

**ANNEXES**

# Annexe 1 – Partie 1

## Questionnaire pour l'agriculteur

Rempli par .....

Date .....

Nom de l'agriculteur .....

Lieu de l'exploitation agricole .....

Brève description de l'exploitation .....

.....

.....

### Ressources

Superficie de l'exploitation .....

.....

.....

(totale, cultivée, irriguée)

Matériel utilisé? .....

.....

.....

Accès à l'eau .....

.....

.....

(distance de l'exploitation, techniques d'irrigation)

Intrants (semences, engrais, herbicides) achetés et où ont-ils été achetés .....

.....

.....

.....

.....

Combien de personnes travaillent dans l'exploitation? .....

.....

.....

.....

(lui/elle même, famille et travailleurs salariés)

### Production

Quelles sont les principales cultures produites pour la vente? ....

.....

.....

.....

.....

.....

(identifier les principales cultures réellement vendues, plutôt que celles qui sont consommées, et le pourcentage de la production totale représenté par les ventes de marché)

Quels sont les principaux problèmes rencontrés dans la production?

.....

.....

.....

.....

## Commercialisation

Comment sont vendues les cultures/les produits? .....

.....  
.....  
.....

(passage du négociant à l'exploitation, acheminement sur  
le marché local ou un marché plus important, etc.)

Comment l'agriculteur décide-t-il des prix à demander? .....

.....  
.....  
.....

Quels sont les principaux problèmes rencontrés dans la  
commercialisation? .....

.....  
.....

Qui sont les acheteurs les plus importants localement  
pour chaque produit? .....

.....  
.....  
.....

Quelles améliorations souhaiteriez-vous voir apportées aux  
arrangements de commercialisation? .....

.....  
.....

## Annexe 1 — Partie 2 Arrangements de commercialisation de l'agriculteur

Produit .....

.....  
(identifier le produit pour une enquête plus détaillée)

### Information sur le produit

Rendement total .....

Quelle proportion de votre production totale est vendue? .....

.....

Quantités vendues annuellement? .....

.....  
(ventes en hausse? en baisse?)

Offre saisonnière .....

.....  
(début de saison, pleine saison et fin de saison par mois)

Emballage .....

.....  
(poids de produit par unité d'emballage, type d'emballage)

Les normes de calibrage et de qualité sont-elles appliquées? ....

.....  
(taille, couleur, humidité, variété, etc.)

Prix courants et fourchette des prix: .....

.....  
.....  
.....

(prix moyen, prix maximal et minimal, variabilité entre les saisons,  
variation des prix selon le calibrage)

Coûts de production? .....

.....  
.....  
.....  
.....

(mise en culture, semences, engrais, irrigation,  
désherbage et herbicides, lutte contre les animaux nuisibles  
et les maladies, main d'œuvre recrutée pour  
les semences/les plantations, la gestion des cultures,  
la pulvérisation, l'irrigation, la récolte, la calibrage, l'emballage)

### **Transport (pour le négociant et l'agriculteur)**

Comment est organisé et effectué le transport? .....

.....  
.....  
.....

Quelles quantités sont transportées à chaque voyage au marché?

.....  
.....  
.....  
.....

Quels sont les coûts par unité d'emballage utilisée pour transporter  
les produits aux différents marchés? .....

.....  
.....  
.....  
.....

Quels sont les problèmes rencontrés dans le transport? .....

.....  
.....  
.....

### **Emballage, entreposage et transformation (agriculteur et négociant)**

Type et taille du matériel d'emballage, et combien  
coûte-t-il? .....

.....  
.....  
.....

Arrangements relatifs à l'entreposage, le cas échéant. Où, comment  
et par qui ? .....

.....  
.....  
.....

(au niveau de l'exploitation, à la coopérative,  
auprès d'un groupement d'agriculteurs,  
au niveau du marché, par l'utilisateur final, type, coût)

## Enterprise

Comment la culture est-elle commercialisée à l'heure actuelle? ...

.....  
.....  
.....  
.....

Qui sont les acheteurs les plus importants? .....

.....  
.....  
.....

(différents types d'acheteurs auxquels l'agriculteur peut vendre)

Quels acheteurs ont la meilleure réputation? .....

.....  
.....

Y a-t-il concurrence entre les acheteurs? .....

.....  
.....

Les agriculteurs fournissent-ils des crédits aux acheteurs? .....

.....  
.....  
.....

Quand les acheteurs paient-ils? .....

.....  
.....

Quels sont les principaux marchés où sont vendus les produits? ...

.....  
.....  
.....  
.....

## Généralités

La culture est-elle rentable? .....

.....

Y a-t-il des possibilités de vendre davantage de produits?.....

.....  
.....  
.....

Comment est-il possible d'améliorer la rentabilité de la culture? ....

.....  
.....  
.....  
.....

Comment savez-vous à quel prix vendre vos cultures ? .....

.....  
.....  
.....  
.....

(bouche à oreille; information de marché, radio)

## Annexe 2

# Questionnaire pour le négociant

Enquêteur .....

Date .....

Personne contactée .....

Position .....

Nom et adresse de l'entreprise .....

.....

Activités de l'entreprise .....

.....

.....

.....

.....

(principaux produits achetés/vendus, qui vend à qui,  
services fournis comme l'entreposage réfrigéré,  
la collecte, la livraison, le crédit, l'emballage, le calibrage)

Ressources de l'entreprise .....

.....

.....

.....

.....

(transport, entreposage réfrigéré, points de vente de gros,  
points de vente de détail)

Procédures commerciales .....

.....

.....

(les produits sont-ils collectés ou livrés par l'agriculteur?  
commission ou achats à prix fixe? comment/quand les prix  
sont-ils convenus? modalités de paiement?)

Produits faisant l'objet d'une demande ou produit dont l'offre est  
limitée .....

.....

.....

.....

(produits nécessaires en plus grande quantité et quand,  
normes du produit, prix probables)

Principaux clients .....

.....

.....

.....

(les ventes sont-elles en hausse, inchangées, en baisse?)

Principales difficultés en tant qu'entreprise? .....

.....

.....

.....

.....

Comment les négociants souhaitent-ils travailler avec les

fournisseurs? .....

.....

.....

Qui sont les plus grandes entreprises commerciales de fruits et légumes? .....

.....

.....

