

REPUBLIQUE DU TCHAD

UNITE-TRAVAIL-PROGRES

**MINISTERE DE L'AGRICULTURE**  
Direction de la Promotion des Productions  
Agricoles et de la Sécurité Alimentaire  
**DPPASA**

**MINISTERE DE L'ELEVAGE**  
Laboratoire de Recherches Vétérinaires  
et Zootechniques de Farcha  
**LRVZ**



# Une méthode d'analyse des filières



**Synthèse de l'atelier du 10 - 14 avril 2000**  
**LRVZ, N'Djamena**

***Document de travail***

Par

Guillaume DUTEURTRE, CIRAD-EMVT / LRVZ  
KOUSSOU Mian Oudanang, LRVZ  
Hervé LETEUIL, DPPASA

Mai 2000

# Résumé

Un atelier de formation à l'analyse filière a été organisé à N'Djamena du 10 au 14 avril 2000 par le Laboratoire de Farcha et la Direction de la promotion des productions agricoles et de la sécurité alimentaire du Ministère de l'Agriculture. Cette session de formation a bénéficié du soutien du PRASAC<sup>1</sup> et du PAPSAE<sup>2</sup>.

Le présent document est une synthèse des exposés qui ont servi de base à la formation. Dans la première partie, un certain nombre de définitions sont proposées pour servir d'introduction à l'analyse filière, notamment les termes d'agent économique, de marché, de concurrence, de filière, d'économie informelle etc. La seconde partie expose une méthode d'analyse des filières qui repose sur 4 étapes :

- (i) *la délimitation de la filière* qui consiste à définir l'objet d'étude et à en tracer les principaux contours ;
- (ii) *la typologie des acteurs* qui a pour objectif de comprendre les stratégies des différents types d'acteurs de la filière ;
- (iii) *l'analyse comptable* qui étudie les différents niveaux de prix dans la filière, ainsi que les marges et les profits des acteurs commerciaux aux différents échelons des circuits ;
- (iv) *l'analyse de l'organisation* de la filière qui essaie de comprendre les relations entre acteurs et les règles qui régissent ces relations.

Les méthodes de collecte d'information correspondant à ces 4 étapes sont discutées : bibliographie, enquêtes préliminaires par entretiens ouverts, enquêtes systématiques auprès d'un échantillon d'acteurs, relevés des prix sur les marchés, étude des comptabilités d'acteurs, histoires de vies.

Il ressort de cet atelier que les différents partenaires impliqués dans le développement agricole au Tchad sont fortement demandeurs d'informations sur le thème de l'économie des filières. La collaboration entre la DPPASA et le LRZV / PRASAC offre une base solide sur laquelle pourraient se mettre en place des groupes de suivis de filières. Un atelier national de concertation est prévu à cet effet dans le courant de l'année 2000.

---

<sup>1</sup> PRASAC : Pôle régional de recherche appliquée au développement des savanes d'Afrique centrale

<sup>2</sup> PAPSAE : Projet d'Appui aux Politiques sectorielles agricoles et environnementales

# Sommaire

<b>RÉSUMÉ .....</b>	<b>2</b>
<b>SOMMAIRE.....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>5</b>
<b>1<sup>ÈRE</sup> PARTIE INTRODUCTION À L'ANALYSE DES FILIÈRES .....</b>	<b>7</b>
A. OBJECTIFS DE L'ATELIER .....	7
B. QUELQUES DÉFINITIONS .....	8
<i>Les agents économiques.....</i>	<i>8</i>
<i>Qu'est-ce qu'un marché ?.....</i>	<i>8</i>
<i>Les différents types de marchés.....</i>	<i>10</i>
<i>La concurrence .....</i>	<i>11</i>
<i>Capitalisme .....</i>	<i>11</i>
<i>Capitalisme d'Etat .....</i>	<i>11</i>
<i>Les différentes échelles d'analyse en économie.....</i>	<i>12</i>
<i>L'économie informelle .....</i>	<i>12</i>
<i>L'approche filière .....</i>	<i>13</i>
C. LA CONSTRUCTION D'UNE QUESTION DE RECHERCHE .....	13
<b>2<sup>ÈME</sup> PARTIE MÉTHODE D'ANALYSE DES FILIÈRES .....</b>	<b>15</b>
A LA DÉLIMITATION DE LA FILIÈRE .....	16
1. Définition d'une filière.....	16
2. Schéma théorique de la délimitation de la filière.....	16
3. Enquêtes préliminaires.....	17
4. Le repérage des fonctions .....	17
5. Les prix et les quantités.....	19
6. Construction du graphe de filière et de la carte des flux .....	20
7. Exemples de graphes.....	20
B. TYPOLOGIE DES ACTEURS .....	23
1. Construction d'une typologie.....	23
2. Exemple : typologie des colporteurs laitiers à Casablanca.....	26
C. ANALYSE COMPTABLE DE LA FILIÈRE.....	27
1. L'étude des prix des produits .....	27
2. Les comptes des agents : coûts, marges et excédents.....	28
3. Les comptes de la filière.....	30

D. L'ORGANISATION DE LA FILIÈRE .....	30
1. Les types d'entreprises.....	31
2. Les associations ou groupements.....	31
3. Formes d'intégration verticale / horizontales.....	31
4. Réseaux d'acteurs .....	31
5. Contrats.....	32
6. Réglementations publiques.....	32
<b>3<sup>ÈME</sup> PARTIE PRÉSENTATIONS DE PROJETS.....</b>	<b>33</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>34</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>35</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>36</b>
ANNEXE 1 : QUELQUES EXEMPLES DE GRAPHE DE FILIÈRE ÉLABORÉS LORS DE L'ATELIER .....	36
ANNEXE 2 : LISTE DES PARTICIPANTS À L'ATELIER .....	36

# Introduction

Le service d'économie du Laboratoire de recherches vétérinaires et zootechniques de Farcha (LRVZ) et la Direction de la promotion des productions agricoles et de la sécurité alimentaire du Ministère de l'agriculture (DPPASA) ont organisé, avec l'appui du Pôle régional de recherche appliquée au développement des savanes d'Afrique centrale (PRASAC), un atelier de formation en économie agroalimentaire sur le thème :

## ***Introduction à l'analyse des filières***

L'objectif de cette démarche était de renforcer les capacités d'analyse et de compréhension des marchés et des filières agricoles au Tchad. Cet atelier s'est tenu pendant une semaine du 10 au 14 avril 2000. Il a été suivi par 24 cadres de l'administration, responsables d'ONG, représentants agricoles, chercheurs et stagiaires tchadiens, ainsi que par 2 chercheurs du Cameroun et de Centrafrique.

Le présent document présente un bilan de cette session de formation et notamment des exposés qui y ont été présentés. L'atelier doit en principe déboucher sur la réalisation de projets personnels d'études filières pour les participants susceptibles de s'investir dans de telles études dans leur cadre professionnel ou dans le cadre de stages. Des travaux sont en cours sur la filière bovine, sur la filière arachide, sur le commerce des fruits et légumes et sur la filière manioc. Un atelier de restitution de ces travaux et de débats sur les filières vivrières au Tchad est programmé pour septembre 2000. L'Observatoire du Développement du PRASAC et l'Observatoire des filières de la DPPASA fournissent le cadre de réalisation de ces études.

L'Observatoire du Développement du PRASAC a pour objectif de fournir des clés de compréhension du fonctionnement économique et spatial de l'agriculture des savanes d'Afrique centrale (Tchad, Cameroun RCA). Il s'appuie sur des études de filières, des études thématique et sur une modélisation de l'espace à travers la constitution d'un SIG (DUTEURTRE, 2000)

L'Observatoire des filières au Tchad a pour objectif de contribuer à la réduction de la pauvreté au Tchad par l'amélioration du revenu et de la sécurité alimentaire. Les objectifs spécifiques sont de renforcer les capacités de conceptions autour des filières et de favoriser l'émergence de filières potentiellement rémunératrices par la concertation entre les acteurs (DPPASA, 2000).

La première partie du document présente une introduction à l'analyse des filière en rappelant le cadre de la formation et les objectifs de l'atelier et en proposant quelques définitions. La deuxième partie expose la méthode proprement dite à travers différentes étapes : délimitation de la filière, typologie des acteurs, analyse comptable et analyse de l'organisation de la filière.

Cet atelier a été réalisé avec le soutien des projets PAPSAE et PRASAC financés par la Coopération Française.

Que soient remerciés ici M. Ali Adoum, directeur de la DPPASA et le Dr Anaclet Guelmbaye Ndoutamia, directeur du LRVZ pour leur appui dans la mise en place de l'atelier.

