

PA-ABU-800  
ind

# AGENCY FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT PPC/CDIE/DI REPORT PROCESSING FORM

ENTER INFORMATION ONLY IF NOT INCLUDED ON COVER OR TITLE PAGE OF DOCUMENT

1. Project/Subproject Number 687-0102	2. Contract/Grant Number	3. Publication Date June 1993
--	--------------------------	----------------------------------

4. Document Title/Translated Title  
Manual for the Study of Export Markets

5. Author(s)  
1. Charlie Stathacos  
2. Carla Henry  
3.

6. Contributing Organization(s)  
USAID/Madagascar  
Abt Associates Inc., Bethesda, Maryland

7. Pagination 25p.	8. Report Number	9. Sponsoring A.I.D. Office USAID/Madagascar
-----------------------	------------------	---

10. Abstract (optional - 250 word limit)  
A "how-to" guide for conducting export market studies

11. Subject Keywords (optional)

1.	4.
2.	5.
3.	6.

12. Supplementary Notes

13. Submitting Official Frank D. Martin, Economist	14. Telephone Number 261-2-254-89	15. Today's Date 07/20/94
---	--------------------------------------	------------------------------

DO NOT write below this line

16. DOCID	17. Document Disposition DOCRD [ ] INV [ ] DUPLICATE [ ]
-----------	---

**MAELSP**  
**Madagascar Agricultural Export Liberalization Support Project**

---

**MANUEL SUR  
LES ETUDES DES  
MARCHES  
D'EXPORTATION**

**CHARLIE STATHACOS  
CARLA HENRY**

**JUNE, 1993**

**Sponsored by**

**USAID/Madagascar's Agricultural Development Office**

**In collaboration with  
Abt Associates Inc., Bethesda, Maryland**

PW-ABU-800

**MANUEL SUR  
LES ETUDES DES  
MARCHES  
D'EXPORTATION**

**Charlie Stathacos  
Carla Henry**

**Abt Associates Inc.  
Juin 1993**

## TABLE DES MATIERES

I.	INTRODUCTION .....	1
2.	VOLETS D'UNE ETUDE DE MARCHÉ .....	1
	2.1 Faire une chronologie des étapes du travail .....	1
	2.2 Définir les besoins d'informations du projet .....	2
	2.2.1 Identifier les produits devant être exportés .....	2
	2.2.2 Une vue d'ensemble du marché international pour les produits .....	3
	2.2.3 Réunir des informations sur le pays et le produit pour classer par ordre prioritaire les marchés .....	4
3.	PREPARER L'INTERVIEW OU LE QUESTIONNAIRE .....	9
	3.1 Préparer pour une interview orale .....	9
	3.2 Préparer une enquête écrite informelle .....	10
4.	PREPARER LE RAPPORT .....	11
5.	UNE APPLICATION: L'ETUDE DE CAS DES HARICOTS SECS .....	12
	5.1 Identifier le produit .....	12
	5.2 Obtenir une vue générale du marché international .....	12
	5.3 Collecte d'informations spécifiques au pays et au produit .....	14
	ANNEXE A: .....	15
	ANNEXE B: .....	25

## I. INTRODUCTION

Analyser et évaluer les marchés d'exportation des produits agricoles relève d'un processus complexe. L'analyste doit tenir compte de toute une gamme d'informations et doit être en mesure de la relier à la production nationale et à la situation du produit sur le marché. Si le but de l'étude est de cibler et de ranger par ordre prioritaire les marchés d'importation, il convient de soupeser les détails sur les besoins des importateurs et l'information sur les points forts et les points faibles du marché des concurrents, ainsi que les contraintes nationales.

Le présent manuel décrit le processus d'une enquête sur les marchés d'exportation expliquant pourquoi il est important d'obtenir le type d'informations que dégagera l'enquête. Le manuel divise le processus en étapes puis donne des exemples de ces étapes en s'inspirant d'une enquête faite récemment sur le marché d'exportation des haricots secs.

## 2. VOLETS D'UNE ETUDE DE MARCHE

### 2.1 Faire une chronologie des étapes du travail

Les grandes étapes d'une étude sur les marchés d'exportation sont les suivantes:

**ETAPE 1:** Déterminer le type des informations nécessaires pour répondre aux questions de l'étude. Trouver autant de sources d'informations que possible (la première partie apporte une vue d'ensemble des besoins en information et sources possibles).

**ETAPE 2:** Identifier les principaux informants du marché. Une liste de contacts devra être fournie ou élaborée avec les indications suivantes:

- Nom de l'organisation, contact
- Adresse de la rue
- Boîte postale
- Numéro de téléphone et de télécopieur
- Information: produits, quantité approximative si possible

Arranger des interviews pilotes et mettre au point des formules d'interviews peu structurées. (La deuxième partie offre des directives sur la manière de préparer une interview et une enquête écrite).

**ETAPE 3:** Ranger par ordre prioritaire les marchés d'exportation en fonction des informations réunies et délimiter le champ de l'étude en retenant uniquement le plus important marché ou quelques uns des plus grands. Répéter la 3ème étape pour réunir des informations complémentaires auprès des informants clés uniquement sur ces marchés.

**ETAPE 4:** Viser les principales contraintes entravant l'expansion des exportations sur ce marché et revoir les options en tenant compte des contraintes au niveau de l'offre nationale.

**ETAPE 5:** Mettre par écrit les résultats. Discuter de ces résultats avec vos contacts sur le marché et demandez-leur ce qu'il faudrait changer, à leur avis.

**ETAPE 6:** Faire des recommandations en fonction des résultats de votre étude.

## 2.2 Définir les besoins d'informations du projet.

### 2.2.1 Identifier les produits devant être exportés.

Il est important de pouvoir identifier les noms des produits sur les marchés internationaux, lesquels peuvent parfois prêter à confusion, par exemple, le marché anglais ne fait pas la différence entre les pois du cap malgaches et *large lima beans* achetés aux Etats-Unis et les deux types sont vendus comme *butter beans*. Mais, en France, certains distributeurs ethniques pensent que les pois du cap malgaches sont les véritables "pois du cap" et un produit distinct (répondant aux préférences de certains consommateurs qui optent pour les pois du cap malgaches à la place des *large lima beans*). L'analyste doit être au courant des différences subtiles au sein des catégories de produits ainsi que des différences plus évidentes d'une variété à l'autre.

a) Quelle est la forme physique du produit qui sera exporté?

