

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :



Kenya Agricultural Commodity Exchange (KACE) Limited  
(Bourse des produits agricoles du Kenya)  
Brick Court, 2<sup>e</sup> étage  
Mpaka Road, Westlands  
PO Box 59142-00200

Nairobi (Kenya)

Tél. : +254-20-4441829/30 – Fax : +254-20-4448486

E-mail : [amukhebi@kacekenya.com](mailto:amukhebi@kacekenya.com) – Site Web : [www.kacekenya.com](http://www.kacekenya.com)



partageons les connaissances au profit des communautés rurales  
sharing knowledge, improving rural livelihoods

Centre technique de coopération agricole et rurale ACP-UE (CTA)

PO Box 380, 6700 AJ Wageningen (Pays-Bas)

Tél. : +31 317-467100 – Fax : +31 317-460067

E-mail : [cta@cta.int](mailto:cta@cta.int) – Site Web : [www.cta.int](http://www.cta.int)

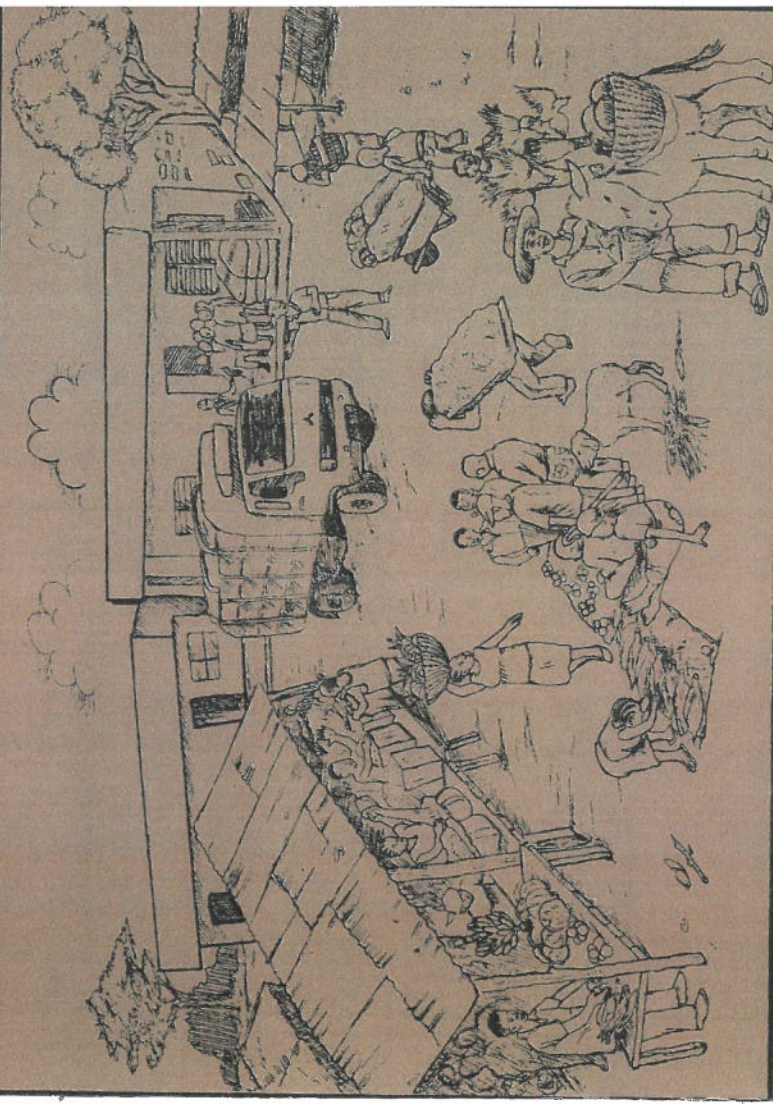
Le CTA est financé par l'Union européenne



© CTA 2009 – ISSN 1874-8864

Les informations contenues dans ce guide peuvent être reproduites librement pour des usages non commerciaux, uniquement si elles proviennent du CTA. Toute reproduction à des fins commerciales doit faire l'objet d'une autorisation préalable du CTA.

