

GUIDE DE CHAMPS-ÉCOLES DES PRODUCTEURS SUR LA PRODUCTION ET LA COMMERCIALISATION DES SEMENCES

Module:
Analyse du marché des semences et sélection des cultures



Donateur: Sida



Les partenaires: Oxfam, CTDZ-Zimbabwe, CTDZ-Zambie, PELUM, ESAFF, Li-Bird, NAFRI, ASOCUCH, FOVIDA, FSN



GUIDE DE CHAMPS-ÉCOLES DES PRODUCTEURS SUR LA PRODUCTION ET LA COMMERCIALISATION DES SEMENCES

Module: Analyse du marché des semences et sélection des cultures

Ce module a été rédigé par Connie Formson, Hilton Mbozi et Bert Visser.

Ce travail fait partie du programme Sowing Diversity = Harvesting Security (Semer la diversité = récolter la sécurité) (www.sdhsprogram.org) Phase II (2019-2022). Le financement du programme est assuré par l'Agence suédoise de coopération internationale au développement (Sida).

Citation: Oxfam Novib. 2024. Guide de champs-écoles des producteurs sur la production et la commercialisation des semences. Module: Analyse du marché des semences et sélection des cultures. La Haye: Oxfam Novib

Contact: Connie Formson Lead, Farmer Seed Enterprises, SD=HS Program, connie.formson@oxfamnovib.nl

Toutes les illustrations sont d'Irene Cécile (www.irenececile.com). La traduction est de Catalina von Hildebrand

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ © Oxfam Novib Février 2024. Cette publication est protégée par des droits d'auteur mais le document peut être utilisé gratuitement à des fins d'éducation et de recherche, à condition que la source soit mentionnée à des fins d'éducation et de recherche, à condition que la source soit citée dans son intégralité. Le détenteur des droits d'auteur demande que toute utilisation de ce type soit enregistrée auprès de lui à des fins d'évaluation d'impact.

Pour toute copie dans d'autres circonstances, ou pour une réutilisation dans d'autres publications, ou pour une traduction ou une adaptation, une autorisation doit être obtenue et une redevance peut être demandée.

Envoyer un courriel à sdhsprogram@oxfamnovib.nl

Oxfam Novib, P.O. Box 30919, 2500 GX La Haye, Pays-Bas.

Introduction

Dans ce module, les facilitateurs jouent un rôle crucial en guidant les Champ école des producteurs (CEP) dans la collecte et l'analyse d'informations. Ces informations seront essentielles pour aider les membres des CEP à prendre des décisions éclairées sur la question de se concentrer sur une culture de semences spécifique qui non seulement présente un potentiel commercial mais s'aligne également sur leurs objectifs sociaux plus larges. Le module résume et présente les principaux enseignements du Chapitre 4 du Guide de Terrain sur la Production et la Commercialisation des Semences (en anglais). Le contenu de ce chapitre est conçu pour doter les participants des CEP d'une compréhension approfondie des dynamiques du marché liées à leur(s) future(s) culture(s) de semences. Ce faisant, il les habilite à prendre des décisions éclairées qui tiennent compte à la fois de la viabilité économique et de la réalisation de leurs objectifs sociaux.

Le Chapitre 4 du Guide de Terrain sur la Production et la Commercialisation des Semences est également résumé dans le Cours en ligne sur la production et la commercialisation des semences (en anglais). Les directives présentées dans ce module ont pour but d'aider à la mise en œuvre de ces concepts dans différents pays. En conséquence, les équipes nationales ont la flexibilité de modifier et d'adapter le module pour répondre aux besoins uniques et aux conditions spécifiques de leur contexte national. Cette approche permet une application plus personnalisée et efficace des informations fournies dans le Guide et le cours en ligne pour répondre aux exigences spécifiques et aux défis de chaque pays.

Structure du module

Introduction	3
Où commencer!	5
Exécution des séances de CEP	9
Module 4 est mis en œuvre sur six sessions qui aboutissent à la décision du CEP sur les cultures et/ou variétés qu'ils commercialiseront. Les sessions couvrent:	
• Session 1: Élaboration d'une carte de la chaîne de valeur des semences comme une "image parlante"	9
• Session 2: Commencez par les bases, qu'est-ce que l'étude de marché?	22
• Session 3: Planification de l'étude de marché	25
• Session 4: Visite du marché et analyse des informations collectées	32
• Session 5: Mon produit est-il rentable?	37
• Session 6: Sélection finale des cultures	42
Ceci est soutenu par divers outils dans les annexes comme suit :	
• Annex 1: Outil initial d'identification des cultures (Guide d'outils 4)	49
• Annex 2: Concepts pour guider le travail de groupe	51
• Annex 3: Modèles pour les séances de CEP d'étude de le marché	53
• Annex 4: Exemple et Modèle d'Analyse de Rentabilité	68

Où commencer!

À ce stade de la mise en œuvre du CEP sur la Production et la Commercialisation des Semences, le CEP aura suivi différents modules pour mieux comprendre son système local de semences afin de prendre des décisions éclairées. Dans la phase de diagnostic (Module 3), le CEP aura

- Établi une *vision* à long terme et élaboré un *plan d'action* préliminaire détaillant les étapes à suivre pour atteindre ses objectifs.
- Décidé des *structures de gouvernance et des modes de fonctionnement*, également documentés dans leur plan d'action, pour guider leurs opérations.
- Choisi la ou les cultures à produire et à commercialiser. Ces choix sont sujets à confirmation par le biais d'un processus plus détaillé ultérieurement, comme mentionné dans l'"Outil de Sélection Initiale des Cultures".

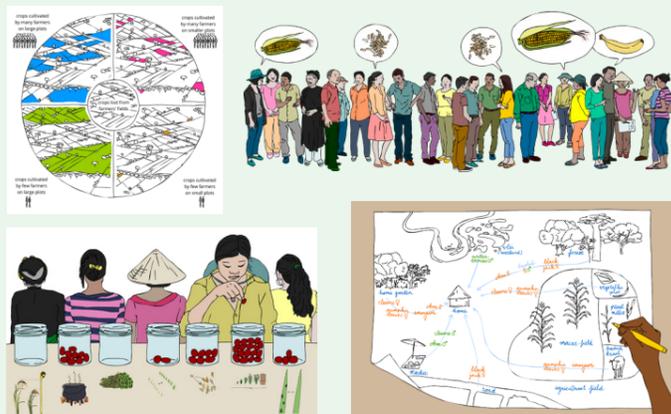
Dans le Module 4, le CEP affinera davantage ses plans en fonction des informations collectées dans le Module 3. Le Module 4 facilite:

1. **Décision Finale sur les Cultures ou Variétés:** Dans ce module, les participants de le CEP effectuent une analyse plus détaillée des informations qu'ils ont recueillies. Cette analyse les aide à prendre une décision finale sur la ou les cultures ou variétés sur lesquelles ils se concentreront à des fins commerciales. Cette décision est basée sur une compréhension approfondie de leur environnement local de semences et des conditions du marché.
2. **Préparation du plan d'entreprise:** Les informations recueillies dans le module 4 contribueront à la préparation d'un plan d'entreprise de base, comme indiqué dans le module 5 du guide.

Module 3: Un bref récapitulatif

Le Module 3 du Guide fournit la base sur laquelle le Module 4 se construit ensuite. Dans le Module 3, le CEP discute *des caractéristiques de son système* local de semences et explore les opportunités potentielles de production et de commercialisation de semences. Sur la base de cette discussion, en utilisant *l'Outil d'Identification Initiale des Cultures*, une ou plusieurs cultures sont identifiées comme potentiellement adaptées à la commercialisation. Ce processus de sélection n'est pas final: tout au long des Modules 4 et 5, des examens plus approfondis de ces cultures aideront le CEP à prendre une décision finale sur la culture à travailler.

N'oubliez pas que lors des travaux précédents du CEP sur la Sélection Participative (SP) ou les variétés locales de plantes alimentaires, des améliorations ou des créations de variétés peuvent avoir été effectuées. Ces variétés peuvent ne pas être prises en compte dans l'analyse de la Roue de la Diversité mais pourraient être très commercialisables! Pour répondre aux objectifs généraux de SD=HS, revisiter les informations des étapes diagnostiques du travail de la SP ou le CEP sur la Nutrition peut aider à orienter les décisions du CEP sur la Production et la Commercialisation des Semences



Le Module 4 est mis en œuvre en 6 sessions de CEP et est organisé en 4 sections principales::

1. **Analyse de la chaîne de valeur des semences:** Dans cette section, les participants analysent l'ensemble de la chaîne de valeur associée à la culture ou à la variété de semences qu'ils ont l'intention de cultiver. Cela implique d'identifier et de comprendre toutes les activités, services et acteurs (individus ou entités) impliqués dans le processus de livraison de leur culture à l'utilisateur final. Cette analyse aide les participants à comprendre les différentes étapes de la production, de la distribution et de la commercialisation au sein de la chaîne de valeur.
2. **Étude de marché:** Il s'agit d'un composant essentiel au cours duquel les participants apprennent à collecter et à analyser des informations de marché liées à leur culture ou variété choisie. Ces informations comprennent la demande du marché, les prix, la concurrence et les préférences des consommateurs. Une étude de marché efficace aide les participants à prendre des décisions informées sur la manière de planifier et d'organiser leur entreprise proposée.
3. **Analyse de rentabilité:** Cette section implique d'évaluer la rentabilité potentielle de différentes cultures. Les participants apprennent à analyser divers facteurs tels que les coûts de production, les rendements attendus, les prix du marché et d'autres considérations financières. L'objectif est de déterminer quelles cultures sont les plus susceptibles d'être rentables pour leurs circonstances et leurs ressources spécifiques.
4. **Sélection finale des cultures et des variétés:** Sur la base des informations collectées et analysées dans les sections précédentes, les participants sont guidés à travers le processus de sélection des cultures et des variétés spécifiques qu'ils chercheront à commercialiser. Cette étape est cruciale pour prendre des décisions commerciales et maximiser les chances de succès.



Un CEP qui a suivi la sélection initiale de cultures ou de variétés de semences, a une **vision** et un **plan d'action** est maintenant prêt à commencer le Module 4! Dans le Module 4, le CEP détermine si les cultures et variétés qu'il a identifiées lors des CEP précédents sur la SP ou les plantes alimentaires locales sont commercialisables. La législation nationale déterminera les cultures et variétés que le CEP peut commercialiser (voir le module 5 du Guide de Terrain).

La vue d'ensemble ci-dessous (Figure 1) met en évidence le stade du processus de Production et Commercialisation des Semences (PCS) auquel CEP devrait être lors de la mise en œuvre du Module 4. Le diagramme indique également les prochaines étapes dans le cycle du CEP.