Est-ce que le produit est semi-fini ou fini? Est-ce que le produit est périssable?

Quelles sont les variétés du produit qui sont exportées? Et quelles sont les classifications et normes utilisées?

*Sources de données possibles:* Collecteurs, grossistes et exportateurs devraient avoir des réponses à ces questions.

b) Quels sont les termes qui identifient le produit sur différents marchés internationaux?

Quels sont les termes scientifiques des produits?

Existe-t-il des termes locaux équivalents aux termes utilisés par des importateurs sur les marchés internationaux?

Quels sont les noms de produits de substitution qui ressemblent de près aux produits sur les marchés internationaux?

Utilise-t-on des unités de poids uniformes? Quelles sont les normes d'emballage et de conditionnement demandées par les importateurs?

*Sources de données possibles:* On doit pouvoir trouver les noms botaniques dans les bibliothèques du Ministère de l'Agriculture ou des universités. Les exportateurs connaîtront probablement les termes internationaux.

c) Quelles sont les normes de qualité reconnues internationalement?

Quelles sont les normes et spécifications physiques sur le plan international pour chaque classification des diverses variétés et formes de produit?

Diffèrent-elles des classifications nationales, comment peut-on les comparer?

*Sources de données possibles:* Les Ministères de l'Agriculture, des Echanges et du Commerce devraient avoir des informations sur les classifications nationales. Les exportateurs devraient disposer d'informations détaillées sur les classifications internationales. Les importateurs étrangers auront des informations sur des classifications spécifiques.

### **2.2.2 Une vue d'ensemble du marché international pour les produits.**

Si l'on cherche à avoir une vue d'ensemble du marché, c'est pour ranger par ordre de priorité les marchés importateurs en fonction de ceux qui seront les plus susceptibles d'importer vos produits. Les types d'informations nécessaires pour faire ces distinctions sont nombreuses et souvent chères à obtenir. La première étape consiste à identifier les principaux marchés d'exportation et d'importation du produit. La seconde étape consiste à identifier les grandes tendances au niveau des prix et du volume sur le marché international. La troisième étape consiste à trouver pourquoi ces tendances existent en faisant particulièrement attention aux changements dans les parts du marché.

Des données historiques sur la valeur et le volume des importations et des exportations par pays permettront de savoir:

- 1) où se trouvent les marchés d'importation;
- 2) quels sont les principaux pays exportateurs compétitifs;
- 3) quelles sont les tendances récentes du marché du point de vue volume et valeur pour les pays importateurs et exportateurs.

Des données historiques sur la production, les stocks et les prix au niveau national conjuguées aux données sur les importations et les exportations dégageront les tendances dans la croissance de la filière.

*Sources de données possibles:* Généralement les statistiques commerciales peuvent être obtenues auprès des bibliothèques publiques, des organisations gouvernementales, des organisations internationales telles la Banque mondiale, la FAO, les Nations unies, la Communauté européenne, les associations commerciales et les ambassades des pays concernés.

### **2.2.3 Réunir des informations sur le pays et le produit pour classer par ordre prioritaire les marchés.**

Une fois les principaux marchés d'importation identifiés, des informations supplémentaires sont nécessaires sur la qualité, les prix, les goûts et les préférences des consommateurs, la situation économique du pays, ses barrières à l'importation et d'autres tendances affectant la demande pour le produit. Les interviews personnelles sont le meilleur moyen de réunir cette information.

*Sources de données possibles:* Importateurs, courtiers et transformateurs auront les informations les plus valides et les plus à jour pour cette étude. Les adresses peuvent être obtenues auprès de la Chambre de Commerce, des associations commerciales, des détaillants, des publications commerciales, des transitaires et des exportateurs malgaches.

Les associations commerciales auront des adresses de membres que l'on peut contacter pour des interviews. Elles peuvent également avoir des informations sur les conditions et les tendances actuelles du marché, les préférences des consommateurs et les caractéristiques de la qualité.

Les gouvernements nationaux maintiennent les statistiques internes sur la production, la consommation, les importations et exportations et les prix des divers produits. Les bureaux publics s'occupant des échanges commerciaux dans les pays importateurs seront en mesure de spécifier les restrictions commerciales telles les barrières tarifaires, les quotas ou des codes de réglementations sanitaires.

#### Types d'informations nécessaires pour classer les éventuels marchés d'exportation détenant un potentiel élevé

Voici une liste de questions qui nous précisent les divers types d'informations nécessaires pour déterminer quels marchés devront être visés. Vous n'aurez peut-être pas besoin de répondre à toutes ces questions de votre liste mais celle-ci est une référence utile pour faire des profils des pays importateurs et déterminer lesquels présentent les meilleurs créneaux.

##### a) Classification ou qualité du produit importé:

Quelles sont les normes (c'est-à-dire les classifications) phytosanitaires utilisées (par exemple, le Département américain de l'Agriculture publie le *U.S. Standards for Beans* du Service fédéral de l'inspection des céréales utilisé par des importateurs européens)?



Quelles sont les classifications de qualité du produit qui sont importées (1ère, 2ème ou 3ème)?

Si plus d'une qualité est importée, quelle est la quantité (ou la proportion du total des importations) de chaque classe de qualité importée?

b) Caractère opportun de la demande pour le produit importé:

Existe-t-il des périodes spécifiques de l'année où les importateurs passent le gros de leur commande?

Est-ce que la demande du produit est égale sur l'ensemble de l'année? Ou a-t-elle un caractère saisonnier?

c) Quantité d'importations nécessaires contre capacité d'approvisionnement:

Quels sont les niveaux d'importation des commandes du point de vue volume?

Existe-t-il une quantité minimum à laquelle Madagascar aurait du mal à répondre? Certaines commandes sont passées sur la base des ventes en consignation (dont s'occupent des courtiers) alors que les transformateurs alimentaires peuvent imposer des quantités minimum pour les contrats d'achat avec les exportateurs ou leurs agents

d) Niveau de prix des importations (en termes caf):

Quels sont les prix récents (caf) des achats aux divers niveaux de qualité/classification?

Dans quelle mesure les prix varient-ils dans le temps et pour les diverses classifications entre clients?

e) Modes de production internes:

Quelle est la partie de la consommation locale à laquelle peut satisfaire la production locale?

Est-ce que cette proportion augmente ou diminue? Pourquoi?

