

# Systemes d'information sur les marchés

De la 1<sup>ère</sup> à la 2<sup>e</sup> génération

Hélène David-Benz, Franck Galtier, Johnny Egg

# Les SIM de 1<sup>ère</sup> génération

Développés dans des contextes de libéralisation filières (80's et 90's)

Objectifs :

- Améliorer la transparence du marché
- Outil de suivi et de pilotage des politiques agricoles

Caractéristiques communes :

- Principalement les céréales
- Information sur les prix
- Couverture nationale
- Diffusion radio
- Rattachement à des structures publiques
- Financement projet

# Un bilan mitigé des SIM de 1<sup>ère</sup> génération

- Faible technique : manque de fiabilité des information et d'adaptation aux besoin des acteurs
- Faiblesses institutionnelles :
  - Fonctionnement administratif rigide et peu réactif
  - Non durables (financements extérieurs)
- Manque de prise en compte du fonctionnement des marchés et des contrainte de commercialisation

Nouveau contexte (NTIC, intégration régionale, ↗ OP)

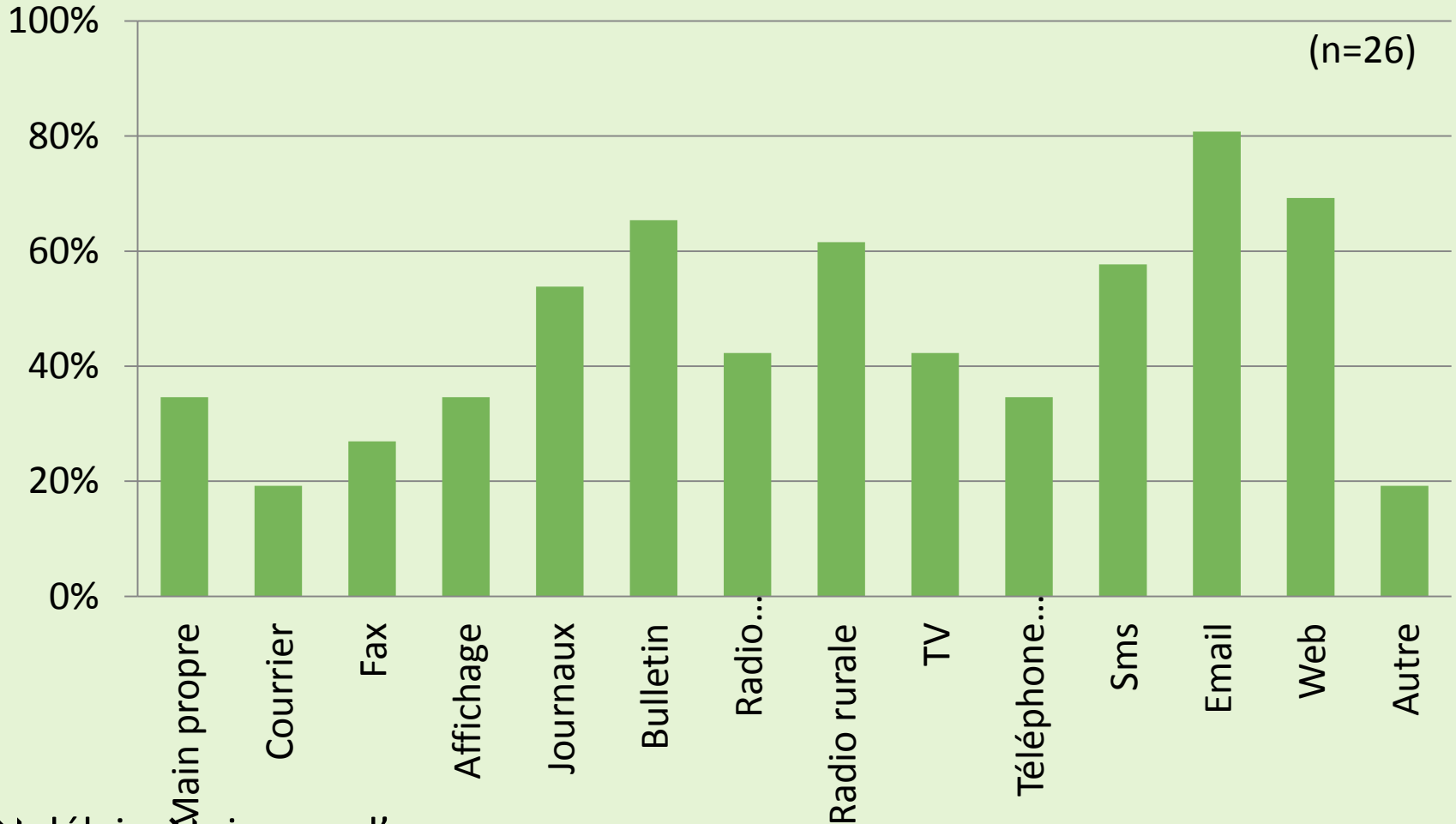
⇒ la 2<sup>e</sup> génération de SIM permet-elle de lever ces contraintes ?