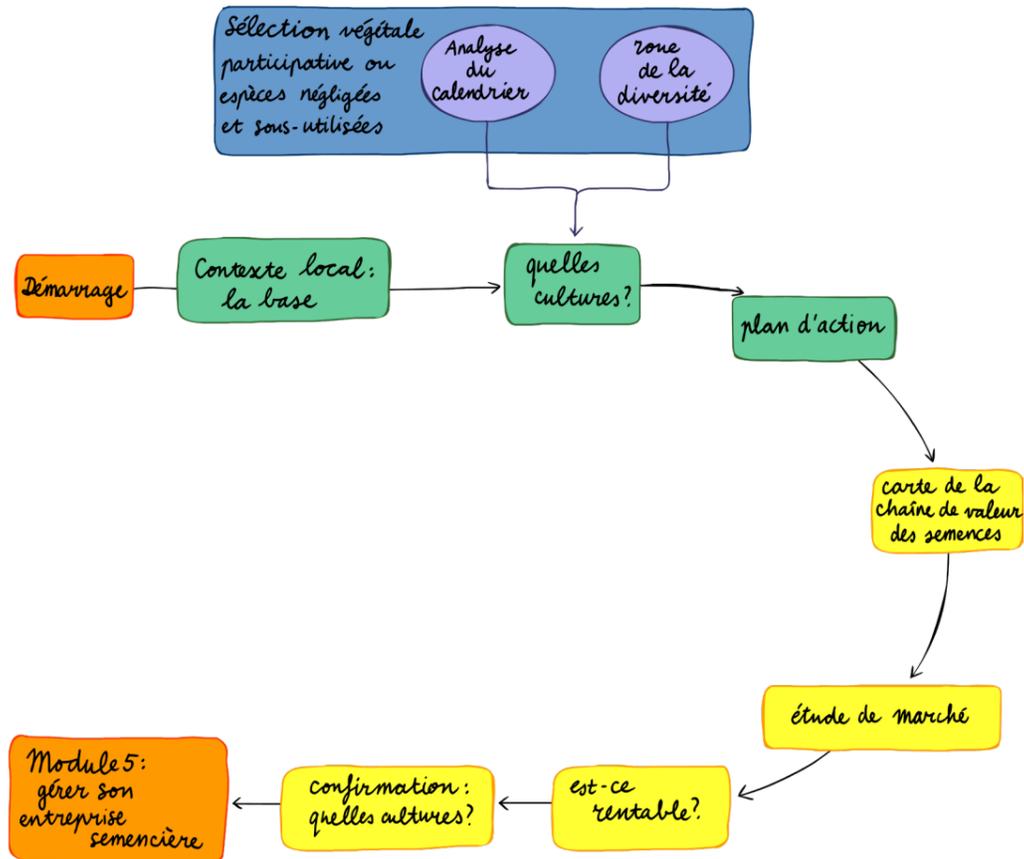


Figure 1 : Organigramme des activités du CEP sur la production et la commercialisation des semences précédant le module 4 et au cours du module.

Exécution des séances de CEP

Session 1: Élaboration d'une carte de la chaîne de valeur des semences comme une "image parlante"

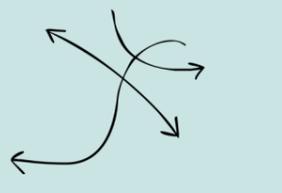
Dans cette séance, le facilitateur aide le CEP à développer une carte de la chaîne de valeur pour sa culture ou variété préférée. L'exercice de cartographie produit une vue d'ensemble visuelle des activités, acteurs et liens que le CEP devra prendre en compte pour amener ses produits de la ferme au consommateur. L'exercice de cartographie est résumé ci-dessous :

Objectif	Les participants identifient et comprennent l'ensemble des activités, acteurs et liens nécessaires pour livrer leur produit de la conception à la fin. Essentiellement, le chemin à suivre pour amener une culture du producteur au consommateur!
Durée recommandée	4 heures
Matériel nécessaire	Papier pour tableau ou rouleau PADEX, post-it d'au moins 3 couleurs différentes (et formes si possible), ruban adhésif, marqueurs.
Travail préparatoire du facilitateur	Disposer de dessins, photos, chiffres ou formes pour représenter visuellement des activités spécifiques de la chaîne de valeur (voir la Figure 2 pour des exemples). Faire un choix sur les couleurs de post-it à utiliser pour représenter les acteurs directs et indirect.



Figure 2 : Dessins des activités de la chaîne de valeur de gauche à droite, des intrants à la production jusqu'à la consommation finale

! Ces dessins peuvent être photocopiés et découpés pour le processus de cartographie de la chaîne de valeur. Avoir des visuels des différentes activités et acteurs de la chaîne de valeur aidera le travail de groupe et les discussions.

Tableau 1: Un aperçu du processus de cartographie pour soutenir les sessions de travail en groupe.			
Étapes	Tâches	Questions Guidées	
<i>Étape 1</i>			
<i>Dessiner la carte de la chaîne de valeur</i>			
1. Activités	Organiser les activités de la chaîne de valeur pour fournir une orientation sur la carte.	Qu'est-ce qui est nécessaire de la production à la consommation?	
2. Acteurs	Écrire les acteurs sur des post-it et les placer sur la carte.	Qui sont les acteurs clés impliqués dans la chaîne de valeur avec lesquels le CEP devra collaborer? À quelle étape et dans quel but la collaboration est-elle importante?	
3. Liens	Dessiner différents types de liens entre les acteurs.	Quels liens (canaux et relations) sont importants pour comprendre le fonctionnement de la chaîne de valeur?	
4. Contexte	Écrire des facteurs contextuels sur des notes autocollantes et les placer sur la carte. Rappelez-vous de l'analyse diagnostique réalisée!	Quels facteurs en dehors de la chaîne de valeur sont importants à considérer?	
<i>Étape 2</i>			
<i>Analyser et interpréter la carte de la chaîne de valeur et rendre compte en séance plénière</i>			
5. Validation	Après l'analyse au niveau du groupe, résumer, discuter et identifier les résultats émergents en séance plénière.	La carte représente-t-elle adéquatement la réalité des participants?	

Mise en contexte en séance plénière: Qu'est-ce qu'une carte de la chaîne de valeur et pourquoi est-elle utile pour le CEP?

Le facilitateur explique ce qu'est une carte de la chaîne de valeur en séance plénière. Le facilitateur clarifie ensuite que l'objectif de la carte est d'aider le CEP à examiner la viabilité commerciale de sa culture et/ou variété choisie. Grâce à l'exercice de cartographie, les participants du CEP apprennent les différentes étapes par lesquelles la semence passe avant de pouvoir être vendue, par exemple, des sélectionneurs* aux producteurs agricoles, aux transformateurs, et enfin au marché. Les participants se familiarisent également avec les différents acteurs impliqués dans la production et la commercialisation de leur culture de semences, y compris la manière dont les différentes institutions, entreprises, agriculteurs, organismes gouvernementaux, etc. interagissent les uns avec les autres. Les informations de cette séance sont mieux comprises lorsqu'elles sont affichées visuellement. Le facilitateur peut donc présenter le processus de cartographie de la chaîne de valeur comme une « image parlante » de la manière dont le CEP produira et commercialisera sa culture de semences.

Les facilitateurs devraient avoir un ou plusieurs exemples de carte

! **RAPPEL:** Pour chaque culture ou variété, une chaîne de valeur spécifique s'applique!

de chaîne de valeur des semences disponibles pour montrer aux participants du CEP (un exemple est fourni dans la Figure 2 ci-dessous).

La préparation du matériel nécessaire pour cette session à l'avance est essentielle.

**) Les contextes communautaires diffèrent. Certaines communautés peuvent obtenir leur matériel de plantation auprès de leur banque de semences communautaire, par exemple.*

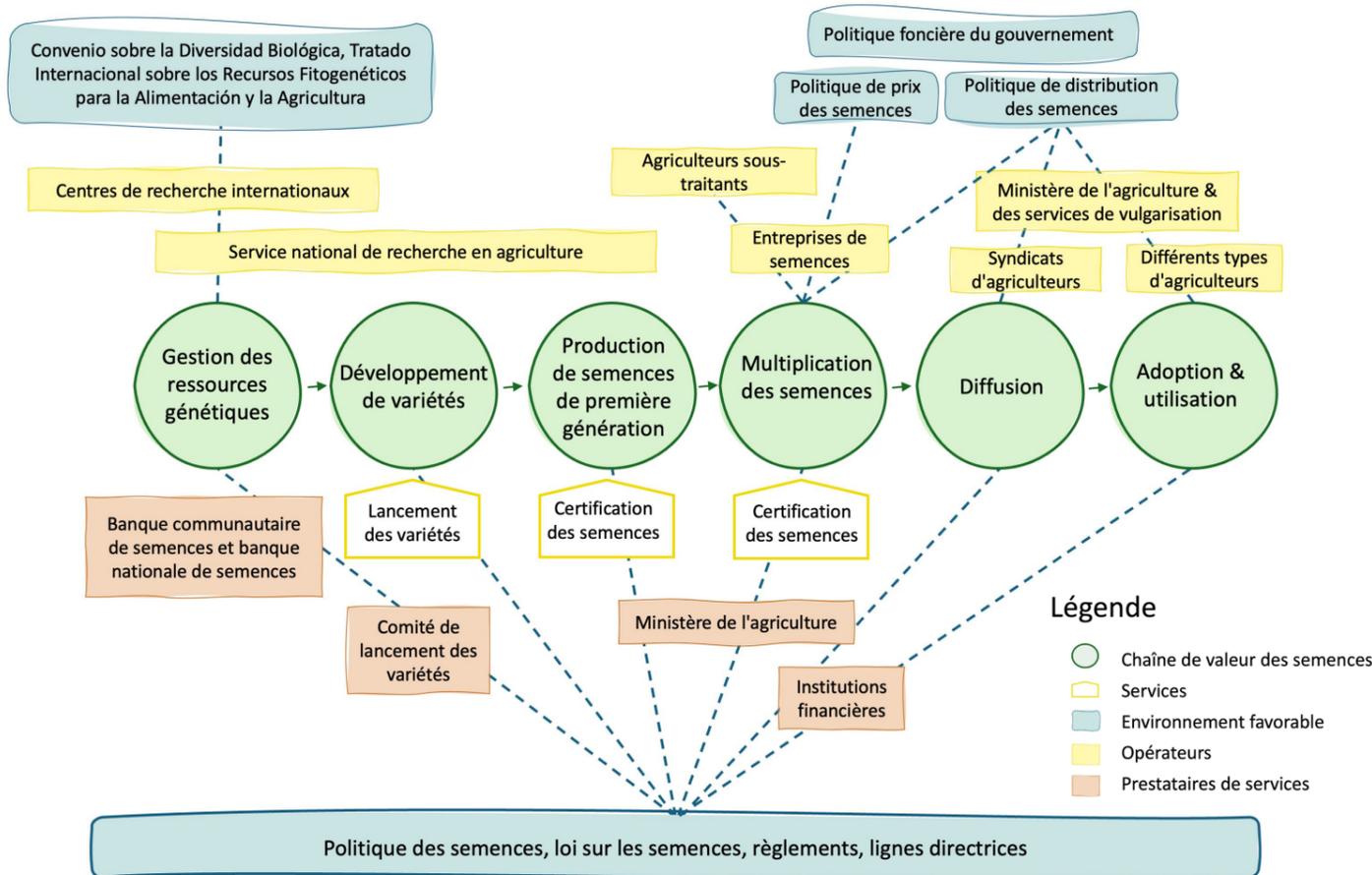


Figure 3 : Carte de la chaîne de valeur, basée sur ISSD Technival Notes. Issue No. 3 Seed Value Chain Analysis (2013). Centre for Development Innovation Wageningen UR, Wageningen & Royal Tropical Institute, Amsterdam.

