PN-ABR-292
87515

Royaume du Maroc
Ministère de l'Agriculture et
de la Réforme Agraire

USAID/Rabat

PROJET DE LA REFORME DE LA
COMMERCIALISATION DES CEREALES
(PRCC--PHASE 2)

SYSTEME D'INFORMATION SUR LE MARCHE DES CEREALIERS : PLAN D'ACTION PROPOSE

Mai 992

RAPPORT PRCC N° 9

Direction de la Planification et des Affaires Economiques

M. Abdessalam Falouss
M. Philip Szmedra

Office National Interprofessionnel des Céréales et Légumineuses

M. Rachid El Mezroui
M. Youssef Berri

Development Alternatives, Inc.

M. R.B. Schulte

Table des Matières

Liste des membres de la commission i

Table des matières ii

Introduction iii

I. Introduction aux systèmes d'information sur les marchés céréaliers 1

II. Système d'information des prix des céréales principales à l'ONICI 5

III. Description sommaire du système d'information en place à la DPAE 11

IV. Plan d'action proposé 16

V. Recommandations 30

VI. Annèxes 31

VII. Références 46

INTRODUCTION

Le Ministère de l'Agriculture et de la Réforme Agraire (MARA) examine à l'heure actuelle la possibilité d'établir un Système d'Information (SIM) sur le marché des céréales qui couvrira le territoire et qui pourra fournir des informations précises et régulières aux agriculteurs et aux commerçants. Ce rapport a pour but de concentrer l'attention sur ce sujet afin de donner aux preneurs de décisions une idée précise sur ce que le SIM est capable de donner, quelles sont les activités menées par le MARA maintenant et qui peuvent servir de modèle pour un SIM national, et comment procéder pour établir ce système au Maroc. Le "comment faire" partie du rapport est présenté en tant que Proposition du Plan d'Action. Le plan décrit un calendrier de 18 mois d'activités qui aboutiront à un système avec les caractéristiques suivantes :

- Couvrir un minimum de quatre céréales;
- Couvrir les marchés représentatifs du pays;
- Offrir une information "rélles" sur les prix, et les facteurs clés qui affectent les marchés;
- Emettre par la radio, journal, tableau d'affichage dans les marchés, et autres moyens de média l'information en question;
- Plus un rapport mensuel et/ou trimestriel dans lequel figure plus d'informations sur les marchés avec des analyses des tendances et des prévisions.

L'approche décrite dans ce plan d'Action proposé reste non précise par rapport à ce qui sera nécessaire pour l'accomplissement dû à certaines questions non résolues concernant le SIM. **Le sujet clé, qui continuera à bloquer le développement du SIM jusqu'à ce que la question soit résolu, est : sous la tutelle de quelle institution sera le système ?** Ce rapport contient des sommaires brefs sur les sytèmes de collecte de données actuelles menés par la DPAE et l'ONICL. Ces deux administrations sont considérées comme les groupes potentiels pour abriter un système d'information centré sur les marchés des céréales. Le choix à faire entre ces deux institutions a des implications sur le développement d'un système d'information. Par conséquent, quand le MARA aurait terminé son évaluation des coûts et bénéfices du SIM aura pris une décision concernant l'emplacement futur du système.

Il y a d'autres questions pour lesquels il faut trouver des réponses pendant l'une des premières étapes du développement du système, il en est ainsi pour le choix précis des céréales, les marchés à contrôler, le recrutement, le budget, etc.

On espère que ce rapport sera utile bien dans les pas qui suivront dans la définition d'un système d'information sur les céréales au Maroc.

SECTION I:

INTRODUCTION AUX SYSTEMES D'INFORMATION SUR LES MARCHES CEREALIERS

L'UTILITE D'UN SYSTEME D'INFORMATION SUR LES MARCHES CEREALIERS:

Plusieurs facteurs contribuent à l'étroitesse du marché céréalier au Maroc et empêchent le secteur privé d'investir dans la filière céréalière; ce qui compromet le succès de la libéralisation définitive.

Pour ce faire, l'Etat doit chercher à réduire ces risques par des mesures comme la mise à la disposition de tous les utilisateurs des informations nécessaires à la gestion de leurs affaires.

La mise en place d'un système d'information qui offre à tous les opérateurs un accès égal à l'information est un grand pas dans ce sens. Par une large diffusion des informations concernant le marché et les divers facteurs qui l'affectent , c'est-à-dire, prix, quantités, transport, politiques d'importation, etc., le SIM contribuera à une plus grande transparence du marché céréalier et, par là, à un meilleur arbitrage entre l'offre et la demande dans le temps et dans l'espace.

DEFINITION DU SIM

C'est un système intégré qui fournit des informations sur l'ensemble des paramètres ayant une influence sur le fonctionnement du marché céréalier.

OBJECTIFS DU SIM

Le SIM a deux objectifs essentiels :

- Améliorer l'accès des principaux acteurs à l'information des principaux acteurs intervenant sur le marché céréalier en vue de contribuer à son autorégulation, en renforçant le pouvoir de négociation des producteurs, en permettant aux commerçants d'assurer une meilleur circulation des céréales, et en offrant aux consommateurs la possibilité d'opérer des choix judicieux, et

- D'améliorer la connaissance du marché au niveau des décideurs de la politique céréalière, pour une rationalisation des actions de l'Etat.

BESOINS EN INFORMATIONS

Ce sont les besoins des utilisateurs en information qui déterminent les critères d'évaluation du SIM. L'information doit être :

- Pertinente : elle doit porter les éléments qui intéressent le groupe ciblé.
- Intelligible : elle doit être rapportée de façon précise à un lieu, à une période, et formulée en termes faciles à comprendre;
- Digne de foi et objective : elle doit être recueillies et communiquée de façon scrupuleuse et régulière.
- Diffusée rapidement : elle doit être publiée à temps afin qu'elle puisse contribuer rapidement à la prise de décisions.
- Facilement accessible.

ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL DU SIM

Une des conditions essentielles au développement du SIM réside dans un environnement politique favorable à la transparence de l'information.

Pour que le SIM joue pleinement son rôle, il faut :

- Qu'il dispose d'une souplesse administrative, d'une autonomie de gestion et d'un respect de son indépendance.
- Qu'il soit intégré au sein d'une institution compte tenu de son expérience en matière de collecte de données .

LES METHODES DE COLLECTE

La collecte des données doit se faire sur des marchés retenus par un choix raisonné suivant des axes de commercialisation des céréales, selon les critères des zones déficitaires et excédentaires, et de l'importance du marché dans les circuits de commercialisation.

Il faut distinguer les prix à la production, le prix à la consommation ainsi que les prix de gros. Les technique : de collecte varient en fonction de ces différents prix et qui vont de l'interview à l'observation des transactions. Elles doivent être adaptées au contexte.

Les prix des céréales différent selon la qualité du céréale en question. Le système doit faire un choix des qualités de produits à suivre. Il faudra aussi définir une nomenclature commune des produits et des qualités à enquêter .

TRAITEMENT DE L'INFORMATION

La transmission rapide de l'information nécessite l'utilisation de moyens performants Téléphone, Fax, et transmission de données par ordinateurs.

Le traitement de l'information doit permettre de disposer de résultats immédiatement utilisables pour la diffusion, de constituer des séries de prix pour des analyses mensuelles, trimestrielles...

Les logiciels de traitements qui peuvent être utilisés doivent répondre à ces objectifs.

ANALYSE ET INTERPRETATION

L'analyse doit permettre de mesurer l'impact des politiques céréalières. Les analyses spatiales et temporelles doivent être privilégiées dans un premier temps .

L'interprétation de l'évolution des prix nécessitée obligatoirement de mettre ceux-ci en relation avec d'autres informations collectées par d'autres structures. Il est donc important à ce que le SIM maintient un contact continue avec ces institutions.

Il est recommandé de renforcer la capacité d'analyse du SIM, par la mise à sa disposition de ressources humaines, par la formation du personnel et par le développement des relations avec les universités et les instituts de recherche, et les autres bureaux du MARA qui vont aussi analyser les données.

DIFFUSION

Le SIM vise à satisfaire les besoins de deux catégories d'utilisateurs,d'une part les opérateurs privés (y compris les agriculteurs), d'autre part les décideurs.

Pour atteindre ce groupe, le SIM privilégie la presse parlée avec une diffusion en langues nationales et locales à destinations surtout aux producteurs.

Les opérateurs privés :

Pour maintenir la fidélité de la clientèle privée, l'information doit être aussi complète et compréhensible. Elle doit être actuelle, diffusée à temps et sans rupture.

Pour atteindre ce groupe, le SIM privilège la presse parlée avec une diffusion en langues nationales et locales à destinations surtout aux producteurs.

Les décideurs :

Le SIM doit utiliser la presse écrite et doit publier des bulletins. Il publie les prix, accompagnés de brefs commentaires sur l'évolution des prix et sur l'état d'approvisionnement des marchés.

Ces bulletins peuvent être de cadence hebdomadaire, mensuel et trimestriel avec des spécificités dans les analyses. Dans une seconde phase la fréquence de parution du bulletin d'analyse peut devenir semestrielle et annuelle de manière à disposer d'avantage de recul par rapport au début de la campagne.

IMPACT DU SIM

Il est mesuré par les résultats enregistrés par les différents agents économiques :

Les producteurs vont pouvoir renforcer leur pouvoir de négociation et faire apparaître un besoin d'organisation supplémentaire (ex. coopératives de commercialisation).

Les commerçants vont pouvoir localiser les lieux où les marchés sont les plus avantageux.

Les industriels vont diversifier leurs sources d'approvisionnement en fonction du rapport qualité/Prix, et vont s'adapter à la concurrence sur les marchés.

Etats et autres institution : le SIM contribuera à une meilleure gestion des actions régulatrices des marchés, notamment : gestion des stockes régulateurs, action sur les importations et les exportations.

SECTION II:
SYSTEME D'INFORMATION DES PRIX DES CEREALES PRINCIPALES A L'ONICL

PRESENTATION DU SYSTEME D'INFORMATION DES MARCHES CEREALIERS

Instauré depuis 1986 et consiste en un suivi hebdomadaire des cours et apports des quatre céréales principales dans 17 régions du Royaume. Cet observatoire est constitué d'un échantillon de 35 souks et 15 halles aux grains.