# Méthodologie

- Inventaire de 85 SIM (53 Afrique, 18 Asie, 9 Amérique Latine / Caraïbes, 1 Amérique du Nord)
- Enquête par email : 31 réponses (94% Afrique et Oc.Indien)
- Etudes de cas : OMA (Mali), ESOKO (Ghana), KACE (Kenya), ZNFU (Zambie), RATIN (Afr.Est)

# Mieux répondre aux besoins des acteurs ?

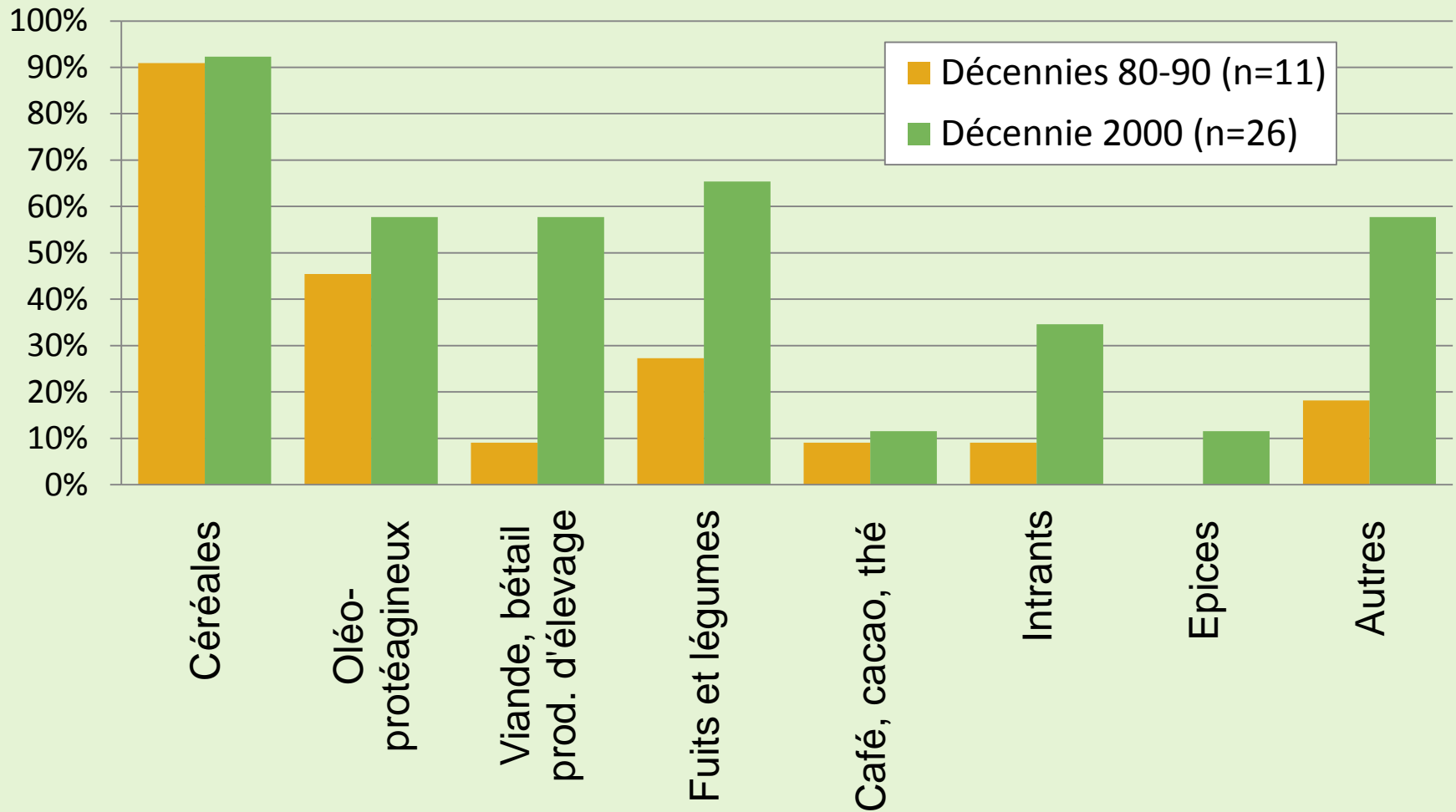
NTIC : des moyens de transmission plus efficaces



