



Fiche d'activité 69

Structures de commercialisation en milieu rural

Objectif

Cette activité a pour but d'analyser la nature des quatre exemples de structures de commercialisation et d'identifier tous les éléments qui concourent à leur efficacité, en particulier du point de vue des usagers des communautés rurales.

Les exemples sont tirés de : -

-  Mali
-  Malawi
-  Zambie
-  Honduras

Travail de groupe

1. Lisez l'extrait de la note technique (ci-joint). Votre groupe doit travailler sur UN seul exemple (assigné par votre formateur).
2. Au sujet de votre exemple, entamez une discussion à partir des questions suivantes :
 - A. *Quelles sont les particularités de la structure de commercialisation qui la rendent efficace ?*
 - B. *Comment peut-on améliorer la structure de commercialisation de sorte qu'elle réponde aux besoins des communautés rurales, notamment des personnes pauvres ?*
3. Inscrivez vos conclusions sur le flipchart et choisissez la personne qui présentera les conclusions du groupe.



Mali

Le Mali est un bon exemple de pays où les marchés ruraux fonctionnent bien. Le transport rural au Mali est organisé autour des marchés hebdomadaires. Dans une région donnée, il y a un village ou une ville où se tient un marché chaque jour de la semaine. Chaque marché dessert un groupe de villages, dont les habitants se rendent au marché le jour donné. Les communautés rurales se trouvent généralement dans un rayon de 30 km autour du marché le plus proche et les habitants et leurs marchandises y sont transportés par MTI et transport sur la tête (les zones rurales du Mali disposent de nombreux MTI, dont les charrettes à âne ou à bœufs et les vélos). Lorsqu'il existe des services de véhicules motorisés, les villageois les utilisent en fonction de l'éloignement, de la quantité de marchandises et de la qualité des routes. La plupart des communautés rurales ne voient par conséquent de services motorisés qu'un jour par semaine; ce jour-là, il se peut que plus d'un véhicule arrive au village, selon la demande.

Les marchands utilisent les services de transport motorisés pour se déplacer de marché en marché différents jours dans la semaine afin d'y acheter des produits. Les marchés peuvent être éloignés jusqu'à 50 km les uns des autres. De cette façon, le système de transport rural fonctionne de manière relativement efficace. L'abondance des marchés permet de regrouper facilement les marchandises pour le transport par services motorisés. La proximité relative des marchés fait des MTI une alternative viable pour le transport du village jusqu'au marché.

Extrait de : Matching demand with supply in rural transport. De : Simon Ellis



Malawi

La société étatique chargée de la commercialisation et du développement des produits agricoles (Agricultural Development Marketing Corporation (ADMARC)) avait autrefois la mainmise sur la commercialisation des produits agricoles au Malawi. Celle-ci achète des produits aux agriculteurs à des tarifs qu'elle publie au début de la saison, puis les transporte, les stocke et enfin les vend à des acheteurs urbains et ruraux. L'ADMARC est toujours la plus grande société de ce secteur mais depuis la libéralisation, de nouveaux acteurs du secteur privé sont venus la concurrencer. L'ADMARC détient le plus gros réseau national de centres, entrepôts et marchés, et d'avril à novembre, elle exploite 1300 petits marchés saisonniers. L'ADMARC ne possède pas de véhicules en propre, elle externalise la plupart de ses activités au profit de sociétés de transport locales (Ternell, 1998).

Extrait de : Matching demand with supply in rural transport. De : Simon Ellis



Zambie

Les organisations commerciales para-publiques ont toujours eu la mainmise sur la commercialisation des produits agricoles en Zambie. Celles-ci organisaient la collecte des produits agricoles et payaient les agriculteurs au tarif convenu par le gouvernement.

Depuis 1991, l'économie libéralisée a vu le marché reprendre le contrôle et par conséquent beaucoup d'entreprises commerciales agricoles se sont formées pour s'emparer de nombreuses missions autrefois dévolues aux organisations parapubliques. Ces entreprises ont créé des points de collecte de produits. Dans certains cas, les agriculteurs apportent leurs produits à ces points de collecte, et dans d'autres, les entreprises envoient de gros camions pour les collecter directement à la ferme. Toutefois, ces points de collecte représentent un peu plus que des zones de stockage. Les marchés ruraux officiels sont rares, éloignés et généralement concentrés dans les centres administratifs des districts. Par exemple, dans les districts très pauvres des Provinces du Nord et de l'Est, la distance moyenne jusqu'aux marchés est d'environ 40 km.

Extrait de : Matching demand with supply in rural transport. De : Simon Ellis



Honduras

Dans la municipalité de Guinope au Honduras, le marché le plus proche se trouvait à Tegucigalpa, la capitale, à 60 km du district. Bien que le transport par traction animale fut très largement utilisé dans la région, la capitale était hors de portée de la plupart des populations rurales. Par conséquent, les populations rurales étaient dépendantes des marchands ou "coyotes" pour la vente de leurs produits et la location de services de transport. Les communautés se sont senties exploitées et ont mis sur pied des marchés ambulants, qui se réunissaient régulièrement et étaient annoncés à la radio. Ainsi, les marchés s'installaient à portée des MTI, permettant des contacts directs entre agriculteurs et acheteurs.

Extrait de : Matching demand with supply in rural transport. De : Simon Ellis