Le facilitateur doit utiliser le Tableau 1 ci-dessus et l'Annexe 2 pour s'assurer que les discussions de groupe répondent aux questions suivantes:

- Qui achètera les semences produites?
- Où, à qui et par qui les semences peuvent-elles être commercialisées?
- Où la valeur ajoutée peut-elle avoir lieu dans la chaîne de production et de commercialisation et que faut-il faire pour ajouter de la valeur?
- Quels fournisseurs de services et intrants doivent être impliqués ou disponibles pour que la chaîne de valeur fonctionne?
- Quels obstacles les agriculteurs pourraient-ils rencontrer lors de la commercialisation de leurs semences?
- Quelles réglementations en matière de semences favorisent ou entravent la production commerciale et la commercialisation de la culture sélectionnée?

Création de la Carte de la Chaîne de Valeur

Étape 1: Établir les activités de la chaîne de valeur

Les participants énumèrent et inscrivent les différentes activités de la chaîne de valeur. Chaque activité est répertoriée sur une seule carte de papier coloré. Les cartes sont ensuite disposées dans l'ordre chronologique, placées sur la feuille de papier et reliées par des flèches. Le produit, la culture de semences, 'voyage' le long de la chaîne de valeur, passant par chaque étape une à une.



Rappel: Si les participants ne peuvent pas écrire, le groupe peut choisir d'utiliser les dessins (voir la figure 2) tels que fournis par le facilitateur.

Organisation des participants pour le travail en groupe

Le facilitateur divise les participants en groupes. Si plus d'une culture ou variété a été choisie par le CEP, le facilitateur devrait attribuer différents groupes pour travailler sur chaque culture ou variété. Plus d'un groupe peut travailler sur la même culture ou variété. Les participants des sous-groupes doivent se mettre d'accord sur le *village, la ville, le district* ou la région qu'ils souhaitent cibler pour commercialiser la culture qu'ils examinent. Chaque sous-groupe note ensuite le nom de la culture choisie et du village, de la ville, etc. sur sa feuille de papier pour tableau. Ces informations sont également utilisées dans le nom de la carte de chaîne de valeur des semences pour le groupe, qui sera alors intitulée, par exemple : *"Carte de chaîne de valeur du sorgho dans la vallée du Mid Zambezi, Zimbabwe"*.

Étape 2: Identifier les acteurs de la chaîne de valeur

Maintenant, énumérez les différentes institutions, organisations et individus qui sont actifs dans la chaîne de valeur des semences choisie. Ne généralisez pas; soyez spécifique et utilisez des noms tels que "coopérative de manioc Aloma" plutôt que "coopératives d'agriculteurs". Incluez les acteurs qui jouent un rôle de soutien, tels que les agents de vulgarisation gouvernementaux ou les programmes des ONG. **N'écrivez pas encore les noms sur les cartes !** Si l'un de ces acteurs joue plus d'un rôle dans la chaîne de valeur des semences, créez des post-it différents pour chaque rôle, par exemple : "coopérative de manioc Aloma - agriculteurs", "coopérative de manioc Aloma - transporteurs" et/ou "coopérative de manioc Aloma - fournisseurs d'intrants".

L'étape suivante consiste à diviser les acteurs de l'étape précédente en acteurs directs et indirects. Les acteurs directs sont ceux qui manipulent directement ou ajoutent de la valeur aux semences ou cultures, tels que les responsables de banques de semences, les agriculteurs, les transformateurs, les commerçants. Les acteurs indirects, tels que les fournisseurs d'intrants et les services de conseil aux entreprises, jouent un rôle plus de soutien. **Sur un papier de couleur, listez les acteurs directs et sur un autre, listez les acteurs indirects.**

À ce stade, trois (3) ensembles de cartes auront été créés, chacun avec une couleur unique. Notre feuille de papier aura déjà les cartes des activités de la chaîne de valeur fixées. Les deux ensembles supplémentaires de cartes, correspondant aux acteurs directs et indirects, doivent être ajoutés à notre feuille de papier. Le groupe commence donc par ajouter les cartes des acteurs directs. Celles-ci doivent être positionnées à côté, au-dessus ou en dessous des activités de la chaîne de valeur auxquelles elles sont liées. Les cartes des

acteurs indirects doivent ensuite être ajoutées au papier de manière similaire, allant de droite à gauche. Voir la Figure 4 ci-dessous.



Étape 3: Représenter les différentes liaisons entre les acteurs

Après avoir ajouté les cartes d'acteurs à l'étape 2 ci-dessus, dessinez des flèches montrant les connexions entre les différents acteurs pour montrer qui travaille ensemble. La Figure 5 ci-dessous montre comment les liaisons sont incluses dans une carte de chaîne de valeur.

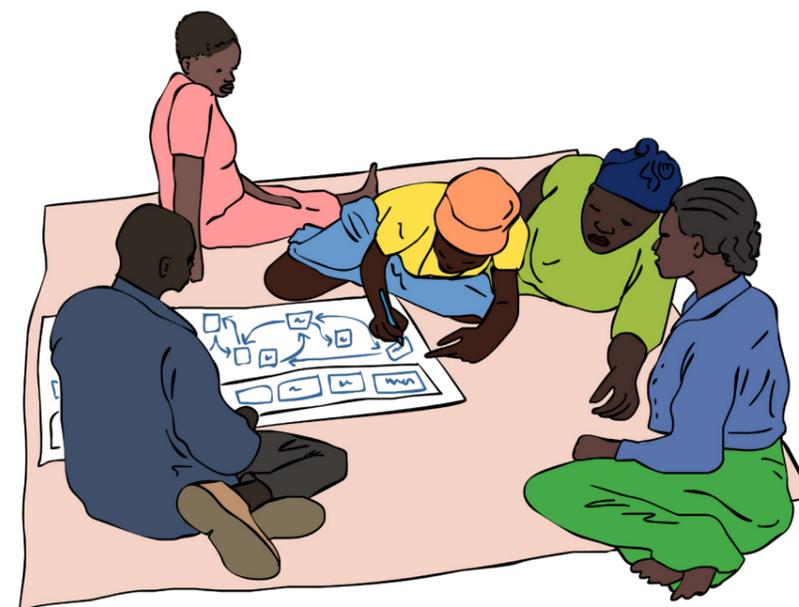


Figure 5 : Carte de la chaîne de valeur avec les liens inclus.

Étape 4: Inclure les facteurs contextuels

Ajoutez tous les autres éléments que votre groupe estime importants. Ces éléments doivent être placés sur la carte avec un post-it d'une couleur différente (voir Figure 6 ci-dessous).

Une fois toutes ces étapes terminées, vous devriez avoir terminé la Carte de Chaîne de Valeur des Semences!

Remarque pour le facilitateur : Précisez aux participants que les chaînes de valeur diffèrent. Les exemples donnés ne doivent pas être considérés comme un modèle fixe à copier. Les participants doivent se sentir confiants et motivés pour mettre leurs propres connaissances par écrit.

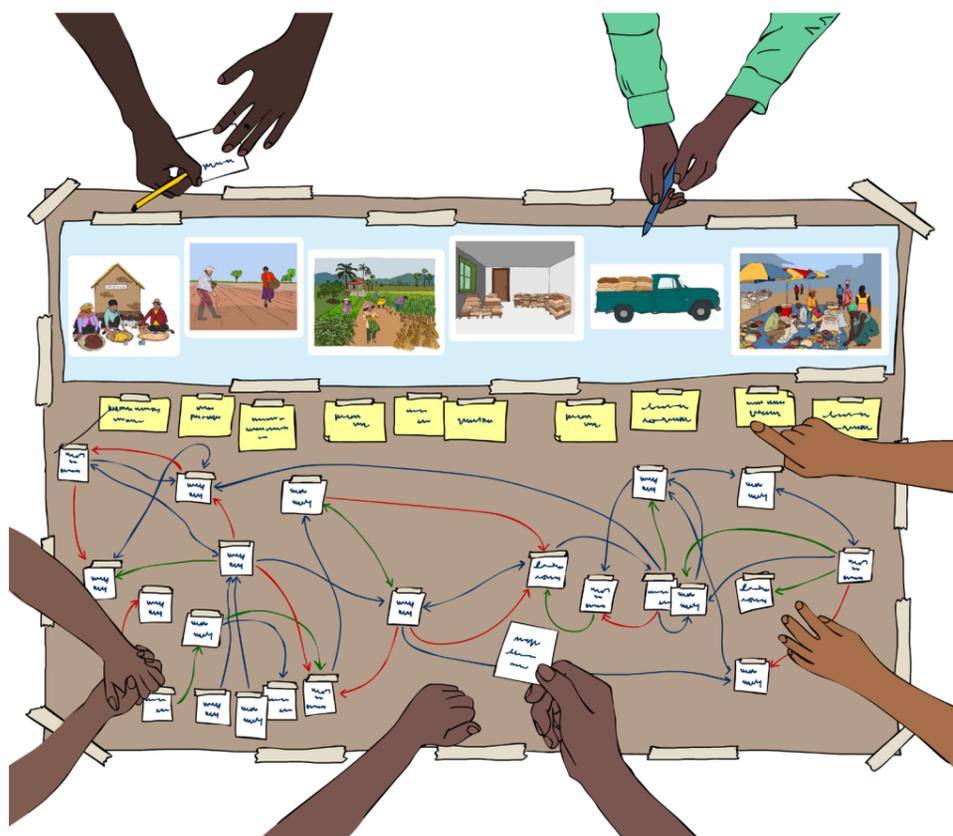


Figure 6 : La carte de la chaîne de valeur avec les facteurs contextuels importants sur des notes jaunes.

Étape 5: Analyser, interpréter et présenter la Carte de la Chaîne de Valeur (CV) en plénière

Les cartes de Chaîne de Valeur (CV) de chaque groupe doivent être présentées et validées en séance plénière. Les présentations doivent inclure un résumé de l'analyse de chaque carte. Pendant la session, les membres du CEP devraient avoir l'occasion d'ajouter des éléments à la carte de la chaîne de valeur qui est présentée.