↘ délais, ↘ risques d'erreur

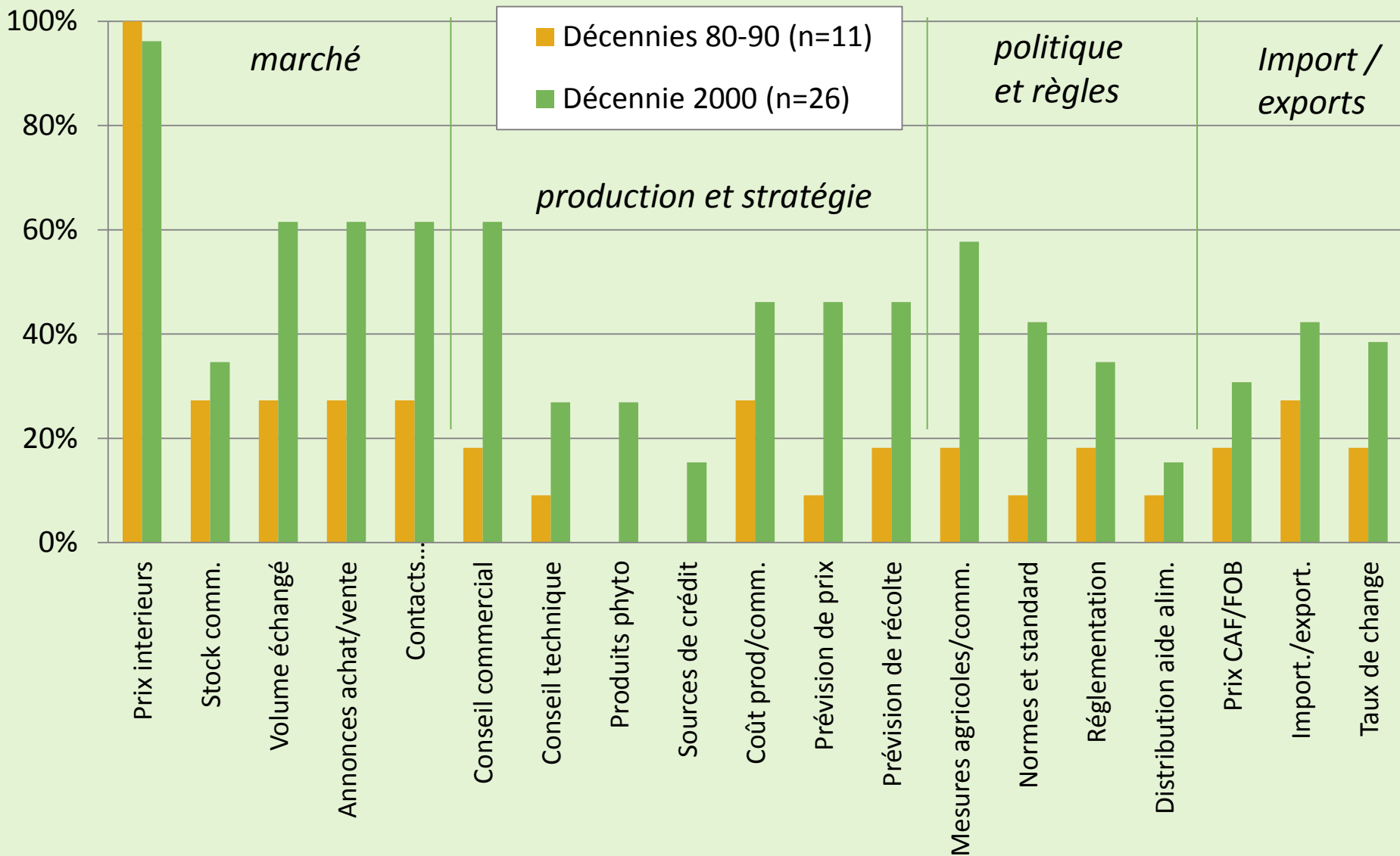
↗ diversité des informations

# Une diversification des types de produits suivis



Les SIM ne se limitent plus aux produits de base  
↗ produits d'élevage, fruit & légumes, intrants