# Faciliter l'accès des petits producteurs aux marchés



## Faciliter l'accès des petits producteurs aux marchés

Le présent guide indique la marche à suivre pour améliorer les relations entre les petits producteurs et le marché. Celle-ci consiste à faciliter la création d'une certaine proximité avec les acteurs de la chaîne de valeur concernés et à aider les petits producteurs à obtenir les prix les plus bas possible pour les produits et les moyens de production. Un glossaire des termes utiles se trouve à la fin du document.

### Qu'est-ce qu'un petit producteur ?

La définition peut varier mais, en règle générale, un petit producteur est quelqu'un qui :

- utilise davantage ses terres à des fins de subsistance qu'à des fins commerciales ;
- dispose de ressources limitées ; par exemple, il possède une ferme relativement petite et investit une faible part de son capital pour financer la production ;
- travaille en famille ;
- possède bien souvent un niveau scolaire relativement bas ou qui n'a pas suivi de scolarité régulière.

### Qu'est-ce qu'un marché ?

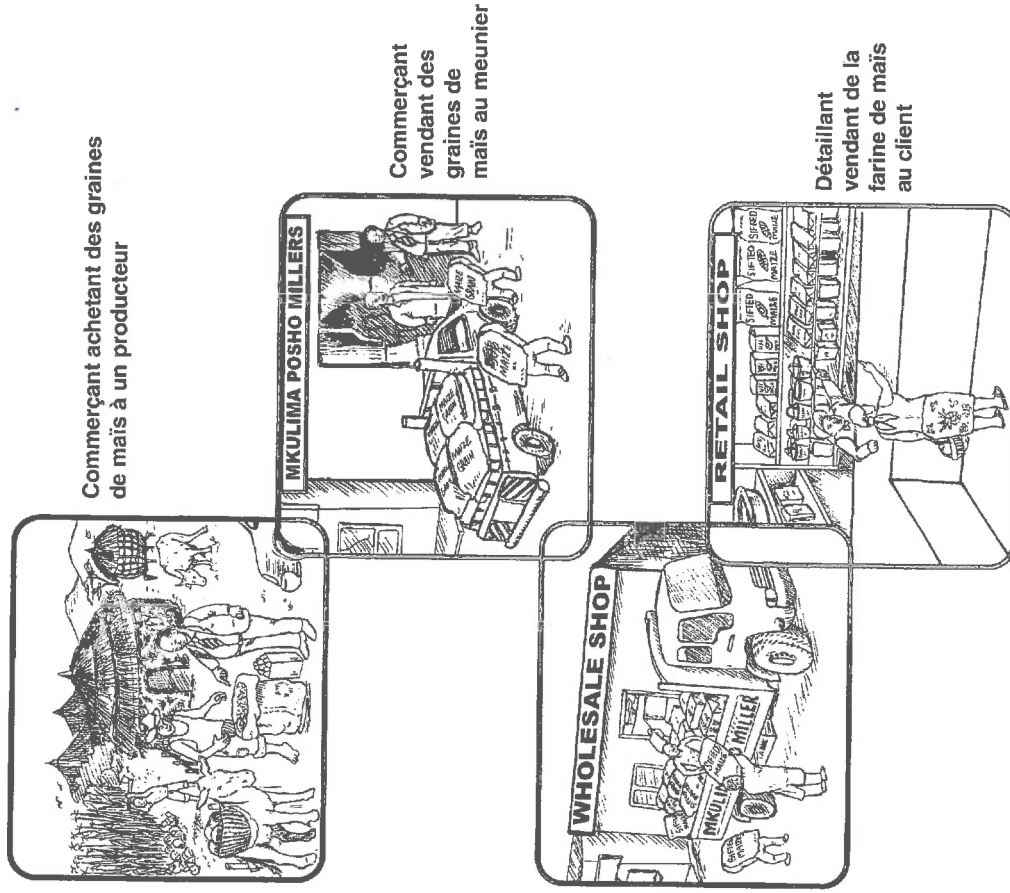
Un marché est :

- un lieu qui facilite le commerce entre de multiples acheteurs et de multiples vendeurs ;
- un lieu où des commerçants achètent et vendent des produits ;
- un lieu où les exploitants agricoles mettent leurs produits en vente et où des acheteurs viennent acheter ces produits ;
- un lieu où les vendeurs négocient les prix les plus élevés pour leurs produits et où les acheteurs cherchent à obtenir les prix les plus bas possible.