Le groupe devrait identifier, analyser et prendre des décisions éclairées sur les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces/risques de la chaîne de valeur sélectionnée en fonction de la carte qui a été élaborée. L'analyse aidera l'équipe à sélectionner des sujets potentiels d'entrevue pour l'étude sur le marché (voir la section ci-dessous). Le groupe peut utiliser les informations de l'analyse de la CV pour réévaluer sa stratégie telle que décrite dans son Plan d'Action.

Remarque : à ce stade du processus, il se peut qu'il y ait beaucoup de choses à discuter. Le facilitateur doit demander au groupe s'il souhaite poursuivre la création de la carte de la chaîne de valeur lors d'une session ultérieure si la session commence à s'éterniser.

Remarque pour le facilitateur: Il sera crucial de prêter une attention particulière aux éléments suivants lors de l'analyse de la carte de la chaîne de valeur de chaque groupe:

- le flux des services d'approvisionnement, car de nombreux petits agriculteurs ont du mal à obtenir un accès aux semences de base et à d'autres fournitures essentielles.

- les opportunités potentielles, les risques et les goulots d'étranglement pour le CEP. Par exemple, les agriculteurs rencontrent fréquemment le problème de devoir notifier les instituts de sélection cinq ou six mois à l'avance pour obtenir des semences à temps pour la plantation. La saison pourrait être perdue si les semences sont commandées trop tard et n'arrivent pas à temps.



Connaissez votre marché!

Au cours des 3 prochaines sessions du CEP, le facilitateur aide le CEP à en savoir plus sur les marchés locaux actuels et futurs pour leur culture de semences proposée. Tout au long du processus, le CEP recueille des informations qui améliorent sa connaissance des fondamentaux des marchés. Les sessions du CEP se déroulent comme suit

- Session 2: Clarification de ce qu'implique l'étude de marché.
- Session 3: Les groupes se préparent pour la visite du marché.
- Session 4: Les groupes visitent un marché local pour collecter des informations / données. Les groupes examinent et présentent leurs études sur le marché.

Les étapes à suivre lors des trois sessions sont détaillées dans la Figure 7 ci-dessous.

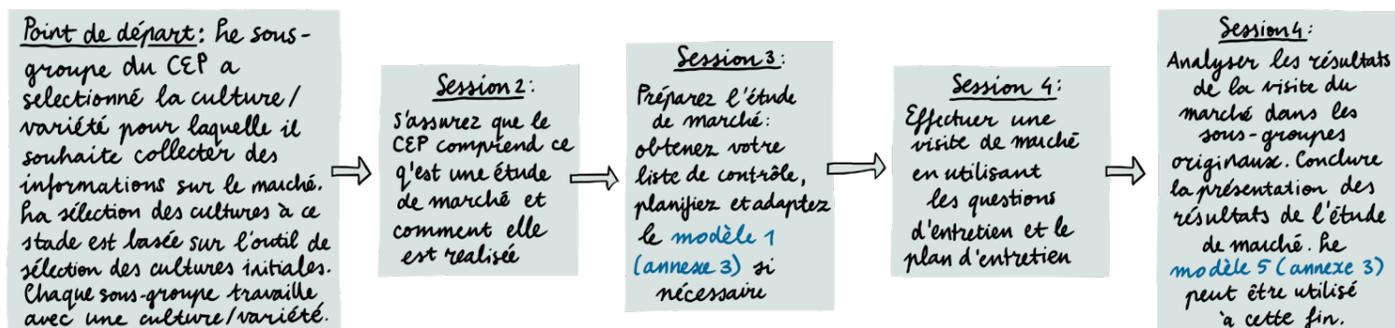


Figure 7 : Etapes pour comprendre les bases des marchés concernant votre culture de semences

Session 2: Commencez par les bases, qu'est-ce que l'étude de marché?

Objectif	Pour évaluer les perspectives de leur produit, le CEP effectue des études de marché. Pendant les études de marché, le CEP acquiert une meilleure compréhension de la chaîne de valeur créée auparavant en interagissant avec les acteurs identifiés.
Durée recommandée	2-3 ½ heures
Matériaux nécessaires	Papier pour tableau ou rouleau PADEX et marqueurs

Au cours de cette deuxième session, les participants se familiariseront avec le concept d'étude de marché. Au fur et à mesure de la session, alors qu'ils explorent les marchés potentiels pour leurs produits proposés, le groupe se familiarisera avec diverses techniques de collecte d'informations.

Étape 1: La session commence en plénière. Le facilitateur lance la discussion en demandant au groupe ce qu'il pense être l'étude de marché et quelles sortes d'activités elle implique. Les réponses sont enregistrées sur un papier pour tableau au fur et à mesure qu'elles sont données. Les questions posées par les facilitateurs pour orienter les discussions sont:

- Pourquoi l'étude de marché est-elle importante?
- Quels types d'étude de marché connaissent-ils?
- Quels types d'étude de marché pensent-ils pouvoir faire?
- Quand peuvent-ils le faire?
- De quoi ont-ils besoin pour pouvoir le faire? Quels sont les ressources et compétences nécessaires?
- Quelles cultures les intéressent pour l'étude de marché?

! Les facilitateurs devraient souligner que les agriculteurs peuvent aussi faire de la recherche. Ils sont tout à fait capables de réaliser eux-mêmes des études de marché et n'ont pas besoin de compter sur des personnes externes pour le faire.



Figure 8 : Réaliser une étude de marché sur votre marché local

Le facilitateur travaille pour aider le groupe à comprendre à quel point l'étude de marché est cruciale pour leur permettre de recueillir des données précises sur le marché potentiel de leur produit. Pendant l'étude de marché, le groupe recueillera des informations sur:

- **La demande de semences:** Pour quelles cultures ou variétés les agriculteurs veulent-ils des semences?

- **Les acheteurs et vendeurs:** Qui achète et vend quel type de semences dans la communauté?
- **Les prix des semences:** À quel prix les agriculteurs sont-ils prêts à acheter des semences?
- **Les sources d'approvisionnement:** Où et auprès de qui les agriculteurs préfèrent-ils acheter des semences?
- **La quantité nécessaire:** Combien de semences le groupe du CEP peut-il produire chaque saison?
- **Autres demandes importantes:** Quelles autres cultures ou variétés sont très demandées ou rares?

Étape 2: Ensuite, toujours en plénière, le facilitateur explique les deux méthodes de base d'étude de marché. Au cours des discussions, le facilitateur passe en revue les différentes méthodes ainsi que l'importance d'enregistrer avec précision les données recueillies.

- **Entretiens informels:** Cela implique de parler aux acheteurs, vendeurs et autres acteurs identifiés lors de la cartographie de la chaîne de valeur (session 1) pour en savoir plus sur leurs besoins en semences. Cela se fera sur la base d'une liste de questions préparée à l'avance.
- **Observations:** Il s'agit de visiter des acheteurs, des vendeurs et d'autres acteurs, mais sans liste de questions. Lors des observations, soyez attentif aux rencontres quotidiennes des acteurs et aux situations qui se produisent sur le marché. Par exemple, vous pourriez observer quels types de questions les clients posent aux vendeurs de semences. Cela donne une idée de ce que les consommateurs trouvent important.

Si des visites physiques aux marchés ne sont pas réalisables, envisagez des options alternatives.

Étape 3: Mettez-vous d'accord sur qui effectuera l'étude de marché. Si un comité marketing existe dans le groupe du CEP, les membres de ce comité devraient être ceux qui y participent.

Session 3: Planification de l'étude de marché



Objectif	Pour déterminer les perspectives de leur produit, le CEP effectue des études de marché. Pendant les études de marché, le CEP acquiert une meilleure compréhension de la chaîne de valeur créée précédemment grâce à l'interaction avec les acteurs identifiés.
Durée recommandée	2-3 ½ heures
Matériaux nécessaires	Papier pour tableau ou rouleau PADEX et marqueurs

Dans la troisième session du CEP, les participants se prépareront pour leur prochaine visite au **marché**. Au cours de cette session, les participants élaboreront un **plan de visite** du marché détaillé et prendront toutes les dispositions nécessaires pour la visite au marché. Le **plan de visite** du marché peut couvrir les éléments suivants:

1. Comment organiser l'équipe.
2. Décider quels types d'informations collecter.
3. Décider où et quand visiter.
4. Planifier le nombre d'entretiens dans chaque marché.
5. Préparer les questions d'entretien.
6. Préparer une introduction.
7. Répétition des entretiens.
8. Organiser les entretiens.
9. Organiser le transport.

La préparation de la visite au marché se fait en sous-groupes. Comme décrit dans les étapes ci-dessous, le facilitateur soutient la session en contribuant à la discussion de groupe. **Remarque:** les participants se réuniront dans les mêmes sous-groupes qu'ils ont formés lors de la première session du CEP. C'est important car la session s'appuiera sur le travail antérieur du groupe.



Remarque: N'oubliez pas que le groupe aura choisi une culture ou une variété avec laquelle travailler lors de la première session du CEP. Ils effectueront des études de marché sur cette culture ou variété. À des fins d'apprentissage, chaque groupe se concentrera sur une seule culture ou variété. Cependant, ils bénéficieront des présentations d'analyse de marché (Session 4) d'autres groupes, ce qui leur fournira des informations sur d'autres cultures.

Étapes pour guider la session

Étape 1: Organiser l'équipe d'étude de marché. Les membres de l'équipe doivent recevoir des rôles clairs. Au moins un membre doit être capable d'écrire, et un autre doit être capable de communiquer efficacement car il sera celui qui présentera leurs résultats au groupe en séance plénière. En plus de mener des entretiens informels, les groupes utiliseront également des techniques d'observation.