# Une diversification du type d'information fournie



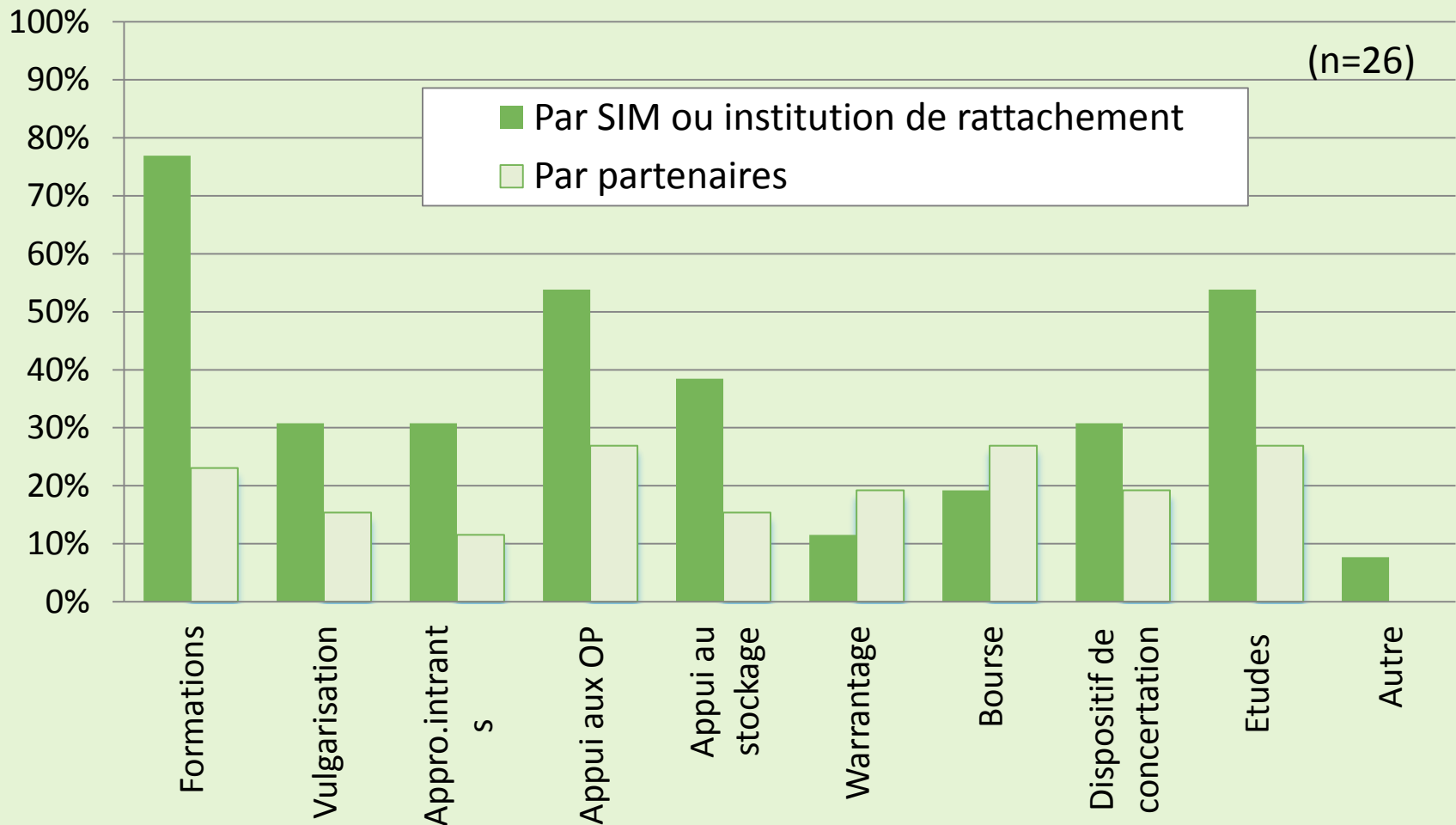
# Une information accessible et utilisable ?