# 1<sup>ère</sup> Partie

## Introduction à l'analyse des filières

Le cadre de réflexion choisi est le concept de filière. L'approche filière est une méthode d'analyse technique et économique des circuits commerciaux. Cette démarche réserve une place importante aux données de terrain. Son application au secteur agroalimentaire s'est révélée particulièrement féconde en Afrique subsaharienne.

### A. Objectifs de l'atelier

L'atelier avait pour but de renforcer les capacités d'analyse et de compréhension des marchés agricoles à travers les objectifs suivants :

- Initier à l'approche filière et aborder les principaux concepts et règles d'analyse des marchés
- Apporter une méthodologie d'analyse technique et économique
- Présenter des outils de collecte de l'information sur les marchés et les filières
- Aborder des outils d'analyse et de traitement des données économiques

L'intérêt de l'approche filière consiste à éclairer les zones d'ombre sur le circuit d'un produit, *de la fourche à la fourchette*, c'est à dire de l'acte de production jusqu'à l'acte de consommation. Cette approche permet de mieux comprendre les stratégies des acteurs, les mécanismes de structuration des prix, d'identifier et de caractériser les contraintes au commerce d'un produit, afin de concevoir des actions pour lever ces contraintes.

Une telle démarche de diagnostic (ou de recherche – action) doit ensuite déboucher sur l'appui à l'émergence de nouvelles filières et sur la structuration des filières rémunératrices. Ainsi, l'approche filière semble particulièrement appropriée pour proposer des actions destinées à favoriser l'augmentation des productions. Elle prétend par ce biais participer à la lutte contre la pauvreté et à la recherche de la sécurité alimentaire.

Trois fils conducteurs ont été proposés pour guider la démarche de l'atelier :

- La construction d'une question de recherche (et d'une problématique)
- La maîtrise d'une méthode d'investigation du terrain
- La description progressive de l'architecture de la filière

## B. Quelques définitions

Aborder le système économique suppose en premier lieu de s'appuyer sur quelques définitions de bases dont les plus importantes sont mentionnées dans les lignes qui suivent.

### Les agents économiques

En économie, les individus ou les groupes d'individus qui interviennent dans la production, l'échange, la transformation ou la consommation de produits sont appelés **agents**. Certains auteurs parlent aussi d'**acteurs** économiques. Ces agents sont des personnes, des familles, des groupes de personnes constitués en association ou en entreprises, des administrations publiques etc.

Les agents réalisent des fonctions économiques : cultiver des céréales, transporter des animaux sur pied, transformer de l'arachide en huile et en tourteau, consommer des tomates, etc. Les fonctions économiques principales sont : **Produire pour vendre** et **acheter pour consommer**. Ces 2 fonctions définissent l'essence même de la vie économique : les **échanges** de biens (marchandises) ou de services.

### Qu'est-ce qu'un marché ?

Au sens courant, le marché est un emplacement où se tient à intervalles plus ou moins réguliers une réunion d'acheteurs et de vendeurs échangeant des marchandises. La place de marché où s'amoncellent les fruits et les légumes : ainsi apparaît le marché dans l'imagination. Salons, foires, expositions, halles de marchandises, correspondent bien à cette notion de marché. Mais ce sens ne recouvre pas la totalité des marchés aujourd'hui et les économistes utilisent le terme dans un autre sens.

En économie, le marché est le lieu de rencontre (éventuellement abstrait) où les offres des vendeurs rencontrent les demandes des acheteurs qui s'ajustent à un certain prix. On dit que le marché est le lieu de confrontation des offreurs et des demandeurs d'un bien, service ou facteur de production parfaitement identifié, aboutissant à la formation d'un prix, et à la détermination du volume échangé.

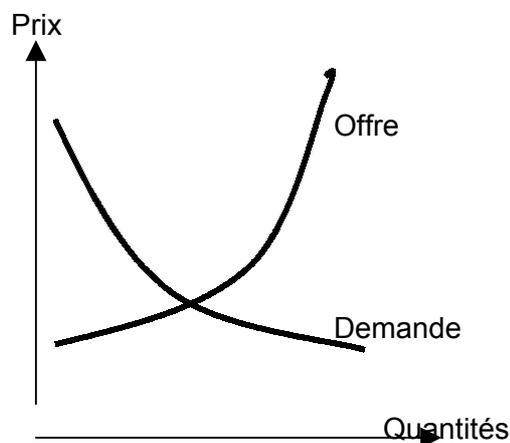
Pour un marché donné, les ventes peuvent s'effectuer en un même endroit ou en plusieurs endroits différents. Dans le cas du marché du lait caillé de N'Djamena, par exemple, un

grand nombre d'échanges sont effectués par ventes directes à domicile, en plus des places de marchés de la ville.

Pour différencier le lieu « théorique » de la rencontre de l'offre et de la demande du lieu « réel » où se rencontrent effectivement les vendeurs et les acheteurs, on parle dans le second cas de « marchés physiques » ou de « places de marchés ». Par exemple, le marché hebdomadaire de Linia est un marché physique.

A l'inverse, certains marchés n'ont pas de localisation matérielle : les transactions s'y opèrent par télex, téléphone... comme les marchés de matière première, du pétrole, les marchés monétaires, etc.

Dans la théorie économique, on considère dans la plupart des cas que plus le prix est bas, plus les acheteurs demandent une grande quantité de produits. On construit alors une « courbe de demande » (voir schéma). A l'inverse, les vendeurs offrent sur le marché d'autant plus de biens que le prix est élevé. On construit alors une courbe d'offre. L'équilibre théorique du marché se situe au point de rencontre entre les deux courbes.



*Le marché théorique*



*Une place de marché*

Le marché est donc une façon de confronter offre et demande afin de réaliser un échange de services, de produits, ou de capitaux : l'ajustement se fait par les prix. On parle d'économie de marché lorsque les échanges de marchandises ou de services se font *pour l'essentiel* par le marché. A l'inverse, une économie *planifiée* peut laisser un certain rôle au marché, mais celui-ci ne joue pas un rôle majeur dans l'orientation de la production et la détermination des prix.

A la différence du postulat de la théorie néoclassique, l'ajustement des offres et des demandes par le marché ne se fait pas *naturellement* ni *instantanément*. Pour fonctionner, le marché a besoin d'un cadre réglementaire : législations fiscales, douanières, réglementations sanitaires, normes ou standards de qualité. D'autre part, les marchés physiques nécessitent des infrastructures : places de marchés, routes, unités de mesure communes, etc. C'est pourquoi l'économie de marché n'est pas une économie du « laissez-faire ».

On désigne par le terme *d'institutions marchandes* l'ensemble des règles qui permettent au marché de fonctionner.

## Les différents types de marchés

Les marchés des différents produits ne se ressemblent pas. Sur certains, le nombre d'acheteurs et de vendeurs est très important, sur d'autres, il n'y a que quelques vendeurs. On définit différents types de marchés suivant le nombre de vendeurs et d'acheteurs :

↓Demande    Offre→	Un vendeur	Quelques vendeurs	Nombreux vendeurs
Un acheteur			<b>Monopsonne</b>
Quelques acheteurs			
Nombreux acheteurs	<b>Monopole</b>	<b>Oligopole</b>	<b>Concurrence</b>

Ces différences dans la **structure du marché** induisent des comportements économiques extrêmement différents. Les prix, par exemple, ne se fixent pas au même niveau sur un marché relativement concurrentiel et sur un marché oligopolistique.

Si le monopole (caractérisé par la présence d'un seul vendeur) est une situation relativement exceptionnelle, l'oligopole est une situation très caractéristique du monde actuel.

Exemples :    marché du sucre au Tchad : monopole ?  
                   Marché du lait frais (*quartiers*) : oligopole ?  
                   Marché du lait caillé : marché de concurrence  
                   Marché des céréales : ?

**La part de marché** d'une entreprise correspond à la part des quantités échangées sur un marché qui est vendue par cette entreprise.

## La concurrence

Le mot concurrence est utilisé dans 2 sens très différents l'un de l'autre. **Au sens le plus général**, il y a concurrence s'il y a compétition. On parle de concurrence entre plusieurs firmes ou entre plusieurs pays, sur un marché donné. Sur ce marché, les vendeurs sont appelés *concurrents*. Dans ce sens, une entreprise peut être compétitive (c'est-à-dire être capable de remporter des parts de marché) de différentes manières : en produisant moins cher, ou en produisant de meilleure qualité, ou en faisant plus de publicité, etc.