Les données sont transmises à partir des services régionales par télex d'une façon hebdomadaire au Service Central. Ces derniers sont traités à l'aide du logiciel Lotus 123 en deux fichiers. L'un traite des données de la semaine en détail, l'autre ne conserve que le résumé (moyenne par souk et/ou halle et par place), représentant ainsi une base de données.

Quant à la diffusion, en plus d'une diffusion interne à L'ONICL, les cours des céréales sont communiqués dans une fiche de synthèse avec l'évolution de la commercialisation à certaines administrations publiques notamment le MARA.

D'autres utilisateurs reçoivent à leurs demandes les cours, en particulier, les Institutions Universitaires, Etablissements Bancaires et Administrations Publiques.

Il est à noter que depuis 1989, L'ONICL a instauré un Observatoire National du Mais au niveau de la place de Casablanca, avec un suivi quotidien des cours et apports. Aussi, il a eu un suivi quotidien conjoncturel des cours des orges dans les principales zones de production et de consommation durant les périodes ou les cours de cette céréale connaissaient des fluctuations très notables soit vers la baisse ou la hausse.

METHODE DE RELEVE DES COURS ET APPORTS APPLIQUEE PAR L'ONICL

L'ONICL procède aux relevés des cours et apports sur un échantillon de 17 régions, éparpillé dans l'ensemble du royaume, représentant des zones productrices, intermédiaires et déficitaires. Pour chaque région, il est indiquer de collecter l'information dans 2 à 3 souks importants, de part les transactions qu'ils connaissent durant l'année et trois fois par semaine le halle aux grains les 15 dits centres.

L'ensemble des 35 souks ont été choisis à partir d'un questionnaire envoyé aux services extérieurs demandant de caractériser l'ensemble des souks qui se trouvent sous leur commandement et classer selon leur l'importance.

La méthode d'observation appliquée par l'ONICL est faite de deux façons, soit par une visite directe effectuée au niveau du souk et de la halle par l'agent de l'ONICL, soit par un contact avec les intervenants de l'ONICL.

METHODE 1 : VISITE SUR LES LIEUX DES TRANSACTIONS.

1. AU SOUK :

1.1 les Prix :

L'agent est tenu de déterminer trois niveaux de prix : pour l'ensemble du souk pour chaque céréale :

- Un prix minimum : correspondant au plus bas auquel achètent la majorité des collecteurs.

- Un prix maximum ou le plus élevé; la qualité est seul facteur explicatif de la différence entre ces niveaux de prix.

- Un prix moyen : il diffère selon que l'observateur aura procédé à une moyenne arithmétique des prix maximum et minimum, une moyenne pondérée par les apports ou une moyenne tendancielle du lieu : le prix le plus dominant.

Pour un grand nombre de souks, les prix sont exprimés en mesure locale (Abraâ - Moud -Gamila, etc..). L'observateur doit appliquer une conversion tenant compte de la qualité (poids spécifique) pour que les prix soient exprimés au quintal.

Néanmoins, une difficulté subsiste : pour chaque lot homogène (d'une même récolte) rencontrée, l'observateur doit déterminer l'unité de mesure utilisée. Mais vu, le nombre élevé de petits lots et leur hétérogénéité, il est difficile d'accomplir une telle tâche. L'observateur se contente d'une conversion pré-établie.

1.2 Apports :

L'information sur les apports peut être fournie à la fois :

- Par estimation de l'observateur de l'ensemble des lots disponibles au souk,

- Auprès des personnes présentes dés l'ouverture du souk :
  * L'Amine des céréaliers, généralement bien renseigné parce qu'il est lui même un collecteur.
  * Un préposé de commerçant agrée ou représentant de la coopérative.

2. AU HALLE AUX GRAINS DES CENTRES URBAINS.

Le halle au grain revêt deux formes :

- un emplacement délimité par une muraille où des commerçants disposent de petits magasins et des aires d'entrepôts pour leur marchandises. Les transactions se déroulent au moins cinq jour par semaine.

- Un regroupement de petits magasins de collecteurs situés à un même endroit.

2.1 Les prix

Deux types de prix peuvent être relevés :

- Le prix d'achat des commerçants au halle correspondant au prix perçu par les producteurs.

- Le prix de vente des commerçants est essentiellement au prix à la consommation.

Le prix d'achat se prête plus à la comparaison avec celui du souk et auquel doit s'intéresser l'observateur.

Il déterminera par la suite les trois niveaux de prix à l'instar de ceux du souk : Prix minimum, maximum et moyen.

2.2 Les apports :

Les apports doivent correspondre aux entrées enregistrées pour une journée donnée et non des stocks disponibles aux magasins souvent depuis une certaine période.

Si les transaction au souk durent une matinée, celles à la halle demeurent toute la journée. De ce fait, Il est plus aisé pour l'observateur, de connaître les entrées de la veille et des jours antérieurs que celle du jour de son passage ne pouvant excéder le temps de collecte de l'information. Il faut éviter d'assimiler les stocks détenus aux apports et se contenter des apports de la veille.

METHODE 2 : CONTACT AVEC LES INTERVENANTS

La collecte de l'information peut être établie sans la visite de l'agent de l'ONICL au souk ou à la halle aux grains, et ce pour les raisons suivantes :

- Baisse sensible de l'activité des souks

- Difficulté d'ordre matériel : (problème de véhicule, de vignettes etc..), ou d'ordre humain (manque de personnel, tâches plus urgentes..).

Dans ces conditions, il suffira de s'adresser généralement par téléphone :

Pour l'information sur les souks :

- Aux gros producteurs
- A certains collecteurs notamment leurs "Amines".
- Aux directeurs de centres de coopératives.
- Aux commerçants agrées.

Pour les informations sur les halles aux grains :

- A l'Amine de la halle.
- Aux collecteurs ou commerçants céréaliers.

La fiabilité de l'information dépend beaucoup du degré de confiance existant entre l'agent de l'ONICL et l'Amine par exemple.

III TRAITEMENT ET DIFFUSION

Avant 1986, L'ONICL recevait les cours des céréales et des légumineuses mensuellement de ces services extérieurs. L'introduction de l'outil informatique a permis l'installation des applications pour le traitement et le suivi de toutes les activités de l'ONICL notamment la commercialisation et les cours des céréales et légumineuses.

Les cours sont envoyés chaque semaine par télex au service central. Au niveau de ce dernier, les données sont vérifiées et saisies dans un tableur qui permet de donner un état récapitulatif de toutes les régions par type de céréale et de stocker l'information synthétisée dans une base de données qui servira comme le support pour les analyses ultérieures.

Cet état a été envoyé aux différents utilisateurs (d'une manière occasionnelle) :

Diffusion interne :

- Directeur Général
- Divisions de l'ONICL

Diffusion externe d'une façon périodique:

- Ministère de l'Agriculture et de la Réforme Agraire
  * Messieurs le Ministre et le Secrétaire Général
  * DPAE et DVRA

- Ministère Délégué auprès du Premier Ministre, chargé des Affaires Economiques et de la Privatisation
  * Direction des prix

Diffusion externe à la demande de l'utilisateur :

- Etudiants qui préparent des mémoires de quatrième année dans les universités et grandes écoles
- Etablissements Bancaires
- Organismes de Coopération internationale
- Instituts de Recherche
- Administrations Publiques

Tableau 1: SOUKS ET HALLES OBSERVES PAR L'ONICL A PARTIR DE 1986

PROVINCES	SOUK	JOUR
OUJDA	NAIMA	Jeudi
	AHFIR	Lundi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
NADOR	TAMSAMANE	Jeudi
	DRIOUCH	Samedi
	MIDAR	Mercredi
TAZA	ZAIOU	Lundi
	OULED AMLIL	Mardi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
TANGER	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
RABAT	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
FES	KARIA	Mardi
	TISSA	Mercredi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
MEKNES	ELHAJEB	Lundi
	AIN TAOUJDAT	Jeudi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
KENITRA	SIDI AISSA	Mercredi
	LALLA MOMOUNA	Samedi
	OULED LELLOUL	Dimanche
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
SIDI KACEM	HAD KOURT	Dimanche
	MECHRAA BELKSIRI	Lundi
	KHNICHAT	Samedi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
CASA AIN SEBAA	H.HAY MOHAMADI	Lundi, Mercredi, Jeudi
	BEN SLIMANE	Mercredi

CASA ANFA	HALLE MEDIOUNA	Lundi, Mercredi, Jeudi
EL JADIDA	SIDI BENNOUR	Mardi
	ZEMAMRA	Jeudi
	OULED FREJ	Dimanche
	SEBT DOUIB	Samedi
ESSAOUIRA	HANCHANE	Mardi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
SAFI	JMAA SHIM	Vendredi
	TLAT BOUGDRA	Mardi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
KHOURIBGA	BOUJAAD	Jeudi
	EL GUEFFAF	Mercredi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
BENI MELLAL	KASBA TADLA	Lundi
	OULED NEIMMA	Samedi
	FQUIH B.SALEH	Mercredi
	HALLE	Lundi, Mercredi, Jeudi
KELAA ESRAGHNA	SIDI BOUCTHMANE	Lundi
	TAMELLALT	Mardi
	SKHOUR	Mercredi
	ATTAOUIA	Jeudi
AGADIR	HALLE INZEGANE	Mardi
	BIOUGRA	Lundi

SECTION III:

DESCRIPTION SOMMAIRE DU SYSTEME D'INFORMATION EN PLACE A LA DPAE

INTRODUCTION

En matière d'enquêtes sur les prix, La Direction de la Planification et des Affaires Economiques a entrepris :

- depuis 1970 :
  - une enquête sur les prix à la production

- depuis 1984 :
  - une enquête sur les prix des grains aux souks
  - une enquête sur les prix des fruits et des légumes au niveau des marchés de gros de Casablanca et de Kénitra.
  - une enquête sur les prix des "grains aux halls"

Les enquêtes ci-dessus mentionnées sont conçues par le Service des Statistiques et de la Documentation (Service central) et exécutées sur le terrain par la trentaine de Services des Etudes Economiques et des Enquêtes Statistiques (SEEES) de la DPAE implantés dans les différentes provinces du pays.