Risque d'exclusion lié à la diffusion SMS  
(couverture du réseau, coût, technicité)

Intégrer l'apprentissage : centre de services,  
formations, émissions de vulgarisation (3/4  
des SIM)



# Services complémentaires d'appui à la commercialisation



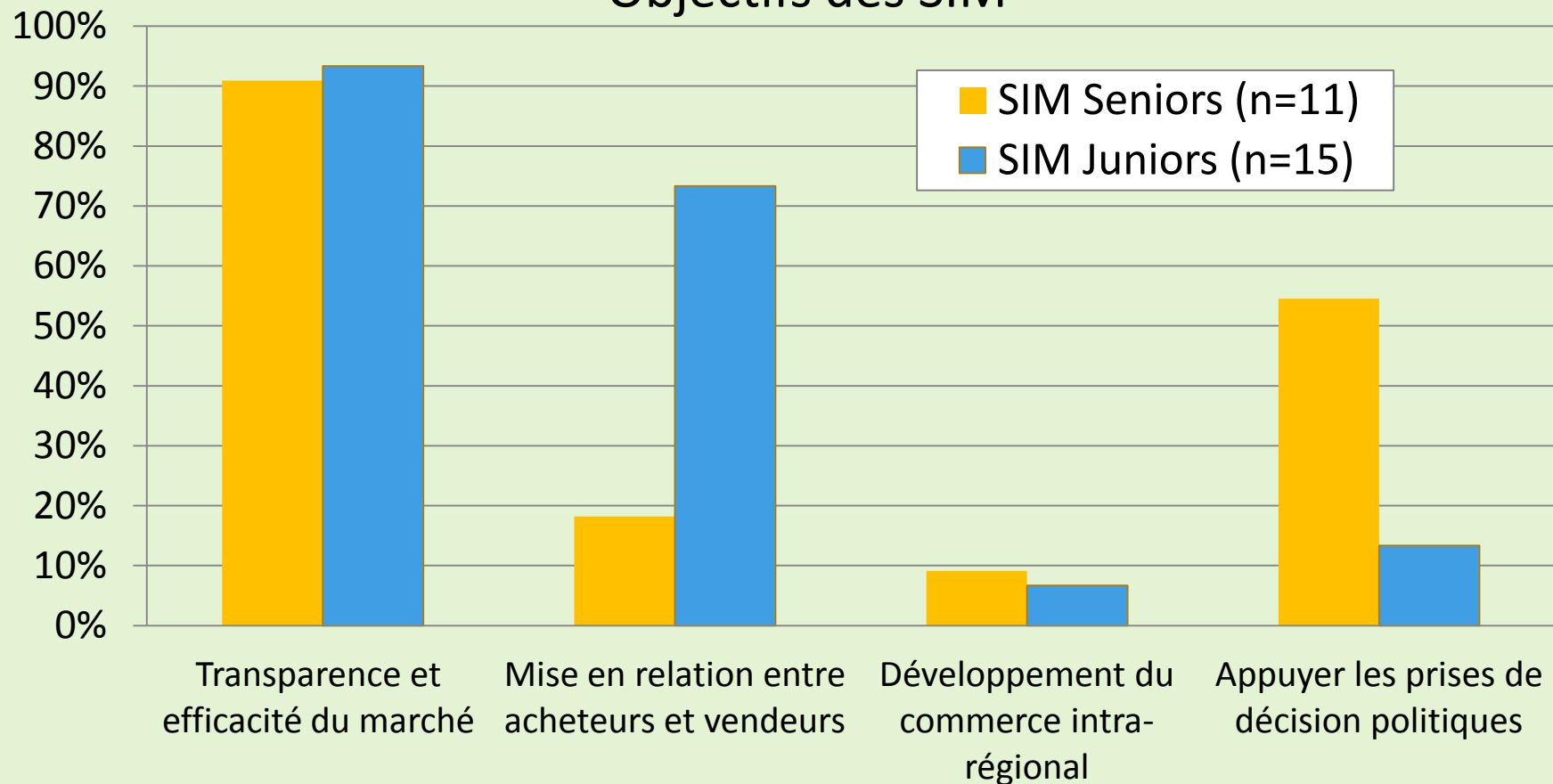
Majoritairement : amont et organisation