## Information sur les produits du négociant

Produit .....

Quantités vendues .....

(total par année)

.....

.....

.....

(exemples de maximum ou minimum par mois ou par semaine)

Estimation du volume total du marché .....

.....

.....

.....

(essayer d'établir la quantité globale des ventes dans la région, la ville, le village, et la relation entre l'offre et la demande)

Principaux fournisseurs .....

.....

.....

.....

(quel est leur spécificité saisonnière ou particulière et avez-vous des problèmes avec eux?)

Normes du produit .....

.....

.....

.....

(variété ou description)

Normes de calibrage ou de qualité .....

.....

.....

.....

(degré de maturité, couleur, saveur, tailles, niveau de défaut acceptable)

Emballage .....

.....

.....

.....

(type d'emballage, taille, poids net du produit, nécessité d'imprimer)

Raisons pour les variations des prix .....

.....

.....

.....

.....

(à l'achat, à la vente, fourchette, impact de la saisonnalité)

Prix types (par mois)

Jan _____	Fév _____	Mars _____	Avril _____
Mai _____	Juin _____	Juillet _____	Août _____
Sept _____	Oct _____	Nov _____	Déc _____

Facteurs qui affectent les ventes .....

.....

Tendances des ventes .....

.....

(les ventes ont-elles été en hausse, en baisse ou inchangées  
au cours des deux ou trois dernières saisons?)

Des quantités supplémentaires/nouvelles sont-elles nécessaires  
pour cette culture? .....

.....

Quand et en quel volume les quantités supplémentaires sont-elles  
nécessaires? .....

.....

Recommandations du négociant concernant comment les  
nouveaux fournisseurs peuvent participer .....

.....

## Transport

Comment est organisé et effectué le transport? .....

.....

Quelles quantités sont transportées et quel en est le coût? .....

.....

Quels problèmes sont rencontrés dans le transport? .....

.....

## Emballage, entreposage et transformation

Type et taille du matériau d'emballage. À qui appartient-il ou qui le  
fournit et combien coûte-t-il? .....

.....

Arrangements pour l'entreposage, le cas échéant. Où, comment et  
par qui? .....

.....

.....



## Annexe 3

### Résumé des techniques de vulgarisation en matière de commercialisation

Activité potentielle	Formation à la commercialisation	Liens de marché	Activités de coordination
<i>Activités de pré-production</i>			
<p><b>Production orientée vers le marché</b> La production est basée sur la demande d'une qualité, variété, saison et emballage particuliers.</p>	<p>Former les agriculteurs à ce que le marché demande en matière de produit et de système de commercialisation. Utiliser les agriculteurs qui ont réussi pour qu'ils expliquent leurs stratégies et leurs techniques commerciales.</p>	—	<p>Organiser des rencontres entre les agriculteurs qui ont réussi et les autres.</p>
<p><b>Budgets/prix des cultures</b> Calcul des rendements financiers potentiels des différentes cultures, et comment la rentabilité peut être améliorée par le biais de rendements commercialisables meilleurs, de prix supérieurs et de coûts inférieurs.</p>	<p>La formation des agriculteurs doit présenter des cultures nouvelles, leurs rendements financiers potentiels et comment elles peuvent être améliorées. Utiliser les réunions avec les agriculteurs, ou travailler avec les associations ou les groupements.</p>	—	<p>Réunions avec les agriculteurs.</p>
<p><b>Approvisionnement des intrants</b> La fourniture d'intrants spécialisés peut parfois être rentable (par ex., les plants d'une variété ou d'un cultivar demandés par le marché, les pulvérisations qui attaquent certains animaux nuisibles ou certaines maladies).</p>	<p>Fourniture de conseils, par le biais du service de vulgarisation agricole ou des acheteurs, sur les techniques de production améliorées.</p>	—	<p>Aviser les fournisseurs des agroindustries locales des besoins des agriculteurs en matière d'intrants spécialisés (à savoir les variétés particulières, les sprays, les techniques spécifiques).</p>
<p><b>Finance et crédit</b> Les agriculteurs ont souvent besoin de sources de fonds de production. Les négociants, les sources formelles et informelles peuvent fournir les fonds. Les conditions diffèrent généralement de l'un à l'autre.</p>	<p>Expliquer aux agriculteurs la gamme des autres sources de crédit et leurs coûts et avantages, y compris le crédit informel.</p>	—	<p>Aviser les fournisseurs des agroindustries locales des besoins des agriculteurs en matière d'intrants spécialisés et de la volonté des institutions financières locales de les financer.</p>

Activité potentielle	Formation à la commercialisation	Liens de marché	Activités de coordination
<i>Activités de pré-production, suivre</i>			
<p><b>Conseil en matière d'investissement</b> La technologie (par ex., l'irrigation, les serres ou les pulvérisateurs) peut accroître la rentabilité.</p>	<p>Expliquer les avantages potentiels commerciaux et financiers des investissements dans les nouvelles technologies. Les agriculteurs qui ont adopté ces techniques ou technologies peuvent les leur présenter.</p>	—	<p>Aviser les fournisseurs d'intrants et les commerçants locaux des technologies et des intrants nouveaux que les agriculteurs souhaiteront acheter. Demander aux agriculteurs d'expliquer leurs nouvelles technologies aux autres.</p>
<i>Après récolte et distribution</i>			
<p><b>Récolte</b> Les meilleures pratiques concernant quand récolter, comment récolter et réduire les pertes et comment garantir la qualité.</p>	<p>Formation des agriculteurs et démonstrations pratiques</p>	—	<p>Formation à la planification</p>
<p><b>Calibrage, emballage et entreposage</b> Le calibrage et l'entreposage peuvent améliorer les prix, alors que l'emballage peut aussi réduire les dommages et améliorer les prix.</p>	<p>Calibrage, emballage et entreposage Le calibrage et l'entreposage peuvent améliorer les prix, alors que l'emballage peut aussi réduire les dommages et améliorer les prix.</p>	—	<p>Assurer que les matériaux d'emballage sont disponibles localement. Travailler avec les fabricants d'emballage locaux.</p>
<p><b>Transport et distribution</b> L'accès aux services de transport permet aux agriculteurs d'avoir un contrôle plus efficace sur la commercialisation de leurs produits.</p>	<p>Travailler avec les agriculteurs pour étudier les moyens de réduire les coûts. Fournir les listes des transporteurs et indiquer les coûts types.</p>	—	<p>Inviter les agriculteurs et les transporteurs à développer des réseaux de transport à des prix inférieurs et plus fiables par le biais du groupage des cargaisons, des collectes régulières, etc.</p>