La phase de conception comprend principalement les tâches suivantes :

1. Définition des objectifs des enquêtes.
2. Elaboration des questionnaires des enquêtes
3. Rédaction des manuels d'instructions pour les enquêteurs .
4. Formation des enquêteurs .
5. Conception des programmes de saisis et de dépouillement des données.
6. Tabulation des résultats

Quant à la phase d'exécution, elle est axée surtout sur la collecte des données sur le terrain en suivant les instructions données lors de la séance de formation.

Pour des raisons d'expérience et de connaissance des problèmes réels sur le terrain, des éléments des SEEES participent à la phase de la conception.

Dans cette section on présente une description sommaire des enquêtes entreprises depuis mi Octobre 1991 et qui ont servi à l'élaboration d'un Système D'Information sur les Marchés (SIM).

Il est à noter ici que ledit SIM couvre une large gamme de produits agricoles : céréales, légumineuses, fruits et légumes.

OBJECTIFS DES ENQUÊTES

1. Enquête Marchés de Gros

Le but de cette enquête est de caractériser l'évolution globale et par produit des prix de gros pratiqués sur le marché de gros local.

Les produits concernés par cette enquête sont : 7 fruits et 3 légumes

- Fruits : clémentines,oranges, abricots, pêches, poires, pommes et bananes
- Légumes : pommes de terre, tomamtes et oignons

2. Enquête Souks

L'objectif principal que compte atteindre la DPAE de cette enquête est la détermination des prix des principales céréales et légumineuses.

- Céréales (4 produits) : blé dur, blé tendre, orge et maïs
- Légumineuses (3 produits) : fèves, lentilles et pous-chiches

LIEU DES ENQUÊTES

1. Enquête Marché de Gros

Le champ de l'enquête couvre 6 marchés de gros :

Agadir, Marrakech, Casablanca, Rabat, Meknès, et Oujda.

Pour des raisons de comparaisons des résultats obtenus, la DPAE a pris les mêmes marchés enquêtés par la Direction de la Statistique du Ministère du Plan.

2. Enquête Souks

L'enquête se déroulera dans 25 souks au niveau de 13 provinces réparties entre 5 régions.

Il est à signaler que le répertoire des souks au Maroc élaboré par la DPAE en collaboration avec les Services des Etudes Economiques et des Enquêtes Statistiques (SEEES) a servi comme base de sondage pour le tirage des souks échantillon.

Ledit répertoire comprend les informations suivantes :

- Le nom du souk
- Le nom du cercle où se trouve le souk

- Le nom de la commune où se trouve le souk
- La distance entre le SEEES et le souk
- La taille du souk (La taille est soit grande,moyenne ou faible).

Le **Tableau 2** suivant donne la liste des souks échantillon par régions et par provinces:

Tableau 2 : Marchés Enquêtés par la DPAE

REGIONS	PROVINCES	SOUKS	JOURS
GHARB	KENITRA	SIDI YAHIA	MARDI
		DAR GUEDDARI	JEUDI
		TNINE	LUNDI
	KHEMISSET	TIFLET	MERCREDI
		HOUDARRANE	VENDREDI
SAISS	FES	RAS TABOUDA	LUNDI
		SOUK LARBAA	MERCREDI
	MEKNES	AGOURAY	JEUDI
	TAZA	OUED AMLIL	MARDI
		BOUKELLAL	SAMEDI
EL HAOUZ	MARRAKECH	AIT OURIR	MARDI
		OUED LAHJAR	SAMEDI
	BENI MELLAL	TADLA	LUNDI
		FQUIH B.SALAH	MERCREDI
	EL KELAA	ATTAOUIA	JEUDI
CHAOUIA	SETTAT	OULED SAID	MERCREDI
		SETTAT	SAMEDI
	EL JADIDA	BIR JDID	JEUDI
		CHTOUKA	LUNDI
	CASABLANCA	BOUSKOURA	MARDI

ABDA	SAFI	JEMAA SHIM	VENDREDI
		TLAT BOUGUEDRA	MARDI
		SAFI VILLE	LUNDI
	ESSAOUIRA	IDA OUGOURD	MERCREDI
		MESKALA	JEUDI

Les critères de choix des souks échantillon sont d'une part la taille : uniquement les grands souks étaient retenus, et d'autre part la distance : pour des raisons de coût les souks très lointains étaient éliminés.

Il est aussi à noter que le choix des souks fait par DPAE/SSD diffère de celui de l'ONICL dans le sens que SSD mène ses enquêtes uniquements dans les régions productrices des céréales et pas dans les zones déficitaires.

METHODE D'ENQUÊTE

1. Questions qualitatives (pour l'enquête souk uniquement)

Comme il est difficile de saisir la quantité et la qualité des produits vendus dans un souk donné, l'apport d'un jugement subjectif sur celles-ci a été demandé aux enquêteurs de la DPAE.

La quantité peut être abondante (A), moyenne (B) ou faible (C).

Chaque souk est caractérisé par une quantité d'approvisionnement et toute quantité au dessus de cette valeur "normale"est supposée abondante et toute quantité au dessous est jugée faible.

La qualité peut être bonne (1), moyenne (2) ou mauvaise (3).

Les critères de jugement de la qualité sont :

- La couleur du produit
- Le poids spécifique
- Le degré d'impureté
- Le degré d'humidité.

Un stage de reconnaissance de la qualité a été organisé pour les enquêteurs de la DPAE.

2. Questions quantitatives

2.1.Enquête Marchés de Gros

Il s'agit de saisir la quantité offerte sur le marché, celle effectivement vendue, la valeur de la vente et le prix moyen par produit.

Il est à signaler que les marchés de gros sont relativement organisé : existence de fiches contenant les rentrées,les ventes et les prix par produits.

2.2 Enquête Souks

Il s'agit principalement de collecter les prix des principales céréales et légumineuses. La méthode consiste à enquêter un souk par région et par jour : l'enquêteur doit se présenter au souk 3 fois par jour (au début du souk, à 8h et à 10h du matin). Le choix des points de vente doit s'effectuer d'une manière purement aléatoire.

3. Méthode d'observation

L'enquêteur doit se présenter au point de vente comme un acheteur et doit demander les prix qu'il enregistrera sur le questionnaire.

4.Transmission des données

Les données collectées par les SEEES sont transmises au Service des Statistiques et de la Documentation soit par moyen de Fax ou par téléphone le jour "j" pour les céréales et le jour "j+1" pour les données concernant les fruits et légumes.

5.Traitement Informatique

Les données ainsi reçues sont saisies dans un premier temps par le biais du logiciel WordPerfect pour une publication immédiate,et sont ressaisies dans un deuxième temps par le logiciel Data Base pour constituer la base de données sur les prix.

6.Publication

Les données concernant les céréales et les légumineuses sont publiées le jour "j+1",quant aux données concernant les fruits et légumes elles sont publiées le jour "j+2".

Les publications sont de deux sortes : des tableaux contenant les prix par souk et par marché de gros et un bulletin résumant toutes les données collectées.

7.Diffusion

Les résultats du système sont principalement utilisés par Monsieur le Ministre de L'Agriculture et de la Réforme Agraire et La Direction de la Production Végétale.

SECTION IV:

PLAN D'ACTION PROPOSE

INTRODUCTION

La planification et la gestion d'un système d'information sur le marchés (SIM) doit être faite avec beaucoup de doin : suivre une approche d'essaie et d'échec n'est pas la bonne voie au succès. Ceci est vrai parce que dés le début le système mis en place doit être précis et donne une information régulière pour la prise de décision dans la commercialisation des produits. Si l'information n'est pas précise, il sera difficile de reconstruire l'image du système plus tard.

Le groupe de travail a fourni beaucoup d'efforts pour faire ce premier plan d'action du SIM. Ce groupe de travail recommande d'appliquer le système de manière graduelle pour assurer une esquisse du SIM dans cinq mois.

Les critères importants dans la planification du système d'information des produits agricoles sont :

- Capable de fournir une information régulière, précise, accessible et consistante aux groupes cibles;
- Capable de s'adapter aux conditions structurelles et conceptuelles qui changent; et
- En consistance avec les habilités humaines, financières et institutionnelles.

En utilisant ces critères, le groupe de travail a appliqué une approche d'analyse de systèmes pour parvenir au plan d'action du SIM proposé. Le processus entraînait comme une première étape la familiarisation avec les sujets essentiels dans la planification et la mise en marche du SIM, y compris des révisions de plusieurs expériences dans d'autres pays. Après, le groupe a sollicité les idées de plusieurs bénéficiaires potentiels du service à travers de visites sur le terrain et de l'organisation d'un bref atelier auquel assistaient les cadres techniques de l'ONICL et de la DPAE. Finalement, il a préparé ce plan provisoire du système.

EXECUTION DES TACHES

Comme il est expliqué dans le **Tableau 3**, ce plan provisoire est composé d'une étape de planification et de deux étapes d'exécution. Pendant la Phase I -- prévu en avril-décembre 1992 -- toute l'attention sera prêtée à la planification et l'instauration du système. Durant la Phase II -- janvier-juin 1993 -- le système sera opérationnel et commencera à réaliser son objectif: la diffusion au public de l'information sur le marché au public. La Phase III

commencera vers la fin de 1993 et verra. Ceci va comprendre une expansion du système vis à vis du nombre des marchés et des produits. En plus, le SIM commencera à publier un rapport sur les "Perspectives du Marché Céréalier Marocain" qui servira de moyen pour déssiminer d'autres informations en provenance de sources secondaire comme l'information sur les récoltes, le temps et des rapports sur les marchés internationaux, etc.

L'établissement du SIM est un processus itératif. Il est à noter que dans ce plan initial, le point focal est la Phase 1 - Les plans pour les deux autres phases sont plus ou moins des tentatives. Le processus minutieux dans la planification de la Phase I servira de base solide pour les autres phases. On attend, avant la fin de cette année, la résolution de certains problèmes tels que la situation institutionnelle du SIM.

Dans la partie qui suit, on essaiera d'expliquer les tâches à accomplir pendant la période d'exécution présentées dans le **Tableau 3**. Ce qui suit doit être lu en conjonction avec le tableau.