Plus marginalement sur l'aval

45% se limitent à des services informationnels

# Fournir une aide à la décision publique ?

## Objectifs des SIM

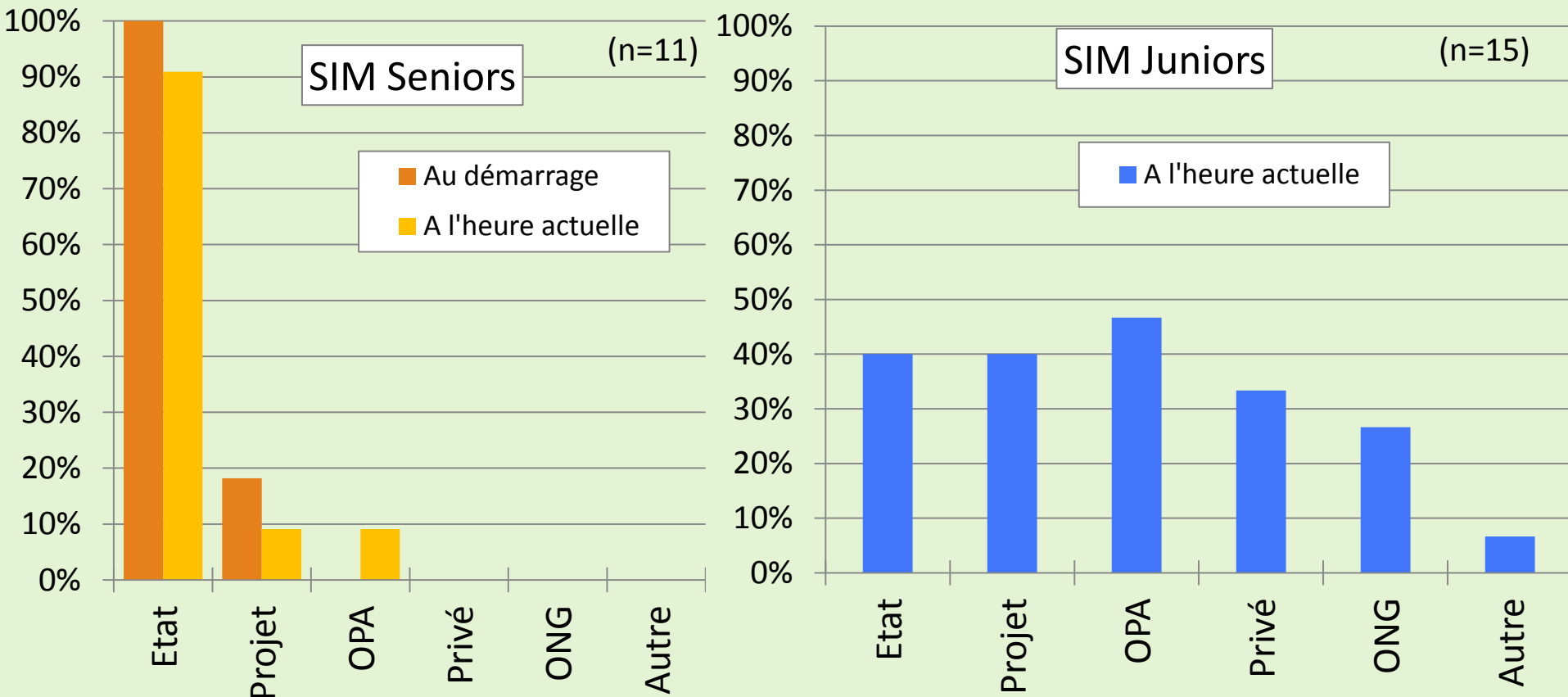


Les SIM récents visent prioritairement les acteurs du marché

Mais quelques cas innovants : information + concertation => outil de pilotage des politiques