## Annexe 3, suivre

Activité potentielle	Formation à la commercialisation	Liens de marché	Activités de coordination
<p><b>Relier les acheteurs aux vendeurs</b>            Les acheteurs et les vendeurs sont dépendants les uns des autres. Les acheteurs apprécient les sources d'approvisionnement nouvelles et potentiellement meilleures, alors que les vendeurs cherchent à explorer des points de vente nouveaux pour leurs produits</p>	<p>Expliquer aux agriculteurs comment fonctionne la filière de commercialisation et comment elle évolue. Fournir les listes des acheteurs et de leurs adresses.</p>	<p>Organiser des rencontres entre les négociants et les agriculteurs et groupements d'agriculteurs. Aider les négociants, les exportateurs et les agriculteurs à étudier et à identifier les possibilités de commercialisation.</p>	<p>Favoriser les rencontres, par le biais des foires commerciales, des missions vers le vendeur, et des missions vers l'acheteur.</p>
<p><b>Améliorer la communication dans la filière de commercialisation</b>            Quand les différents maillons de la chaîne de commercialisation se connaissent, communiquent bien et coordonnent leurs activités, le processus gagne en efficacité et ils seront probablement plus productifs dans l'achat des produits et la circulation de l'argent dans l'économie rurale.</p>	<p>Utiliser la formation pour expliquer aux agriculteurs et aux négociants les besoins, les exigences et les activités de chacun.</p>	<p>—</p>	<p>Permettre aux acheteurs et aux vendeurs de se rencontrer, de discuter et d'élaborer les moyens d'accroître les ventes et de faire face aux contraintes (par ex., dans des ateliers, les séminaires, les cours de formation). La discussion s'engagera de façon informelle entre les agriculteurs et les négociants sur un grand nombre de questions importantes.</p>

*Commercialisation et vente*

Activité potentielle	Formation à la commercialisation	Liens de marché	Activités de coordination
<i>Commercialisation et vente</i>			
<p><b>Établir les centres de collecte, les marchés locaux, les marchés de village et les marchés de regroupement</b> Créer des marchés locaux pour rassembler les produits dans un endroit donné à un moment donné attire acheteurs et vendeurs.</p>	<p>Expliquer aux agriculteurs la nécessité d'un marché local et obtenir leur soutien.</p>	<p>Expliquer aux négociants la nécessité d'un marché local ou de regroupement et encourager les négociants à se rendre aux marchés locaux.</p>	<p>Identifier le lieu du marché. Assurer la liaison avec les autorités qui fournissent les services. Convenir des dates/horaires de marché. Informer les agriculteurs et les négociants des dates/horaires fixés. Encadrer le marché dans ses débuts.</p>
<p><b>Travailler avec les groupements d'agriculteurs, les associations d'agriculteurs et les coopératives</b> Grâce à une gestion efficace, un groupement d'agriculteurs peut commercialiser ses produits avec succès suite aux économies d'échelle et à la force de négociation.</p>	<p>Examiner et développer avec les agriculteurs une stratégie visant à améliorer la commercialisation de leurs produits. Identifier les partenaires commerciaux potentiels pour les groupements.</p>	<p>Permettre aux représentants du groupement d'agriculteurs de négocier les contrats d'approvisionnement avec les négociants.</p>	<p>Encadrer les premières transactions de façon à clarifier les malentendus et à résoudre les conflits.</p>
<p><b>Travailler avec l'agroindustrie</b> Suite à l'accroissement des activités de transformation, les possibilités d'approvisionner l'agroindustrie devront augmenter à mesure que l'économie se développe.</p>	<p>Aider les agriculteurs à comprendre les conditions contractuelles différentes.</p>	<p>Présenter les personnes du secteur agricole à celles de l'agroindustrie.</p>	<p>Assurer que les activités des agriculteurs et de l'agroindustrie sont coordonnées et que les problèmes, les malentendus et les conflits sont résolus.</p>
<p><b>Contrats</b> Les transformateurs et les grandes agroindustries souhaitent généralement établir un contrat de production pour assurer l'approvisionnement. C'est un moyen utile d'améliorer la sécurité du revenu.</p>	<p>Aider les agriculteurs à comprendre les conditions contractuelles</p>	<p>Aider les agriculteurs à négocier les contrats en fournissant des avis sur les conditions types.</p>	<p>Relier les agriculteurs et les groupements d'agriculteurs à l'agroindustrie</p>

## Annexe 3, suivre

Activité potentielle	Formation à la commercialisation	Liens de marché	Activités de coordination
<p><b>Négociation et vente</b> Les prix obtenus dépendent généralement des techniques et de la force de négociation des agriculteurs.</p>	<p>Expliquer aux agriculteurs le fonctionnement du marché (l'offre et la demande), les techniques de négociation et les fourchettes types des prix.</p>	<p>Aider les agriculteurs à négocier avec les nouveaux fournisseurs en identifiant les clients potentiels des agriculteurs et en expliquant les conditions d'achat.</p>	<p>Fournir aux agriculteurs l'information concernant le moyen d'obtenir l'information de marché et de contacter les acheteurs.</p>
<p><b>Utiliser l'information de marché</b> Elle comprend les sources d'information non officielles et informelles qui aideront les agriculteurs à comprendre le marché. L'information à court terme facilite la prise de décision concernant les ventes tandis que l'information de marché à plus long terme influence les décisions relatives aux plantations.</p>	<p>Former les agriculteurs à utiliser et à interpréter l'information. Insister auprès des agriculteurs sur l'importance de recueillir l'information eux-mêmes.</p>	<p>Encourager les agriculteurs à contacter les négociants pour obtenir l'information sur le marché et sur les prix.</p>	<p>Organiser la diffusion de l'information sur les prix fournie par le gouvernement. Fournir aux agriculteurs l'information sur les personnes à contacter, les marchés, les produits et les prix.</p>
<p><b>Créer des activités commerciales nouvelles</b> Les ventes aux acheteurs nouveaux ou de produits nouveaux offrent des possibilités de croissance mais peuvent aussi engendrer des problèmes.</p>	<p>Planifier avec les agriculteurs une approche rationnelle du développement des ventes. Identifier des débouchés de marché nouveaux pour les négociants.</p>	<p>Fournir des échantillons aux acheteurs intéressés. Procéder à des essais de commercialisation avec les négociants les plus prometteurs.</p>	<p>Fournir le soutien permanent aux premières étapes des échanges commerciaux pour aider à résoudre les conflits et les malentendus. Aider encadrer l'étude de marché.</p>