Table 3:

SYSTEME D'INFORMATION DU MARCHE

PLAN D'ACTION PROVISOIRE

	1992									1993									1993
	Avril	Mai	Juin	Juil.	Aou	Sep	Oct.	Nov	Dec.	Jan.	Fev.	Mar	Avril	Mai	Juin	Juil.	Aou	Sep	Oct. Nov Dec.
I. Planification du système																			
1. Plan provisoir	xxxxx																		
2. Reconnaissance des marchés																			
a. Préparer l'enquete		xxxxx																	
b. Formation des enquêteurs			xxxx																
c. Enquête des marchés				xxxxxxx															
d. Résumé des résultats						xxx													
3. Atelier avec utilisateurs potentielles						x	xx					xx							xxx
4. Formulation de plan & méthodologie "définitif"								xx											
5. Evaluation & amélioration du système						xxxx	xxxxx					xx							xxx
II. Institutionalisation																			
1. Mise en place du SIM																			
a. Décision sur organisation du SIM							xxxxxxxx												
b. Etablissement officiel du SIM & désignation de personnel								:xxxx											
c. Comité des utilisateurs							xx					xx							xxx
d. Manuel d'opérations							xxxxx	xxxx											
2. Budget & financement									xxx	xxxxx									
3. Moyens matériaux du SIM																			
a. Etablissement des bureaux										xxx									
b. Communications (fax/tel/modemes)											xxxx								
c. Transport												xxx							
d. Petit equipment (balance/calculatrice,etc)											xxxxx								
4. Informatique																			
a. Acheter ordinateurs/accessoires												xxxx							
b. Programmation									xxx					xxx					
c. Etablissement des reseaux														xxx					xxxxxxx
i. Reseau interne du SIM													xxxxxxxxxx						
ii. Reseau externe																			xxxxxxxxxxxxxxx
	'92 Avril	Mai	Juin	Juil.	Aou	Sep	Oct.	Nov	Dec.	'93 Jan.	Fev.	Mar	Avril	Mai	Juin	Juil.	Aou	Sep	Oct. Nov Dec.

Table 3 (Continuation):

SYSTEME D'INFORMATION DU MARCHE

PLAN D'ACTION PROVISOIRE

	1992			1993			1993
	Avril Mai Juin	Juil. Aout Sept	Oct. Nov. Déc.	Jan. Fev. Mar	Avril Mai Juin	Juil. Aout Sept	Oct. Nov. Déc.
III. Collecte des données							
1. Information des prix des 4 céréales							
- # marchés limités			xxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
2. Expansion dans d'autres marchés					xxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
3. Etablir questionnaire mensuel -(info. complementaire)					xxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
4. Introduir d'autres produits						xxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
IV. Diffusion							
1. Campagne de publicité/sensibilisation			xxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
2 Projet-Pilote			xxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxx			
3. Bulletin de la radio				xxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
4. Bulletin de la presse					xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
5. Affiches/ Tableaux dans les marches					xxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
6. Analyse trimestrielle						xxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx
7. Appareil de réponse téléphonique							
8. Réseaux informatique pour utilisateurs							
V. Formation							
1. Visite des systèmes étrangers		xx			xx		
2. Formation	xxxx		xxxxxxxxxx		xxxx		xxxxx
3. Assistance technique	xx		xx				xxxx

'92 Avril Mai Juin Juil. Aout Sept Oct. Nov. Dec. '93 Jan. Fev. Mar Avril Mai Juin Juil. Aout Sept Oct. Nov. Dec.

1. PLANIFICATION DU SYSTÈME

Tâche 1.1 : Plan Provisoire

Ce document est le résultat de cette activité. Pendant le mois d'avril, le groupe de travail a fait une évaluation des activités de l'ONICL et de la DPAE pour en faire sortir les leçons, surtout sur le travail de collecte des prix. Dans ce but, le groupe a effectué des visites à Kénitra, Casablanca et Fés. Ces visites ont permis de discuter avec des agriculteurs, des marchands et des minotiers le type d'information dont ils ont besoin et leurs opinions sur le SIM. Le groupe a aussi fait une brève appréciation du système de commercialisation des grains.

Tâche 1.2 : Reconnaissance des Marchés

Pour planifier un SIM au Maroc, une compréhension approfondie du système de commercialisation des céréaliers est essentiel. Cette compréhension permettra à résoudre un certain nombre de questions stratégiques pour la planification du système et en plus à l'analyse et le reportage précis et judicieux des conditions des marchés.

Il est recommandé qu'une étude des points soulevés dans le **Tableau 4** soit faite avec la technique de la "reconnaissance rapide" -- "des enquêtes brèves" et avec la participation des principaux acteurs du système de commercialisation -- (voir Annexes A et B pour le contenu de ces enquêtes).

Tableau 4 : Les sujets clé pour la planification du SIM

La décision à prendre	L'information requise	Comment se rassembler l'information.
La décision sur les régions de la consommation et de la production pour la collecte du données sur les prix.	Données sur la consommation et la production et le flux des produits.	-Liste des données secondaires. -Interviews avec les commerçants dans marchés urbains et ruraux - employant un questionnaire.
La décision sur les marches et les niveaux du marches pour la collécte du prix.	-Le flux des produits et l'importance de le marché. -Catégorie des commerçants et les fonctions de commercialisation a accomplies.	-Interviews avec les commerçants - employant un questionnaire. -La vérification (sondage) dans les routes ou marchés
La décision sur l'heure et la fréquence de la collecte des données sur les prix.	-Les heures où il y a plus d'activités dans le marché (la heure quand la plupart des transactions a lieu) -Le données sur le développement du prix (la fluctuation).	-Les interviews avec les commerçants - employant un questionnaire.
La spécification des étalons de la référence dans les conditions de la variété, la qualité, la taille du emballage, etc. pour chaque produit pour se rassemble et diffuse les prix qui se réfère à un uniforme et produit représentatif.	L'identification des caractéristiques du produit qui est à représentatif de la masse des produits échangé sur un niveau spécifique du commerce dans un placement spécifique, tel que: l'origine du produit; la variété; la taille; la fraicheur; la forme; le degré de dommages; les tailles de expédition/emballage. (adaptez ce pour les grains)	Les interviews avec les fermiers et les commerçants employant un check-list et photos.
La décision sur méthodes de communication et l'heure de diffusion de l'information sur le prix.	-Connaissance des possibilités dans la masse média. -Accessibilité des utilisateurs a la masse média.	Interviews avec les utilisateurs.
Qui sont les groups cibles?	-Opinions sur les besoin d'information.	Interviews avec les utilisateurs potentielles.

Tâche 1.3 : Atelier sur la planification du SIM avec la participation de représentants du groupe des utilisateurs du système

Un plan d'action révisé sera présenté lors d'un atelier auquel assisteront des représentants des différents groupes ciblés par le SIM. Cet atelier permettra aux utilisateurs d'agir sur la planification du SIM. L'atelier, en présentant le contenu du SIM et comment il peut faire bénéficier les utilisateurs, servira comme un premier pas dans la sensibilisation du publique au SIM. Enfin, l'atelier élira un comité prototype du "Conseil des Utilisateurs du SIM" qui aidera dans le lancement du système.

Tâche 1.4 : Formulation finale d'un plan détaillé du SIM

Un Plan d'Action bien détaillé comprenant les recommandations des participants de l'atelier peut être préparé immédiatement après la fin de l'atelier et sera soumit aux responsabies concernés pour approbation.

2. L'INSTITUTIONNALISATION

Tâche 2.1 : Mise en place du SIM

Cette tâche se compose de plusieurs étapes importantes:

- *Décision sur la situation institutionnelle du SIM.* C'est le problème majeur à résoudre avant que le SIM ne soit totalement fonctionnel.

- *La fondation du SIM en tant qu'établissement gouvernemental.* Il sera nécessaire d'incorporer le SIM dans le MARA et lui donné le personnel suffisant pour sont fonctionnement. Le nombre du personnel dépendra du nombre de marchés couverts, le nombre de produits, et la fréquence de la collecte du SIM. Le personnel peut augmenter et devenir plus spécialisé quand le système commence à s'élargir. Ceci peut, par exemple, entraîner la nomination d'une personne pour être chargée de la collecte des données, une autre chargée de l'analyse et la diffusion de l'information. Il sera possible de partager les responsabilités du personnel par produit, par opérations sur le terrain, etc. Le personnel ne doit pas être sous-estimer, et tout ceux qui travaillent sur le SIM, en permanence ou à mi-temps, devrait avoir des termes de références claires et applicables.

- *Réunion du Comité des utilisateurs du SIM.* Comme mentionné auparavant, un Comité des utilisateurs du SIM se réunira la première fois pendant l'atelier de septembre 1992. Le rôle du comité est d'aider à surmonter les difficultés qui peuvent arriver quand un établissement public essaie de satisfaire les besoins en information d'une portion très dynamique du secteur privé. Le comité sera la voie intermédiaire entre le gouvernement et les bénéficiaires du SIM : il peut servir de support

public du SIM. (Voir Annexe C pour les lignes directrices pour le Comité des Utilisateurs du SIM).

- *Préparation d'un manuel d'opérations.* Les plus grandes difficultés auxquelles un SIM doit faire face sont les problèmes institutionnels et de la gestion. Un Manuel d'Opérations, attentivement fait, peut permettre d'aider le système à opèrer efficacement. Il doit servir de guide dans toutes les opérations pour ne rien laisser à la chance. Le manuel doit être révisé et développé périodiquement surtout quand le système s'étend et devient plus important.

Tâche 2.2 : Budget et financement

Comme les activités du SIM ne sont encore recensées, il est difficile d'estimer le budget à allouer jusquà ce que le rayon d'action du SIM soit définit plus clairement. Toutefois, il n'est pas trop tôt de commencer à prendre en considération les différents éléments impliqués dans le financement du système pour éviter des retards potentiels dans le déroulement du projet.

Tâche 2.3 : Moyens matériaux du SIM

Pendant la planification du SIM, un inventaire doit être fait des ressources humaines et matériels qui peuvent être mis à la disposition du SIM. Au début, le SIM utilisera, et d'une manière provisoire, les ressources disponibles. Mais dés qu'il est établi, le SIM doit avoir une mesure d'autonomie et une flexibilité de gestion pour pouvoir accomplir sa mission. Les besoins essentiels sont en voitures, lignes directes de téléphone et de fax, ordinateurs (avec des modems), des bureaux, équipement et meubles de bureau, et d'équipement divers telle que des balances et des calculatrices.

