

ISSN 1020-9395

5

**Guide de vulgarisation en matière
de commercialisation**

COMMERCIALISATION HORTICOLE



Pour obtenir d'autres exemplaires de la présente publication
et des informations sur les activités de la FAO concernant la commercialisation
des produits agricoles, veuillez vous adresser au:

Groupe de commercialisation agricole
Division des infrastructures rurales et des agroindustries
Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
Viale delle Terme di Caracalla
00153 Rome, Italie

Télécopie: (+39)-06 57056850
Courrier électronique: AGS-Registry@fao.org
<http://www.fao.org/ag/ags/subjects/fr/agmarket/agmarket.html>

5

Guide de vulgarisation en matière
de commercialisation

COMMERCIALISATION HORTICOLE

par
Grahame Dixie

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION ET L'AGRICULTURE
Rome 2009

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) aucune prise de position quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. La mention de sociétés déterminées ou de produits de fabricants, qu'ils soient ou non brevetés, n'entraîne, de la part de la FAO, aucune approbation ou recommandation desdits produits de préférence à d'autres de nature analogue qui ne sont pas cités. Les opinions exprimées dans ce produit d'information sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement celles de la FAO.

ISBN 978-92-5-206326-1

Tous droits réservés. Les informations contenues dans ce produit d'information peuvent être reproduites ou diffusées à des fins éducatives et non commerciales sans autorisation préalable du détenteur des droits d'auteur à condition que la source des informations soit clairement indiquée. Ces informations ne peuvent toutefois pas être reproduites pour la revente ou d'autres fins commerciales sans l'autorisation écrite du détenteur des droits d'auteur. Les demandes d'autorisation devront être adressées au:

Chef de la
Sous-division des politiques et de l'appui en matière de publications électroniques
Division de la communication
FAO
Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Rome, Italie
ou, par courrier électronique, à:
copyright@fao.org

© FAO 2009

Table des matières

Remerciements	viii
1 Introduction à la commercialisation horticole	1
2 Comment aider les producteurs à rentabiliser leur exploitation	9
3 L'offre et la demande	19
ÉTUDES DE CAS	29
4 Vulgarisation en matière de commercialisation	43
5 Comment aider les agriculteurs à comprendre le marché	53
6 Comment aider les agriculteurs à décider quoi faire	65
7 Produire pour le marché	81
8 Manutention après récolte	93
9 Améliorer l'organisation de la commercialisation	103
Annexes	113
Lectures supplémentaires	145

Figures

1	Relation entre les prix et le bénéfice de l'agriculteur	12
2	Augmentation des prix le long de la filière de commercialisation	14
3	Impact des pertes de produits	17
4	Changements de l'offre et des prix au cours d'une saison	22
5	Fluctuations des prix et de la production sur plusieurs années	22
6	Relation à long terme entre les prix et la demande	23
7	Un calendrier des récoltes	55
8	Carte des lieux de production	58
9	Circuits de marché	58
10	Circuits de commercialisation des légumes	59
11	Graphe des tendances des prix	60
12	Coûts de production, marge brute par acre et point mort du coût	84
13	Analyse coûts-avantages de l'emballage	100

Tableaux

1	Effet sur le bénéfice des différents niveaux de production, de prix, de quantités vendues et de coûts encourus	11
2	Coûts liés à un légume sec	56
3	Résultats des études des petites exploitations en Afrique du Sud	61
4	Contraintes liées à la commercialisation chez les agriculteurs	63
5	Autres stratégies possibles en matière de commercialisation	72
6	Solutions réalistes et non réalistes aux problèmes de commercialisation	75
7	Choisir les cultures à pratiquer	83

Encadrés

1	Atouts et faiblesses des petites et des grandes exploitations	5
2	Catégories d'agriculteurs selon leur approche à l'égard de la commercialisation	67
3	Exemples des problèmes de commercialisation des agriculteurs et des solutions potentielles	71
4	Travailler avec les agriculteurs pour améliorer la commercialisation	73
5	Activités visant à créer des liens avec les marchés et les entreprises	92

Annexes

1	Questionnaire pour l'agriculteur	115
	Arrangements de commercialisation de l'agriculteur	116
2	Questionnaire pour le négociant	119
	Information sur les produits du négociant	120
3	Résumé des techniques de vulgarisation en matière de commercialisation	122
4	Résumé des questions relatives à la manutention après récolte	128
	Conseils généraux relatifs à l'entreposage des produits frais	135
	Pratiques de transport recommandées	137
5	Formation des fonctionnaires agricoles	139
6	Erreurs courantes dans la commercialisation	140
7	Fiche d'information sur un négociant	143

Remerciements

Nombreuses sont les personnes qui ont contribué aux idées et aux techniques examinées dans le présent guide. Parmi elles se trouvent les centaines d'agriculteurs, de négociants et de vulgarisateurs avec lesquels j'ai eu le privilège de travailler au cours des 25 dernières années. Ed Seidler, Andrew Shepherd, Åke Olofsson et Florence Tartanac de la FAO, Andrew Sergeant et Peter Jaeger de Accord Associates LLP, Steven Harris de TechnoServe, Alex Serrano de CLUSA, Lulama Ntshephe du département de l'agriculture d'Afrique du Sud, Sanjay Gupta de MART, Janet Kent et Allison Brown, ont tous apporté leur précieux concours à l'élaboration de cette publication. Des remerciements particuliers à Andrew Shepherd pour la profonde restructuration et révision du texte et à Francesca Cabré Aguilar pour sa patience et son soutien en tant que secrétaire. L'ouvrage a été conçu par Tom Laughlin et Michael Breece et, enfin et surtout, les dessins humoristiques ont été fournis par Yuss.

Grahame Dixie