*Commercialisation et vente*

Activité potentielle	Formation à la commercialisation	Liens de marché	Activités de coordination
<p><b>Entreprises de valeur ajoutée</b> Le développement crée généralement des possibilités liées aux produits de valeur ajoutée (par ex., les produits de grignotage, les fruits séchés).</p>	—	<p><i>Divers</i></p> <p>Relier les transformateurs aux partenaires commerciaux potentiels.</p>	Organiser la formation et les liens avec ceux qui fourniront la technologie.
<p><b>Développement des cultures</b> Des possibilités de production agricole plus rentable seront créées grâce à l'utilisation de technologies différentes ou nouvelles et à l'introduction de cultures nouvelles.</p>	—	—	Prévoir des expériences liées à la recherche et au développement des cultures et les utiliser à titre de démonstrations auprès des agriculteurs.
<p><b>Liens avec les projets</b> Il existe généralement des possibilités de travailler avec les projets de développement.</p>	—	—	Attirer un soutien financier et technique dans la région en présentant ses enjeux et ses besoins au gouvernement, aux ONG et aux organisations internationales.
<p><b>Infrastructure</b> La construction des routes, des ponts et la création des installations de marché sont tous une importance fondamentale pour le développement économique.</p>	—	—	Faire pression auprès des autorités locales et nationales pour obtenir les fonds nécessaires et le soutien.
<p><b>Formation des fonctionnaires agricoles</b> Les fonctionnaires agricoles ont, pour la plupart, reçu une formation limitée concernant la commercialisation en tant qu'outil du développement.</p>	Offrir des cours aux cadres supérieurs, aux formateurs, chercheurs et vulgarisateurs pour qu'ils comprennent l'importance de la commercialisation.	—	—

## Annexe 4 - Partie 1

# Résumé des questions relatives à la manutention après récolte

La manutention après récolte nécessite d'être étudiée de façon détaillée pour être pleinement comprise.

Le présent guide ne couvre que quelques principes de base.

Utiliser les publications citées dans la section « Lectures supplémentaires » à la fin du guide pour obtenir davantage d'information.

**Influences de la production sur la durée de conservation**  
(la qualité et la durée de conservation prolongée commence avec la production)

Les facteurs qui influencent la durée de conservation sont:

- **L'eau**  
L'excès d'eau engendre des produits qui sont mous et qui sont facilement endommagés.  
L'insuffisance d'eau engendre des produits de petite taille dont le niveau de jus est faible.  
Les conditions de sécheresse suivies par des périodes humides engendrent l'éclatement et les craquelures.
- **Les engrais**  
Une nutrition inadéquate engendre les dommages physiologiques et une durée de conservation courte.

- **Les animaux nuisibles et les maladies**  
Les dommages qu'ils engendrent réduisent la durée de conservation.
- **La maturité de la culture**  
Les cultures récoltées avant maturité se flétrissent rapidement.

### Principales causes des pertes de cultures

- **La perte d'eau**  
Les plantes consistent en 65-85% d'eau. Une fois récoltées, il n'y a pas remplacement de l'eau. Plus la superficie de surface est étendue, (par ex., les légumes feuilles) plus le potentiel de perte d'eau est grand. Quand 5 à 10% de l'eau est perdue, le produit se flétrit de façon visible et est invendable.
- **Les dommages mécaniques**  
Ils sont produits pendant la récolte ou résultent de la manutention inadéquate. Les fissures, l'écrasement et les meurtrissures de la peau engendrent des dommages physiologiques et le développement des maladies.
- **Les dommages physiologiques**  
Si après la récolte, la plante, ou une partie de la plante, est flétrie, endommagée ou attaquée par la maladie ou les animaux nuisibles, les réactions chimiques qui se produisent dans les tissus végétaux engendrent des saveurs désagréables. Le matériel végétal vieillit rapidement suite au manque d'eau douce et d'aliments obtenus par photosynthèse.

- **Les dommages dus aux maladies**

Les dommages, qu'ils proviennent de la manutention inadéquate ou de l'attaque par les animaux nuisibles, augmentent les risques d'attaque par la maladie, tout comme l'humidité à la surface du produit engendre le développement des moisissures.

- **Les températures élevées**

Plus la température est élevée, plus la perte d'humidité est grande. Il en résulte que le développement des maladies sera plus rapide et que la durée de conservation sera plus courte.

**Techniques relatives à la réduction  
des dommages aux cultures et au  
prolongement de la durée de conservation**

- **Réduire la perte d'eau**

Récolter les cultures quand elles sont bien arrosées; les conserver dans un milieu où l'humidité est élevée, réduire le courant d'air, conserver le produit au frais. Le pré-conditionnement de certains produits (par ex., sécher le col et la couche externe de la peau des oignons, permettre aux pommes de terre et aux ignames de développer une peau plus épaisse en milieu humide et chaud) réduit la perte d'humidité.

- **Ne pas causer de dommages**

Couper au lieu de tirer; tenir le produit dans la paume de la main et non entre les doigts; ne pas le laisser tomber, travailler avec délicatesse et toujours manier le produit avec soin. Emballer dans des caisses dont les arêtes ne sont pas vives. Utiliser des caisses peu profondes. Éviter de placer un poids excessif de produits au-dessus d'autres produits.

Éviter que la hauteur des fruits dépasse celle de la caisse et qu'ils soient écrasés.

Les caisses peuvent s'effondrer ou s'affaisser si la pile est trop haute (notamment si le carton est mouillé).

Conduire prudemment sur les mauvaises routes.

Pour les cultures de valeur, rembourrer les caisses (par ex., des plateaux, du papier).

- **Minimiser les dommages physiologiques**

Maintenir les produits au frais, turgescents et non endommagés.