Quelle est la qualité produite localement?

Quels sont les mécanismes de prix et les modes de l'offre du produit cultivé dans le pays?

f) Fluctuations de l'offre chez les principaux concurrents:

Existe-t-il des fluctuations annuelles ou saisonnières sur les filières des marchés des principaux concurrents?

Ces fluctuations sont-elles fréquentes et dans quelle mesure affectent-elles le marché?

g) Financement des exportations: méthodes de paiement entre exportateurs, expéditeurs et agents d'importation:

Comment se font les ventes des exportations? Avec quelle formule de paiement parmi les suivantes:

- lettre de crédit à l'exportation
- traite à l'exportation
- avances sur paiement
- comptant contre document
- consignation
- compte ouvert
- autres méthodes (spécifiez)

Est-ce que les importateurs émettent des lettres de crédit pour les expéditions? Est-ce que la banque qui les émet est bien établie sur la place?

Est-ce que les importateurs émettent des lettres de crédit à vos exportateurs?

Est-ce que les méthodes actuelles posent des problèmes de crédit ou de finances pour vos exportateurs?

h) Normes phytosanitaires du produit importé:

Quelles sont les normes phytosanitaires du pays importateur?

Est-ce que les produits répondent à ces normes? Dans la négative, serait-il difficile d'y répondre?

i) Itinéraires, délais, capacités, coûts pour expédier le produit en question sur le marché importateur:

Est-ce que le produit a besoin d'un stockage ou d'un transport spécial?

Quelle est la fréquence de la disponibilité des bateaux pour transporter le produit sur le marché?

Est-ce que les bateaux ont des capacités pour les produits réfrigérés et non-réfrigérés?

Existe-t-il des moyens de transport aérien et pour quel volume? Quels sont les autres concurrents voulant profiter de ce moyen de transport? Quelle est la fréquence des vols? Sont-ils d'un prix abordable? Conviennent-ils?

A combien estime-t-on les frais de transport par tonne de produit jusqu'aux principales destinations?

Combien de temps faut-il pour que le produit arrive sur chaque grand marché d'importation?

j) Existe-t-il un accord commercial préférentiel ou autre traité avec ce pays qui conférerait un avantage à votre produit exporté?

Existe-t-il un accord commercial préférentiel avec vos concurrents?

Dans l'affirmative, quelle est la durée de validité de cet accord? Est-il susceptible de le changer?

k) Quelle position sur le marché importateur détiennent les exportateurs concurrentiels?

Combien y-a-t-il de transformateurs et/ou de distributeurs nationaux pour le produit importé?

Est-ce que ces sociétés ont des liens directs (financiers, contractuels, co-entreprises) avec des exportateurs concurrentiels?

Quelles sont les activités promotionnelles déployées actuellement sur le marché par les exportateurs concurrentiels?

Quelles sont les normes de prix et de qualité des produits des exportateurs concurrentiels?

l) Existe-t-il des tarifs ou des quotas qui freinent les importations? Des barrières non tarifaires?

m) Existe-t-il des accords commerciaux préférentiels et des accords tarifaires qui confèrent à certains pays un meilleur accès au marché?

Avec quels pays ces accords sont-ils passés?

Pendant quelle période de production ces accords préférentiels sont-ils en vigueur?

Est-ce que ces périodes de production coïncident avec la période de production à Madagascar pour les mêmes produits?

n) Tendances dans la demande nationale pour les produits:

Quelles sont les préférences du consommateur pour les produits?

Quelles sont les contraintes du point de vue goût et apparence?

Quel est le degré de connaissance du produit, aussi bien chez les consommateurs que chez les commerçants?

Comment le produit est-il vendu dans le détail? Frais, séché, en conserve ou congelé?

Quelles sont les perspectives du marché pour le produit? Pourquoi?

o) Contexte économique et politique sur le marché cible (pays importateur):

La situation politique est-elle stable dans ce pays?

Quelles sont les projections de croissance pour son économie? Sa situation du point de vue dette? Son revenu par habitant?

Les importateurs étrangers ont-ils une bonne réputation pour obtenir le financement ou procéder au paiement pour les produits?

p) Filières de marché dans le pays importateur:

Quelles sont les filières de vente et de distribution pour le(s) produit(s)?

Quel est le réseau de transport pour le(s) produit(s)?

Quels sont les types d'installations de stockage disponibles?

Combien de temps faut-il entre l'arrivée au port et la livraison aux grossistes et aux détaillants?

### 3. PREPARER L'INTERVIEW OU LE QUESTIONNAIRE

La plus grande partie de l'information nécessaire pour évaluer un éventuel créneau d'exportation n'est pas sous forme écrite ou du moins pas compilée dans un même document. La meilleure manière d'obtenir des informations à jour, exactes et à un coût abordable, est d'interviewer directement les divers participants du marché. Il est important que vous préparerez à l'avance les interviews car la qualité de l'étude dépend directement de la qualité des interviews.

#### 3.1 Préparer une interview orale

**(1) Indiquer quel est votre but.** Lorsqu'on contacte les agro-industries des pays importateurs, il est capital d'expliquer exactement et en détail les raisons vous poussant à les contacter. Vous devez insister sur le fait que vous n'avez rien à voir avec les autres intervenants du marché et garantir le caractère confidentiel des questions que vous aimeriez poser.

**(2) Diversifier vos contacts.** Les principaux informants devraient refléter divers points de vue et problèmes. Ils devraient représenter les différentes étapes du processus d'importation et les différentes professions.

**(3) Classer vos thèmes.** Les interviews avec les principaux informants sont faites en utilisant un guide d'interview qui donne une liste de thèmes et questions qui seront couvertes pendant l'entretien. L'interviewer formule les questions effectives au moment de la discussion.

L'information que vous devez obtenir auprès des agents importateurs devrait être formulée **bien avant** l'interview. Les thèmes devraient être classés en fonction de leur importance et sensibilité.

La formule du questionnaire doit être souple c'est-à-dire que la direction que prendra l'entretien va dépendre du type d'information que donne l'informant. Il faut poser des questions ouvertes surtout celles qui commencent par "pourquoi". En outre, les questions doivent être posées de sorte à ne pas biaiser la réponse.

Pendant l'interview, il est important de déterminer les motivations et les attitudes des agents d'importation et des autres grands intervenants du marché. Penser à l'avance aux types de questions qui vous permettront d'obtenir cette information.