Étape 2: Décider quels types d'informations collecter. Cela sera déterminé par le produit semencier et le marché à visiter. Les discussions de groupe seront orientées sur les sujets suivants:

- *De qui voulez-vous obtenir des informations?* Divers acteurs ont été identifiés lors de l'élaboration de la carte de la chaîne de valeur. Des informations peuvent être obtenues auprès de ces acteurs tels que les agriculteurs, les fournisseurs d'intrants, les ONG, les producteurs de semences, les agents de vulgarisation, les chercheurs, les vendeurs de semences petits et grands, etc. Par conséquent, gardez en tête la carte de la chaîne de valeur des semences développée précédemment ; elle vous aidera à décider avec qui parler en premier! En fonction de qui sont les acteurs, le Tableau 2 ci-dessous offre des lignes directrices sur le nombre de personnes à observer ou à interviewer. Il n'est pas toujours possible d'interviewer le nombre recommandé d'acteurs. L'essentiel est que les participants tentent, autant que possible, d'interviewer chaque catégorie.
- *Quel genre d'informations voulez-vous obtenir?* Que savez-vous déjà? Le Tableau 3 donne des exemples du type d'informations qui peuvent être collectées auprès de différents acteurs.
- *Quel genre d'informations sera sensible ou difficile à obtenir?*
- *Comment allez-vous enregistrer ces informations?*
- *Pourquoi préparer une liste de questions?*
- *Pourquoi avoir une liste de questions différente pour chaque acteur?*

Tableau 2: Guide sur la catégorie et le nombre d'acteurs à interviewer tiré de la carte de la Chaîne de Valeur

Catégorie	Nombre
Acheteurs agriculteurs	20 par village (5 riches, 8 moyens, 7 pauvres)
Vendeurs de semences	5-8
Producteurs de semences	Cela dépend du nombre dans la communauté
Écoles	3-5
Organisations de développement	En fonction du nombre existant et facilement accessible
Instituts de recherche	En fonction du nombre existant et facilement accessible

Tableau 3: Informations d'étude de marché à recueillir lors de la visite au marché

À qui parler	Types d'informations à collecter / But	Méthode
Agriculteurs, groupes d'agriculteurs	<ul style="list-style-type: none"> • Demande de semences • Préférences variétales • Variétés cultivées • Intérêt pour de nouvelles variétés • Problèmes liés à la qualité des semences • Prix prêts à payer 	Entretiens informels

Vendeurs de semences (commerçants, commerçants, fournisseurs d'intrants)	<ul style="list-style-type: none"> • Prix des semences vendues • Variétés vendues • Classe de semences vendues • Quantités de semences • Marge bénéficiaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Problèmes de vente de semences • Prix prêts à payer • Intérêt pour passer des commandes en gros • Emplacement 	Entretiens informels et observations
Autres producteurs de semences (votre concurrence)	<ul style="list-style-type: none"> • Cultures • Variétés et type de semences produites • Prix des semences • Quantités produites 	<ul style="list-style-type: none"> • Coût de production • Marge bénéficiaire • Où les semences sont vendues • Problèmes de vente de semences 	Entretiens informels et observations
Écoles, ONG, projets	<ul style="list-style-type: none"> • Intérêt pour l'achat de semences • Prix prêts à payer 	<ul style="list-style-type: none"> • Préférences variétales • Intérêt pour passer des commandes en gros 	Entretiens informels
Agents de vulgarisation, chercheurs	<ul style="list-style-type: none"> • Lois et politiques sur les semences 		Entretiens informels

Étape 3: Décider quel(s) marché(s) visiter et le moment de la visite. Tout d'abord, décidez quel marché visiter en fonction de la culture sélectionnée. À des fins d'apprentissage, concentrez-vous d'abord sur le marché le plus proche du village. À une étape ultérieure, lorsque le groupe acquerra plus d'expérience, un ou deux autres marchés plus

éloignés pourront être visités, permettant au groupe de comparer les informations. Deuxièmement, mettez-vous d'accord sur les meilleures dates et heures pour visiter le marché.

À prendre en compte lors de la planification des visites au marché

Les délais varieront en fonction du nombre de cultures et de marchés, et de la distance jusqu'au marché.

Culture unique

Jour 1. Planifiez les questions et pratiquez les techniques d'entrevue.

Jour 2. Matin: visite du marché.

Après-midi: analyse des informations et présentation en plénière

Plusieurs cultures, plusieurs marchés

Jour 1. Décidez quels marchés visiter, préparez un questionnaire ou une liste de contrôle.

Jour 2. Visitez les marchés.

Jours 3-4. Analysez les informations.

Jour 5. Présentez les résultats au groupe.

Étape 4: Planifier le nombre d'entretiens à réaliser. Planifiez d'interviewer plusieurs acteurs individuellement afin de pouvoir comparer leurs réponses. Les membres du groupe peuvent former des paires pour les entretiens, une personne pose des questions et l'autre prend des notes.

Étape 5: Préparer des questions en fonction du type d'informations que vous souhaitez collecter. Mettez-vous d'accord sur les questions. Les participants délibèrent et parviennent à un accord sur les questions d'interview. Si nécessaire, adaptez et personnalisez les questionnaires de l'Annexe 3 pour répondre aux besoins de votre groupe.

Étape 6: Préparer une introduction dans laquelle vous expliquez pourquoi vous menez l'enquête. Le groupe doit être bien préparé et capable d'expliquer leur présence à la personne qu'ils interviewent.

Étape 7: Répétez. Discutez du processus d'interview avec l'équipe et pratiquez en jouant différents rôles d'intervieweur et d'interviewé. Il devrait y avoir des participants dans le jeu de rôle qui observent et recueillent des informations.

Étape 8: Organisez les interviews. Si nécessaire, contactez les personnes que vous souhaitez interviewer à l'avance pour fixer un moment propice pour les rencontrer.

Étape 9: Organiser le transport et les rafraîchissements pour que le groupe visite le marché et retourne au site du CEP.

Étape 10: Le facilitateur rassemble tout le monde en plénière après les étapes 1 à 9. En séance plénière, chaque sous-groupe présente ses conclusions du jeu de rôle et discute également ce que l'intervieweur a bien fait, les erreurs commises et ce à quoi l'observateur doit faire attention. Sur la base des commentaires reçus, des modifications peuvent être apportées à leurs plans et listes de questions.

Session 4: Visite du marché et analyse des informations collectées



Objectif	Visiter un marché local proche pour parler avec les acteurs de la chaîne de valeur. Les participants examinent également les données recueillies pour comprendre comment leur produit pourrait réussir sur le marché.
Durée recommandée	1 jour En alternative: Diviser en 2 séances de 2 demi-journées
Matériaux nécessaires	<ul style="list-style-type: none"> Fiches de questions d'enquête (une pour chaque partie prenante) Papier pour tableau ou rouleau PADEX et marqueurs de couleur, blocs-notes, stylos ou crayons Transport vers et depuis le marché Rafraîchissements

Pour de nombreux agriculteurs, la visite au marché est une révélation. La plupart des agriculteurs visitent les marchés pour vendre ou acheter des marchandises, mais très peu le font pour recueillir des informations auprès des commerçants afin d'améliorer leurs opérations agricoles ou en tant qu'entrepreneurs.

Pendant la visite au marché, les sous-groupes recueilleront des informations en fonction des questions d'entrevue préparées précédemment. Le groupe devrait avoir un intervieweur désigné, un preneur de notes et un observateur (selon le plan de groupe de la session 3). La visite doit avoir lieu tôt le matin. Cependant, le groupe doit tenir compte des heures d'ouverture locales du marché.

Étapes pour guider la visite au marché

Étape 1: Visitez le marché avec votre groupe. Si nécessaire, contactez les responsables du marché pour les informer de vos plans. Si le marché n'est pas familier, parcourez-le pour découvrir où vos produits sont échangés et qui l'équipe pourrait interviewer.

Étape 2: Effectuez des interviews. Lorsque vous approchez la personne que vous voulez interviewer, présentez-vous et expliquez la raison pour laquelle vous souhaitez parler avec elle. Suivez le guide que vous avez élaboré et assurez-vous de recueillir toutes les informations nécessaires. Assurez-vous d'explorer des sujets intéressants auxquels vous n'auriez pas pensé.

Étape 3: Remerciez l'interviewé pour son temps et ses informations à la fin de l'entretien. Avant de passer à l'entretien suivant, vérifiez que vos notes sont en ordre.

Remarque pour le facilitateur: Si les informations nécessaires ne peuvent pas être collectées lors de la première visite au marché, une deuxième visite devrait être organisée. Il est important que chaque sous-groupe dispose de toutes les informations dont il a besoin pour son analyse. Si nécessaire, un maximum de trois visites au marché peut être organisé.

Analyse et présentation des informations sur le marché

Les groupes devraient se réunir dès que possible après la visite au marché, de préférence l'après-midi même, pour analyser les données tant qu'elles sont encore fraîches dans leurs mémoires. Un résumé des conclusions de l'analyse des informations doit être produit. Ces informations peuvent être présentées dans un format tel que l'Annexe 3: Modèle 5 ou tout autre format qui présente les informations recueillies. Après avoir participé à cette session, les groupes auront une meilleure compréhension du fonctionnement du marché et des opportunités disponibles pour leur produit.

Interview example	Response	Additional comments (self-reflection)
Place, date	*	
Type of product (e.g., maize) and seed class	*	
Interviewer(s) Name: FFS Group	*	
Person interviewed		
Name	*	
Type of activity in chain (e.g., trader)	*	
Position, name of company	*	
Phone number	*	
Address		
Purchases of product X		
How much of product X do you buy in total, each day? Each week? Each year?	*	
How often do you buy product X?	*	
Who do you buy from? Why?	*	
What is your main source of product X?		
Terms of purchase		
What is the smallest amount of the product that you would buy? The largest amount?	*	
What varieties of the product do you need? What quality grade?	*	
How do you want sellers to package the product?	*	
What are your terms of payment? (e.g., full or partial payment on delivery, payment after a delay, provision of credit)	*	
Would you be interested in buying from a farmers' group? What amount? At what price?	*	

Prices		
What price do you pay? (per kilogram or sack)		
How does the price change from season to season? (planting, mid season, harvest)		
Do prices vary for different varieties or class?		
The value chain		
What do you do with the product after you buy it? Do you sell it, process, package it, etc?		
What price do you sell at?		
What are your main marketing costs?		
Who do you sell it to?		
What do they do with it?		
Who are the end users?		
The market for product X		
Is demand for the product growing, stable, or declining? Are sales this year higher, the same, or lower than last year? Why the changes?		
How many other traders are there like you in the market?		
How much of product X is bought and sold at this market each day? In the peak season? In the low season?		
Who is the largest trader in this market for crop or variety X?		
Other products		
What crops or varieties are in highest demand?		
What crops or varieties are very scarce?		
What new crops or varieties are being sold in this market?		
What would you advise farmers to grow to earn more money?		



Étapes pour guider la session: Discussion sur l'étude de marché en groupe

Étape 1: Rassemblez l'équipe qui a mené l'enquête au le marché, et éventuellement quelques autres membres du groupe pour aider à l'analyse.

Étape 2: Chaque groupe discute de l'expérience de l'enquête. Découvrez ce qui était nouveau pour eux. Qu'ont-ils appris? Qu'ont-ils trouvé le plus intéressant? Le plus inconfortable ou difficile?

Étape 3: Demandez à chaque intervieweur de rapporter les informations des entretiens qu'ils ont menés. Écrivez les résultats sur des feuilles de papier sous forme de tableaux ou de diagrammes.

Étape 4: Discutez les résultats et analysez leurs implications pour leur projet de production et de commercialisation de semences.

Étape 5: Résumez les informations dans un format au choix ou utilisez le modèle fourni dans l'Annexe 3: Modèle 5, adapté à la ou aux cultures analysées.

Étape 6: Décidez qui présentera les informations au groupe plus large en séance plénière. Il est peut-être préférable de diviser la tâche de présentation entre plusieurs membres de l'équipe d'enquête.

Étape 7: Invitez les représentants de chaque groupe à présenter leurs conclusions en séance plénière. Pendant les présentations des groupes, facilitez une discussion des conclusions en réfléchissant à leurs implications pour les plans de production et de commercialisation de semences. Au cours de la discussion, chaque sous-groupe réfléchit à :

- Qu'avez-vous appris?
- Qu'avez-vous trouvé le plus intéressant ou surprenant?
- Qu'était-ce que le plus inconfortable ou difficile?
- Comment ce que vous avez appris devrait-il influencer les plans de production et de commercialisation?