**Au sens de la théorie économique**, on parle souvent de concurrence pour définir une situation bien particulière : la concurrence pure et parfaite. Dans ce cas, une entreprise est compétitive si elle vend à un prix inférieur à celui de ses concurrents. On parle par exemple de marché de concurrence, ou de marché concurrentiel.

## Capitalisme

Le capitalisme est un système économique qui peut être défini par 4 éléments fondamentaux :

- La propriété des principaux moyens de production est privée
- La plupart des objets produits sont des « marchandises », c'est-à-dire des biens produits pour être vendus sur un marché.
- Les individus sont « libres » de vendre, d'acheter, de passer des contrats pour rechercher un profit maximum qui est la finalité essentielle de la production
- Une fraction importante de la population vend sa force de travail contre une rémunération : ce sont des salariés. La détention du capital est source de revenus.

## Capitalisme d'Etat

Le capitalisme d'état (qui a caractérisé la plupart des pays d'Afrique subsaharienne de 1960 au milieu des années 80) peut être défini par 3 éléments fondamentaux :

- De grandes unités économiques, « monopoles » et entreprises multinationales, contrôlent une part importante de la vie économique ;
- L'état est au service des monopoles
- Les entreprises publiques sont victimes par rapport aux entreprises privées d'une sous-rémunération de leur capital du fait des choix de l'état qui limite souvent les prix payés par les industriels.

## Les différentes échelles d'analyse en économie

La **microéconomie** est la partie de l'analyse économique qui étudie le fonctionnement d'un système économique de marché en partant des comportements individuels. La micro-économie étudie les comportements individuels en matière de consommation, d'épargne, de production, d'investissement, d'offre de travail. La micro-économie étudie aussi le fonctionnement des marchés et la formation des prix.

La **macroéconomie** est la partie de l'analyse économique qui étudie le fonctionnement de l'économie en l'appréhendant d'emblée dans sa globalité. Elle raisonne sur des grandeurs globales (agrégats) résultant de l'activité des grands groupes d'agents économiques (ménages, entreprises, état). L'objectif de la macro-économie est d'expliquer, sous forme de modèles, le fonctionnement d'ensemble, à court et/ou à long terme, d'un système économique. L'analyse macroéconomique est fréquemment utilisée pour éclairer et guider la politique économique (en particulier la politique monétaire).

La **méséconomie** désigne la partie de l'analyse économique intermédiaire entre la « micro » et la « macro » (*meso* = milieu). Elle appréhende les phénomènes économiques au niveau des secteurs et branches d'activités, des régions, des filières, des systèmes de production, etc. La mésoéconomie s'est beaucoup développée autour des approches *système*.

## L'économie informelle

La théorie économique s'est forgée principalement en Europe et aux Etats-unis autour de l'étude de l'économie capitaliste et des économies industrielles. L'économie est de ce fait parfois incapable de rendre compte des réalités économiques des pays du sud.

L'économie informelle ou souterraine (suivant les auteurs) est l'ensemble des activités qui ne donnent pas lieu à des déclarations fiscales. En fait, l'économie informelle représente la plus grosse part du secteur agroalimentaire de certains pays du Sud, et notamment des pays d'Afrique subsaharienne. Il s'agit donc pour les économistes d'aller au-delà de la séparation entre économie formelle et économie informelle. L'analyse filière est un outil qui peut permettre de comprendre le fonctionnement de l'économie informelle.

## L'approche filière

La filière est un mode de découpage et de représentation du système économique. Il s'agit d'un concept d'analyse et non pas d'un type d'organisation existant ou que l'on chercherait à promouvoir.

*« La filière est un système d'agents qui concourent à produire, transformer, distribuer et consommer un produit ou un type de produit. »*

Ils assurent chacun des fonctions individuelles ou collectives et entretiennent des relations entre eux et avec l'extérieur du système. Dans son acception économique, la filière prend en compte à la fois les enjeux techniques, comptables, spatiaux et organisationnels de ces fonctions et de ces relations.

L'analyse filière permet de repérer des relations de linéarité, de complémentarité et de cheminement entre différents stades de transformation au sein des systèmes.

Avant d'aborder dans le détail la méthode proposée, il convient de rappeler que toute démarche de diagnostic doit être fondée sur la construction d'une question de recherche.

## C. La construction d'une question de recherche

Une question de recherche doit d'abord être socialement posée. C'est-à-dire qu'elle doit résulter d'un débat social : questions à la radio, points de vues, informations événementielles, opinions politiques, etc.

En deuxième lieu, une question de recherche doit être replacée dans le contexte de la littérature disponible sur la question. Quel serait l'intérêt de traiter une question qui vient d'être abordée par un article scientifique ou par un rapport ? La plupart du temps, certaines publications peuvent fournir des éclairages intéressants sur une question sans pour autant apporter de réponse ou de solution définitive.

En troisième lieu, la question de recherche doit faire appel à des concepts théoriques et à une méthode scientifique. La *problématique* est la manière de formuler une question avec méthode et cohérence. Elle permet de dégager les principaux outils méthodologiques qui

peuvent être mobilisés pour répondre à la question posée. La problématique fixe les limites du champ d'étude.

L'approche filière peut être utile pour construire une problématique. Mais elle n'a d'intérêt que si la question de départ porte sur les objets ou des problèmes abordés dans le cadre de l'analyse filière : formation des prix, amélioration de l'efficacité des circuits de commercialisation, amélioration de la qualité d'un produit, problèmes de réglementation des marchés, etc.

## 2<sup>ème</sup> partie

# Méthode d'analyse des filières

La méthode proposée ici est « standard ». Elle doit être déclinée en fonction de la question de recherche posée : par exemple, si l'on s'intéresse à l'amélioration des conditions de transports d'une marchandise, on privilégiera l'approche comptable et l'approche spatiale. Si, d'un autre côté, l'étude vise à proposer des normes ou des réglementations relatives au commerce d'un produit, on insistera dans l'analyse sur les aspects *organisationnels* de la filière.

La méthode globale proposée s'articule en 4 phases : la délimitation de la filière, la typologie d'acteurs, l'analyse comptable, et l'analyse organisationnelle. Cette démarche est résumée dans le tableau ci-dessous :

METHODE D'ANALYSE DES FILIERE

PHASES	OBJECTIFS	METHODE DE COLLECTE DE L'INFORMATION
<b>1. Délimitation de la filière</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identification des acteurs et des fonctions</li><li>• Estimation des prix et des quantités</li><li>• Construction du graphe de la filière</li><li>• Construction d'une carte des flux</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bibliographie</li><li>• Enquêtes préliminaires (entretiens ouverts)</li></ul>
<b>2. Typologie des acteurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse des stratégies</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enquêtes systématiques auprès d'un échantillon d'acteurs</li></ul>
<b>3. Analyse comptable</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse des revenus et des marges ; répartition de la valeur ajoutée et de l'accumulation de capital</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Relevés des prix sur les marchés</li><li>• Etude des comptabilités d'acteurs</li></ul>
<b>4. Analyse de l'organisation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Compréhension des relations entre acteurs et des règles qui régissent ces relations</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Histoires de vies</li><li>• Entretiens ouverts auprès de personnes ressources</li></ul>

# A La délimitation de la filière

## 1. Définition d'une filière

Lorsque l'on s'interroge par exemple sur les voies d'approvisionnement d'une ville en un type d'aliment donné, on doit prendre en compte les différents stades de transaction entre production et consommation. Chacun des stades peut être soumis à des contraintes particulières de fonctionnement. La filière retrace d'abord la succession des opérations qui, partant en amont du produit, aboutit en aval, après plusieurs stades de transfert dans le temps, l'espace et la forme, à un produit fini au niveau du consommateur.

La filière est définie comme l'ensemble des agents économiques qui contribuent directement à la production puis à la transformation et à l'acheminement jusqu'au marché de réalisation d'un même produit.

## 2. Schéma théorique de la délimitation de la filière

Cette phase consiste à fournir une définition précise des produits retenus, à délimiter la hauteur de la filière, son épaisseur, sa délimitation géographique et spatiale. Elle est stratégique dans la mesure où on risque de passer à côté de la réalité si dès le départ on exclut un espace explicatif.

### - La définition du produit et ses caractéristiques propres

A quel type de produit on s'intéresse ? Fruits en général ou mangues seulement

Quelles sont ses caractéristiques : périssabilité, son statut dans l'alimentation, la durée du cycle de production, ses substituts dans la consommation, son aptitude technologique, les coefficients techniques et la maîtrise du produit.

### - Sa hauteur

Il s'agit de prendre en compte les activités ou fonctions dont il faut faire cas (fonctions commerciales, techniques...)