Tâche 2.4 : Etablir et maintenir des systèmes de gestion de l'information

Le système informatique à établir doit:

- Saisir et vérification les données brutes reçues du terrain;

- Permettre l'analyse des données sur : les tendances des prix, les changements de prix saisonniers, la comparaison et le calcul des prix de différents marchés pour différents produits (ex., la différence de prix du blé tendre et du blé dur);

- Automatiser les différents rapports (ex. les tableaux et les graphiques des rapports hebdomadaires, mensuels et annuels, les tableaux dans lesquels figurent les prix et d'autres informations selon la régions ou le groupe de produits, etc.); et

- Bénéficier des moyens de transfère électroniques de l'information actuels et des innovations dans ce domaine.

C'est une tâche longue et complexe qui demande une analyse minutieusement dirigé du système. Tout de même, le SIM peut être fonctionnel en utilisant une combinaison de logiciels standards -- base de données, statistique, tableurs, graphiques, et traitement de texte -- puisque le reportage du système sera limité et en conséquent les données et les rapports seront minimales. Quand les reportages commenceront à augmenter, les besoins informatiques augmenteront considérablement. La mise en place attendu d'un réseau national et international de transmission de données en pacquets permettra de mettre en liaison les différents postes du SIM avec les différents utilisateurs potentiels et d'autres sources d'information externes.

Ce plan provisoire envisage l'analyse de besoins immédiats en informatisation et communications qui seront accomplis pendant la réalisation du plan définitif du SIM. Ceci permettra l'installation de matériel informatique et de programmes essentiels pour que le système puisse commencer la diffusion de rapports sur les marchés au début de 1993. Une évaluation plus approfondie des besoins informatiques du SIM est programmée pour mars 1993. Cette approche, qui est réparti sur une longue période, permettra d'exposer des révisions du plan du SIM et les problèmes institutionnels à résoudre comme elle permettra un test du système pour quelques mois. L'évaluation va aussi coïncider avec le deuxième atelier du Comité des Utilisateurs du SIM. Evidemment, le SIM pourra être affecté par des décisions plus globales prises au niveau du MARA concernant les ordinateurs : le nombre, modèle, etc. Le plan actuel doit être flexible.

3. LA COLLECTE DES DONNÉES

Tâche 3.1 : La collecte des prix des grains de base

Immédiatement après la mise en place du système prévu vers la fin de 1992, on peut commencer à utiliser de nouvelles méthodes de collecte des données. A présent, les produits agricoles qui sont visés par la collecte de données sont le blé tendre, le blé dur, l'orge, le maïs, et probablement la farine et la semoule de blé. Toutes les questions concernant la fréquence de la réalisation des rapports, le nombre et les types de marchés à couvrir, et la standardisation de la qualité, du poid, et des mesures des produits seront résolus dans les mois à venir.

Pendant les derniers mois de 1992 et les premiers mois de 1993, le SIM continuera à être au stade pilote, la collecte des données avec un programme d'essai des méthodes pour le système la dissémination de l'information. D'où l'accent sera mis sur la simplicité du système. l'activité du SIM restera limité.

Tâche 3.2 : Augmentation de la couverture des marchés

L'atelier prévu en mars 1993 pourra facilement servir de moyen pour élargir le domaine d'action du SIM concernant le nombre et les niveaux des marchés (ex., inclure dans le programme plus de marchés hebdomadaires ruraux).

Tâche 3.3 : Rapports mensuels sur les éléments conjoncturels sur le marché

L'atelier de mars 1993 a aussi pour but de former les enquêteurs à remplir le questionnaire mensuel qui traitera les éléments conjoncturels majeurs affectant les marchés tel que les quantités vendues, le niveau des stocks, le coût du transport, la provenance du produit, les conditions des cultures, etc.

Les rapports hebdomadaires (ou quotidiens) fait sur le terrain doivent contenir une rubrique réservée aux commentaires sur les conditions du marché. Mais, les enquêteurs n'auront pas le temps de faire des évaluations plus détaillées sur ces conditions, faute de manque de temps. En conséquent, il faut proposer à la fin de chaque mois un rapport sur les éléments conjoncturels qui affectent le marché. Ce rapport peut être d'une grande utilité à l'analyste de marché du SIM pour pouvoir suivre et rédiger des rapports trimestriels ou mensuels sur les "Perspectives du Marché Céréalier Marocain".

Les rapports mensuels doivent être simple et facile à compléter. Il est important de se rappeler que les activités du SIM doivent rester dans le domaine défini par l'objectif choisi au préalable qui est de fournir une information sur le marché à temps réel afin d'assister les commerçants et agriculteurs dans la prise de décisions concernant la commercialisation de leurs produits. Le SIM ne pourra certainement pas avoir toute l'information sur tous les éléments conjoncturels qui affectent le marché. **Son but principal est de diffuser l'information et non pas de faire la statistique.** Le personnel du SIM doit être capable de fournir des indications régulières d'une certaine précision sur l'offre des grains dans les marchés importants du pays. Avec l'augmentation de la libéralisation, le gouvernement aura besoin de données plus détaillées que le SIM ne pourra lui donner. Dans ce cas, une autre institution devra prendre la relève pour faire des rapports trimestriels ou semestriels plus détaillés sur les stocks.

Tâche 3.4 : Autres produits

Pendant le deuxième trimestre de l'année 1993 plus d'attention doit être donnée à l'étude des conditions dans les marchés d'autres produits comme la farine et les légumineuses. Ceci nécessitera des discussions avec les groupes d'utilisateurs et le même type d'analyse de marché et des caractéristiques accomplies pendant l'étape de la planification du système. La formation des enquêteurs est nécessaire. Une expérience acquise au prélable simplifiera la tâche des formateurs.

4. DIFFUSION DE L'INFORMATION

Tâche 4.1 : Lancement d'une campagne de publicité et de sensibilisation

Une compagne de publicité et de sensibilisation du publique aux bénéfices du SIM est une haute priorité. Plusieurs moyens pourraient être utilisé pour atteindre ce but : journaux, brochures, affiches, et réunions avec les groupes d'utilisateurs. Le personnel qui travaillera sur le terrain sera formé dans les techniques de vulgarisation du SIM auprès des agriculteurs,

commerçants et autres. Une assistance dans ce domaine peut être obtenue par la DVRA et d'autres agences qui ont une expertise dans les moyens de communication et de vulgarisation.

Le premier pas dans ce sens est le contact direct avec les utilisateurs du système. L'accent a été mis sur ce point depuis le début de la planification du SIM.

Tâche 4.2 : Projet pilote de dissémination

La Radio et la Télévision Marocaine (RTM) a récemment instituer une politique qui exige des ministères à payer pour les publicités qu'elle fait pour eux. On espère que le MARA arrive à négocier une disponsation de cette politique puisqu'il n'a pas un budget qui couvrira le coût de la publicité.

D'autre part, la DVRA compte installer une station de radio cette année à Tadla, région importante dans la production des céréales. Au début, le rayon de diffusion pour cettestation ne dépassera pas 50 km. Cette station offrira l'occasion au SIM à commencer un projet pilote de transmission des rapports sur les marchés voisins et de mesurer leur influence. Le projet pilote, projeté à commencer pendant le troisième trimestre de 1992, commencera avec de rapides évaluations des systèmes de commercialisation dans la région, des utilisateurs potentiels et leurs besoins. Un effort de sensibilisation, en conjonction avec la DVRA, sera fait avant et durant les premiers mois de transmission de l'information sur les marchés. La deuxième étape se composera d'études pour mesurer l'impact des rapports du SIM.

Le projet pilote doit fournir une expérience de valeur pour le SIM en préparation de la diffusion de l'information dans tout le royaume.

Tâche 4.3 : Bulletin de la radio : Sommaire hebdomadaire national

Pendant le premier trimestre de 1993, l'émission hebdomadaire de bulletins d'information sur un nombre fixe de marchés (BD, BT, Orge et Maïs) est programmée. L'émission doit être faite de façon régulière dans les principales langues et dialectes locales. On suppose qu'une nouvelle politique avec la RTM sera négocié. Sinon, la RTM pourrait considérer le SIM une source d'information "indépendante" du MARA qui s'adresse à un segment important de la population. Même si le système commence avec une émission par semaine, il faut compter sur une augmentation de la fréquence d'émission des rapports.

Tâche 4.4 : Publier les "bulletins de presse"

Le nombre d'agriculteurs qui peuvent lire le journal est très réduit, mais celui des autres utilisateurs, comme les commerçants, est relativement important. Une possibilité de transmeremettre l'information par écrit est de préparer un résumé hebdomadaire sur le marché qui se compose d'un tableau dans lequel on rapporte les prix, un graphique ou deux, et un commentaire qui peut être utile pour les journaux. Les questionnaires mensuels, décrit ci-dessus, sur les conditions des marchés serviront d'information importante dans les rapports mensuels destinés aux journaux.

Tâche 4.5 : Publication des affiches et établissement de brochure des bulletins de bords

La toute première priorité sera donnée aux affiches ou bulletins hebdomadaires qui peuvent être transmit aux bureaux régionaux où ils seront photocopiés et immédiatement circulés. Les brochures peuvent être affichés dans les marchés et dans les lieux de rencontre dans les villes et les villages. En plus, les chefs de services extérieurs assisteront à trouver des réseaux de distribution plus efficaces. Des institutions gouvernementales telle que le Ministère de l'Agriculture et de la Réforme Agraire, ONICL, les SCAM, et d'autres peuvent servir de moyens de diffusion de l'information.

Les affichages qui sont placés dans les marchés, dans les endroits de commercialisation régionaux et ailleurs où ils peuvent être à la portée des commerçants, agriculteurs, les consommateurs et d'autres pèrsonnes intéressées, doivent avoir une haute priorité. L'information qui se trouve dans les affichages sera similaire à celle publiée dans les brochures. Les affiches doivent être simple et leurs coût doit être bas. Ces affichages peuvent être écrit sur un tableau noir sur lequel figurent imprimés les titres, le nom des produits, etc. Les tableaux doivent être régulièrement mis ajour. La coopération des fonctionnaires dans les marchés et celle des commerçants est indispensable. (cette méthode de communication doit être évaluée du point de vue d'efficacité aprés quelques mois de fonctionnement).