Session 5: Mon produit est-il rentable?

Objectif	Acquérir une compréhension de base des coûts et des avantages de la production et de la commercialisation de semences.
Durée recommandée	3 heures
Matériaux nécessaires	Papier pour tableau ou rouleau PADEX et marqueurs

L'objectif de cette session est d'aider les participants à mieux comprendre les dépenses associées à la production de semences de haute qualité et les facteurs qui influent sur leurs profits. Le processus suivant sera utilisé pour aider les participants à comprendre les coûts et les avantages de la production commerciale de semences, en deux étapes.

Étape 1: À quel prix devrais-je vendre mon produit?

Le facilitateur aide le groupe de CEP dans cette première étape à déterminer le prix et le rendement minimum des cultures (variétés) qui doivent être produits pour être rentables. À la fin de la session, le CEP devrait être en mesure de répondre aux questions suivantes:

- Quel est le prix *minimum* à facturer pour la semence?
- Quel est le rendement *minimum* par hectare pour la culture de semences?

Le facilitateur aide le groupe à déterminer le **seuil de rentabilité** pour répondre à ces questions. Le seuil de rentabilité est le prix le plus bas acceptable qui couvre le coût de production. Le revenu reçu à ce prix (le plus bas) sera égal au coût de production, sans profit. Le prix du **seuil de rentabilité** est calculé en divisant le coût variable total par le niveau anticipé de production par unité. Les groupes CEP pourront calculer leur point mort en fonction des informations budgétaires collectées.

$$\text{Formule pour le seuil de rentabilité} = \frac{\text{Coûts variables totaux par acre}}{\text{rendement par acre}}$$

Remarque: Le facilitateur met en évidence les facteurs qui influent sur les prix des produits et comment maintenir les coûts de production bas tout en maintenant la qualité.

Étape 2: Mon produit est-il rentable?

Il est crucial pour les CEP de comprendre combien d'argent restera de la vente de semences après avoir couvert toutes les dépenses de production, de traitement, de stockage et de marketing. Une méthode relativement simple pour comparer la rentabilité de différents types de produits consiste à utiliser l'analyse de la marge brute. Le revenu final restant après déduction de toutes les dépenses de production du revenu des ventes est appelé la «marge brute».

Le facilitateur aborde les sujets suivants avec le groupe avant l'exercice sur le calcul de la marge brute:

- **Différenciation entre les coûts professionnels et personnels:** Les agriculteurs pourraient ne pas être en mesure de distinguer entre les dépenses personnelles et professionnelles, telles que le coût de l'entretien de leur domicile. L'engagement temporel des producteurs agricoles peut être considéré comme une dépense professionnelle, surtout s'ils ont une autre source de revenu. Donnez aux participants quelques exemples de différentes dépenses auxquelles ils sont confrontés et demandez-leur de les classer comme des dépenses personnelles ou professionnelles
- **Source d'argent pour démarrer une entreprise:** Les coûts de démarrage doivent être couverts par des économies personnelles, de l'argent de la famille ou des amis, ou des emprunts. Ceux-ci doivent être considérés comme des coûts fixes.

- **Retard dans la réalisation d'un profit:** Jusqu'à ce qu'une récolte soit récoltée avec succès et vendue, ils ne gagneront aucun revenu avec leurs opérations.

Le facilitateur doit s'assurer que les participants sont conscients de leurs revenus et dépenses annuels projetés de la production de semences. Discutez de la probabilité de réussite et de savoir si les participants estiment avoir assez d'argent pour commencer la production de semences pour le marché avant de conclure.

Note pour le facilitateur: L'analyse de rentabilité, combinée à la recherche de marché des sessions précédentes, aidera les agriculteurs à déterminer quelle culture travailler. Lorsqu'un comité de marketing a été établi, ses membres doivent être guidés à travers l'analyse de rentabilité à l'aide des outils et exercices n° 8 de la boîte à outils (voir l'Annexe 4).

Organisation de la session

Objectif	Examiner la viabilité financière des cultures potentielles sur lesquelles des recherches de marché ont été effectuées.
Durée recommandée	90 minutes
Matériaux nécessaires	Papier pour tableau ou rouleau PADEX et marqueurs

Étape 1: Le secrétaire revoit ce qui a été dit et décidé lors de la réunion précédente concernant les cultures ayant un potentiel de marché.

Étape 2: Pour comparer la rentabilité des différentes chaînes de valeur

qui les intéressent, le facilitateur explique au groupe du CEP qu'ils vont calculer le niveau de revenu et de profit des différentes cultures de semences choisies. Le facilitateur peut avoir besoin de passer en revue et de définir certains termes qui seront utilisés dans l'analyse de la marge brute au cours de la session.

- *Marge brute*: Les profits estimés.
- *Coûts totaux*: Le montant que vous dépensez pour produire le produit.
- *Revenu total*: Le montant total que vous gagnez en vendant tous vos produits.
- *Rendement/production*: La quantité d'un produit que vous produisez.
- *Prix*: Le montant pour lequel vous vendez chaque produit.

Étape 3: Demandez au groupe CEP de commencer les calculs basés sur l'une des cultures de semences qu'ils ont répertoriées lors de la session précédente. En sous-groupes, les participants doivent:

- Énumérer toutes les activités que le groupe devrait mettre en œuvre du début à la fin du processus.
- Énumérer tous les intrants nécessaires pour exploiter un acre de la culture. Il peut s'agir de terres, de main-d'œuvre, d'outils, de semences, d'équipements et de publicités.
- Estimer le coût de chaque intrant, en utilisant l'expérience personnelle comme guide.
- Calculer les coûts totaux des intrants.
- Demander aux membres d'estimer la production totale de la culture/variété, en utilisant leurs propres expériences comme guide.
- Établir le prix du marché projeté par unité du produit (cette information devrait provenir des enquêtes de marché ou des expériences des agriculteurs).

- Calculer les revenus attendus en multipliant la production par le prix du marché par unité.
- Soustraire les coûts totaux projetés des revenus attendus pour calculer la marge brute.

Étape 4: Les résultats de chaque sous-groupe doivent être présentés. Ils produiront des résultats quelque peu différents. Quels intrants ont été omis? Demandez au groupe de s'accorder sur les coûts jusqu'à ce qu'il ait une analyse de marge brute sur laquelle chaque groupe est d'accord.

Étape 5: Répétez pour chaque culture potentielle. Un exemple travaillé est fourni dans l'Annexe 4:1

Analyse de la marge brute pour le haricot grim pant : Revenu/acre

Coût/acre	Shillings	Remarques
Préparation du terrain	40,000	Animaux loués pour le labourage
Semences	24,000	Nouvelle variété
Plantation	5,000	
Jalonnement - supports	60,000	240,000 pour le matériel de jalonnement, mais ils seront utilisés sur 4 saisons
Désherbage x 3	15,000	utilisation de la main d'œuvre familiale, certains coûts ne sont pas inclus.
Engrais	25,000	
Pesticides	6,000	
Main d'œuvre récolte	18,000	
Emballage	1,000	
Transport au marché	5,000	
Frais du marché	1,000	
Coûts totaux/acre	200,000	
Récolte kilbs	1,200	
Prix du marché/kg	750	
Revenu	900,000	
Marge brute	700,000	

Figure 9: Marge brute pour les haricots en Ouganda

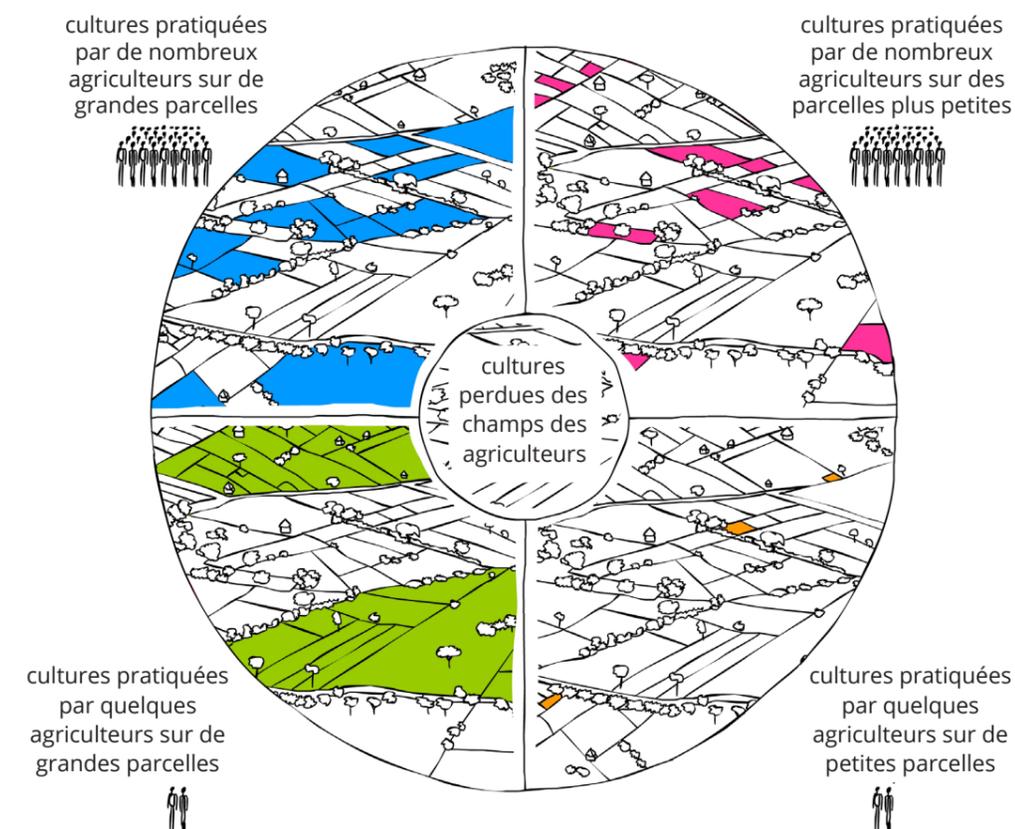
Session 6: Sélection finale des cultures

Objectif	Prendre une décision finale sur la culture ou la variété à commercialiser en se basant sur les 5 sessions précédentes.
Durée recommandée	3 heures
Matériaux nécessaires	Papier pour tableau ou rouleau PADEX et marqueurs Informations recueillies lors de l'étude de marché
Outils	Outils de sélection des cultures (voir n° 9 dans la boîte à outils)

Dans cette session, le CEP prend une décision finale sur les cultures et les variétés à produire commercialement en fonction de leur rentabilité potentielle. Cependant, les cultures mineures et les variétés avec des marges bénéficiaires faibles qui sont importantes pour la sécurité alimentaire et la nutrition doivent être prises en compte. Le CEP peut avoir choisi ces cultures ou variétés car, par exemple, elles sont plus résilientes dans le contexte du changement climatique ou en raison de leur teneur élevée en éléments nutritifs. Les cultures mineures avec des marges bénéficiaires faibles ont plus de chances de réussir avec une commercialisation appropriée s'appuyant sur les connaissances communautaires développées lors du CEP sur la sélection participative (SP) ou la nutrition.