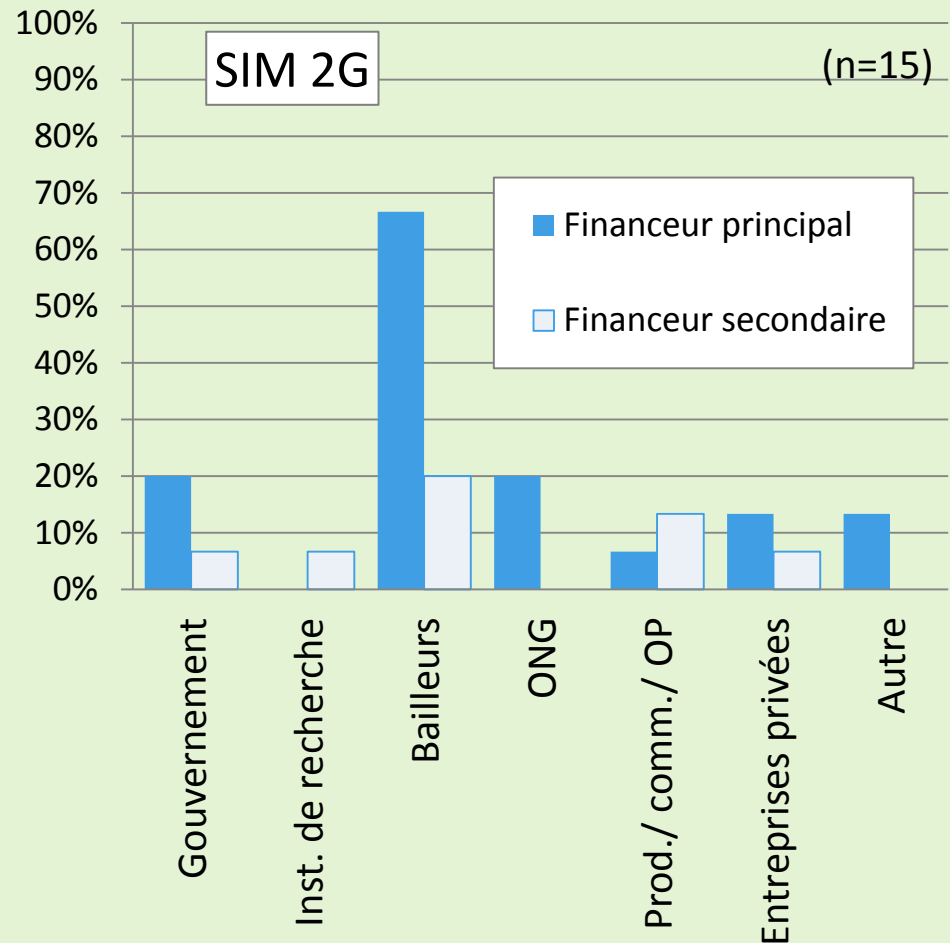
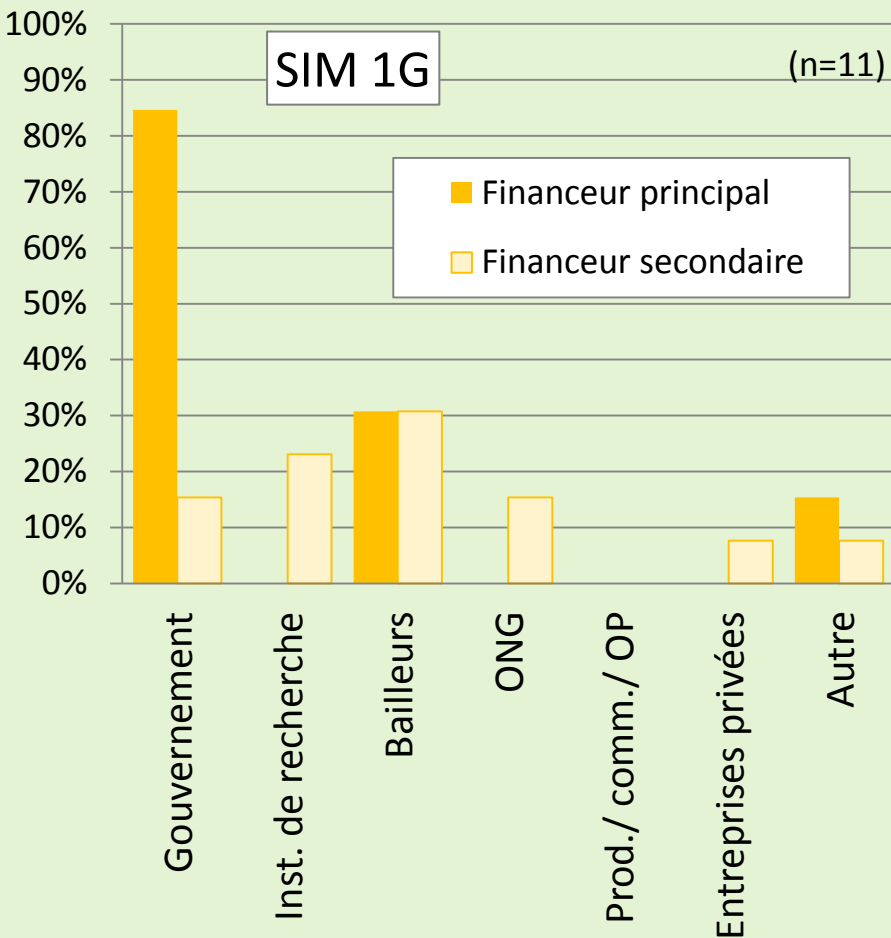
# Une réactivité accrue