- **Minimiser les maladies**

Éliminer les fruits atteints par la maladie et endommagés; si nécessaire, traiter les produits à l'aide d'un fongicide; éviter les dommages; prévoir un courant d'air suffisant pour empêcher à l'humidité de se fixer à la surface des fruits et des légumes. Maintenir la propreté des caisses dans les champs et faire en sorte que le produit ne touche pas le sol.

- **Par dessus tout, le produit doit rester au frais**

Récolter le produit à la fraîcheur, à savoir tôt le matin.

Dans les champs, protéger le produit des rayons du soleil au moyen d'un linge humide. L'éloigner du soleil dès que possible et l'entreposer à l'ombre.

- **Quand il y a réfrigération**

Diminuer la température acquise dans les champs aussi vite que possible pour obtenir la température d'entreposage (n.b. pour chaque heure durant laquelle le rafraîchissement est retardé, la durée de conservation diminue de 10 heures). Si le produit est réfrigéré, il DOIT être maintenu dans la chaîne du froid jusqu'à la vente, sinon l'humidité se développera à la surface du produit.



- **Quand il n'y a pas réfrigération**  
Maintenir le produit dans un endroit frais, obscur et humide.

### La récolte

- Éviter en tout temps de causer des dommages mécaniques aux produits. Maintenir le produit propre, non exposé au soleil et éviter le contact avec le sol.
- Récolter quand le produit est à une température fraîche et qu'il n'est pas humide (par ex., suite à la rosée, la pluie ou l'irrigation).
- Les cultures racines sont moins de dommages quand elles sont cultivées dans des plates-bandes surélevées.
- Les légumes feuilles doivent être coupés net à la main.
- Les choux et les laitues doivent être coupés et taillés à l'aide d'un couteau.
- Ameubler le sol avec une fourche autour des bulbes avant de les récolter.
- Récolter les choux-fleurs et les brocolis à l'aide d'un couteau.
- Les fruit doivent théoriquement être coupés ou, s'ils sont mûrs, "soulever, tourner et tirer" en tenant le fruit dans la paume de la main.
- Les fruits verts mûrs ou les fruits dont la tige est ligneuse doivent être taillés.
- Les fruits immatures dont la tige est charnue (par ex., les gombos, les courgettes, les poivrons et les papayes) peuvent être coupés avec un couteau.
- Les sacs à récolter permettent d'avoir les deux mains libres et de réduire les dommages causés aux fruits.
- Les petits seaux en plastic conviennent aux produits qui pourront être écrasés (par ex., les tomates, les haricots).
- Les cellules de stockage en vrac sont utilisées pour le transport à grande échelle des produits comme les agrumes, les pommes et les choux.

- Le transport sur les routes accidentées doit être effectuer avec prudence et lenteur.

### Programmation optimale de la récolte

- **Choux**  
Récolter quand la tête est bien pommée, avant que les feuilles externes meurent ou que la tête ne présente des signes de craquelure. Au stade de maturité adéquat, les têtes de chou fraîchement récoltées doivent laisser entendre un grincement quand elles frottent les unes contre les autres.
- **Melons cantaloupe**  
Le fruit doit pouvoir être facilement séparé de la plante. S'il n'y a qu'une partie de la tige qui se détache, le fruit n'est pas mûr et n'atteindra jamais sa saveur de maturité complète.
- **Melons honeydew**  
Récolter quand le fruit est bien plein, quand il y a juste un soupçon de vert et que la surface est recouverte d'un fin duvet.
- **Bananes**  
Pour l'exportation, ou la vente sur les marchés éloignés, récolter quand elles sont encore vertes et que leur degré de remplissage n'est qu'entre les trois-quarts (80 jours de montaison) et les trois-quarts supérieurs (90 jours de montaison). Plus la durée du transport est longue, plus les doigts doivent être fins au moment de la coupe. Pour la commercialisation locale, le fruit est récolté à sa pleine maturité mais avant que le mûrissement soit commencé.
- **Ananas**  
Pour la consommation locale ou la mise en boîte, récolter le fruit quand il a jauni de 25 à 50 pour cent. Pour les marchés

éloignés, la récolte doit avoir lieu dès le premier signe de changement de couleur à l'extrémité basale.

- **Agrumes**

Les indices de maturité des agrumes sont basés sur la teneur en jus par rapport au volume, le total des solides solubles dans le jus, et le rapport solides/acide, selon la variété et le marché. D'une façon générale, la quantité de jus contenue dans les fruits doit être de 40 pour cent de leur volume et le total des solides solubles doit être supérieur à 8%.

- **Pommes**

Pour l'entreposage à long terme, les pommes doivent être ramassées quand elles ont atteint leur pleine maturité mais qu'elles ne sont pas complètement mûres.

### Dans l'usine d'emballage

- **Calibrage des produits**

- Le calibrage ne peut que séparer les produits de qualité différente, et non améliorer la qualité.
- Éliminer les produits endommagés sinon ils diminuent la valeur globale et sont sources d'infection.
- Calibrer les produits selon leur taille et leur couleur.
- Le calibrage est plus efficace quand il est fait à l'œil nu.
- À l'aide de photos, de cours de formation et des instruments de calibrage, le personnel de calibrage apprend à « avoir l'œil ».

- **Emballage des produits**

- Il protège les produits contre les dommages.
- Il facilite la distribution par unité d'emballage.
- Il peut être utilisé à des fins publicitaires pour le produit.
- Il est porteur de l'étiquette ou de la marque du produit.

- **Usines d'emballage**

- L'usine d'emballage doit être tenue à une température fraîche, offrir de l'ombre et protéger contre la pluie, tout en assurant une ventilation naturelle.
- Elle doit être conçue pour que le produit s'y déplace en sens unique.
- Le lavage doit être effectué à l'eau courante propre. Administrer le traitement fongicide par pulvérisation et/ou immersion.
- Sécher le produit avec soin avant de l'emballer.
- Calibrer et emballer les produits sur les tables, jamais à même le sol.
- Entreposer dans un endroit frais et ombragé. Expédier dès que possible.

### Emballage

- Les matériaux naturels disponibles localement, par ex., les paniers tissés de bambou, de saule ou les cartons fabriqués à l'aide de fines lanières de bois ou de roseaux.