**(4) Poser vos questions en séquence.** L'interview devrait commencer par des questions d'information générale sur le type de sociétés avec lesquelles vous travaillez. Vous tenez à savoir quelles sont les connaissances du répondant et dans quelle mesure il est ouvert à l'entretien. Vous voulez également trouver le type de questions auxquelles cette personne est le mieux à même de répondre. Les domaines où les répondants ne sont bien informés devraient être gardés pour la fin au cas où il faudrait raccourcir l'interview parce qu'on manque de temps.

Certains des thèmes dont vous parlerez pendant l'interview peuvent être vus comme des informations stratégiques et doivent être introduits dans le bon contexte. Ces questions sont généralement gardées pour un moment plus avancé de l'interview, ce qui donne à l'informant le temps de comprendre le but et la nature de votre étude. Vous devez garantir et, par la suite respecter, le caractère confidentiel de toute information stratégique que vous recevez.

**(5) Prendre des notes.** On peut prendre des notes pendant l'interview. Celles-ci devraient être aussi complètes que possible sauf lorsqu'on a affaire à des informations délicates. Il se pourrait en effet que l'informant hésite à vraiment répondre si les réponses sont conjuguées par écrit.

### **3.2 Préparer une enquête écrite informelle**

Il existe plusieurs grands inconvénients si l'on réunit des informations par le biais d'un questionnaire écrit. Premièrement, la formule et le contenu de l'enquête sont fixés à l'avance. On ne peut pas adapter au fur et à mesure que l'information est reçue. Deuxièmement, il faut du temps pour lire et répondre aux questionnaires écrits. De nombreuses personnes ont tendance à les jeter. Enfin, les questionnaires écrits ont tendance à inhiber les informants. Elles hésitent à mettre par écrit les informations délicates ou confidentielles qu'elles pourraient avoir.

Toutefois, ces enquêtes écrites pourraient s'avérer utiles lorsqu'il n'est pas possible ou trop cher de se déplacer ou de téléphoner. La réussite d'une enquête écrite dépend de votre capacité à pouvoir choisir les questions appropriées pour votre répondant, à les poser de sorte à obtenir la réponse souhaitée et à limiter le temps qu'il faut pour remplir le questionnaire.

**(1) Indiquer votre objectif.** A l'instar de l'interview orale, il faut indiquer clairement le but de votre étude et garantir le caractère confidentiel.

**(2) Diversifier vos contacts.** Choisir un groupe diversifié de personnes venant de tous les segments du marché d'importation. Contacter autant de personnes que possible au sein de chaque groupe. En effet, rappelez-vous que la plupart de vos contacts ne vont pas vous renvoyer votre questionnaire.

**(3) Ranger par ordre prioritaire vos questions.** Ne posez que le minimum absolument nécessaire de questions: plus le questionnaire est long, moins les répondants ont envie d'y répondre. Identifier le type de questions auxquelles le répondant est le plus à même de répondre.

**(4) Comment formuler vos questions de l'enquête.** Les questions écrites doivent être posées de sorte à pouvoir y répondre par un simple oui ou non ou alors le répondant peut cocher la réponse la plus appropriée au sein d'une liste donnée. Tout comme pour l'interview orale, il faut faire une séquence des questions et mettre les plus délicates vers la fin.

**(5) Inclure une enveloppe avec l'adresse et un timbre pour qu'on vous renvoie le questionnaire.**

#### **4. PREPARER LE RAPPORT**

Une fois les données collectées, les interviews achevées et les résultats vérifiés avec les contacts sur le marché, vous pouvez rédiger un rapport avec vos résultats et faire des recommandations.

En général, votre rapport devrait être organisé pour donner au lecteur un maximum d'informations sur le marché. Vous devez présenter clairement les informations nécessaires pour expliquer et soutenir vos conclusions et vos recommandations.

La présentation exacte de votre étude dépendra du type de marché que vous étudiez, de la quantité d'informations obtenues et des conclusions auxquelles vous êtes arrivé mais certaines directives générales n'en sont pas moins utiles. Voici des grandes lignes qui récapitulent les sections qui font partie de nombreuses études sur les marchés d'exportation.

1. Introduction:
  - a. Définition des objectifs
  - b. Définition de la méthodologie et des limitations de l'étude
  
2. Vue d'ensemble sur le marché mondial
  - a. Tendances au niveau de la valeur et du volume du commerce mondial
  - b. Information sur les grands marchés d'exportation pour les produits malgaches
  - c. Information sur les grands marchés d'importation pour les produits mondiaux
  
3. Marchés d'importation ciblés par votre étude (une section séparée pour chaque marché d'importation):
  - a. Tendances et préférences de marché (analyse de la part du marché, qualité et position concurrentielle d'autres fournisseurs)
  - b. Potentiel du marché pour votre produit.
  - c. Principales contraintes freinant la demande de votre produit.
  
4. Potentiel et contraintes de l'offre nationale
  - a. Production et tendances nationales
  - b. Contraintes nationales à l'expansion des importations
  
5. Conclusions et recommandations
  
6. Annexes

## 5. UNE APPLICATION: L'ETUDE DE CAS DES HARICOTS SECS

La présente section récapitule étape par étape le travail effectué pour réaliser une étude des créneaux d'exportation pour la filière des haricots secs à Madagascar.

### 5.1 Identifier le produit.

Les produits étudiés dans le cadre de l'enquête se limitaient aux variétés d'haricots destinées à l'exportation (3 à 4 variétés d'haricots). Les noms de ces variétés ont été obtenus en malgache et en français. La plupart des agents connaissaient ces noms. Ensuite, on a identifié les noms botaniques dans un manuel de référence sur les cultures tropicales. Les noms internationaux de ces produits ont été obtenus auprès des spécialistes du marketing des haricots secs aux Etats-Unis. On a également trouvé des codes du système commercial harmonisé (HTS) pour les recherches de données. Les classifications et les normes pour les haricots malgaches ont été obtenues auprès du Ministère du Commerce.

### 5.2 Obtenir une vue générale du marché international.

La première étape pour analyser le marché consistait à compiler les statistiques commerciales. Voici les sources qui ont été utilisées pour les données sur les exportations malgaches:

1. Le système de données Eurostat (statistiques officielles de la CEE) fournit les données sur les divers types de haricots secs par destination, origine (pays, régions et monde) en quantité (tonnes) et valeur (en 1000 ECU). Des informations sur les types d'haricots et les codes HTS sont données en Annexe 1. Les données d'Eurostat peuvent être obtenues auprès de la Communauté économique européenne à Bruxelles et dans les bureaux des grandes villes comme celui de Washington (où ont été obtenues les données pour l'enquête sur le marché des haricots secs).

