

**SUPPORTS DE FORMATION
EN MATIÈRE DE TRANSPORT
RURAL**



Module 4: Mobilité rurale

**Faire coïncider l'offre et la demande en matière
de transport rural**

Séance 4.4

Partie 1

Présentation: 4.4a



DFID Department for
International
Development



theIDLgroup



SSATP
Africa Transport
Policy Program

Les modules de formation

Module 1. Politiques et stratégies

Module 2. Planification, conception, évaluation et mise en œuvre

Module 3. Gestion et financement

Ce module

Module 4. Mobilité rurale

Module 5. Enjeux sociaux et environnementaux

Module 4. Mobilité rurale

Session 4.1 Vue d'ensemble des enjeux liés à la mobilité rurale

Session 4.2 Promouvoir l'utilisation des moyens de transport intermédiaires (MTI) – choix du véhicule, obstacles potentiels et critères de réussite

Session 4.3 Commercialisation des produits agricoles et accès aux services de transport

Cette session

Session 4.4 Faire coïncider l'offre et la demande en matière de transport rural

1. Introduction

Objectifs d'apprentissage

À l'issue de la session, les participants pourront :

- ③ Définir la "densité de la demande" relative aux services de transport
- ③ Analyser les facteurs qui ont une incidence sur la densité de la demande
- ③ Élaborer des stratégies visant à maximiser la demande effective de services de transport rural

Vue d'ensemble de la session

- ③ Densité de la demande
- ③ Marchés et sites de stockage
- ③ Interconnexion des réseaux
- ③ Courtiers en transport
- ③ Flux d'informations
- ③ Investissements complémentaires

③ Comparé au transport en Afrique - le transport en Asie est :

- plus compétitif
- moins coûteux
- avec une fréquence de services plus élevée
- plus diversifié - pour des déplacements ruraux de courte distance

Pour quelle raison ?

2. Densité de la demande

- ③ La raison... densité de la demande de transport
- ③ La densité de la demande est déterminée par :
 - Population
 - Système agricole
 - Revenu

🌀 Population

- Faible population = faible demande
 - ✓ Sri Lanka 263 personnes/km²
 - ✓ Pakistan 150
 - ✓ Ghana 66
 - ✓ Zambie 12

🌀 Système agricole

- plus intensif – plus de moyens de production et de rendements

🌀 Revenu

- peu d'argent liquide disponible

La *viabilité* des services de transport est réduite par la nécessité de desservir des populations rurales **pauvres, peu nombreuses et dispersées.**

3. Marchés et sites de stockage

- ③ Besoin de **concentrer** la demande de services de transport
- ③ Populations dispersées = marchés dispersés
 - ce qui influence le choix du véhicule
 - ce qui a une incidence sur les prix à la production

🌀 Choix du véhicule

- plus la **demande** est forte - plus un véhicule efficace et rentable est justifié
 - coûts unitaires réduits
- les marchés et **sites de stockage** sont importants
- par exemple, le grenier à céréales du village - justifie le recours à une charrette à âne pour le transport vers le marché
 - sans le grenier, seul le transport sur la tête peut être justifié

🌀 Prix à la production

- Les agriculteurs vendent directement au consommateur final
- Les agriculteurs dépendent de grossistes ambulants, marchands, organisations para-publiques, grandes entreprises commerciales privées
 - ...réduit la demande de services de transport
 - ... et l'offre de véhicules disponibles pour les zones rurales

Exemples de marchés ruraux

Mali

Malawi

Zambie

Honduras

☉ Marchés hebdomadaires

- sont au service d'un groupe de villages
- communautés dans un rayon de 30 km autour du marché le plus proche
- utilisent les MTI et le transport sur la tête (charrettes à âne, charrettes à bœufs, vélos)

☉ Utilisation de véhicules motorisés (s'il y en a)

- dépend de l'éloignement, la quantité de marchandises, la qualité des routes
- services 1 jour/ semaine
- les marchands se déplacent de marché en marché

☉ Abondance des marchés

- marchandises facilement regroupées pour le transport par services motorisés
- les MTI sont une alternative viable pour le transport du village jusqu'au marché

- ③ La société 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
 - entreprise publique
 - achète des produits agricoles à des tarifs publiés au début de la saison
 - transporte, stocke et vend des produits à des acheteurs urbains et ruraux
 - ne possède pas de véhicules – externalise ses activités de transport au profit de sociétés de transport locales
- ③ Depuis la **libéralisation**
 - de nouveaux acteurs du secteur privé sont venus la concurrencer
 - ... mais l'ADMARC détient le plus gros réseau national de centres, entrepôts et marchés
 - d'avril à novembre, elle exploite 1300 petits marchés saisonniers

③ Les **organisations commerciales para-publiques** ont toujours eu la mainmise sur la commercialisation des produits agricoles

- organisaient la collecte des produits agricoles
- payaient les agriculteurs au tarif convenu par le gouvernement

③ Libéralisation à partir de 1991

- des **entreprises commerciales agricoles** se sont formées
- ont créé des points de collecte de produits = zones de stockage
 - les agriculteurs apportent leurs produits à ces points de collecte
 - ou les entreprises envoient de gros camions pour les collecter directement à la ferme

③ Marchés ruraux officiels

- **rares**, éloignés et 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**.