Le groupe de CEP peut également réfléchir aux résultats de l'exercice de la roue de la diversité du chapitre 3.1, identifiant les cultures et les variétés qui ont suscité l'intérêt de la communauté et pour lesquelles il y avait une insuffisance de semences. Le groupe peut consulter les banques de semences communautaires existantes dans la région pour

explorer si suffisamment de semences pour ces cultures et variétés sont disponibles pour soutenir la production commerciale de semences.



Le groupe devrait aussi revoir les avantages et les inconvénients de la production des semences de plus d'une culture. Comme discuté lors de la phase diagnostique (chapitre 3.1), les avantages de produire plus d'une culture comprennent :

- moins de risques liés aux problèmes météorologiques saisonniers;
- moins de risques si la demande pour une culture ou une variété sélectionnée diminue;
- différentes cultures peuvent être cultivées en rotation au fil des saisons.

Les inconvénients de produire plus d'une culture comprennent:

- besoins de main-d'œuvre plus élevés;
- plus d'équipement et d'expertise.

Il est recommandé que les sous-groupes de producteurs travaillent avec une ou deux cultures ou variétés lors des premières saisons du CEP et choisissent des variétés qui se vendront facilement.

Classes de semences: Selon la culture choisie et les réglementations nationales, les groupes de CEP peuvent produire des semences certifiées, des semences déclarées de qualité, ou juste des semences ordinaires. Ils devraient considérer si une inspection ou une certification des semences sera nécessaire ou souhaitable, et si les exigences et les coûts peuvent être satisfaits (voir le chapitre 6 du guide).

À ce stade du CEP, le groupe aura rassemblé les informations clés pour décider des cultures ou variétés à commercialiser. Pour faciliter les discussions sur la sélection finale des cultures et variétés, le CEP continue de travailler en sous-groupes. Les tableaux 4 et 5 ci-dessous fournissent une manière pratique et systématique d'analyser les informations collectées lors des sessions précédentes.

Étapes pour guider la session

Étape 1: Les participants remplissent les tableaux lors de séances de travail en groupe. Les scores totaux de chaque culture ou variété doivent être calculés. Les différents scores doivent être comparés à l'aide du formulaire récapitulatif dans le Tableau 5.

Étape 2: Après que chaque groupe a présenté ses résultats et conclusions, le facilitateur dirige une discussion générale et met en évidence les observations clés lors des discussions en plénière.

Tableau 4: Tableau de score des produits

Le tableau de score pour la sélection des produits ci-dessous guide le CEP dans sa sélection finale. En travaillant en sous-groupes, les participants remplissent un formulaire par culture ou variété pour laquelle le CEP a effectué des études de marché. Pour chaque critère, le groupe entoure la réponse appropriée. Le CEP peut sélectionner les meilleures cultures à des fins de commercialisation en fonction du score et de la discussion des résultats. En fonction des besoins financiers, socio-économiques et environnementaux, le CEP peut décider de travailler avec deux cultures.

Nom de la culture ou variété		
Critères	Échelle	Score
Demande locale attendue	Élevée	3
	Modérée	2
	Limitée	1
Demande attendue au niveau régional	Élevée	3
	Modérée	2
	Limitée	1
Fluctuations saisonnières de la demande	Élevée	3
	Modérée	2
	Limitée	1
Demande attendue de différents types d'agriculteurs	Tous les types d'agriculteurs	3
	Principalement des agriculteurs riches	2
	Principalement des agriculteurs riches et moyens	2
	Agriculteurs moyens et pauvres	2
	Principalement des agriculteurs pauvres	1
Demande attendue d'institutions susceptibles de précommander ou d'acheter en gros	Élevée	3
	Modérée	2
	Limitée	1
	Non applicable	0
Concurrence	Faible	3
	Modérée	2
	Élevée	1
Marges/ Rentabilité	Élevée	3
	Modérée	2
	Limitée	1
Contraintes à l'entrée dans le secteur (besoins financiers, réglementation des semences)	Faibles	3
	Moderate	2
	Severe	1
Accès à des semences de départ propres	Facile	3
	Modéré	2
	Difficile	1
Contribution à l'adaptation au changement climatique ou à la sécurité nutritionnelle	Élevée	3
	Modérée	2
	Limitée	1
Score total (sur un score maximal possible de 30)		/30

Tableau 5: Formulaire récapitulatif de sélection de produits

Les scores des produits basés sur le Tableau 4 ci-dessus peuvent être facilement comparés à l'aide du Tableau 5 ci-dessous. La variété avec le score le plus élevé n'est pas toujours la meilleure option lorsqu'il y a plusieurs variétés à choisir. Toutes les variétés qui reçoivent un score inférieur à 15 ne sont généralement pas censées être rentables. Il sera plus facile de comprendre les divers points forts et faiblesses des variétés les mieux notées si vous les comparez à l'aide du formulaire ci-dessous.

Critères	Culture/ Variété 1	Culture/ Variété 2	Culture/ Variété 3
Demande locale attendue			
Demande attendue au niveau régional			
Fluctuations saisonnières de la demande			
Demande attendue de différents types d'agriculteurs			

Demande attendue d'institutions susceptibles de recommander ou d'acheter en gros			
Concurrence			
Rentabilité			
Contraintes à l'entrée dans le secteur (besoins financiers, réglementation des semences)			
Accès à des semences de départ propres			
Contribution à l'adaptation au changement climatique ou à la sécurité nutritionnelle			
Décision			

Annexe 1: Outil initial d'identification des cultures (Guide d'outils 4)

Comment utiliser l'outil d'identification des cultures

Les participants auront identifié quelques cultures au cours de la phase de diagnostic qui pourraient être appropriées pour la production commerciale de semences. Demandez-leur de répondre à chacune des cinq questions du tableau séparément pour chaque culture, en suivant les conseils suivants:

ÉTAPE 1. Lisez les questions du côté gauche de la page. Pour chaque question, choisissez l'une des réponses dans les trois colonnes qui décrit le mieux ce que vous savez sur la culture. Marquez votre réponse avec une coche.

ÉTAPE 2. Lorsque vous avez répondu à toutes les questions, utilisez la dernière ligne pour enregistrer le nombre de coches que vous avez faites dans cette colonne. Maintenant, vous êtes prêt à lire votre score.

ÉTAPE 3. Si vous avez deux coches ou plus dans la colonne 1, cela signifie que la culture que vous envisagez pourrait ne pas être adaptée à la production commerciale de semences car il y a peu de demande pour les semences. Si vous avez deux coches ou plus dans la colonne 2, il est possible que la culture que vous envisagez soit adaptée. Vous devez obtenir plus d'informations sur la demande de semences de cette culture. Si vous avez trois coches ou plus dans la colonne 3, cela signifie que la culture que vous envisagez est probablement adaptée à la production commerciale de semences.

ÉTAPE 4. Répétez les étapes 1, 2 et 3 pour chaque culture envisagée.

Remarque: Les participants ne doivent pas effectuer d'étude de marché pour les cultures qui ont deux coches ou plus dans les colonnes 1 et 2.

Tableau 1: Tableau d'identification des cultures

Questions	Colonne 1	Colonne 2	Colonne 3
Les agriculteurs achètent-ils des semences?	Rarement	Parfois	Souvent
Pourquoi les agriculteurs achètent-ils des semences?	Principalement pour obtenir de nouvelles variétés	Principalement pour remplacer les semences perdues lors d'une mauvaise saison	Parce qu'ils ne peuvent pas conserver les semences ou utiliser leurs propres semences, ou qu'ils n'ont pas suffisamment de semences
Que pensent les agriculteurs de la qualité de leurs propres semences?	Très satisfaits	Assez satisfaits	Pas satisfaits
Que pensent les agriculteurs de la qualité des semences qu'ils achètent au magasin?	Très satisfaits	Assez satisfaits	Pas satisfaits
Que pensent les agriculteurs de la qualité des semences qu'ils achètent au marché?	Très satisfaits	Assez satisfaits	Pas satisfaits
Que pensent les agriculteurs de la qualité des semences qu'ils achètent à d'autres agriculteurs ?	Très satisfaits	Assez satisfaits	Pas satisfaits
La culture est-elle affectée par des maladies présentes à l'intérieur de la semence?	Rarement ou jamais	Parfois	Souvent
La culture est-elle cultivée à des fins lucratives?	La culture est principalement ou uniquement cultivée pour l'alimentation	La culture est cultivée à la fois pour l'alimentation et la vente	La culture est principalement ou uniquement cultivée pour la vente
Nombre total de coches par colonne	↑ 2 ou plus ✓ <i>Non viable commercialement</i>	↑ 2 ou plus ✓ <i>Potentiellement viable commercialement</i>	↑ 3 ou plus ✓ <i>Très probablement viable commercialement</i>

Annexe 2: Concepts pour guider le travail de groupe

Une chaîne de valeur est caractérisée par:

- **un produit et/ou ses sous-produits:**
par exemple, le miel sous ses différentes formes, la cire d'abeille, etc.
- **un marché:**
l'ensemble des utilisateurs potentiels, des acheteurs/consommateurs d'un produit
- **des fonctions (étapes) et/ou des opérations techniques:** ce sont des activités qui ont lieu, sont réalisées ou mises en œuvre au fur et à mesure que le produit, dont les parties prenantes sont analysées, progresse en valeur; par exemple, la production, le transport, la transformation, l'emballage, le stockage, le commerce pour la distribution alimentaire ou l'industrie
- **des parties prenantes/acteurs directs:**
ce sont ceux qui mettent en œuvre des fonctions directes contribuant à la progression de la valeur du produit. En d'autres termes, ils ajoutent de la valeur au produit, par exemple, ils traitent, manipulent ou possèdent le produit à un moment donné de la chaîne. Ce sont des producteurs, des collecteurs, des grossistes, des commerçants, des transporteurs. Les parties prenantes directes possèdent vraiment le produit. S'ils fournissent uniquement un service de transport, par exemple, ce sont alors des parties prenantes/acteurs indirects.
- **des parties prenantes/acteurs indirects (ou parties prenantes/acteurs de soutien):** jouent un rôle de soutien et n'interviennent pas directement dans les processus de production, de transformation, de transport ou de commerce, mais fournissent des services de soutien qui garantissent une mise en œuvre facile et adéquate des fonctions directes en fournissant/donnant des services de soutien. Les acteurs indirects de soutien pourraient

inclure, entre autres, des fournisseurs de crédit, des prestataires de services de vulgarisation, des chercheurs, des fournisseurs de services de conseil aux entreprises, des commerçants/courtiers, des services de stockage, des ONG, des restaurateurs, des cuisiniers, etc.