#### *Problèmes types associés à ces matériaux*

Rigidité et modèle inadéquats, qui empêchent l'empilage multiple. Les arêtes vives engendrent des meurtrissures ou des entailles dans le produit. Perte de place dans le transport, d'où des coûts plus élevés. Dommages causés à l'environnement en raison de la surutilisation des matériaux locaux (par ex., abattage des arbres pour fabriquer les contenants d'emballage).

#### *Avantages liés à l'utilisation des matériaux disponibles localement*

Les coûts des matériaux sont bas. La création d'emplois et de revenus dans les entreprises locales qui fabriquent les emballages.

Les sources d'emballage locales permettent d'obtenir l'emballage plus facilement et de réduire les risques d'indisponibilité.

- **Les caisses et les plateaux de bois** sont d'utilisation courante à la fois dans le monde développé et en développement.

#### *Avantages liés à l'utilisation des matériaux en bois*

Ils sont solides, rigides et peuvent supporter la réfrigération.  
Ils sont recyclables.  
Ils sont de fabrication locale.

#### *Inconvénients*

Le bois n'est pas toujours disponible ou il est très cher.  
Les caisses ne sont pas toujours conçues ou fabriquées convenablement, d'où l'inefficacité de l'empilage et de la ventilation.

Pour économiser le bois, les caisses sont construites trop profondes, d'où les dommages causés aux couches inférieures.

L'amélioration des modèles engendrera probablement des économies de bois et une réduction des dommages aux cultures.

Ils sont réutilisables mais ils sont difficiles à nettoyer.

*L'introduction du plateau « européen » pour les produits frais est une réussite dans bon nombre de pays.*

Les caractéristiques critiques de ce plateau sont:

Format uniforme des boîtes, notamment en longueur et en largeur, pour faciliter l'empilage.

Utilisation de fines lanières de bois pour le fond et une partie des côtés mais de bois particulièrement solides dans les coins verticaux, car ceux-ci doivent supporter le poids de la pile.

Un espace entre les côtés du plateau et le fonds du plateau suivant pour permettre la ventilation.

Pas de couvercle mais une feuille de papier placée sur les produits pour réduire les effets de la poussière, l'évaporation et minimiser le coulage.

Des plateaux peu profonds sont utilisés pour les cultures qui sont facilement meurtries comme les tomates, les pêches, les raisins et les mangues.

Des caisses plus profondes sont utilisées pour les pommes et les agrumes. Les caisses plus grandes et plus légères sont généralement utilisées pour les choux et les choux-fleurs.

- **Le carton compact ou le carton ondulé** sont de plus en plus utilisés. Il existe un certain nombre de caisses ingénieusement conçues, qui peuvent être recopiées. Ces caisses sont très légères et peuvent être imprimées pour les rendre plus attractives.

#### *Problèmes types associés à ces caisses*

Les caisses sont chères et ne sont pas recyclables.  
Elles ont besoin d'être cirées pour supporter l'entreposage au froid à long terme.

Elles ont besoin d'être fabriquées dans de grandes usines, aux dépens des emplois ruraux.

Les matières premières doivent souvent être importées.

Les améliorations récentes apportées à ce modèle comprennent les caisses fabriquées avec un mélange de bois, pour la force structurale, et de carton. Le plastic a également été incorporé à certains modèles notamment pour accroître la rigidité des angles.

- **Les contenants en plastique** sont coûteux et doivent généralement être importés. Ils doivent être rendus à l'exploitation après utilisation et sont principalement utilisés dans les champs ou pour approvisionner un point de vente régulier comme une usine ou un supermarché.
- **Les sacs et les filets** sont bon marché mais ne fournissent aucune protection contre les dommages. Ils peuvent être utilisés pour emballer les produits adaptés comme les oignons et les pommes de terre en unités d'emballage, de manutention et de commercialisation faciles.
- **Le plastique et le papier** sont généralement utilisés pour rembourrer le fonds des caisses ou pour envelopper le produit.
- **Les emballages imprimés**, la présentation de l'emballage et les noms de marque ajoutent de la valeur aux produits seulement sur les marchés où les consommateurs sont aisés et apprécient l'esthétique et l'image de marque.

### Entreposage

Les produits peuvent être entreposés à court terme et à long terme.

- **L'entreposage à court terme** est utilisé pour donner à la commercialisation la flexibilité nécessaire (par ex., en attendant le transport, ou parce que les acheteurs ne sont pas disponibles dans l'immédiat)
- **L'entreposage à long terme** est adapté à un petit nombre de cultures (voir le tableau ci-après). Celles-ci peuvent rester entreposées longtemps après la récolte. Par ailleurs, elles permettent généralement d'obtenir des prix supérieurs et des ventes en plus grande quantité.

*Les entrepôts réfrigérés offrent les conditions d'entreposage les plus longues pour les produits périssables mais ils présentent cependant quelques inconvénients.*

Ils sont coûteux.  
Ils nécessitent une gestion technique supérieure.  
Ils dépendent de l'électricité et, si l'alimentation est irrégulière, d'un générateur.

*Les entrepôts ventilés peuvent être extrêmement rentables mais ils exigent des conditions particulières*

Les températures nocturnes doivent être fraîches.  
Les bâtiments doivent être orientés de façon à intercepter les vents nocturnes dominants.  
Les bâtiments doivent être protégés de la chaleur du soleil (par ex., grâce à l'ombre des arbres, en peignant le bâtiment en blanc ou en construisant des murs à double parois).  
Quand la température de l'air ambiant devient inférieure à celle du produit, généralement la nuit, il est nécessaire de faire circuler l'air entre les produits entreposés en ouvrant les aérateurs à lames; ce procédé peut être automatisé et des ventilateurs peuvent être ajoutés pour augmenter le courant d'air.  
Le refroidissement par évaporation de l'air entrant (à savoir par le passage à travers de l'air humide) permet de rafraîchir et d'humidifier l'entrepôt.

*Exemples d'entreposage ventilé*

Les pommes de terre peuvent être entreposées tout l'hiver (de trois à neuf mois) à condition qu'elles aient été

pré-conditionnées et traitées à l'aide d'un inhibiteur de germination.

Après le séchage et le pré-conditionnement, les oignons peuvent être entreposés selon les mêmes techniques, mais avec une humidité plus basse (il existe des différences importantes entre les oignons, selon la variété et les lieux de production).

L'ail peut être entreposé pendant trois à quatre mois.