③ Municipalité de Guinope

- le marché le plus proche se trouvait à Tegucigalpa (capitale), à **60 km** de distance

③ Utilisation répandue du **transport par traction animale**

- hors de prix pour la plupart des populations vivant en milieu rural

③ Résultat

- dépendance des populations rurales vis-à-vis des marchands ou "**coyotes**"
- les communautés se sont senties exploitées

③ Les communautés ont mis sur pied des **marchés ambulants**

- se réunissant régulièrement
- annoncés à la radio
- à la portée des MTI
- permettant des contacts directs entre agriculteurs et acheteurs

Structures de commercialisation en milieu rural



Activité de groupe

- A. *Quelles sont les particularités de la structure de commercialisation qui la rendent efficace ?*
- B. *Comment peut-on améliorer la structure de commercialisation ?*

Stratégie de gestion de la demande

🌀 Davantage de marchés ruraux

- les longues distances pour se rendre aux marchés ruraux rendent les services de transport plus viables

🌀 Marchés réguliers

- incitent les agriculteurs à acquérir des MTI
- encouragent les exploitants de transport et les marchands à se rendre sur les marchés
 - peuvent garantir une demande suffisante qui justifie le déplacement

🌀 Marchés ambulants

- communautés dispersées

🌀 Sites de stockage

- regroupement des marchandises à des fins d'acheminement

🌀 Coopération avec les autorités agricoles

4. Interconnexion des réseaux

⊙ Redondance

- plus que le nombre minimum de liaisons et de kilomètres
- beaucoup de réseaux de voies de desserte rurales = **voies sans issue** (plus de 100 km)

⊙ Problèmes

- **risque** élevé pour les exploitants de transport : moins de revenus & coûts de dépannage possibles
- la communauté se retrouve **isolée** lorsque la route est impraticable

⊙ Avec l'interconnexion des routes

- la **demande** potentielle de services de transport est exploitée au maximum
- les exploitants peuvent emprunter une route "**conformément au cahier des charges**" avec moins de risques de revenir à vide
- **davantage d'exploitants de transport** - concurrence

5. Courtiers en transport

Le problème

- ⊙ Manque de contacts entre les exploitants de transport et les clients
 - les camions/autocars attendent que les chargements /passagers viennent à eux & **ne partiront pas** avant d'être au complet
 - **rare** pour les exploitants de véhicules de se déplacer et de chercher des passagers/chargements
 - zones à faible densité de population - les agriculteurs **se rendent à pied** jusqu'au centre urbain pour trouver un véhicule prêt à aller chercher le chargement
 - **récoltes perdues** sur les bords de route parce que les transporteurs ne savent pas où les trouver

Les courtiers en transport peuvent apporter leur aide...

Le rôle des courtiers en transport...

- ③ **Mettre en relation les marchandises et les véhicules**
 - réduit les trajets à vide
- ③ Un service de courtage efficace repose sur :
 - un **réseau** de courtiers à l'échelle nationale
 - un bon **système de communication** téléphonique ou autre
- ③ Rôle traditionnel
 - fournir de grands véhicules pour de longues distances
- ③ Peut également être au service des **communautés rurales**
 - transport de produits agricoles
 - personnes
 - cas d'urgence

Pakistan – un modèle de réussite

- ③ L'un des systèmes de transport de marchandises les **plus performants** au monde
- ③ Vaste **réseau** d'expéditeurs de marchandises
 - à leur propre compte
 - 25% de marchandises courantes
 - 75% d'expéditions spécialisées comme les pierres taillées, fer, acier
 - 1/3 des expéditions sont “petites” (< une tonne)



Crédit photo: TRL

- ③ Expéditeurs utilisés pour
 - **de plus longues distances**
- ③ Frais
 - 4,8% pour de longs trajets ; 11,3% pour des trajets de moins de 50 km
- ③ Communications
 - 90% des expéditeurs disposaient d'un **téléphone**;
96% d'un **service postal** fiable
- ③ Activités générées par
 - des **visites personnelles** (2/3)
 - 1/3 par téléphone
- ③ **Vitesse de réponse** à une demande de véhicule
 - 64% des expéditeurs - immédiatement
 - 89% dans l'heure qui suit
 - 96% dans les deux heures

6. Flux d'informations

- ③ Le problème majeur pour la plupart des communautés
 - **pas de moyens de communication** - téléphone ou radio
 - dans les zones à **faible demande** - il n'est pas viable pour les exploitants de se déplacer au hasard dans l'espoir de trouver un chargement à transporter
- ③ **Les technologies de la communication** peuvent contribuer à rendre plus efficace la mise à disposition de moyens de transport :
 - en faisant coïncider l'offre et la demande
 - services d'urgence
 - substitut au voyage
 - accès aux marchés et à l'information relative au marché
 - transfert d'informations plus rapide sur les développements technologiques

Principaux enjeux pour les planificateurs

- ③ Technologies de la communication **adaptées** aux communautés rurales
- ③ **Coûts** d'utilisation - achat d'équipement, temps d'antenne, électricité, entretien
- ③ Besoins en **infrastructures** pour l'introduction de la technologie
- ③ Les communautés disposent-elles des **compétences** et des **ressources** pour faire fonctionner et entretenir l'équipement ?

7. Investissements complémentaires

🎯 Les interventions du secteur des transports doivent soutenir :

- **santé** - hôpitaux ou centres de soins
- **éducation** - écoles ou collèges
- **vulgarisation agricole** - une meilleure information et une meilleure disponibilité des graines et des engrais
- **investissements industriels**- industries agro-alimentaires
- **petites entreprises** - soutien aux artisans locaux
- **facilités de crédit** - meilleurs services bancaires ou programmes de micro-crédit