Production, commercialisation, distribution, consommation

### - Sa largeur

Les différents sous-systèmes qui sont inscrits dans la filière que vous voulez prendre en compte (sous-système artisanal, industriel, fermier ...)

### - Son épaisseur

On ne peut comprendre le comportement d'un opérateur que si l'on prend en considération l'ensemble de ses activités. Bien souvent, les acteurs impliqués dans une filière donnée interviennent aussi dans d'autres filières. Par exemple, des producteurs de céréales peuvent

réaliser des activités d'élevage ; des commerçants laitiers peuvent être impliqués dans des commerces de boissons, etc.

Les méthodes mises en œuvre pour délimiter la filière reposent généralement sur une collecte de données à partir de :

- bibliographie ;
- statistiques (officielles, professionnelles) recul critique (créés) ;
- enquêtes auprès des services gouvernementaux, organisations professionnelles ;
- enquêtes préliminaires auprès des opérateurs.

### **3. Enquêtes préliminaires**

Les enquêtes préliminaires auprès des opérateurs permettent, à travers des questions très concrètes, de cerner le comportement des acteurs et d'en déduire des hypothèses sur leurs principales stratégies. Elles portent essentiellement sur la structure des entrées et des sorties de produits de chaque opérateur :

- nature du partenaire
- lieu de transaction
- époque et régularité
- quantité de produit
- qualités de produit

Le traitement de l'enquête aboutit à des résultats :

- quantitatifs (flux) qui permettent de créer les statistiques
- qualitatifs : compréhension du fonctionnement des types d'opérateurs.

### **4. Le repérage des fonctions**

Entre les producteurs et les consommateurs se succède toute une série d'opérations qui permettent aux produits analysés de changer de lieu et d'avoir une forme consommable répondant à la demande en quantité et en qualité. On distingue ainsi les fonctions de collecte, de transport, de stockage, de transformation, de commercialisation et de distribution d'un produit transformé. Chacune de ces fonctions en un lieu et en un temps donné, est assurée par une technique et des outils déterminés qui ont leur performance et leur contraintes propres. Par exemple le transport en avion, en bateau en voiture, à pied ou à dos de chameau ne sont pas économiquement de même nature.

La connaissance de ces techniques par fonction, des contraintes et des performances permet de préparer le passage de l'analyse vers l'acteur et de mieux comprendre l'environnement qui détermine les stratégies qu'il va mettre en oeuvre.

### **Les fonctions techniques**

Elles consistent à faire passer le produit d'un « état » à un autre à travers une opération technique.

Exemples

<b>Etat du produit</b>	<b>Opération</b>
Blé Farine Pain	Céréaliculture Meunerie Boulangerie
Animaux finis Carcasse Pièces de vente Steack Steack-frites	Engraissement Abattage Découpe Tranchage Cuisson

### **Les fonctions commerciales**

Les intermédiaires sont repérés par les fonctions qu'ils effectuent entre la production et la consommation : opérations d'achat/revente, transport, stockage... On définit généralement les différents acteurs présents dans les filières vivrières africaines comme suit :

- les détaillants sont les opérateurs qui vendent directement au consommateur final du produit ;
- les grossistes sont les intermédiaires entre les producteurs et les détaillant. Certains peuvent être spécialisés dans des fonctions de collecte et revendre les produits à des grossistes qui les revendent aux détaillants. On peut avoir superposition des fonctions de grossiste et détaillant, ou même de producteur et grossiste voire détaillant;
- les transporteurs assurent un service de transport. Ils peuvent être eux-mêmes impliqués dans des opérations d'achat et de revente.
- Les courtiers sont des intermédiaires réalisant des service de tri, mise en liaison grossiste-producteurs

## 5. Les prix et les quantités

### Estimation des quantités

Les données chiffrées sur les quantités traitées à chaque étape de la filière permettent de relativiser la production et la commercialisation. Une attention particulière sera accordée aux :

- unités de mesure (surtout pour les produits liquides ou semi-liquides)
- , au stade de transformation ex. 100 kg de bovin vif = 55 kg de carcasse = 40 kg de viande
- , à la cohérence des données

Production + Import = Consommations + Export + stock.

### Relevé des prix

Il s'agit de relever les prix entre producteur et consommateur. Les prix d'achat et de revente par chaque intermédiaire doivent être évalués.

Les relevés de prix sur les marchés africains comportent de nombreuses difficultés

Quelques recommandations pour la collecte des données sur les prix

- La nécessité de coupler les relevés d'une pesée (tout relevé de prix doit pouvoir être rapporté à une quantité vendue). Les unités traditionnelles utilisées ne sont pas toujours homogènes

Exemple : Si en juin le prix d'un tas de tomate est de 100 et qu'il est de 200 septembre, rien ne permet pas de conclure sur l'évolution du prix.

Tout relevé doit donc être accompagné d'une pesée. Les pesées sont très perturbantes pour les commerçants et cette opération implique un tact tout particulier de l'enquêteur.

- Pour les prix au détail, le moins perturbant est l'achat du produit, le relevé du prix d'achat et la pesée en dehors du marché. Cette méthode est coûteuse.
- Pour les prix de gros et lorsque les transactions ont lieu au champ ou au domicile du producteur, on doit s'entendre avec le commerçant pour convenir de l'accompagner sur le lieu d'achat et obtenir leurs déclarations sur le prix avec le producteur.
- La fréquence des relevés

Elle doit tenir compte des variations temporelles. Si les prix varient fortement d'un moment à l'autre de la journée, on prendra bien soin de procéder aux relevés à heures fixes, pour permettre les comparaisons, si possible l'heure de plus grande fréquentation du marché.

- Pour les prix officiels, il faut vérifier que c'est le prix effectivement perçu par le producteur.

Une étude sur les prix, sur les modalités de leurs formations ainsi que sur leurs évolutions peut permettre de dévoiler l'état de l'offre et/ou de la demande, les modes de négociation entre acteurs (influence sur la formation du prix).

## **6. Construction du graphe de filière et de la carte des flux**

Il s'agit de visualiser la chaîne d'intermédiaires entre production et consommation. Le graphe de filière représente l'ensemble des intermédiaires entre production et consommation et leurs liaisons. Les flèches dans le graphe de filière désignent des opérations de transfert de propriété des produits. Dans le cas d'autoconsommation, la flèche est une boucle.

Sur la carte des flux, on localise les lieux de transaction, en gros et au détail, ainsi que les infrastructures de stockage, de transformation et les voies de communication. On trace les flux de produits entre ces différents espaces.

Pour obtenir les informations sur les flux et l'organisation de la filière, on procède généralement de la façon suivante :