Un marché, c'est aussi :

- un lieu physique ; par exemple, une place de marché ou un espace de vente sur lequel se négocient des produits de base et des matières premières ;
- un marché virtuel, comme sur Internet ou à la radio ;
- un marché national, régional ou international ;
- la somme totale de l'offre (quantité de produit mise en vente) et de la demande (quantité de produit que les acheteurs sont prêts à acquérir) pour un produit particulier, tel que le maïs ou le bétail.

## Chaîne de valeur du maïs



### Pourquoi faciliter l'accès des petits producteurs aux marchés ?

Les marchés d'intrants et d'écoulement des produits agricoles n'offrent pas aux petits producteurs des conditions propices à leur développement, et ce pour un certain nombre de raisons :

- Ils produisent et mettent en vente de petites quantités de denrées agricoles qui varient en termes de qualité.
- Ils n'ont pas suffisamment de poids (voire pas du tout) pour négocier de meilleurs prix sur le marché et vendent donc leurs produits à des prix très bas, ce qui explique la faiblesse de leurs revenus.
- Ils n'ont pas souvent les moyens d'investir dans les facteurs de production améliorés nécessaires pour augmenter leur production.
- Ils n'ont pas accès à des informations en matière commerciale fiables et disponibles en temps utile.
- Il y a un manque d'accès aux services à valeur ajoutée.
- Ils sont tributaires des intermédiaires pour l'accès aux marchés.

Ces petits producteurs sont également confrontés à des problèmes couramment associés à la production agricole, à savoir :

- concurrence accrue entre les producteurs tant à l'échelle de la communauté qu'au niveau des marchés nationaux, régionaux et internationaux ;
- fluctuation des prix ;
- politiques gouvernementales inopportunes ;
- maladies et espèces nuisibles aux cultures et au bétail ;
- impact du changement climatique (sécheresse, inondations).

Il convient, par conséquent, d'aider les petits producteurs à améliorer leur position concurrentielle et à gérer les risques liés à ces marchés.

### Comment faciliter l'accès des petits producteurs aux marchés ?

Les petits producteurs peuvent s'adresser aux services de vulgarisation, ou à d'autres services d'aide-conseil, pour obtenir des informations qui les aideront à surmonter les difficultés d'accès aux marchés. Les étapes suivantes permettront de guider les petits producteurs ainsi que les individus et services avec lesquels ils travaillent.

#### Étape 1 : Déterminer quels sont les produits demandés sur le marché

L'agriculture doit être pratiquée comme une activité commerciale (dans le but de dégager des bénéfices). Par conséquent, un agriculteur doit pouvoir déterminer quels sont les produits demandés sur le marché avant de lancer la production. À cet effet, il devra réaliser une étude de marché qui consiste à collecter des informations sur l'offre et la demande, afin de savoir :

- *quels sont les matières premières, les produits agricoles et d'élevage demandés, pour choisir quel(le) sont ceux (celles) qu'il produira, en fonction des conditions environnementales (précipitations, température, type de sol) ;*
- *quels sont les quantités ou les volumes demandés, pour envisager une production à grande ou à petite échelle ;*
- *quelle est la qualité recherchée, de manière à ce qu'il puisse utiliser la meilleure technologie disponible pour la production, le traitement après récolte et la création de valeur ajoutée ;*

- *quand ces denrées agricoles sont demandées sur le marché, pour lui permettre de planifier la production et en retirer un profit maximal ;*
- *où les denrées agricoles sont demandées, pour choisir son mode de transport et mettre en vente ses produits ;*
- *quelles seront les quantités produites et mises en vente par les autres exploitants sur le même marché, pour évaluer le niveau de l'offre et donc la concurrence potentielle ;*
- *quel est le prix qu'un acheteur potentiel est prêt à payer, pour déterminer la rentabilité des produits.*

Il existe de nombreuses sources d'information utiles pour réaliser votre étude de marché, notamment :

- les registres d'exploitation des années précédentes ;
- les informations recueillies auprès des autres producteurs et à partir de l'observation des denrées qu'ils produisent ;
- les institutions de recherche, de vulgarisation, d'enseignement et de formation agricoles publiques et/ou privées ;
- les programmes agricoles diffusés à la radio ou à la télévision ;
- le réseau Internet ;
- les publications (par exemple, des bulletins d'information, des journaux, des magazines et des ouvrages) ;
- les échanges fructueux avec les acteurs qui interviennent dans la chaîne de valeur – intermédiaires, commerçants, industriels de l'agroalimentaire, exportateurs, grossistes, distributeurs et consommateurs.