Tâche 4.6 : La distribution de rapports mensuels/trimestriels prévisionnels

En plus de publier des communiqués de presse et d'autres informations pour d'autres publications (par exemple le bulletin mensuel de l'ONICL "Marché des céréales et des légumes"), le SIM peut aussi publier son bulletin mensuel et/ou trimestriel sur les conditions dans les marchés. Les institutions publiques et privés sont les lecteurs ciblés de ce bulletin. Les rapports contiendront une analyse plus détaillé des développements récents dans les marchés et examineront les perspectives du marché. Cela prendra un peut plus de temps et une formation spécialisé pour permettre au personnel du SIM (ou ailleurs au MARA) d'accomplir cette tâche. Ce type d'analyse de marché sera bien établi vers mis de 1993.

Tâche 4.7 : Installation de répondeurs téléphoniques

Le SIM peut transmettre l'information sur le marché et d'autres informations en utilisant les répondeurs automatiques. L'utilisation de ces machines pourrait être limitée mais elle est simple, pas chère et est un moyen efficace pour la dissémination de l'information.

Tâche 4.8 : Accès directe des utilisateurs aux rapports du SIM

Le progrès rapide qui se produit dans la communication électronique et dans les réseaux d'ordinateurs et que le Maroc connaît, le SIM doit aussi évoluer vers un réseau d'ordinateurs qui permettra un contacte directe avec quelques utilisateurs, comme discuté dans la section Tâche 2.4.

LA FORMATION

Tâche 5.1 : Visites de prospections/Cours de courte durée

Le domaine du système de l'information sur les marchés des produits agricoles est très spécialisé. La possibilité de trouver un cours sur le sujet n'est pas une évidence. De plus que les écrits dans le domaine sont rares. Par conséquence, une formation sur le tas sur les systèmes d'information sur les marchés est hautement recommandée. Des visites de prospections dans lesquels sont impliqués le personnel de l'administration centrale et certains membres du personnel qui travaille sur le terrain doit être faites dans différents pays où l'expérience dans les systèmes d'information sur les marchés existent. L'organisation de visites aux Etats Unis et/ou la France peuvent être combinés avec des visites à d'autres pays où les systèmes de commercialisation des produits est plus semblable à ceux existant au Maroc.

La première priorité doit être réservée aux visites de prospections. La formation reste quand même d'une très grande valeur. Cette possibilité peut inclure plusieurs cours sur l'emploi de logiciels particuliers, la gestion de l'information sur les marchés, la commercialisation des produits agricoles, la collecte des données et leurs analyses dans les pays en développement, la sécurité alimentaire, "les systèmes d'alerte précosse" pour les produits importants à la sécurité alimentaire, la vulgarisation de la commercialisation, le journalisme/la communications, etc.

Tâche 5.2 : Formation du personnel

Des ateliers seront organisés à la fin de chaque six mois pendant les deux premières années du lancement du système. Les objectifs de ces réunions seront de :

- Donner une formation initiale et plus tard une "révision" de tous les aspects du SIM, tous en incluant la collecte de données, leurs transmission, dissémination, et l'extension des relations publiques et administratives;

- Fournir un forum pour avoir des réunions avec les utilisateurs et discuter les problèmes importants qui affectent le SIM; et

- Soutenir et lancer les phases successives dans le développement du système.

L'annexe D contient plus de détail sur les besoins en formation.

Tâche 5.3 : Assistance technique

Il faut impliquer dans le SIM un personnel qui a une considérable expérience et expertise dans les domaines de l'information sur les marchés. La complexité et l'énormité des tâches qu'il faut pour exécuter un SIM efficace suggère la nécessité d'une assistance technique. Les domaines d'expertise demandés sont : la gestion du SIM, l'analyse du marché, la collecte des données, l'emploi des ordinateurs et des logiciels, et la communication de l'information.

Les dimensions d'établissement correcte du SIM sont telles que c'est possible que l'activité doit attendre un financement supplémentaire et/ou la restructuration de l'ONICL avant d'être lancée. Dans ces conditions il faut, au minimum, faire deux choses provisoires:

- Résoudre le problème de quelle institution sera chargée du SIM : l'ONICL ou la PDAE/SSD; et

- Améliorer le système de collecte de données actuel (DPAE ou SSD) par des mesures provisoires en attendant l'exécution définitive du SIM, ceci

sourtout pour ne pas laisser les "trous" dans les séries de données historiques.

SECTION V:

RECOMMANDATIONS

1. Une décision finale concernant l'aspect institutionnel du SIM doit être prise avant la fin de l'année 1992.

2. Pour pouvoir accomplir sa mission correctement, le SIM doit avoir une structure autonome avec ses propres moyens humains et matériels.

3. La décision sur l'institution qui se chargera du système (DPAE/ONICL) sera prise en fonction du progrès réalisé par chacune des deux structures à appliquer le plan d'action proposé.

4. Des visites des systèmes d'information d'autres pays (USA,FRANCE et d'autres pays similaires au Maroc) pour développer les connaissances pratiques sur les SIMs.

5. Tâches à effectuer immédiatement pour améliorer les systèmes existants:

   - Les données collectées dans la première phase doivent porter sur la qualité et le niveau du marché (grossistes, détaillants, prix aux producteurs).

   - Un système de contrôle sur le terrain doit être instauré en vu d'améliorer la fiabilité des données collectées.

   - Les processus de transmission des données vers le service central doit être amélioré en vu d'accélérer la vitesse de diffusion .

   - Le processus de saisie et des données doit être amélioré en vu de développer "l'automatisme de publication et de diffusion ".

   - La présentation des données recueillies dans les systèmes actuels peuvent être améliorées par des résumés, des graphiques et des commentaires succincts.

ANNEXE A:

Sondage "Reconnaissance Rapide" Concepts basés sur la matrice des "des régions clé de la recherche" pour la planification du SIM

A. Reportage - emplacements et niveaux des marchés :

1. Le rôle et importance des marchés dans la détermination des prix.
   - Volumes des céréales commercialisés.
   - Le rôle du marché en tant que lieu économique
2. Les types de commerçants et les fonctions accomplies
3. Quel est le flux des grains/produits agricoles? - volumes, origines et destinations.
4. Sujets saisonniers : comment les points mentionnés ci-dessus changent pendant l'année.
5. Ecarts de prix selon l'emplacement et le niveau du marché.

B. Moment et fréquence de la collecte :

1. Quand est-ce que les transactions sont faites ? - Quel est le jour de marché important ?- l'heure de transaction de pointe ? Est ce que le type de marchands change pendant la journée? (les grossistes, par exemple, avant 6:00, et les détaillants pendant le reste de la journée ?).
2. Le degré de la variation des prix durant la journée, d'un jour à l'autre, dans la semaine, existe-t-il des impacts saisonniers sur la fluctuation des prix ?

C. Description des Produits :

1. Diversité - Qu'est-ce qui est différencié ? Différences de prix?
2. Qualité - quelle est la qualité actuellement utilisée ? Quel est le plus petit dénominateur commun pour le connaissement? Les grains : le contrôle de poids, les grains cassés/ratatinés, endommagés par les insectes, facteurs externes, couleur ? Le type de farine consommé le plus dans tout le pays ?
3. Différences de prix selon la qualité et diversité ?
4. L'importance relative de chaque qualité/variété des grains ?
5. Les différences de saison en saison en qualité de grains ? différence au niveau des récoltes passées/récentes ?
6. Unités de mesures ? **Quel est le plus petit dénominateur commun?** les conteneurs utilisés aux différents niveaux du marché ? Usage des échelles de mesure ? la taille/volume des transactions normalement réalisées ?
7. Comment collecter des volumes ? (lieu - barrière, nombre de camions/marchands, la marchandise visible, évaluation qualitative).

D. Diffusion :

1. Fonctionnement partiel de la fréquence de la collecte (voir les points mentionnés)
2. L'accès des utilisateurs aux différents médias
3. Accès du SIM aux médias - les opportunités, les collaborations des représentants des différents médias.
4. La langue utilisée ? l'analphabétisme (ex. bulletins de bord dans les marchés ?)

E. Besoins des utilisateurs :

1. l'information rendue publique est-elle utile ? (degré d'utilité)
2. quels sont les niveaux/locations les plus intéressants dans un marché ?
3. Quelle sorte d'information peut être la plus intéressante ? (Elle est enrichie par des exemples : quantités, transport, information sur le temps et les semences, autres) (niveau)
4. Comment ont-ils accès à l'information sur les prix à l'heure actuelle ?
5. S'ils ont l'information au moment voulu, comment est ce qu'ils vont changer leurs décisions concernant la commercialisation de leurs produits ? (marchandage, ou faut-il carrément changer de marché ?)

F. Sujets institutionnels :

1. Nombre de personnes employées/expérience,...
2. Inventaire des ressources : moyens de transport et de communications (téléphone, fax, télex, ordinateur), la communication dans les marchés, accès au photocopieur, idées sur la façon d'établir de nouveaux contacts/diffusion d'informations.

ANNEXE B :
QUESTIONNAIRE PRELEMINAIRE POUR DETERMINER LES INTERETS ET LA FAISABILITE D'UN SYSTEME D'INFORMATION SUR LE MARCHE

Les questions qui suivent riment à déterminer les principales charactèristiques des canales actuels de la commercialisation des céréales au MAroc et le désire d'établir un système d'information sur le marché afin d'aider les agents dans un marché de grain libéralisé.

A. Les questions à poser aux agriculteurs et aux collecteurs quand on est en visite dans les souks régionaux.

1. Est ce que vous venez régulièrement à ce souk? Quels sont les autres souks de la région auquels vous participer? Lequel des souks est le plus important dans la vente de grande quantité et dans le prix?

2. Comment est ce que les prix sont déterminés dans ce souk et dans les autres souks que cet individu visite ? Quel est le taux de flustuation des prix pendant la journée ? Quel est le prix qu'ilfaut connaître ?

3. Est ce que les prix de transaction de Casa influencent la prise de décision des commerçants de ce souk ? Qels sont les autres zones urbaines qui influencent le choix de prix des céréales dans ce souk ?