Les niveaux d'importation des haricots secs n'ont pas changé grandement. C'est l'Europe qui attire le gros des importations de la plupart des haricots, tout particulièrement les types exportés par Madagascar. Les données indiquaient des changements annuels dans les niveaux d'importation pour chaque type d'haricot, le volume et la part de marché de chaque fournisseur étranger. Les données sur la production de la CEE auraient également pu être étudiées mais ce n'était pas vital pour l'étude.

Les importations européennes de lingot blanc et de pois du cap et leurs substituts proches ont indiqué que, si les exportations malgaches ont diminué, les importations générales sur les marchés anglais et français sont restées environ au même niveau. En outre, les importations des *large lima beans* des Etats-Unis (produit de remplacement des pois du cap) ont augmenté régulièrement au Royaume Uni.

2. Le Système de données commerciales de l'OCDE contient des informations sur la quantité et la valeur des importations par pays de destination ainsi que sur la quantité et la valeur des exportations par pays d'origine pour les haricots secs. L'Organisation pour la Coopération et le Développement Économique (OCDE) est située à Paris et a des bureaux dans chaque pays membre. Les données de l'OCDE pour l'étude sur le marché des haricots secs ont été obtenues dans la bibliothèque de la CEE à Washington. Ces données permettent d'identifier les grands marchés d'importation et des principaux pays fournisseurs de ces marchés.

3. Le Ministère du Commerce du Gouvernement à Malgache a des données annuelles sur la quantité des exportations malgaches par variété de haricots et par destination de marché. Les données obtenues sur une période de cinq ans (1987-1991) ont révélé des tendances importantes dans les exportations d'haricots malgaches. La quantité et la valeur des exportations malgaches d'haricots secs sur les marchés traditionnels en Europe ont diminué alors que les exportations vers la Réunion et l'Ile Maurice ont augmenté rapidement.

4. Les données sur le commerce mondial de la FAO fournissent des statistiques sur les importations vers l'Europe, l'Asie et l'Afrique. Ces données ont été utiles pour récapituler les informations sur les pays asiatiques qui n'avaient pas pu être obtenues à partir d'autres sources. Elles indiquaient que, derrière l'Europe, les pays asiatiques sont le groupe le plus important venant au deuxième rang des importateurs d'haricots. Le Japon est l'importateur le plus important. Les importations d'haricots en Asie sont utilisées pour les concentrés et les condiments de la cuisine traditionnelle. Ce sont les Etats-Unis, la Chine et l'Argentine qui sont les principaux exportateurs sur les marchés asiatiques.

5. Des analystes des échanges commerciaux américains et du marché des haricots secs ont été contactés pour arriver à mieux saisir les tendances au niveau des importations et de la production. L'information obtenue a permis d'identifier les périodes où de mauvaises conditions climatiques ou d'autres événements aléatoires ont altéré les modes d'importation. Les données sur la production et les exportations des haricots aux Etats-Unis par quantité et valeur ont été obtenues auprès du Bureau du recensement et du Département américain de l'agriculture (USDA). Les informations sur les prix nationaux ont été obtenues auprès du service des nouvelles sur le marché de l'USDA.

En outre, les analystes et les négociants américains ont fourni des informations sur la nature de la concurrence sur la place du marché international notamment sur les avantages qualité et prix, les tendances de production et les modes susceptibles de se présenter dans le court et le moyen terme.

En fonction de l'étape analyse de données commerciales, le champ d'action de cette étude de marché approfondie s'est limité aux importateurs de l'Europe de l'Ouest et de l'Océan indien à savoir l'Ile Maurice et la Réunion.

### **5.3 Collecte d'informations spécifiques au pays et au produit**

Les sources utilisées pour obtenir les informations dont il est question à la deuxième partie 2.2.3 étaient nombreuses et diversifiées. Les adresses et les numéros de téléphone des contacts sur le marché ont pu être obtenus chez des spécialistes du commerce travaillant à l'USDA et qui ont fourni une liste des importateurs d'haricots secs du monde entier compilée dans le cadre du programme AIMS (Service d'information et Marketing agricole). On a commencé par les appeler au téléphone en mentionnant les noms des contacts pour vérifier leur poste et leur connaissance de la situation du marché. Ensuite, des arrangements ont été pris pour des interviews plus approfondies en personne si possible. Ces contacts ont également fourni de nouveaux noms et de numéros de téléphone d'autres agents du marché.

**Les interviews faites avec les courtiers des importateurs des haricots, les transformateurs et les distributeurs étaient de loin la source d'information la plus valable de l'étude.** Un entretien d'une heure a fourni des renseignements extrêmement précieux sur la nature compétitive du marché mondial, les tendances dans la demande des importations, les conditions de l'offre nationale et les exigences de qualité. Lorsque telle ou telle personne contactée ne pouvait pas répondre à certaines questions, il ou elle a été en mesure de fournir d'autres noms et même souvent les numéros de téléphone de gens susceptibles de pouvoir y répondre.

En plus, les transformateurs et les distributeurs ont été interviewés pour trouver quelles étaient les techniques de transformation, les types de produit final, les contraintes du point de vue temps et qualité. On a également obtenu des informations sur les préférences des consommateurs, le conditionnement, les réseaux de distribution et l'emmagasinage.

En fonction de ces réponses préliminaires, nous avons pu cerner les grandes contraintes entravant les exportations d'haricots de Madagascar sur chacun des marchés d'exportation étudiés. Ensuite, nous étions en mesure d'utiliser nos résultats pour faire des recommandations sur le type de changement qu'il faudrait faire au niveau des pratiques de production, de marketing et d'exportation pour les haricots à Madagascar.

## ANNEXE A:

### DONNEES/INFORMATIONS SUR LE COMMERCE DES HARICOTS SECS POUR L'ETUDE SUR LES EXPORTATIONS DE MADAGASCAR

#### A. Données commerciales Eurostat 1980-1991:

- A.1 Données sur les importations d'haricots secs par destination (CEE), origine (pays, régions et monde) et types. Les haricots secs sont classés en catégories par code HTS à 8-chiffres (barème de tarifs harmonisés). Notez que le code HTS d'avant 1988 est légèrement différent et moins détaillé que le code actuel. Les quantités sont en tonnes (1000 kg). Les valeurs sont données par 1000 ECU (le taux d'échange entre l'ECU et le dollar américain est également disponible).