Les patates douces doivent être pré-conditionnées entre 28 et 30°C pendant quelques jours, à la suite de quoi, elles peuvent être entreposées jusqu'à un maximum de six mois.

L'entreposage des choux, des carottes, des potirons, des pommes, des poires et des citrons donne de bons résultats dans les entrepôts ventilés (par ex., en Syrie, les pommes sont entreposées dans des grottes pendant près de 10 mois).

## Annexe 4 – Partie 2

### Conseils généraux relatifs à l'entreposage des produits frais

Conseil	Raison
Récolter les produits au stade de maturité adéquat	Les produits immatures ont une peau plus fine qui engendre une évaporation plus rapide
Maintenir les produits à l'ombre	Les pertes d'eau sont quatre fois plus rapides à la lumière du jour
N'entreposer que les cultures propres	Les produits atteints de maladies peuvent infecter les cultures saines. Les produits endommagés sont rapidement infectés et perdent leur eau. La saleté est source de maladie
Éliminer les feuilles attachées aux cultures fruitières ou racines	Les feuilles perdent l'eau rapidement
Appliquer les inhibiteurs de germination homologués aux pommes de terre, aux oignons, à l'ail et au gingembre	Permet de réduire la germination pendant l'entreposage
Laver les fruits dans une eau chlorée (200 ppm), ou dans un fongicide disponible dans le commerce, pendant 30 secondes environ, rincer et sécher	Lutte contre les mycoses
Recouvrir le fonds des paniers de papier ou de feuilles, et celui des contenants d'un film en polythène à trous pour la ventilation	Tous font obstacle à la perte élevée d'humidité
Entreposer dès que possible	Plus le rafraîchissement du produit est rapide, plus l'évaporation de l'eau est lente et l'activité microbienne réduite
Les salles d'entreposage et les contenants doivent être propres	Réduit les possibilités d'infecter les autres cultures
Prévoir la circulation de l'air	Élimine la chaleur et l'éthylène dégagé par le produit
Séparer les fruits mûrs de ceux qui ne sont pas mûrs	La maturation dégage de l'éthylène qui accélère la maturation des fruits non mûrs
Éviter d'entreposer des produits différents dans la même salle	Les odeurs et les gaz qui se dégagent peuvent endommager les autres cultures

## Annexe 4 – Partie 2

Conseil	Raison
Entreposer les légumes feuilles dans un milieu d'humidité relative élevée	L'air sec puise rapidement l'humidité des feuilles
Les conditions de fraîcheur humide sont créées par l'eau s'égouttant des sacs de jute qui recouvrent les murs de la salle de refroidissement	La chaleur latente créée par l'évaporation rafraîchit l'air L'humidité élevée amoindrit la perte d'eau
Maintenir les cultures racines dans un milieu humide et légèrement chaud pendant 10 jours avant l'entreposage	C'est ce qu'on appelle le pré-conditionnement qui accélère la guérison des lésions
Les cultures bulbes doivent être séchées ou pré-conditionnées jusqu'à ce que le col se resserre et que les couches externes s'écaillent	Lutte contre les maladies, notamment la pourriture du col, et diminution de la perte d'humidité
Entreposer les cultures racines et bulbes dans un atmosphère plus sec que pour les autres produits	Les cultures racines germent facilement en milieu humide
Entreposer les produits tropicaux à 10° C ou plus, et les cultures tempérées à moins de 10° C	Les cultures tropicales sont altérées par la réfrigération à basse température
Utiliser des contenants qui supportent l'empilage	Utilisation optimale de l'espace d'entreposage disponible sans altérer les produits
Maintenir des niveaux d'humidité élevés dans les entrepôts froids en bloquant l'entrée de l'air chaud grâce à des écrans de lanières en plastique, en gardant les portes fermées et en mouillant les sols	Pour la plupart des cultures, les niveaux d'humidité élevés réduisent la perte de volume et de poids
Ne pas empiler plus de six sacs d'oignons	Pour minimiser les dommages dus à la compression
Conserver les pommes de terre dans l'obscurité	À la lumière du jour, elles deviennent vertes et toxiques
Utiliser de la sciure propre et humide pour entreposer les fruits comme les tomates, les ramboutans et les mangues	Permet de maintenir des niveaux d'humidité élevés. La sciure doit être séchée avant d'être réutilisée

## Annexe 4 – Partie 3

### Pratiques de transport recommandées

Conseil	Raison
Sortir les produits de la fraîcheur de l'entrepôt pendant la période fraîche de la journée	Réfléchir les rayons du soleil et protéger les produits de la chaleur
Transporter les produits pendant la période la plus fraîche de la journée (à l'aube ou la nuit)	La chaleur accélère la respiration et la perte d'eau
Surveiller le chargement et le déchargement. Les caisses doivent être soulevées ou portées, jamais jetées	Pour éviter de laisser tomber les caisses
Le chargement peut être facilité grâce à des quais de chargement ou des escaliers ou des passerelles. Les wagonnets, les convoyeurs et les chariots élévateurs à fourche réduisent la manutention	L'entrée et la sortie des produits sont plus faciles
Pour les ananas, les choux et les melons transportés en vrac, il est possible de les charger en se les lançant, à condition qu'il y ait au moins cinq personnes	Ce procédé est acceptable compte tenu du besoin de rapidité et de la valeur limitée de chaque fruit
Insérer un rembourrage (par ex. du carton) entre les piles de caisses	Pour empêcher le chargement de bouger et pour amortir les vibrations
Laisser un espace entre les contenants pour une ventilation adéquate	Pour empêcher l'accumulation de la chaleur et des gaz
Les contenants seront empilés de façon à réduire leur mouvement et à répartir leur poids uniformément. La hauteur de la pile doit être telle que les contenants inférieurs ne seront pas écrasés. Arrimer les marchandises dans l'ordre inverse à celui du déchargement	Les cargaisons mal arrimées et la mauvaise répartition du poids endommagent les produits et posent des problèmes pour la conduite du véhicule
Utiliser des toiles blanches ou peintes en blanc pour recouvrir les produits	Réfléchir les rayons du soleil et protéger les produits de la chaleur
Prévoir la ventilation pendant le transport en soulevant de 20cm la toile de couverture à l'aide d'une planche pour former une tente	Pour créer un courant d'air qui éliminera la chaleur et les gaz