#### Étape 2 : Préparer un budget pour les denrées agricoles que vous souhaitez produire

Pour préparer un budget agricole :

- Choisir les denrées que vous souhaitez produire (voir étape 1).
- Déterminer la superficie des terres à cultiver ou le nombre de têtes de bétail à élever.
- Déterminer le montant et la qualité des moyens de production requis.
- Estimer la production. Par exemple, la quantité de produits escomptée ou le nombre de têtes de bétail par hectare.

Préparer un budget agricole, cela signifie notamment :

- calculer le total des **coûts/frais variables** (total des intrants variables multiplié par le prix de ces intrants) ;
- calculer le **revenu** total escompté (production/récolte multiplié par leur prix sur le marché) ;
- calculer votre **bénéfice/marge brut(e)** (revenu total moins total des coûts variables). Évitez d'avoir recours à une entreprise, vous risqueriez de subir une **perte** ; par exemple, si le total des coûts variables dépasse le revenu total, ce qui générerait une marge brute négative.

**Les coûts variables** : ce sont les coûts qui varient en fonction du niveau ou du volume de la production. Par exemple, le coût des engrais varie en fonction du nombre d'hectares cultivés ; le coût des produits alimentaires pour le bétail varie selon la taille de votre cheptel.

**Les coûts fixes** : ces coûts ne dépendent pas du volume de la production. Il s'agit, par exemple, des coûts de main-d'œuvre salariée permanente, des coûts d'amortissement des machines, des équipements et des bâtiments.

### Étape 3 : Acheter les intrants nécessaires

Pour acheter les intrants nécessaires à la production :

- Recueillir des informations sur les fournisseurs d'intrants et les prix qu'ils pratiquent.
- Vérifier si vous disposez des fonds nécessaires à l'achat de ces intrants ou s'il vous faut emprunter à cet effet. Par exemple, souscrire un crédit ou faire un emprunt.
- Si vous devez emprunter de l'argent, optez pour la formule qui répond le mieux à vos attentes. Choisissez, par exemple, un organisme qui vous proposera les meilleures conditions de crédit. Votre budget prévisionnel aidera le responsable du crédit à évaluer la pertinence de votre projet et l'aidera également à décider du montant à vous accorder, ainsi que de la durée de l'emprunt.
- Acheter les intrants en temps opportun pour vous permettre de démarrer la production le moment venu. Tout retard pris dans le démarrage de la production peut entraîner des pertes en rendement et en qualité de produits.
- Acheter les variétés appropriées de semences et de plants, ou sélectionner les meilleures races de bétail – qui soient adaptées à votre environnement – afin d'obtenir les meilleurs rendements possible. Au besoin, renseignez-vous auprès des centres de recherche agricole ou des services de vulgarisation.

### Étape 4 : Démarrer la production/l'exploitation

**Conseil :** Plantez tôt en saison pour récolter avant les autres exploitants ! Cela vous permettra de vendre vos produits à des prix plus élevés et ce dès le début de saison, avant que ne déferlent les produits concurrents sur le marché, ce qui conduirait à un effondrement des prix.

Démarrer la production et respecter le principe des bonnes pratiques agricoles. Cela vous aidera à :

- préserver la santé de vos cultures et de votre cheptel, et leur potentiel de production ;
- disposer d'une production de qualité en quantité suffisante et régulière pour répondre aux exigences du marché ;
- vendre les produits au bon moment pour répondre à la demande du marché ;
- susciter l'intérêt des acheteurs et vendre vos produits au meilleur prix ;
- préserver votre environnement ; par exemple, éviter l'érosion des sols et maintenir leur fertilité, pour continuer à exploiter durablement vos terres ;
- maximiser votre bénéfice net agricole.

Pour obtenir de plus amples informations sur les bonnes pratiques agricoles, renseignez-vous auprès du centre de recherche agricole ou du service de vulgarisation local.