Voici les types d'haricots secs importés:

1. 0713.31.10---haricots *Vigna mungo (L) Hepper ou Vigna radiata (L) Wilczek*, de semence, secs, écosés
2. 0713.31.90---haricots *Vigna mungo (L) Hepper or Vigna radiata (L) Wilczek*, (autres que de semences), secs, écosés
3. 0713.32.10---haricots "petits rouges", *Phaseolus ou Vigna Angularis*, semence, secs, écosés
4. 0713.32.90---haricots "petits rouges", *Phaseolus ou Vigna Angularis*, (autres que de semences, secs, écosés )
5. 0713.33.10---haricots communs, *Phaseolus Vulgaris*, de semence, secs, écosés
6. 0713.33.90---haricots communs, *Phaseolus Vulgaris*, (autres que de semences), secs, écosés
7. 0713.39.10---haricots *Vigna et Phaseolus*, de semence, (non repr. sous 0713.31.10 - 0713.33.90), secs, écosés
8. 0713.39.90---haricots *Vigna et Phaseolus*, (autres que de semences, non repr. sous 0713.31.10 à 0713.33.90) secs, écosés

- A.2 Ces Données classent les pays exportateurs en ordre décroissant de volume par type de haricots et par pays importateur spécifique (Pays de la CEE uniquement) pour 1988-1991. C'est la France qui est le plus grand importateur de Madagascar. Les types d'haricots les plus importants du point de vue quantité importée sont les 0713.33.90--les haricots communs, y compris les lingots blancs. Les pois du cap sont classés sous 0713.39.90.

#### A.3 Importations de farine d'haricot de la CEE en 1991

1. Code HTS: 1106.1000---farine et poudre de légumineuse sèche du titre N 0713.
2. Les quantités sont en tonnes et en valeur de 1000 ECU

#### A.4 Exportations:

Données sur les exportations de la CEE en 1990 pour les haricots par origine (CEE), destination (pays, régions et monde) et types (code HTS à 8-chiffres). Les quantités sont en 1000 kg et les valeurs sont en 1000 ECU.

Les produits d'haricots exportés comprennent:

1. 0713.33.10---haricots communs, *Phaseolus Vulgaris*, de semence, secs, écosés
2. 0713.33.90---haricots communs, *Phaseolus Vulgaris*, (autres que de semences), secs, écosés
3. 0713.39.10---haricots *Vigna et Phaseolus*, de semence, (non repr. sous 0713.31.10 - 0713.33.90), secs, écosés
4. 0713.39.90---haricots *Vigna et Phaseolus*, (autres que de semences, non repr. sous 0713.31.10 à 0713.33.90) secs, écosés
5. 0713.40.10---lentilles de semence, séchées, écosées
6. 0713.40.90---lentilles, séchées, écosées,
7. 0713.50.10---fèves et féveroles, de semence, écosées
8. 0713.50.90---fèves et féveroles, (autres que de semence), séchées, écosées
9. 0713.90.10---légumes à cosse, de semence, (non repr. sous 0713.10.11 à 0713.50.90), secs, écosés
10. 0713.90.90---légumes secs autres, écosés (non compris destinés à l'ensemencement et 0713.10.11 à 0713.50.90)

#### B. DONNEES COMMERCIALES DE L'OCDE 1990:

##### B.1 Importations:

i. Les données sur les importations d'haricots au Royaume-Uni sont présentées par origine (pays) et types. Les produits d'haricots secs sont rangés selon les codes SITC à 5-chiffres. Les quantités sont en tonnes et les valeurs en 1000 dollars américains.

Les types d'haricot du code SITC sont entre autres:

1. 054.23---haricots autres que les fèves et les féveroles, secs, écosés, qu'ils soient décortiqués ou cassés
2. 054.25---haricots autres que les fèves et les féveroles, secs, écosés, qu'ils soient décortiqués ou cassés
3. 054.29---légumes secs autres que les pois, les pois chiches, les haricots et les lentilles, séchés, écosés, qu'ils soient décortiqués ou cassés

ii. Des données analogues sont présentées sur les importations du Pays-Bas. Les types d'haricot englobent 054.23 et 054.25.

## B.2 Exportations:

i. Les données sur les exportations des Pays-Bas pour 054.23---haricots autres que les fèves, féveroles par pays (France, Royaume-Uni, Allemagne) et régions choisies.

## C. Données sur les exportations d'haricots de Madagascar

### C.1 1979

1. Exportations d'haricot de Madagascar par destination et type.
2. Quantités en kilogramme net et en valeur en 100 FMG
3. Les produits sont classés selon la *Nomenclature pour la classification des marchandises dans les tarifs douaniers (NDB)*. Notons que c'est un système différent des codes SITC et des codes HTS utilisés par la CEE.
4. Les produits d'haricot sont à la section II: *Produits du règne végétal, Division 07: Légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires:*

- a. 070509---haricots communs
- b. 070521---pois chiches secs pois pointus
- c. 070534---pois du cap secs PC 1
- d. 070535---pois du cap secs PC 2
- e. 070536---pois du cap secs PC 3
- f. 070537---pois du cap secs PC 4
- g. 070538---autres pois du cap secs
- h. 070539---autres pois secs
- i. 070549---lentilles sèches
- j. 070561---amberiques
- k. 070571---voemba
- l. 075090---autres légumes secs

Source: *Statistique du Commerce Extérieur de Madagascar, République Malgache, Direction de l'Institut National de la Statistique et de la Recherche Economique, tome 1, 1979.*

### C.2 1980-1986

Données sur les exportations par type d'haricot uniquement---pois du cap, autres haricots secs (blanc, rouge, marbré, etc.), lentilles. Les quantités des exportations mondiales totales en tonnes.

Source: Ambassade de Madagascar, Washington DC

### C.3 1987-1991

1. Exportations d'haricot sec de Madagascar de l'espèce *Vigna Mungo (L) Hepper* ou *Vigna radiata (L) Wilczek*, petits haricots rouges, *phaseolus vulgaris*, ou autres. Les quantités sont en kg. Confère page ci-jointe pour la classification par ordre de grandeur des volumes d'importation et les pays respectifs.