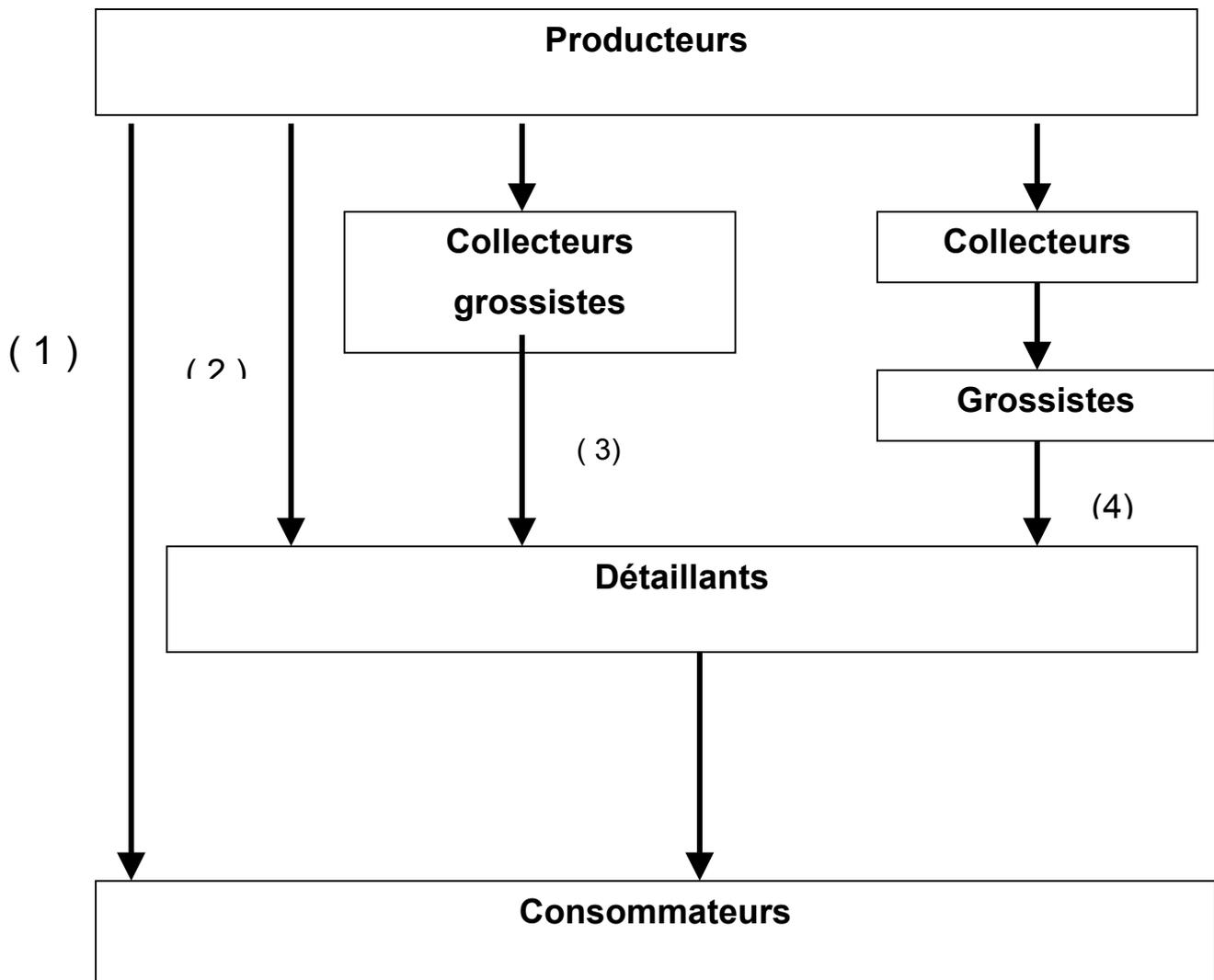
On commence par une enquête auprès de ménages et on interroge les ménages sur le mode d'acquisition du produit ( autoproduction/achat, lieux d'autoproduction et de l'achat). Sur les lieux d'achat par les consommateurs (généralement, marchés de détail), on interroge les commerçants sur les lieux d'achat et la nature des fournisseurs (producteurs, grossistes, détaillants) ; et ainsi de suite jusqu'au lieu de production. On doit aussi identifier les fournisseurs d'intrants et de services (transport, crédit...) aux producteurs. On vérifie les déclarations des opérateurs en les suivant dans leurs transactions.

On peut aussi partir des lieux de production si ceux-ci sont bien repérés et suivre le produit jusqu'au consommateur final. Dans ce cas, on est amené à ne pas prendre en compte les produits importés.

On peut également partir des marchés de détail si ceux-ci sont bien identifiés. On interroge les commerçants sur la nature de leurs fournisseurs et de leurs clients pour reconstituer la chaîne d'approvisionnement.

## **7. Exemples de graphes**

## Exemple-type d'un graphe de filière

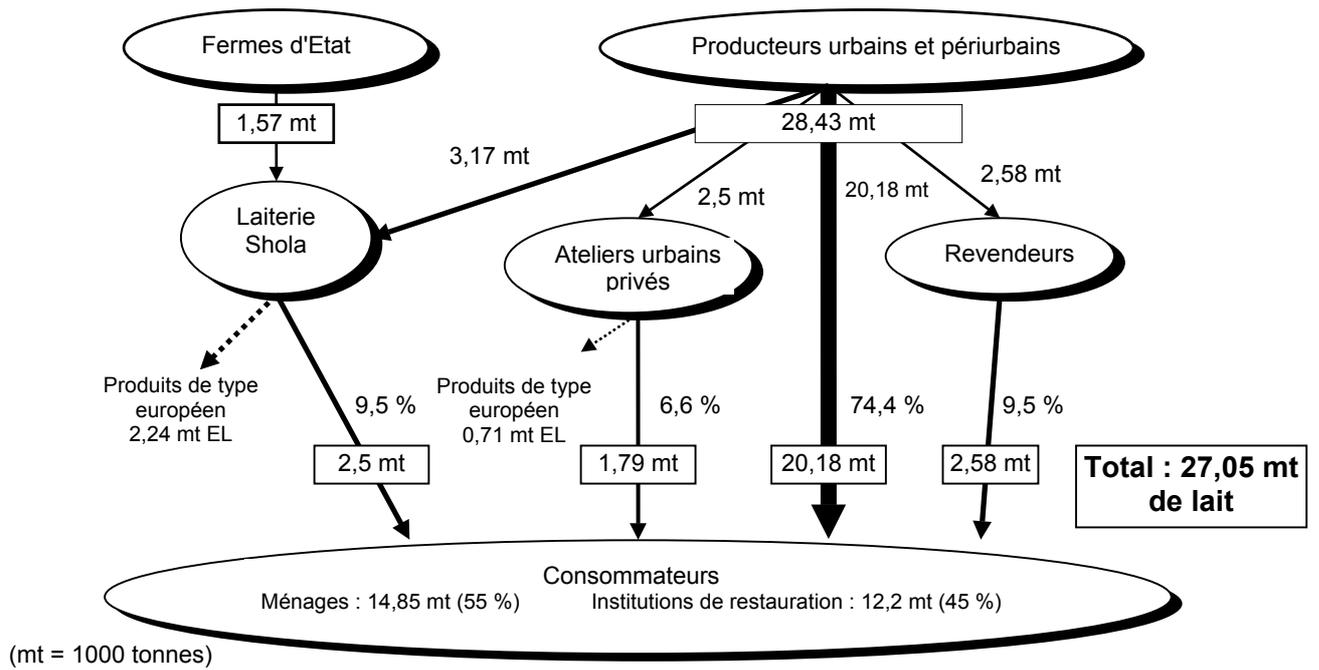


**( 1 ) et ( 2 ) circuits courts**

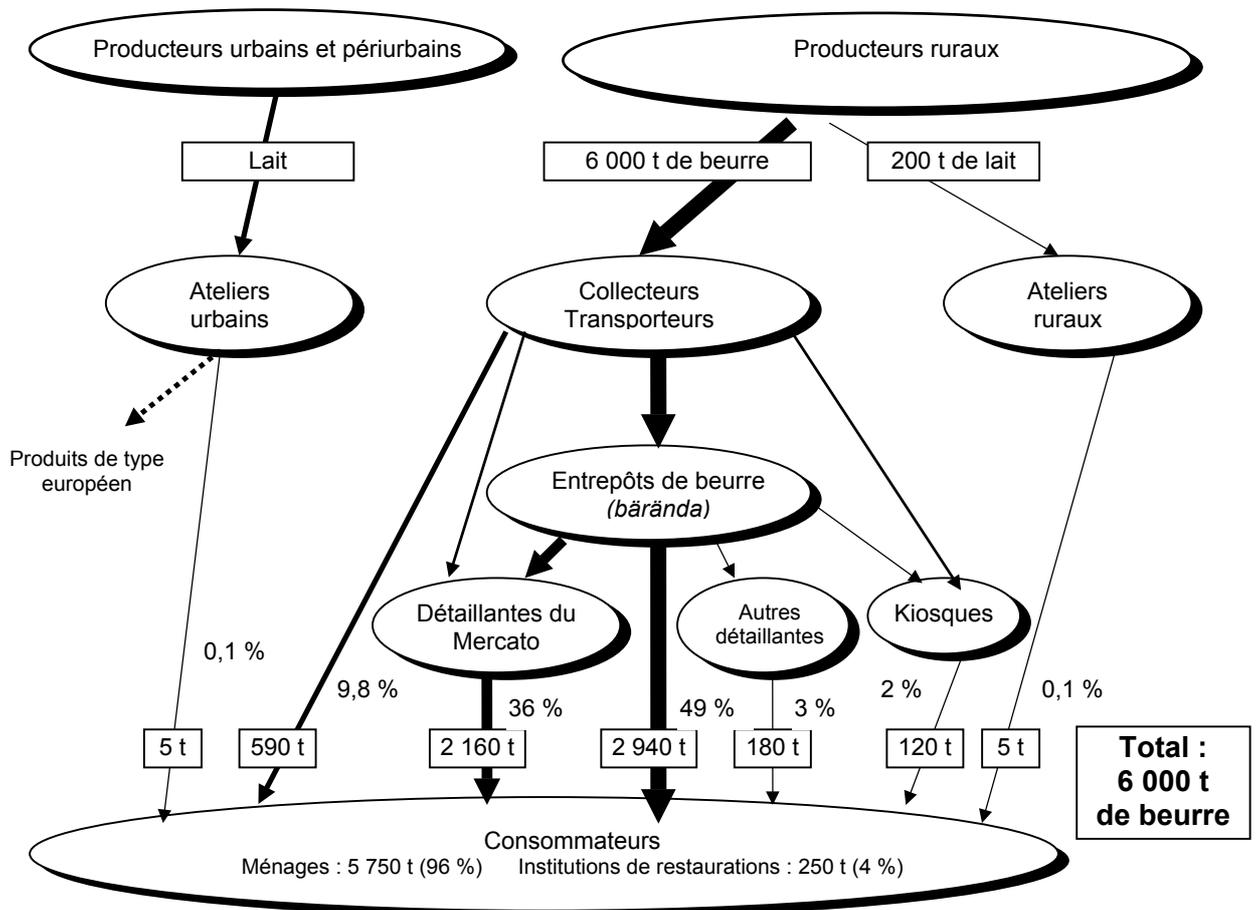
**( 3 ) circuits régionaux**

La page suivante présente l'exemple des filières d'approvisionnement en produits laitiers (lait liquide et beurre de cuisine) de la ville d'Addis-Abeba (Ethiopie). Ces exemples sont tirés de DUTEURTRE (1998).