## Positionnement institutionnel



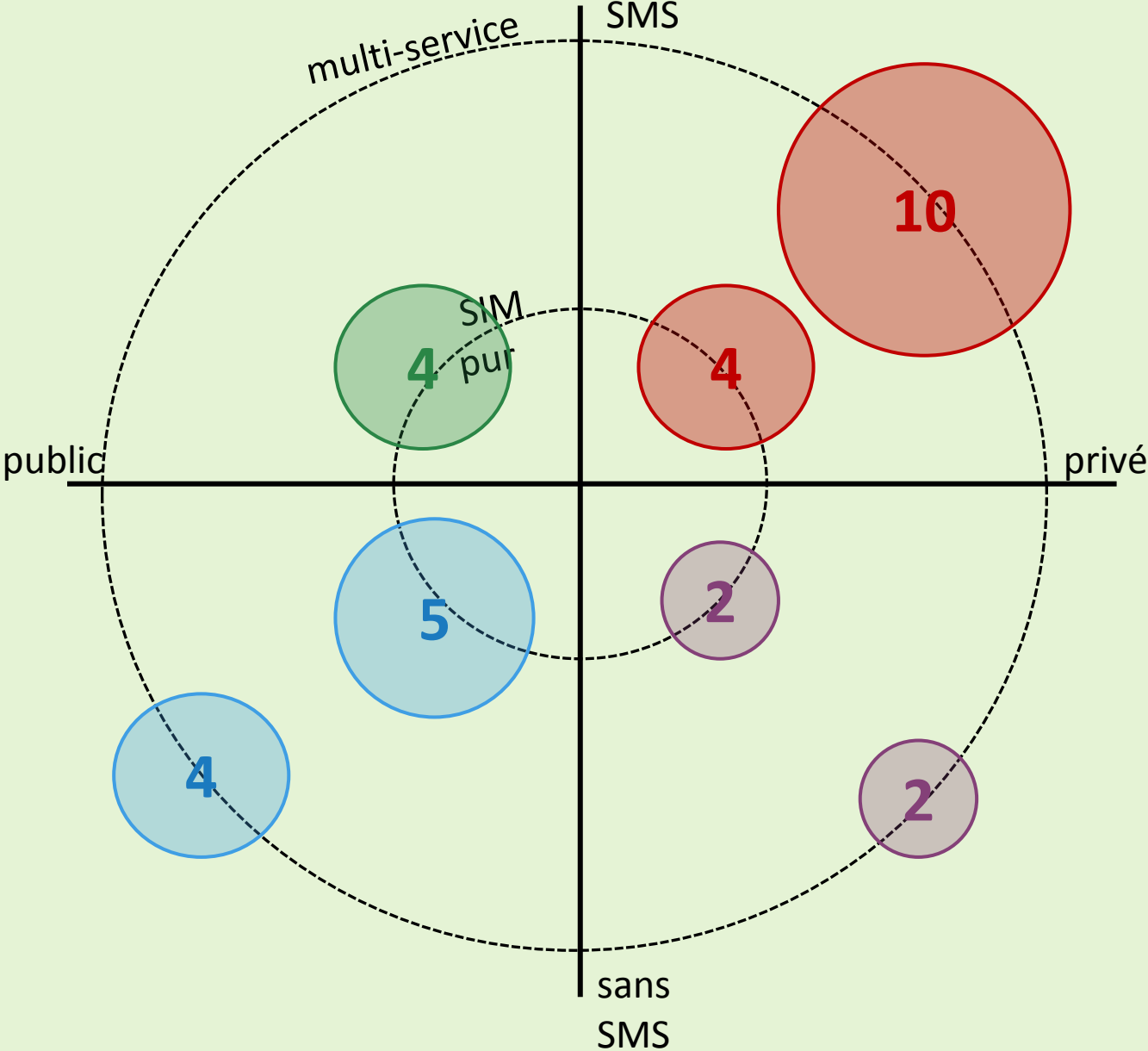
Implication du privé et rapprochement des professionnels  
Incité à répondre à la demande  
(mais des outils insuffisants de suivi-évaluation)

# Des dispositifs pérennes ?



Institutionnalisation des SIM anciens => financement publique national  
Nouveaux SIM : dépendants de l'aide extérieure  
autofinancement marginal

# Un essai de typologie



# Bilan

Limites des SIM 1G	Apports des innovations
Faible fiabilité et utilité des informations produites	NTIC => Délais transmission : +++ Diversité : +++ Interactivité : : +++
Accessibilité	SMS => accès payant : -- => apprentissage : ---
Prise en compte insuffisante du fonctionnement du marché	Multiservices : +
Manque de réactivité (fonctionnement administratif)	Rattachement privé et OPA : ++
Faible pérennité	Contribution : --