Tenez à jour un registre mentionnant notamment les achats d'intrants agricoles et les récoltes engrangées, et consignez régulièrement :

- les achats d'intrants et leurs coûts ;
- le volume de la récolte engrangée ;
- la part (chiffrée) de la production destinée à votre foyer, à nourrir le bétail, à des amis ou à des proches, et celle qui sera destinée à la vente.

Ce registre comptable vous permettra de dégager le bénéfice ou le déficit de l'activité (**bénéfice net agricole/perte nette agricole**) à la fin de chaque saison ou en fin d'année.

### Étape 5 : Récolter et traiter les produits avec soin

Récolter et traiter les produits avec précaution, en veillant notamment à :

- utiliser des méthodes adéquates ainsi que des outils, des équipements et du matériel agricole de récolte et de traitement impeccables ;
- créer des produits à valeur ajoutée ; par exemple, en les nettoyant, en les triant, en les calibrant ou encore en les transformant ;
- emballer les produits de façon attrayante tout en limitant le volume et le poids au minimum pour répondre aux exigences du marché ;
- stocker les produits de manière appropriée.

Une récolte et un traitement adéquats des produits permettent :

- d'éviter ou de réduire les pertes après récolte ;
- de conserver des produits de bonne qualité ;
- d'améliorer la durée de conservation des produits ;
- d'améliorer la présentation des produits aux acheteurs ;
- de stimuler la demande de produits ;
- d'augmenter le prix de vente, les bénéfices et les revenus.

### Étape 6 : Vendre/commercialiser vos produits

Vous pouvez choisir de vendre directement vos produits aux acheteurs au prix effectif de vente à la production ou bien au prix du marché, en fonction des conditions de vente applicables.

#### Conditions de vente

- Vous pouvez vendre vos produits **au comptant**, si vous convenez d'un prix avec l'acheteur, que celui-ci vous paie et enlève la marchandise. Cette transaction ne comporte aucun risque de défaut de paiement de la part de l'acheteur.
- Vous pouvez vendre vos produits à **crédit**, c'est-à-dire à une date ultérieure.
- Vous pouvez également vendre vos produits sous **contrat**, pour une livraison à une date ultérieure, dans le cadre d'un projet répondant à l'agriculture contractuelle, par exemple.
- De même, il vous est possible de vendre vos produits en utilisant un **contrat à terme**. Il s'agit d'un contrat standardisé et négociable sur un marché à terme, pour acheter ou vendre une certaine marchandise à une date donnée et à un prix spécifié. Le vendeur peut utiliser ce type de contrat pour déterminer à l'avance le prix d'un produit et ainsi se prémunir contre d'éventuelles fluctuations des prix pouvant pénaliser son commerce.

La vente à crédit ou par simple contrat comporte un risque de défaut de paiement de la part de l'acheteur, ou bien qu'il n'enlève pas la marchandise, lorsque celle-ci est prête. Il s'avère donc nécessaire d'établir un **accord** ou **contrat de vente** formel – de préférence par écrit – pour vous prémunir d'un tel risque. Ce contrat peut également servir de pièce à conviction en cas de litige ou de procédure judiciaire.

#### Accord ou contrat de vente

L'accord de vente doit inclure les termes importants de la transaction ci-après.

- Le prix à payer.

## Étape 8 : Répéter les étapes 1 à 7 pour la saison de production suivante

Pour chaque saison de production, répétez les étapes mentionnées ci-dessus en tirant profit des leçons et des expériences des années précédentes, en vue d'améliorer votre performance la saison suivante.