### La filière d'approvisionnement en lait liquide d'Addis-Abeba



### La filière d'approvisionnement en Beurre de cuisine (kebe) d'Addis-Abeba



Source : DUTEURTRE (1998)

## B. Typologie des acteurs

Jusqu'à présent, nous avons parlé des filières de manière verticale

- cheminement du produit
- successions des opérations et des échanges
- graphe et flux

Mais au sein d'une filière, on a des agents (avec une ou plusieurs fonctions) qui interagissent entre eux pour le fonctionnement du système permettant à tous de satisfaire leurs besoins et leurs opérations.

Ces agents ou acteurs ont leurs objectifs propres qui peuvent diverger ou freiner la réalisation des objectifs de certains. Tous ces acteurs élaborent des stratégies pour réaliser leurs objectifs. C'est lorsque que le système fonctionne parfaitement que chaque acteur peut réaliser ses objectifs.

L'étude des stratégies des acteurs au sein de la filière permet donc d'identifier les nœuds de blocage, les relations de pouvoirs et les freins au bon fonctionnement du marché.

Connaître les stratégies des acteurs, c'est connaître les finalités, anticiper sur les tendances et comprendre les différences de performances au sein d'une filière.

Il s'agit donc de décrire dans son ensemble les forces et les contraintes, puis de décortiquer les réseaux et les circuits pour être en mesure d'en caractériser les opérateurs, les mécanismes et les dysfonctionnements et de repérer les centres de commandes et les modes de régulation.

L'outil permettant d'identifier et de caractériser les acteurs, c'est la TYPOLOGIE.

### 1. Construction d'une typologie

Le préalable à toute étude filière est la bibliographie et les entretiens avec les personnes ressources.

#### a/ Le ZONAGE agro-socio-économique

Il permet de situer les acteurs dans leur environnement et de mettre en évidence les facteurs déterminants influents sur leurs comportements

L'exemple présenté concerne l'étude des quartiers (composante sociale, densité, fréquentation, lieux de passage, pouvoir d'achat, activité économique) pour la typologie des unités de transformation du lait à CASABLANCA : Localisation des fronts de transformation et des grandes dynamiques (collecte extra, grands axes qui drainent le lait informel, zones de transfo 1 et 2, circuit des industriels...)

### **b/ Localisation**

Localisation géographique des acteurs (outils de spatialisation) qui permettra d'effectuer l'échantillonnage.

### **c/ Enquêtes préliminaires**

Doivent permettre d'opérer un découpage de la zone d'étude le plus représentatif de la réalité et de sa diversité (niveau de vie, densité, accès à la formation..) soulignant les différents circuits et les phénomènes particuliers sur certaines zones (zone de transit, zone de transformation, zone de recyclage, zone de commercialisation...).

Ces enquêtes doivent aboutir à l'échantillonnage.

### **d/ Echantillonnage**

Identifier les acteurs qui seront enquêtés et qui sont les plus représentatifs de la diversité. L'échantillonnage se construit à partir d'une bonne connaissance du milieu et doit être l'aboutissement du travail préliminaire d'investigation (a/, b/, c/). Le nombre d'enquêtes est variable et dépend du champs d'étude, du temps et des moyens impartis.

Les échantillons doivent être codifiés selon des critères simples et faciles à identifier.

Exemple des mahalabates (minilaiteries) à Casablanca : emplacement a (grands axes très fréquentés par tous), b (axes fréquentés dans les quartiers populaires), c (lieux de proximité dans les quartiers ou cités) et indice socio-économique 1 (pouvoir d'achat élevé), 2 (pouvoir d'achat moyen), 3 (pouvoir d'achat limité).

### **e/ Construction du questionnaire d'enquêtes**

Le questionnaire dépend de la problématique et des questions auxquelles on veut répondre.

**Ex de questionnaire.** Cf. questionnaire en annexe.

⇒ Les précautions et les gardes fous

- prévoir la tendance à la minoration des chiffres relatifs aux performances, aux quantités, aux rendements et aux bénéfices. Il faut faire quelques enquêtes tests, et identifier la marge qu'il faudra éventuellement pondérer sur les enquêtes.
- Prévoir et construire le questionnaire de manière à éviter les réticences sur certaines questions, par exemple :
  - l'origine du lait et les détails concernant les troupeaux
  - les quantités achetées, vendues, les prix et les marges
  - les problèmes liés à la qualité et les traitements effectués
- Données déclaratives et qualitatives utilisée pour élaborer les critères pour la typologie
- Données raisonnées et pondérées après recoupements permettent de dégager les enquêtes fiables et définitives qui serviront à estimer les quantités et à hiérarchiser les types.

**Ex des mahalabates :** données sur les stratégies, les produits, les contraintes, les clients, les techniques ont permis de dresser une première typologie en fonction de l'offre, de la technologie et de la clientèle. Les données pondérées et recoupées sur les quantités et les performances ont permis de quantifier les flux et de hiérarchiser en fonction des volumes et du CA.

## **f/ Traitement des résultats et finalisation**

traitements des données :

recoupements

confrontation avec les personnes ressources et certains acteurs

affinage

**ex : de la typologie des collecteurs de lait dans le secteur informel à Casablanca**

## **g/ Interprétations et stratégies des acteurs**

C'est la partie de l'analyse où il faut faire la synthèse entre les données chiffrées (performances, ratios), les types, le milieu et ses contraintes et les objectifs des acteurs. Il n'y a pas de lois ou de règles.

Quelques exemples de stratégies :

- les stratégies de « survie » :
- les stratégies d'enrichissement :
- les stratégies d'adaptation aux changements : climatiques, de demandes, d'innovation techniques, aux crises, aux nouvelles réglementations

Par exemple, les mahalabates qui investissent dans un pasteurisateur pour être les premiers à occuper le terrain lors de la prochaine réglementation sur l'hygiène alimentaire au Maroc.

La typologie des unités de transformation du lait à CASABLANCA (qui illustre bien le déroulement de la méthodologie et les résultats) est présentée à la fin de l'atelier dans le cadre de l'étude de cas..

## 2. Exemple : typologie des colporteurs laitiers à Casablanca

Cet exemple est tiré de LETEUIL (1999)

Typologie des colporteurs

Type	Rayon (km)	Zone, quartiers de vente	Quantité (litres/jour)	Prix d'achat (dh/l)	Prix de vente (dh/l)
Colporteurs T1	5	3 et 4	100	2.80 / 3.30	3.00 / 3.75
Colporteurs T2	20	1, 2, 3 et 4	1000	2.80 / 3.50	3.50 / 4.00
Itinérants	35	3 et 4	1000	2.50	3.00 / 3.50
Spéculateurs	50	1, 3 et 4	1500	3.50 / 3.80	4.00 / 5.00
Transformateurs	5/15	3 et 4	120	2.80 / 3.00	3.20 / 4.00
Créneaux	10	1, 3 et 4	100 à 2000	3.00 / 3.50	4.50 / 5.00

**Les Colporteurs T1 (30 %)** drainent le lait invendu de leur village. Ils sont souvent des éleveurs eux-mêmes ou des membres de familles d'éleveurs. Ils opèrent sur des quantités de l'ordre de 100 litres et utilisent des mobylettes comme moyens de transport. Ils ont une clientèle fidèle dans les quartiers populaires qui leur achètent des petites quantités (10 à 20 litres).

**Les Colporteurs T2 (15 %)** opèrent de la même manière que les T1 mais avec des trucks ou des voitures. Ils jouent le même rôle que les ramasseurs et assurent parfois le ramassage pour les industriels en période de haute lactation. Ils ont une clientèle fidèle et plus diversifiée que les Colporteurs T1.