4. Si les prix à Casa sont importants, en quelles périodes de l'année est ce qu'il y a une forte corrélation entre produits agricoles et saison (pendant la récolte, entre la récolte et la semence), ou alors est ce qu'il existe une correlation entre prix et quantité exposé dans le marché pendant toute l'année ?

5. Comment est ce qu'on détermine la qualité des céréales et quels sont les prix attribués à différentes qualités de grains ? Est ce que l'écart entre deux prix est constant pendant toute l'année ou bien ils varient selon l'offre et la demande ?

6. Etes-vous intéressez à avoir un sustème qui diffuse l'information sur les prix des céréales selon les régions ? Quel genre d'information pourrait être le plus utile pour vous; le prix par kilo, abra, quintal ? Les prix d'une certaine qualité dans un souk ou un souk régional ? Le prix d'une quantité et qualité valable ? Autres types d'information qui peut être utile. Si ce genre d'information n'est pas utile, pourquoi pas ?

7. A votre avis, quel serait le meilleur mode de diffusion de ces informations ? la radio, les journaux, les notices publiques, à l'entrée des souks, etc. ?

8. Si la radio est estimée être le meilleur moyen de la transmission de l'information, quel est le moment de la journée que vous jugez idéal pour d'émission de cette information

9. Qules sont les avantages et les désavantages que ce système apporter dans vos affaires et dans la marche du marché en général ? Est ce qu'il va munir les marchands avec plus de pouvoir manipuler le marché ? Est ce qu'il créera la transparence et donnera de bonnes raisons aux commerçants pour prendre une décision et pas l'autre ? Est ce que ce système aidera les minoteries à établir des stratégies provisionnelles dans un marché céréalier libéralisé ? Est ce que ça va offrir plus d'avantages à certains agents sur le compte d'autres?

B. Les questions à poser à l'interprofession aux commerçants agrées et aux minotier.

1. Quels types de contrats qui sont établis actuellement entre les minotiers, les commerçants agréés et les agriculteurs ou les collecteurs ? Comment est ce que les décisions sur les prix sont prises dans ce gence de situation ?

2. Quels sont les avantages du systéme de contrat actuelsur l'établissement d'une bourse ?

3. Dans quels centres régionaux est ce que la connaissance des prix est plus utiles/ intéressante ?

4. Quels sont les avantages/mésavantages pour eux dans la conduite de leurs affaires d'avoir un système d'information qui disséminera quotidiennement l'information sur les prix ? Comment est ce que l'information sur les orix des céréales est actuellement obtenue ?

5. Quel est l'avantage à avoir un systéme officiel de la classification du blé ? Comment est ce que cette information peut -elle être transmise avec efficacité à l'Interprofession à travers les médias ?

6. Est-ce qu'un nouveau système d'information sur les prix solidifiera ou clarifiera le système de contrat actuel ?

7. Est ce qu'une estimation sur les quantités de grains vendues dans les souks régionaux ou dans les halls urbains serai une information utile dans la marche des affaires du commerçant?

8. Quel serai le moyen le plus efficace pour la dissémination de l'information ?

9. Quels autres informations pourraient être utile au commerçants aprt les prix, et les quantités vendues ? Variétés, qualités, les différences des prix vue la variété et la qualité ?

Les questions à ré-examiner par le Service Extérieur ONICL/DPAE

1. Les problèmes qui existent actuellement dans la collecte des données et les visites souks

2. Les questions de gestion

3. Les problèmes avec la planification quotidienne

4. Qu'est ce qu'il pense des procedures employées actuellement dans système de la collecte de données; son analyse de la région et de l'importance de différents souks.

5. Les opinions concernant l'établissement du SIM.

ANNEXE C

Lignes directrices pour le Comité des Utilisateurs du SIM.

1. La raison essentiel d'avoir le Comite Conseil des Utilisateurs est de donner conseil aux hauts responsables du MARA et/ou ONICL concernant les buts et les opérations qui se déroulent dans le système d'information sur le marché (SIM). Le système essaiera de garantir un servir efficace afin de subvenir aux besoins des utilisateurs. De plus, le comité servira de moyen de transmission des besoins des utilisateurs pour que le gouvernement continue à supporter le système.

2. Les domaines auxquels le comité s'intéressera sont :

   a) Questions administratifs et institutionnelles

   b) Sujets financiers : les fonds nécessaire pour le financement et les fonds alloués

   c) Reportage du système : les lieux géographiques, les niveaux dans les marchés, les produits, types d'information, etc.

   d) Les méthodes de collecte de données : des conseils techniques sur les modes de commercialisations qui sont pratiqués, la qualité des produits, les poids et mesures, etc., une assistance dans la formation dans comment établir des contactes avec les majeurs sources d'informations sera aussi l'un des objectifs du comité. Le comité donnera le feed-back ou la précision de l'information fournie par le SIM.

   e) S'assurer que la dissémination de l'information est faite avec une beaucoup d'efficacité et le comité pourra suggérer quelques institutions d'utilisateurs pour servir de réseaux pour la dissémination de l'information.

   f) Assister dans les relations humaines qui vise à garder une belle image du SIM et aussi pour informer les utilisateurs sur ce qu'est le SIM et comment en bénéficier.

   g) Donner conseil au personnel, veiller sur le développement du personnel, et subvenir aux nécessités d'une assistance technique.

   h) Autres sujets pertinents qui affectent le SIM

3. Le nombre des membres du comité restera très limité. Ces personnes se réuniront régulièrement. Au cours de ces réunions des représentants de groupes primaires d'utilisateurs seront présents. Le comité se constituera d'un représentant de chacun des groupes suivant :

   - Agriculteurs
   - coopératives
   - commerçants/transformateurs d'aliments

   - importateurs
   - autres utilisateurs institutionnels.

De plus, un haut placé représentant l'institution qui gère le SIM sera nommé d'office comme membre du comité.

4. Un quorum consistera d'au moins trois membres. Le comité adoptera des recommandations en se basant sur le vote majoritaire. De toute les manières, le rôle du comité est purement consultatif alors que celui du Ministre de l'Agriculture et de la Réforme Agraire et ses représentants est majeur qu'ils adoptent les recommandations ou non.

5. Le comité se réunira une fois tout les six mois pendant les deux premières années du lancement du SIM et au moins une fois par an après cette période ou quand cela est nécessaire.

ANNEXE D

BESOINS EN FORMATION POUR LE SIM

Une formation intensive est nécessaire pendant les premières étapes de l'extension du système pour couvrir d'autres produits, marchés et types d'informations et quand les méthodes de dissémination de l'information sont améliorés. Les domaines dans lesquels la formation doit être concentré sont :

- Des rappels sous formes de cours sur les objectifs, les raisons d'avoir un SIM et les fonctions de ce dernier en incluant les expériences d'autres pays (positives et négatives).

- Il est important de maintenir la discipline et le professionnalisme dans le travail. Des ateliers de formation aboutiront à un séminaire pendant lequel seront soulevé et résolus les problèmes de nature administrative.

- La procédure de la collecte de l'information - définir les niveaux dans les marchés, les qualités des produits dans le marché, les sources d'information, faire le recoupement de la fiabilité de l'information, etc. Les problèmes de la collecte des données deviendront plus complexes lorsque le système commencera à couvrir plus de marchés et de produits agricoles.

- Les sujets relevant des relations Publiques - construire et maintenir une coopération des commerçants et d'autres sources d'information. La mise en valeur du SIM avec le public et la vulgarisation du projet de façon à permettre aux utilisateurs potentiels de comprendre l'objectif du SIM et comment en bénéficier.

- Procédures à suivre pour faire des rapports - opportunité de faire des rapports , uniformité et précision de la terminologie utilisée pour les termes commerciaux et la qualité des produits. Le personnel qui travaille sur le terrain doit apprendre à faire des analyses de base des facteurs qui causent des changements dans le marché.

- Dissémination - des connaissances dans le journalisme et divers moyens de communication de la masse média peuvent être bénéfiques au personnel qui travaille dans le bureau central du SIM. Le personnel affecté sur le terrain doit avoir une formation qui lui permettra d'identifier les meilleurs moyens d'atteindre les utilisateurs potentiels du système.

- Le personnel du SIM aura besoin d'une formation qui lui permettra de mener des enquêtes comme celles programmées pour la planification initiale du SIM prévue pour la mis 1992.

- Informatisation - Le personnel qui se trouve dans le bureau central et celui qui se trouve sur le terrain doivent bénéficier d'une formation plus approfondie dans les logiciels qui traites les données (Database), le tableur, et le traitement de texte. Une compétence dans les logiciels qui traitent les données statistiques (comme le SPSS et le SAS), les logiciels des graphes et des cartes et peut être même les logiciels de PAO

ANNEX E:
RESUME DES DIVERS SYSTEMES D'INFORMATION DE MARCHES AGRICOLES

TYPE DE SERVICE	OBJECTIF	REPORTAGE	COMMENTAIRE
1. Système Perspectif	Informer les responsables gouvernementaux et la population des agriculteurs en particulier de la situation actuelle et des prévisions sur l'offre et la demande concernant certains produits.	-Offre : estimation des récoltes, stocks et importations des grains -Demande : usages nationaux (humaine, animal, semences, etc.) et exportations -Prix : évaluation des fourchettes et des variations des prix. Divers : les différents facteurs qui affectent l'offre et la demande telle que la politique nationale , les facteurs dominant les marchés mondiaux, le climat, les moyens de transport, etc. Horizon : souvent les prévisions sont faites pour l'année d'après ou bien pour un seul cycle agricole.	- Ils sont faits par les gouvernement de plusieurs pays industrialisés et distribués gratuitement aux concernés. - Les organismes internationaux (FAO, L'Organisation Internationale du Café, etc.)font aussi des recherches dans ce sens - Dans les pays moins développés, les observations sont faites de façon haddock et ne sont pas à la disposition de la population - Les situations et critiques sont souvent des données critiques de base sur la politique à suivre dans l'agriculture. Malheureusement ils sont limités dans l'analyse politique.
2. Analyse des produits	Utile par les organismes qui se spécialisent dans l'agribusiness lors des décisions de marketing et d'achats.	- Similaire au système de conjoncture mais (a) souligne la prévision des prix, et (b) horizon élargi. - Horizon: la prévision est sur une année/un cycle agricole. La mise à jour des données est fréquemment faite.	Fait par les privés, les bureaux d'études et les maisons de courtage des produits agricoles