Ces données (source: consultants ATW) nous donnent généralement des chiffres plus petits que les données commerciales EUROSTAT couvrant la même période. Ces différences vont de 50 à quelques centaines de tonnes selon le type d'haricot.

2. Les exportations du *pois de cap* de Madagascar (PC1, PC3, PC3, PC4) vers les pays suivants en ordre de grandeur décroissant du total des volumes d'exportation: Réunion et l'Ile Maurice, France, Royaume-Uni, Mayotte, Espagne, Djibouti et les Comores. Quantités en kg.

Source: ATW Consultants

### **D. Annuaire commercial de la FAO volume 43, 1989 -- données sur les échanges commerciaux mondiaux, (FAO/Nations Unis)**

#### D.1 Haricots secs 1987-1989:

- i. Données sur les importations dans des pays choisis en Europe, en Asie et en Afrique.
- ii. Données sur les exportations en Australie et dans des pays choisis en Europe, en Asie, en Afrique, en Amérique du Nord et du Sud.

### **E. Situation et perspective mondiale pour les céréales, (FAS/USDA):**

#### E.1 Données sur les échanges mondiaux:

1. Données sur les importations et exportations d'haricots, de pois et de lentilles par pays choisis et dans le monde, 1985/86 - 1990/91. Quantités en 1000 tonnes. (pp.5-7)

#### E.2 Données sur les échanges de légumes secs des Etats-Unis:

1. Graphique à secteurs sur les importations et exportations américaines de légumes secs: haricots, pois et lentilles 1986/87 - 1989/90 (p.8)

2. Graphique sur les exportations d'haricots américains par type, 1989/90: *Great northern*, *Navy*, *Pinto*, *Lima*, haricots rouges, blancs, noirs, niébé blanc, autre et semences. Unités en tonnes (p.8)

3. Graphique à barres sur les importations de pois aux Etats-Unis par type, 1986/90: pois chiches, pois jaunes, niébé, petits pois, pois cassés et autres. Unités en tonnes (p.8)

4. Graphique à barres sur les exportations américaines d'haricots, de pois et de lentilles sur les cinq plus grands marchés et autres créneaux, 1979/80 - 1989/90. Unités en tonnes. (p.9)

5. Graphiques sur la ventilation des exportations et des importations de légumes secs des Etats-Unis (haricots, pois et lentilles), 1979/80 - 1989/90, indiquant les tendances du marché. Unités en tonnes (p.10)

6. Graphiques sur l'offre (production et importations) et la demande (d'utilisation et exportations) de légumes secs des Etats-Unis: haricots, pois et lentilles, 1984/85 - 1990/91. Unités en 1000 tonnes. (p.11)

### E.3 Données sur les exportations américaines, 1979/80 - 1989/90:

#### 1. Données sur les exportations d'haricots secs des Etats-Unis:

a. Total des exportations d'haricots secs des Etats-Unis par destination (pays et régions). Les régions englobent l'Amérique du Nord, les Caraïbes, l'Amérique centrale, l'Amérique du Sud, la Communauté économique européenne, l'Europe de l'Ouest, l'Europe de l'Est, le Moyen-Orient, l'Afrique, l'Asie et l'Océanie. Les unités sont données en tonnes (pp. 12-14)

b. Ventilation des exportations américaines d'haricots par destination (pays et régions) et par types. Les types d'haricots sont les *Pinto*, *Great northern*, *Red kidney*, *Lima*, les haricots noirs, les haricots blancs, le niébé blanc et les autres. Unités en tonnes. (pp.15-31).

c. Total des exportations américaines d'haricots par destination. Valeur par 1000 dollars. (pp.56-56)

#### 2. Données sur les exportations américaines de pois secs:

a. Total des exportations américaines de pois secs par destination (pays et régions). Unités en tonnes (pp. 32-34)

b. Ventilation des exportations américaines de pois secs par destination et par types. Les types de pois sont les petits pois, les jaunes, Australian Winter, pois chiches et autres. Unités en tonnes. (p. 35-45).

c. Total des exportations américaines de pois par destination, valeur en 1000 dollars. (pp. 59-61)

3. Données sur les exportations américaines de lentilles:

a. Total des exportations américaines de lentilles par destination. Unités par tonnes. (pp. 46-48)

b. Total des exportations américaines de lentilles par destination, valeur en 1000 dollars. (pp. 62-64)

4. Données sur les exportations américaines de semences:

a. Ventilation des exportations d'haricots de semence des Etats-Unis par destination et type. Les types de semences concernent les haricots, les pois et les lentilles. Unités en tonnes. (pp. 49-55)

E.4 Données sur les importations américaines, 1979/80 - 1989/90:

1. Données sur les importations américaines de haricots secs:

a. Total des importations américaines de haricots par destination. Unités par tonnes. (pp. 65-66)

b. Ventilation des importations américaines par destination et type. Les types d'haricots sont *Pinto*, *Navy*, *Red kidney*, *Lima*, les haricots blancs, les Ambériques et autres. Unités en tonnes. (pp. 67-77)

c. Total des importations américaines de haricots par destination. Valeur en 1000 dollars. (pp. 94-95)

2. Données sur les importations américaines de pois secs:

a. Total des importations américaines de pois par destination. Unités en tonnes. (pp. 78-79)

b. Ventilation des importations américaines de pois secs par destination et type. Les types de pois sont les petits pois, les jaunes, les pois cassés, le pois chiches, les niébés et autres. Unités en tonnes. (pp. 80-88)

c. Total des importations américaines des pois par destination. Valeur en 1000 dollars. (pp. 96-97)

3. Données sur les importations américaines de lentilles:

a. Total des importations américaines de lentilles par destination. Unités en tonnes. (pp. 89-90)

b. Total des importations américaines de lentilles par destination. Valeur en 1000 dollars. (pp. 98-99)

4. Données sur les importations américaines de semences:

a. Ventilation des importations américaines de semences par destination et par type. Les types de semences concernent les haricots, les pois et les lentilles. Unités en tonnes. (pp.91-93)

Source: World Grain Situation and Outlook, (FAS/USDA), no. 3-91, 1991.