**Les itinérants (5 %)** sont très actifs en haute lactation et très mobiles. Ils pratiquent des prix assez bas.

**Les spéculateurs (20 %)** sont très bien informés. La plupart sont munis de lactodensimètres. Ils cherchent les productions éloignées et négligées par les industriels. Ils achètent le lait à des prix élevés, leurs stratégies étant de faire du volume. Ils n'ont pas de problème pour écouler leurs marchandises du fait de leur réseau et de leur capacité mobile.

**Les transformateurs (25 %)** proposent en plus du leben les jeudi et vendredi pour faire le sekouk.

**Les créneaux (5 %)** sont le dernier type de colporteur. Leurs clients sont les mahalabates « de luxe » et celles désireuses de se lancer dans la qualité. Ils apportent la garantie d'un lait à haute teneur en matière grasse et une hygiène au dessus de la moyenne et la provenance régulière du lait.

## C. Analyse comptable de la filière

L'analyse comptable de la filière comprend l'étude des prix des produits, des coûts dans la filière, des comptes des agents et des comptes de la filière.

### 1. L'étude des prix des produits

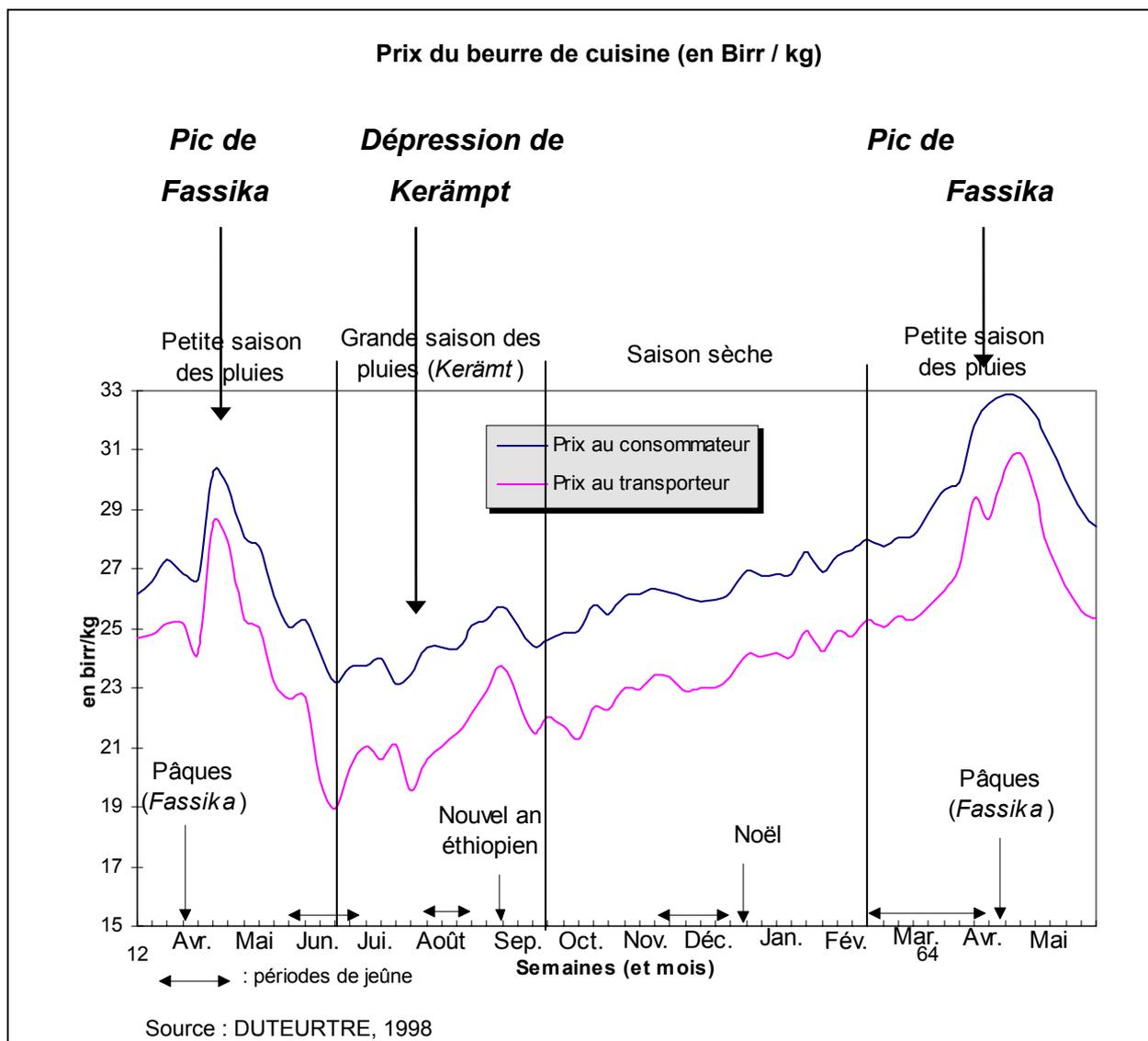
On distingue, suivant le niveau de la filière auquel on se place :

- Les prix au producteur (marchés de collecte)
- Les prix de gros ou de demi-gros (prix payés par les commerçants)
- Les prix au consommateur (marchés de détail)

Il est souvent utile d'étudier la *saisonnalité* des prix. Pour cela, on relève les prix de manière périodique (toutes les semaines ou tous les mois) sur un échantillon de marchés représentatifs.

Les suivis des prix présentent des « pièges » qu'il faut chercher à éviter (voir paragraphe A.5).

**Exemple** : Suivis sur une année du prix du beurre de cuisine sur le marché d'Addis-Abeba (DUTEURTRE, 1998). : voir page suivante.



## 2. Les comptes des agents : coûts, marges et excédents

Les comptes des agents peuvent être abordés par des enquêtes auprès d'un échantillon d'acteurs représentatifs. On cherchera à accéder aux livres de comptes des acteurs lorsque cela est possible.

### Les coûts des agents (charges)

Les coûts ou charges directes comprennent : 1) les Consommations intermédiaires (CI) 2) les Salaires et charges sociales (S), et 3) les impôts et les taxes (I)

$$CD = CI + S + I.$$

On peut aussi être amené à calculer les coûts indirects : assurances (A) et frais financiers (FF). En particulier, les frais relatifs aux tontines ou au remboursement des crédits sont à prendre en compte.

Dans les filières que l'on rencontre en Afrique (dites "informelles"), les agents commerciaux peuvent ne pas tenir de comptabilité détaillée. On se borne donc souvent à prendre en compte les coûts directs.

### **Les marges et excédents**

On définit la Marge Brute comme la différence entre le prix de vente et le prix d'achat:

$$MB = P_{vente} - P_{achat} .$$

L'excédent (ou profit) d'un acteur est égale à la marge moins les coûts. On définit l'Excédent brut (EB) comme la différence entre la marge brute et les charges directes (ou coûts directs) (CD):

$$EB = MB - CD.$$

L'excédent brut sert à montrer si une activité est très rémunératrice ou non.

Il peut arriver qu'on ait une marge brute élevée, mais que l'excédent brut soit très faible ou négatif (lorsque les Charges sont élevées). Donc ce n'est pas parce que les marges commerciales sont élevées que les commerçants s'enrichissent...

**Attention à l'unité de mesure** choisie : Doit-on calculer un excédent brut par kg de produit vendu ou transformé ? Ou bien un excédent brut par semaine ou par mois ? Dans le cas des produits transformés, doit-on calculer les coûts par kg ou litre de produit transformé ? Ou bien par kg de produit fini ?

En résumé :

$$Excédents (ou profits) = Produits des ventes - Charges (ou coûts)$$

### **La rentabilité des acteurs**

L'étude des comptes des acteurs permet d'aborder les niveaux de rentabilité des diverses activités dans la filière. Ces niveaux de rentabilités sont liés aux savoir-faire, aux techniques utilisées, aux pouvoirs de marché et aux niveaux de prix, mais aussi aux revenus complémentaires obtenus dans d'autres activités que celle qui concerne la filière étudiée. Par exemple, il est rare que les commerçants soient spécialisés dans l'achat ou la vente d'un seul produit. En fonction des saisons où des opportunités, ils s'orientent vers les activités qu'ils jugent les plus rémunératrices en fonction de leur situation.

### 3. Les comptes de la filière

Les comptes de filière permettent de :

- suggérer des voies de diminution du prix final au consommateur
- évaluer la distribution des revenus dans la filière
- évaluer l'importance de la valeur ajoutée nationale de la filière

Pour cela, on étudie la formation des prix, des coûts et des marges aux différents niveaux de la filière.