- **des formes de relations et d'échanges entre les parties prenantes/acteurs directs:** contrats, accords, contrats formels et informels entre ces différents opérateurs permettant l'échange du produit contre de l'argent ou en nature.
- une zone géographique spécifique : correspondant généralement à la zone de production et de commerce du produit, à l'intérieur et à l'extérieur de la communauté ou au-delà.

Annexe 3: Modèles pour les séances de CEP d'étude de le marché

Les modèles suivants peuvent être adaptés pour une utilisation par le CEP au besoin.

Modèle 1: QUESTIONNAIRE D'EXEMPLE POUR UNE ENQUÊTE DE MARCHÉ

Exemple d'entretien		
	Réponse	Commentaires supplémentaires (auto-réflexion)
Lieu, date *		
Type de produit (par exemple, maïs) et classe de semences *		
Intervieweur(s) *		
Nom		
Groupe CEP		
Personne interrogée		
Nom *		
Type d'activité dans la chaîne (par exemple, commerçant) *		
Poste, nom de l'entreprise *		

Numéro de téléphone *		
Adresse *		
Achats de produit X		
Combien de produit X achetez-vous au total chaque jour ? haque semaine ? Chaque année *		
À quelle fréquence achetez-vous le produit X ? *		
Après de qui achetez-vous ? Pourquoi ? *		

Quelle est votre principale source de produit X ?		
Conditions d'achat		
Quelle est la plus petite quantité de produit que vous achèteriez ? La plus grande quantité ? *		
Quelles variétés du produit avez-vous besoin ? Quelle qualité ? *		
Comment souhaitez-vous que les vendeurs emballent le produit ? *		
À quelle fréquence achetez-vous du produit X ? *		

Quelles sont vos conditions de paiement ? (par exemple, paiement intégral ou partiel à la livraison, paiement après un délai, fourniture de crédit) *		
Seriez-vous intéressé par l'achat auprès d'un groupe de paysans? À quelles quantités? À quel prix? *		
Prix		
À quel prix achetez-vous ? (par kilogramme ou sac) *		
Comment les prix changent-ils d'une saison à l'autre ? (plantation, mi-saison, récolte)		
Les prix varient-ils pour différentes variétés ou classes ?		

La chaîne de valeur		
Que faites-vous du produit après l'avoir acheté ? Le vendez-vous, le transformez-vous, l'emballez-vous, etc. ?		
Quels sont vos principaux coûts marketing ?		
À qui le vendez-vous ?		
Que font-ils avec ?		

Qui sont les utilisateurs finaux ?		
Le marché du produit X		
La demande pour le produit est-elle en croissance, stable ou en déclin ?		
Les ventes cette année sont-elles supérieures, les mêmes ou inférieures à l'année dernière ? Pourquoi ces changements ? Combien d'autres commerçants comme vous sont présents sur le marché ?		

Combien de produit X est acheté et vendu sur ce marché chaque jour ? En saison haute ? En saison basse ?		
Qui est le plus grand commerçant sur ce marché pour la culture ou la variété X		
Autres produits		
Quelles cultures ou variétés sont les plus demandées ?		
Quelles cultures ou variétés sont très rares ?		

Quelles nouvelles cultures ou variétés sont vendues sur ce marché ?		
Que conseilleriez-vous aux agriculteurs de cultiver pour gagner plus d'argent ?		

Modèle 2 : Informations sur la demande du marché

Remplissez les différents tableaux pour chaque culture. Tenez compte de la variété que vous envisagez de produire et des variétés concurrentes proposées sur le marché.

Demande de semences de la culture:

	Élevée	Moyenne	Faible	Commentaire
Niveau attendu de demande de semences de la part des agriculteurs en général				
Niveau attendu de demande de différents types d'agriculteurs: <ul style="list-style-type: none"> • Riches • Moyens • Pauvres • Très pauvres 				
Demande attendue des écoles				
Demande attendue des organisations de développement				

Modèle 3: Informations sur la demande pour les variétés existantes

Nom de la variété	Quantité moyenne achetée en une saison par les agriculteurs	Demande probable des agriculteurs dans la zone cible (élevée, moyenne, faible)	Les semences sont-elles facilement disponibles ? (oui, non)

Quantité vendue en un mois par les commerçants interrogés	Quantité achetée en une saison par les organisations de développement	Demande estimée dans la zone cible

Modèle 4: Informations sur la demande pour les variétés existantes

Principales variétés vendues	Sources qui vendent chaque variété		Prix au moment de la plantation	
			Grain	Semences

Prix au milieu de la saison		Prix à la récolte	
Grain	Semences	Grain	Semences

Modèle 5: FORMULAIRE DE SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR LE MARCHÉ

Produit			
Nom et lieu du marché			
Date			
Membres de l'enquête CEP			
S'agit-il d'un nouveau produit?	Existant (Les agriculteurs produisent ce produit)		
S'agit-il d'un nouveau marché?	Existant (Les agriculteurs vendent déjà ici)		
CE QUE FONT ACTUELLEMENT LES AGRICULTEURS			
Où les agriculteurs vendent-ils ? (Cochez tout ce qui s'applique)	Vente à la ferme	Marché local	Marché du secteur
Quelle est la chaîne de commercialisation actuelle? (Cochez tout ce qui s'applique)	Agriculteur	Collecteur	Commerçant local
Quel est le prix du produit?	Saison principale		Hors saison
Combien le groupe vend-il de produit?	Quantité par agriculteur par saison		
CE QUE LES AGRICULTEURS ESPÈRENT FAIRE À L'AVENIR			
Quel est le marché cible?	Vente à la ferme	Marché local	Marché du secteur
Combien le groupe prévoit-il de vendre?	Quantité par agriculteur par saison		Total

	Nouveau (Les agriculteurs ne produisent pas ce produit)			
	Nouveau (Les agriculteurs ne vendent pas encore ici)			
CE QUE FONT ACTUELLEMENT LES AGRICULTEURS				
Transformateur	Marché national	Supermarché	Marché d'exportation	Autre
Commerçant itinérant	Transformateur	Grossiste	Détaillant	Consommateur
		Maintenant		
	Quantité totale pour le groupe par saison			
CE QUE LES AGRICULTEURS ESPÈRENT FAIRE À L'AVENIR				
Transformateur	Marché national	Supermarché	Marché d'exportation	Autre
Quantité totale pour le groupe par saison	Prix unitaire			

Quelle est la demande pour ce produit?	Demande actuelle		
	Élevée	Moyenne	Faible
Combien l'acheteur achètera-t-il ?*	Plus petite quantité que l'acheteur achètera		
À quelle fréquence l'acheteur a-t-il besoin de fournitures?	Par jour? Par semaine? Par mois? Aucun calendrier?		
Quels sont les critères de qualité?			
Quels sont les critères d'emballage?			
*C'est généralement la quantité nécessaire pour remplir un véhicule, comme 1 à 3 tonnes pour une camionnette, 5 à 10 tonnes pour un camion, etc. Les commerçants offrent souvent les meilleurs prix pour des volumes spécifiques. Lors de la visite du marché, découvrez si les commerçants sont intéressés par des ventes collectives.			

	Demande future			
	En hausse	Stable	En baisse	
	Quantité pour laquelle l'acheteur donnera une prime*			

Annexe 4: Exemple et Modèle d'Analyse de Rentabilité

1: Marge Brute pour les Arachides - Exemple détaillé

Voici un exemple d'analyse de la marge brute pour les arachides dans le contexte ougandais. Il comprend une analyse des risques que le facilitateur peut discuter avec le groupe. Les coûts comprennent uniquement les coûts variables, c'est-à-dire les coûts à payer chaque saison; les coûts de démarrage peuvent être supplémentaires et doivent également être identifiés dans le processus. Discutez avec le groupe: lequel est le plus rentable ?

Arachides - hypothèses

- Rendement: 375 kg
- Prix du marché: 2500 Ushs/kg
- Rendements = 375 x 2500 = 937 500 Ushs

Arachides - coûts de production

Intrant	Description	Quantité	Coût Unitaire	Coût Total
Préparation du sol	1er labour	1 acre	30,000	30,000
	2e labour	1 acre	20,000	20,000
Semence de base	Sere noix 4	1 sac	45,000	45,000
Main-d'œuvre	Plantation	10 journées-personnes	--	--
	1er désherbage	10 journées-personnes	--	--
	2ème désherbage	5 journées-personnes	--	--
	Récolte	15 journées-personnes	--	--
Engrais	S.S.P.	125 kg	1,000	125,000
Pulvérisation	Diméthoate	1 litre	12,000	12,000
Emballage	Sacs	25 grand sacs (15 kg)	1,000	25,000
Transport	Location de véhicule	25 grand sacs (15 kg)	3,000	75,000
Marché	Frais	25 grand sacs (15 kg)	1,000	25,000
COÛTS VARIABLES TOTAUX				357,000

Arachide – analyse de rentabilité

Analyse de la marge brute	Analyse des risques
<p>Rendement prévu = 375 kg Prix par kg = 2500 Ushs Revenu prévu = (375 kg x 2500 Ushs) = 937,500 Ushs Coût total de production = 357,000 Ushs Profit = revenu - coût total de production = 580,000 Ushs</p>	<p>10% de diminution du rendement 375 kg – (10% of 375 kg) = 337.5 kg (337.5 kg x 2,500 Ushs) – 357,000 = 486,750 Ushs</p> <p>10% de diminution du prix = 2,500 – (10% of 2,500) = 2,250 Ushs (375 kg x 2,250 Ushs) – 357,000 = 486,750 Ushs</p> <p>10% Augmentation de 10% des coûts de production 357,000 Ushs + (10% of 357,000) = 392,700 Ushs (375 kg x 2,500 Ushs) – 392,700 = 544,800 Ushs</p> <p>10% de diminution des revenus et 10% d’augmentation des coûts de production 843,750 Ushs – 392,700 Ushs = 451,050 Ushs de profit</p>

2: Modèle vierge pour l’évaluation/analyse de la rentabilité

Modèle type à compléter par les groupes de CEP. Plus de lignes peuvent être incluses au besoin pour inclure davantage de cultures avec lesquelles l’agriculteur travaille.

Rentabilité de l’entreprise: [Devise]				
Durée:				
Revenu	Poids (kg)	Prix (devise)/kg	Total (devise)	Remarques
[Nom de la culture]]				
Revenu Total				
Fixed cost	Poids (kg)	Prix (devise)/kg	Total (devise)	Remarques
Semences				
Engrais				
Main-d’œuvre				
Récolte				
Coût fixe total				

Coût variable	<i>Poids (kg)</i>	<i>Prix (devise)/ kg</i>	<i>Total (devise)</i>	<i>Remarques</i>
Semences				
Engrais				
Main-d'œuvre				
Récolte				
<i>Coût variable total</i>				
Profit (marge brute)				



a program by



OXFAM
Novib