**F. Données sur le commerce des Pays-Bas 1989-1990:**

F.1 Importations et exportations d'haricots des Pays-Bas par origine (pays) et type:

1. Notons qu'il n'y a aucun écart important entre ces données commerciales et celles de l'EUROSTAT (importations d'haricots aux Pays-Bas par origine et type). Les données sur les échanges commerciaux des Pays-Bas sont plus détaillées que celles d'Eurostat. En effet, les premières spécifient les pays d'origine pour tous les types d'haricots alors que les données d'Eurostat ne donnent que les pays exportateurs pour certains types d'haricots.

2. Les types d'haricots sont classés selon le système HTS (le système utilisé aux Pays-Bas est en fait appelé la Nomenclature commune (NC). Elle est fondée sur le système HTS et semble analogue à ce système).

3. Quantités en 1000 kg et valeur en 1000 gld.

4. Voici les types d'haricots:

- a. 0713.31.100
- b. 0713.31.900
- c. 0732.32.100
- d. 0713.32.900
- e. 0713.33.100
- f. 0713.33.900
- g. 0713.39.100
- h. 0713.39.900

Voir section A.1 (Données commerciales Eurostat 1980-1991) pour la définition des codes HTS.

F.2 Importations et exportations des Pays-Bas par pays spécifique (par exemple Madagascar).

1. Catégories de produits classés selon les codes SITC à 3-chiffres.
2. Quantités en 1000 kg et valeur en 1000 gld.
3. Les importations les plus importantes de Madagascar tant du point de vue quantité que valeur sont 071---café et 075 *specerijen*.

Sources: 1. Jaarstatistiek van de Buitenlandse Handel 1990, Central Bureau voor de Statistiek, Voomburg/Heerlen, 1991.  
2. Jaarstatistiek van de Buitenlandse Handel 1989

G. **Données sur les échanges commerciaux du Royaume Uni 1989 jusqu'en mars 1990:**

G.1 Importations de légumes secs au Royaume-Uni par origine et type.

1. Quantités en tonnes et valeur en 1000 livres
2. Produits de base rangés selon les codes SITC à 5-chiffres
3. Produits d'haricots sous le titre 054.2 SITC---légumineuses, légumes secs, écosés, qu'ils soient ou non décortiqués ou cassés.
  - a. 054.21---pois
  - b. 054.22---pois chiches
  - c. 054.23---haricots, autres que fève et fève à cheval
  - d. 054.24---lentilles
  - e. 054.25---fèves et féveroles
  - f. 054.29---légumes secs autres que pois, pois chiches, haricots et lentilles

G.2 Importations du Royaume Uni auprès de pays spécifiques ( par exemple Madagascar).

1. Valeur de la marchandise en 1000 livres.
2. Codes SITC à 2-chiffres uniquement (05 et 07 pour les importations de Madagascar)

Sources: 1. Business Monitor, Overseas Trade Statistics of the United Kingdom, March, 1990, Central Statistical Office, Londres, 1990;  
2. Business Monitor, Overseas Trade Statistics of the United Kingdom, Décembre, 1989.

**H. Information générale sur l'économie et le secteur agricole de Madagascar, les Seychelles, la Réunion, les Comores et l'Ile Maurice.** Les tableaux sur la production et les échanges de Madagascar:

1. Production et importations de produits vivriers à Madagascar (y compris pois du cap), pays choisis, 1972-79. Quantités en 1000 tonnes.
2. Production et exportation de produits industriels à Madagascar, 1972-79. Quantités en 1000 tonnes.
3. Composition du commerce de produits, 1972-79: exportations et importations par produit choisi. Valeur en milliards de francs malgaches.
4. Direction du commerce, 1974-80: exportations et importations par pays choisi (y compris la Réunion). Valeur en millions de dollars américains. (Source Direction of Trade Statistics Yearbook, 1981, FMI, 1981)

Source: Indian Ocean: Five Island Countries, American University Foreign Area Studies, ed. Frederica M. Bunge, US Government Printing Office, DC:1983.

**I. Ile Maurice:** Information générale, noms et adresses des chambres de commerce, services publics et organisations publiques associées au commerce, associations commerciales, bibliothèques d'entreprise, publications et sources statistiques.

Source: World Trade Resources Guide, ed. Kenneth Estell, Gale Research Inc., Detroit, MI:1992

**J. Barèmes de tarifs harmonisés des Etats-Unis, 1992:** Classification des exportations (tarif B) et des importations d'haricots. Note: les produits à l'exportation et à l'importation ont des codes légèrement différents.

J.1 Barème à l'importation HTS:

1. Pois du Cap
  - a. importés pour la consommation du 1er mai au 31 août y compris: 0713.39.20.30
  - b. si importés pour la consommation en dehors de la période susmentionnée: 0713.39.40.30
2. Code d'importation pour d'autres Pois du Cap:
  - a. importés entre le 1er mai et le 31 août: 0713.39.20.40
  - b. si importés en dehors de la période susmentionnée: 0713.39.40.40

J.2 Barème à l'exportation HTS:

1. Pois du Cap: 0713.39.5030

2. Autres Pois du Cap: 9713.39.5040

**K. Prix agricoles Eurostat 1980-89**

Prix des haricots secs (non compris TVA) par 100 kg de EC-12. Valeur en monnaie locale et en ECU. Ce sont les seuls prix d'haricot de la CEE qui sont disponibles sous forme publiée.

## ANNEXE B

<b>Identification of certain bean varieties in Madagascar</b>		
<b>Scientific Name</b>	<b>Local Variety Name</b>	<b>Commercial class</b>
<i>Phaseolus vulgaris</i>	Tsaminanakavy	White kidney (Gros Blancs)
	Fotsy lava	Great Northern (Lingot blanc)
	Fotsy botra	Small white Navy (Coco blanc)
	Rotra lava	Red common (Sang de boeuf)
	Menakely	Small red common (Coco rouge)
	Mavokely	Pink bean
	Mara mena	Red speckled bean (Rouge marbré)
	Marlat	Light red speckled bean (Rouge marbré)
<i>Phaseolus lunatus</i>	Kabaro	Large lima bean (pois du cap)
<i>Vigna umbellata</i>	Tsiasisa mena	Red mung bean (Ambérique)
<i>Vigna radiata</i>	Voantsiroky	Mung bean (Ambérique)
<i>Vigna unguiculata</i>	Voanemba mena	Cowpea (Niébé rouge)
<i>Vigna unguiculata</i>	Voanemba fotsy	Blackeyed Cowpea (Niébé blanc)