- Coûts de production (et excédents des production)
- Coûts de transformation (et excédents des transformateurs)
- Coûts de transport (et excédents des transporteurs)
- Coûts de commercialisation et de stockage (et excédents des commerçants)

L'étude de la répartition des excédents aux différents échelons de la filière permet d'étudier les principaux lieux d'accumulation de capital et de création de richesse.

On peut être amené à calculer la valeur ajoutée totale de la filière :

$$VA = \text{Produits des ventes} - \text{Consommations intermédiaires}$$

### D. L'organisation de la filière

L'étude de l'organisation des acteurs consiste à analyser la nature des relations entre individus au sein de la filière et les règles qui régissent ces relations. On parle de formes institutionnelles pour désigner les structures sociales dans lesquelles s'insèrent les relations et les règles économiques. En comparant les activités économiques au déroulement d'un jeu, on parle d'*organisations* pour désigner les *acteurs* du jeu (par exemple les familles, réseaux, entreprises, associations, coopératives), et d'*institutions* pour désigner les *règles* du jeu (par exemple les contrats, réglementations, conventions, relations de pouvoir).

La figure ci-dessous présente une typologie des organisations et des institutions susceptibles d'être rencontrées dans des filières vivrières en Afrique :

## **Organisations : acteurs du jeu**

1. Les types d'entreprises
2. Les associations et groupements
3. Les formes d'intégration
4. Les réseaux d'acteurs

## **Institutions : règles du jeu**

1. Structure des marchés
2. Contrats oraux ou écrits
3. Relations de pouvoir
4. Réglementations publiques
5. Conventions de qualité
6. Relations de pouvoir

Toutes ces formes institutionnelles ont été abordées par des exemples pendant l'atelier. Certaines ont fait l'objet d'un examen plus détaillé que les autres. Il s'agit des formes suivantes.

### **1. Les types d'entreprises**

(Cf. typologie paragraphe B)

Taille  
Technologie  
Stratégies  
Modalités d'exercice du pouvoir

### **2. Les associations ou groupements**

Objectifs  
Statut juridique  
Budget

### **3. Formes d'intégration verticale / horizontales**

Filières intégrées / consortiums - trust

### **4. Réseaux d'acteurs**

En Afrique, les échanges commerciaux sont souvent fondés sur des réseaux d'acteurs qui ont une base ethnique, familiale, linguistique ou religieuse : réseaux de commerçants

tchadiens en RCA, grands commerçants Haoussa, mourides, etc. Loin de constituer des survivances d'économies anciennes, ces réseaux sont au contraire des structures dynamiques, imaginatives, jouant à la fois des opportunités offertes par l'économie moderne et des modes de fonctionnement économiques et sociaux des sociétés dont ils sont issus.

Ces réseaux permettent notamment l'établissement de la confiance et l'échange d'informations entre partenaires de la transaction.

## **5. Contrats**

Les contrats sont extrêmement variés. Ils peuvent prendre des formes orales ou écrites, pérennes ou éphémères. Ils peuvent concerner :

- L'approvisionnement en intrants ou l'accès aux ressources
- La commercialisation des produits finis

## **6. Réglementations publiques**

Il est important de prendre en compte les réglementations publiques pour comprendre les stratégies des acteurs économiques. En particulier, il s'agit de :

- Législation fiscale
- Réglementations douanières
- Réglementations sanitaires
- Normes et standards

Les conditions d'application de ces réglementations doivent aussi être étudiées. En effet, les pratiques des services publics peuvent différer des règles définies dans les textes. La compréhension de ces pratiques est parfois complexe.

Exemple des pratiques douanières : souvent en décalage avec les réglementations officielles.

## **3<sup>ème</sup> partie**

### **Présentations de projets**

Des exemples de graphes qui ont été élaborés par les participants lors des séances de travaux de groupe de l'atelier sont joints en annexe. Ils se réfèrent à des projets d'études de filière dont certains sont en cours de réalisation.

Voir Annexe

# Conclusion

La méthode d'analyse filière est sans conteste un outil particulièrement utile à la compréhension et au développement du secteur vivrier en Afrique subsaharienne (GRIFFON (Ed.), 1987). C'est sur cette base que le Laboratoire de Farcha et la DPPASA ont entrepris un travail de recherche-action sur les filières vivrière au Tchad. Ces initiatives sont menées pour le LRVZ au sein de l'Observatoire du Développement du PRASAC et pour la DPPASA au sein de l'Observatoire des filières au Tchad.

L'organisation d'un atelier de formation sur l'analyse filière a été l'occasion d'engager une réelle collaboration entre les 2 institutions. Les partenaires ayant participé à l'atelier ont montré un dynamisme et une assiduité qui témoigne de l'intérêt d'une telle initiative. Une évaluation est en cours pour mieux apprécier le niveau de satisfaction des participants.

L'enjeu d'une telle collaboration est double : il s'agit, d'une part, de mieux comprendre les mécanismes de fonctionnement des marchés vivriers au Tchad. Les informations dont dispose la communauté scientifique sur l'économie rurale du pays sont encore incomplètes et ne prennent pas suffisamment en compte les caractères informels des filières vivrières. C'est sur la base d'études de terrain que pourront être discutées les politiques et projets destinés à lutter contre la pauvreté, réduire l'insécurité alimentaire et favoriser l'intégration régionale des marchés. Les outils de diagnostic offerts par l'analyse filière s'avèrent particulièrement utiles et faciles à mettre en œuvre. Bien sûr, ils ne sont pas exhaustifs et devront être complétés par d'autres approches.

D'autre part, et c'est là le deuxième enjeu, il s'agit de mettre en place une véritable concertation entre les différentes institutions impliquées dans la collecte de données sur les marchés. Les économies d'échelles qui résulteront d'une telle concertation sont énormes. Les dispositifs pourvoyeurs d'information sur l'économie agricole au Tchad (SIM agricole, SIM bétail, SISAAR, FEWS, DSEED, etc...) travaillent encore trop indépendamment les uns les autres (OBADA, 2000). La collaboration entre la DPPASA et le LRVZ – PRASAC offre une base solide sur laquelle pourraient se mettre en place des groupes (comités ?) de suivis de filières. Un atelier national de concertation sur les Observatoires économiques doit être organisé en juin 2000 à cet effet. C'est d'ailleurs cette volonté de *travailler en réseau* qui est ressortie le plus clairement des débats de l'atelier.

# Bibliographie

BREMONT J. et GELEDAN A., 1990 : « Dictionnaire économique et social », 5<sup>ème</sup> édition, Hatier, Paris, 420 p.

DPPASA, 2000 : « Document de projet : l'Observatoire des filières au Tchad », Direction de la promotion des produits agricoles et de la sécurité alimentaire, Ministère de l'Agriculture, 9 p.

DUTEURTRE G., 1998 : « Compétitivité prix et hors-prix sur le marché des produits laitiers d'Addis-Abeba (Ethiopie) : la production fermière face à ses nouveaux concurrents », thèse d'agro-économie de l'ENSA Montpellier, 352 p.

DUTEURTRE G., 2000 : « Note sur la composante Observatoire du développement du PRASAC », Document présenté au Comité dir. du PRASAC, N'Djamena, 20 p.

GRIFFON M. (Ed.) : « Economie des filières en régions chaudes ; formation des prix et échanges agricoles », actes du X<sup>ème</sup> séminaire d'économie et de sociologie, 11-15 septembre 2009, Montpellier, CIRAD, 887 p.

KOUSSOU M., 1999 : « Produits nouveaux, négoce et développement locale : le cas de la filière porcine au nord du Cameroun », DESS CIRAD-EMVT, PRASAC, IRAD, LRVZ Montpellier

LETEUIL Hervé, 1999 : « La filière laitière à Casablanca », Mémoire ESAT 2 CNEARC, Montpellier

MOUSTIER P. et LEPLAIDEUR A., 1999 : « Cadre d'analyse des acteurs du commerce vivrier africain », Série Urbanisation, alimentation et filières vivrières, Document n°4, CIRAD, Montpellier, 42 p.

OBADA, 2000 : « Les Observatoires économiques au Tchad : Etat des lieux et évaluation des besoins des utilisateurs », Observatoire du Développement du PRASAC, Bureau Observatoire et Alternatives de Développement Adaptées (OBADA), N'Djamena, 54 p. + annexes.

# **Annexes**

**Annexe 1 : Quelques exemples de graphes de filière  
élaborés lors de l'atelier**

**Annexe 2 : Liste des participants à l'atelier**