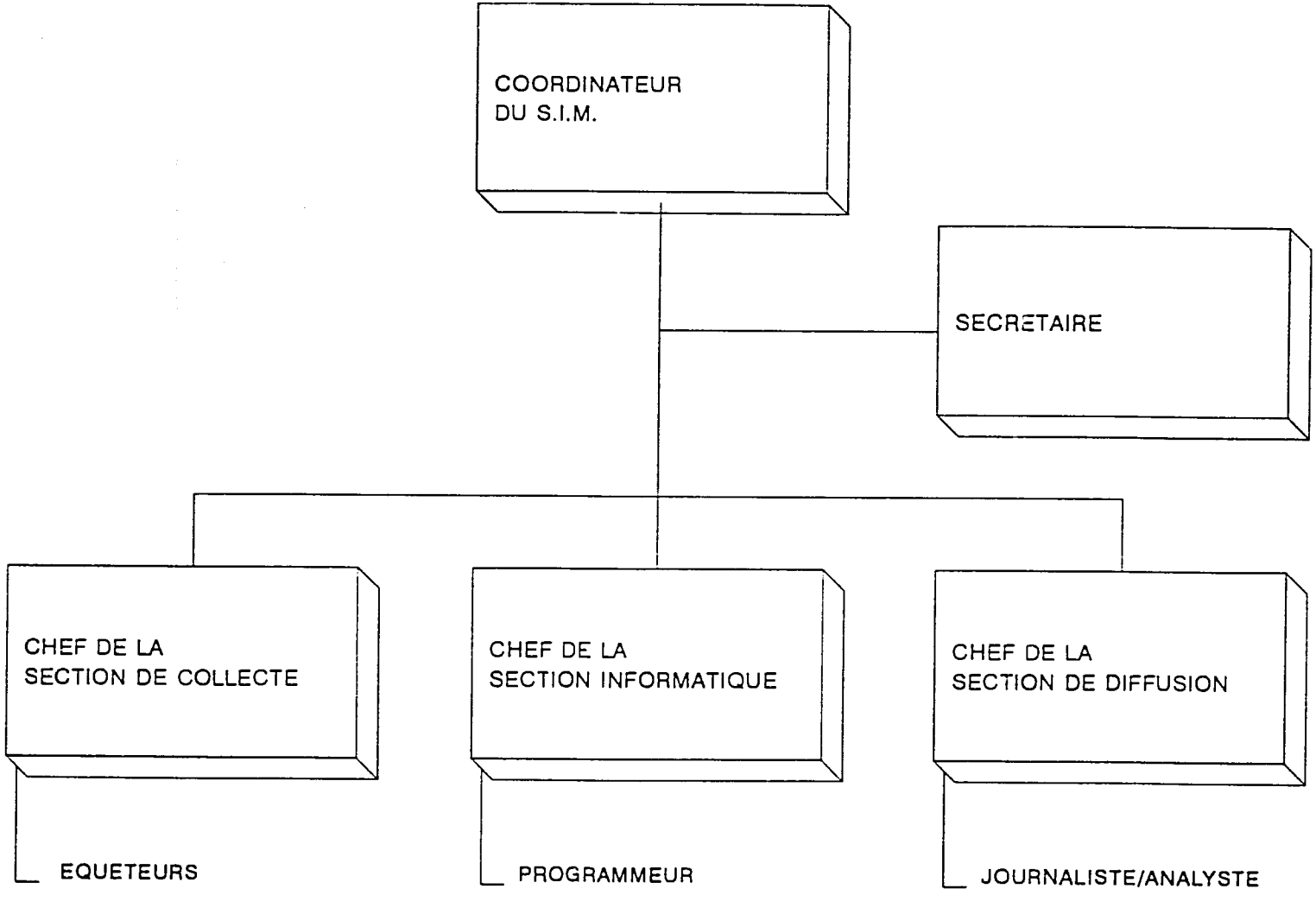
3.Système d'alarme contrôlant la sécurité alimentaire.	Informer les gouvernements de la situation de sécurité alimentaire actuelle ou prévue, afin de faire face aux déficiences et aux surplus alimentaires.	- Le reportage inclut plusieurs facteurs similaires à ceux du système de conjoncture. - Le besoin de diriger la sécurité alimentaire aux niveaux national, régional et familial. - Inclut la sécurité alimentaire des familles en dehors/sur la marge de l'économie du marché.	Un nouveau phénomène (dans les 10-20 dernières années dans certains pays asiatiques et africains. Cette activités est soutenue par les donneurs (FAO, USAID, CEE, et AUTRES) 1- Encore dans la phase d'expérimentation. Auparavant, l'accent était mis sur la prévision des récoltes des graine en utilisant l'agrométéologie et la télédétection. Actuellement on prête beaucoup d'attention au suivis nutritif.
4. Information sur le marché ou service d'information sur le marché.	- Augmenter la transparence dans les marchés pour stimuler et protéger le marchandage des agriculteurs, et augmenter en général l'efficacité des marchés - Les utilisateurs: spécialement les agriculteurs, mais aussi les vendeurs, les consommateurs, le gouvernement et autres institutions.	- Mettre l'accent sur les prix observés et sur les conditions générales à des nivaux spécifiques dans le marché (fermes, vente en gros et en détail, etc.) - Peut inclure des informations sur d'autres facteurs qui affectent les transactions dans les marchés (quantités vendues/offertes, climat, transport, etc.) - Se consacre à rapporter les informations sur les marchés et non à faire des analyses approfondies. - Horizon: les rapports sont rectifiés quotidiennement (parfois toutes les heures),une fois par semaine et au maximum une fois par mois.	- Réalisés par le gouvernement - l'information sur le marché est un "bien collectif". Les médias reçoivent l'information par le gouvernement et parfois la collectent eux-mêmes. - L'expérience avec l'information sur le marché en Afrique ne dépasse pas 10 ans. La connaissance/littérature est en général "fragmentaire et hypothétique". Un bon nombre de pays africains ont récemment établi des systèmes d'information sur les marchés.

5. Service d'information sur le commerce/la recherche sur le marché	- L'information sur le commerce: assister et éduquer les importateurs/exportateurs potentiels et les entreprises locales pour augmenter la commercialisation. - "la recherche sur le marché" est aussi faite par des entreprises privées (elle n'est souvent pas publiées).	- Possibilité d'utiliser l'information sur les marchés,les rapports conjoncturels serviront de sources d'information.L'offre et la demande à long terme doivent être pris en considération comme des facteurs cruciales. - étudier la structure de l'industrie, de la demande du consommateur, le pourcentage qu'occupe un produit dans le marché, les segments de marché, les régulations, les besoins du marché, la qualité voulue, l'emballage, l'inspection, etc. - Les méthodes et stratégies utilisées dans la vente, les prospectives des acheteurs/vendeurs Horizon: (voir "commentaires")	- Réaliser par les organismes de commerce (les chambres de commerce, les conseils d'export, les associations des produits alimentaires, etc.) - Horizon: Mettre l'accent sur accroissement du commerce à long terme, d'où l'opportunité de l'information n'est généralement pas importante.

6. Vulgarisation de la commercialisat ion	Facilité la promotion des systèmes de la commercialisation/production qui satisfont la demande et qui maximisent le revenu dans les zones rurales.	- Collecte, interprétation et dissémination de l'information sur le marché. - Planifier/programmer la production et la commercialisation. - Procurer des marchés nouveaux. - Améliorer les pratiques suivies après la récolte. - Coordination de l'information donnée avec le transport, le stockage, le crédit et les facilités offertes après la moisson - Horizon: (voir commentaires).	- Vulgarisation de la commercialisation doit aider les agriculteurs/commerçants à utilisé l'information sur le marché. (rapports sur la perspective, l'information sur le marché et la recherche sur le marché). - Le service de vulgarisation offre un enseignement ou des informations sur le marketing en général.

SYSTEME D'INFORMATION SUR LE MARCHE (SIM)

EXEMPLE D'ORGANIGRAMME



BIBLIOGRAPHIE

-- Market News Services for Tropical and Off-Season Fresh Horicultural Products (in Europe) (a pilote survey). Coudert, J.P.B., (FAO, Rome (Italy)), 1978.

-- Marketing Support Activities, Griffin, M., (ed.); Reid, R.A., (ed.), 1989

-- Connaissance du marché céréalier au Sahel. vol. 1 : Approche macro-économique et mise en oeuvre d'un système d'information au Burkina Faso. par J. Egg et D. Martinet, vol 2 par J. P. Minvielle. 1988.

-- Desarrollo de un sistema de Informacion de Marcadeo Agropecuario, Chile. Relacion final, FAO, Rome (Italy). Dept. de Agricultura, 1988.

-- Atelier sur le renforcement des systèmes nationaux d'alerte rapide et d'information sur l'alimentation en Afrique. Accra (Ghana), FAO, Rome (Italy). Div. des Produits et du commerce International, 1990.

-- Servicios de informacion de marcados de productos agropecuàrios. Experiencia y requerimientos para su implantacion en Colombia (Market Information Services for Agricultural Products. Experience and requirements for its establishement in Colombia). Tibaitata, ICA, 1970.

-- Chaudhri, S. C., "Agricultural market intelligence". Econ. Woeklg, 1958.

-- Lotte. A. "Lo service des boivelles du marcho des fruits et légumes" (Market news service for fruit and vegetabgles), Econ. Rurale, 1955.

-- Hooks, D.G. de "aspects socio-culturels des comportements alimentaires", Bullitin de la Commission pour la nutrition en Afrique, 1969.

-- Torrealba, P. Agricultural Marketinf in Economic development: an annotated bibliography, Michigan State Univ., Lat. Am. Studies Center Report Nº 9, 1971.

-- Hooks, D. G. Market news service for Brazil, Washington,USDA/Foreign Ec. Dev. Serv., 1969.

-- Hooks, L. G. Expanding Agricultuiral Information Services (in Guyana), Washington USAID/USDA, 1970.

-- Hooks L. G. Reports on Market news assignment in Colombia, Washington USDA/Foreign Ec. Dev. Serv., 1970.