### Quel peut être votre problème, et quelle solution envisager ?

Problèmes	Solutions
Des informations commerciales peu fiables, en raison de données tardives ou inexactes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recoupez les données périodiquement pour vérifier leur exactitude</li> <li>Assurez-vous de recevoir ces informations en temps opportun</li> </ul>
Manque de services commerciaux ou de services à valeur ajoutée (ou services coûteux)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développez votre propre capacité à créer de la valeur ajoutée. Par exemple, en suivant une formation ou en recrutant du personnel qualifié</li> <li>Souscrivez un crédit pour accéder aux services requis</li> </ul>
Association d'exploitants agricoles/coopérative inactive (dû à une mauvaise gestion)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Améliorer la gestion à travers un renforcement des capacités des effectifs. Par exemple, en organisant des sessions de formation</li> </ul>
Défaut de paiement de la part de l'acheteur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurez-vous qu'un accord ou un contrat de vente formel, signé et écrit, a bien été établi</li> <li>Prévoyez un recours à l'arbitrage. En cas d'échec ou si ce recours n'est pas possible, portez le litige devant un tribunal</li> </ul>
Existence d'un monopole (un seul acheteur) sur le marché des intrants et d'un monopole (un seul vendeur) sur le marché des produits agricoles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilisez la commercialisation en commun pour améliorer votre pouvoir de négociation</li> </ul>
Situations imprévisibles ou défavorables. Par exemple : maladies ou espèces nuisibles, inondations ou sécheresse, cambriolage, drame familial, accidents, prix d'intrants trop élevés, prix des produits agricoles trop bas, politiques gouvernementales inopportunes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faites une estimation prudente des niveaux d'intrants, de la production et des prix sur le marché lorsque vous planifiez votre production</li> <li>Envisagez un scénario catastrophe avec des stratégies d'adaptation possibles</li> <li>Contractez une couverture d'assurance pour vos activités assurables</li> <li>Demandez conseil à un expert</li> <li>Adoptez des stratégies de fixation du prix sur le marché/de gestion des risques, telles que les récépissés d'entrepôt, l'agriculture contractuelle et les contrats à terme</li> </ul>

## Glossaire

**Acteurs** : Voir chaîne de valeur.

**Agent** : Un intermédiaire agissant pour le compte, et avec l'argent, d'autres acheteurs.

**Assembleurs** : Ce sont des commerçants qui rassemblent de grandes quantités de marchandises pour les vendre à des grossistes à des conditions préférentielles.

**Bénéfice net/perte nette agricole** : Différence entre le bénéfice brut/la marge brute et l'ensemble des coûts fixes totaux. Un exploitant doit toujours chercher à maximiser son bénéfice net agricole.

**Chaîne de valeur ou chaîne d'approvisionnement** : Ensemble de processus coordonnés à travers lesquels passe un produit, depuis le fournisseur d'intrants jusqu'à l'agriculteur et au consommateur final. La chaîne de valeur fait intervenir de nombreux acteurs, notamment des agents, des assembleurs, des commissionnaires ou intermédiaires, des commerçants ainsi que des meuniers.

**Commerçant** : Personne qui effectue des actes de commerce et qui en fait sa profession habituelle.

**Commissionnaires ou intermédiaires** : Personnes dont le rôle consiste à mettre des acheteurs en relation avec des vendeurs, moyennant une commission.

**Création de valeur ajoutée** : Ajouter de la valeur à un produit lorsque celui-ci parcourt la chaîne de valeur en faisant en sorte qu'il soit plus « vendable » à un prix supérieur, à travers diverses opérations telles que le nettoyage, le triage, le séchage, le calibrage, l'emballage, la congélation, la transformation, le stockage, le système de récépissés d'entrepôt et le transport.

**Meunier** : Personne qui transforme les grains (du maïs, par exemple) en farine. Du petit meunier qui travaille de manière artisanale à l'aide d'un batteur et produit de la farine à grain entier à l'échelon local (village) aux meuniers industriels qui produisent de la semoule de maïs tamisée.

**Prix** : Le prix est déterminé par l'offre et la demande. Si la demande de produits est forte mais que l'offre est faible, les acheteurs seront prêts à payer un prix plus élevé et les vendeurs retireront de leurs ventes un bénéfice plus important. En revanche, si l'offre est plus forte que la demande, les vendeurs seront disposés à offrir leurs produits à un prix moins élevé et en retireront, par conséquent, un bénéfice moins important.

**Récépissé d'entrepôt** : Reçu ou document constituant un titre de propriété signé ou certifié par un entrepositaire, qui atteste la présence et la disponibilité d'une marchandise dont la quantité et la qualité ont été spécifiées, et qui peut être utilisé comme instrument de transfert pour des transactions actuelles et futures.

**Système de récépissés d'entrepôt** : Système dans lequel sont emmagasinées dans un entrepôt des marchandises pour lesquelles un agriculteur se voit délivrer un récépissé d'entrepôt. Cet agriculteur peut alors faire le choix d'encaisser ce récépissé pour une certaine valeur des marchandises en question, et de les laisser en dépôt jusqu'à ce qu'il lui soit possible de les vendre à un meilleur prix sur le marché.