produits déshydratés					
Produit animaux					
viande séchée	prix	National	Mensuelle	Radio, Tv Rapport Bulletin	OMA

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
Céréales				
- Mil	Sagnio/Sounan	Marché de production	hebdomadaire	Radios, TV,
- Sorgho	Kénigué	Marché de regroupement	hebdomadaire	Bulletins et
- Maïs	Blanc - jaune	Marché de gros	bi-hebdomadaire	Internet
- Riz	BG/Gabiaga	Marché de consommation	bi-hebdomadaire	
Bétail				
* Bovins :				
- boeufs				
- taureaux				
- vaches				
- génisse				
- taurion				
	Poids	Marché de collecte	1 fois/semaine	Radios, TV,
		Marchés Régionaux	1 fois/semaine	Bulletins et
		Marchés terminaux	1 fois/semaine	Internet

* Ovins/Caprins

- Mâle adulte
- Femelle adulte
- jeune

Poissons

- Capitaine
- Carpe
- Cillure

Marché de collecte
Marchés terminaux

1 fois/semaine
1 fois/semaine

R a d i o s
bulletins, et
internet

Produits horticolesExportateur

- Mangue
- Lai
- Haricot vert
- Pois mange-tout

Marché de collecte
Marché international

1 fois/semaine

R a d i o s
bulletins, TV,
Internet

Frais, séché et fumé

Amelie, kent, keït, David Aden
Lai Egyptienne et blanc
Extra fin, fin, boby
Tout venant

Marché intérieur

- Pomme terre
- Oignon
- Carotte
- Concombre
- Laitue
- Tomate
- Orange
- Banane
- Igname
- Patate douce

Marché de collecte
Marché de consommation

1 fois/semaine

R a d i o s
bulletins, TV,
Internet

Choix (1,2,3)

Gros-ble, gros-rouge échalotte

Cérise

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 identifiées au cours de l'enquête, centraliser toutes les informations collectées par les autres structures, coordonner et diffuser toutes les informations sur le marché des produits agricoles.

BESOINS EN INFORMATION DES INSTITUTIONS