## Annexe 4 – Partie 3

Conseil	Raison
Les fourgons auront une double paroi et seront ventilés	Pour éviter la transmission de chaleur aux produits
Utiliser des plaques horizontales pour séparer les couches de contenants dans le camion. Ce système peut aussi être utilisé pour le transport en vrac des produits comme les melons, les choux, les agrumes et les ananas	Évite les dommages dus à la compression des produits transportés. Peut être utilisés pour les produits qui ne s'empilent pas ainsi que pour les expéditions en vrac
Les expéditions en vrac doivent être amorties par une couche épaisse de paille ou de feuilles sur le fond et sur les parois du camion	Les pastèques sont transportées de cette façon aux États-Unis pour éviter les dommages
Les secousses seront minimisées grâce à une vitesse de conduite appropriée, notamment sur les mauvaises routes. Les empattements longs réduisent les dommages, ainsi que la suspension pneumatique, qui est préférable à la suspension à ressorts	Ce procédé est acceptable compte tenu du besoin de rapidité et de la valeur limitée de chaque fruit
Les expéditions en vrac doivent être amorties par une couche épaisse de paille ou de feuilles sur le fond et sur les parois du camion	Les secousses augmentent les meurtrissures et la perte des cultures, et entraînent une réduction du revenu des ventes
Les secousses seront minimisées grâce à une vitesse de conduite appropriée, notamment sur les mauvaises routes. Les empattements longs réduisent les dommages, ainsi que la suspension pneumatique, qui est préférable à la suspension à ressorts	Les pannes engendrent des pertes de temps et peuvent causer des dommages à une grande quantité de produits
Pendant le chargement, le déchargement et le stationnement, le camion doit être à l'ombre	Pour être à l'abri du soleil et de la pluie

## Annexe 5

# Formation des fonctionnaires agricoles

*La commercialisation, telle qu'examinée dans le présent guide, est un outil puissant capable d'accélérer le développement rural. Dans un grand nombre de pays, la « commercialisation » est encore un concept relativement nouveau. Traditionnellement, les ministres de l'agriculture se sont concentrés sur le soutien aux activités de production. La plupart des vulgarisateurs agricoles, quelque soit leur niveau, n'ont reçu qu'une formation limitée en matière de commercialisation en tant qu'outil du développement.*

### **Les hauts fonctionnaires du ministère doivent comprendre et soutenir les interventions de commercialisation**

L'expert en commercialisation le plus haut placé au ministère doit par conséquent informer les hauts fonctionnaires sur la commercialisation. La durée de ces exposés est généralement limitée. L'exposé doit être adéquatement préparé et axé sur les questions clés, telles que:

- les avantages de la commercialisation;
- le processus;
- les activités de commercialisation potentielles;
- le résultat prévu;
- les ressources et le soutien nécessaires.

### **Les ministères doivent étudier comment former leur personnel à la commercialisation**

Un cours de formation à la commercialisation pour les fonctionnaires agricoles ne doit pas être un simple forum de passage de l'information.

Pour capter l'intérêt, les cours doivent être participatifs. Parmi les techniques qui se sont révélées productives, il faut noter:

- structurer le cours de sorte que les connaissances en matière de commercialisation se forment, en commençant généralement par une idée d'ensemble et quelques concepts théoriques de base;
- les participants doivent se présenter eux-mêmes, et donner un bref exposé de leurs vues sur les points faibles et les points forts de la commercialisation dans leur région;
- les experts des produits pourront présenter de brefs exposés sur la commercialisation des produits individuels;
- inclure les jeux de rôle (pour permettre aux stagiaires de se familiariser avec leurs nouveaux outils et leurs nouvelles connaissances dans un milieu familier);
- si possible, organiser des visites de marché (pour démontrer les techniques d'entrevue avec les négociants);
- fournir les sources d'information de marché (adresses Internet et publications), aides visuelles/échantillons de calibrage, (affiches, dessins humoristiques, photos) et les adresses des personnes à contacter;
- fournir la liste précise des connaissances en matière de commercialisation dont le fonctionnaire de vulgarisation a besoin et ce qu'il peut faire pour aider ses clients agriculteurs;
- favoriser le débat et le partage des expériences;
- prévoir des sessions journalières d'évaluation dans le but de modifier le cours de formation pour répondre aux besoins et aux critiques;
- demander aux stagiaires de présenter un bref exposé à la fin du cours sur ce qu'ils ont appris et comment ils comptent utiliser ce qu'ils ont appris dans leur activité.

**Un cours de formation ainsi conçu peut transformer la gamme des services de soutien offert aux agriculteurs par un ministère de l'agriculture.**

## Annexe 6

# Erreurs courantes dans la commercialisation

	Situation	Résultat
<b>Achat à prix fixe par l'État</b>	La production des fruits et légumes peut comporter de gros risques, les prix du marché étant souvent trop bas pour couvrir les coûts. D'où la demande fréquente à l'État par les producteurs d'acheter les produits horticoles à prix fixes.	À chaque fois que des programmes de ce type ont été introduits, les producteurs ont répondu en augmentant leur production. Ceci parce que les prix fixés par l'État garantissent une production rentable, sans risques, qui n'a aucun rapport avec la demande. De grandes quantités de produit sont gaspillées. Ces programmes pénalisent fortement les ressources de l'État qui pourraient être mieux investies ailleurs (par ex., pour stimuler la demande locale, développer de nouveaux marchés ou améliorer l'infrastructure rurale).
<b>Transformation des produits pour utiliser les excédents</b>	Quand les prix tombent suite à la surproduction, la création d'une usine de transformation alimentaire est généralement recommandée pour utiliser les excédents.	Pour être rentables, les industries de transformation alimentaire ne peuvent pas dépendre de l'approvisionnement occasionnel des matières premières lié à l'engorgement du marché du frais. La transformation implique des investissements dans du matériel coûteux. Pour être productives, les usines doivent pouvoir compter sur un approvisionnement garanti des matières premières et doivent généralement être en contact avec les producteurs pour assurer que l'approvisionnement sera uniformément réparti sur une période aussi longue que possible. Ils doivent produire les produits transformés pour lesquels il y a une demande et qui seront vendus de façon rentable.
<b>Transport subventionné</b>	Les agriculteurs demandent généralement à l'État ou à une ONG de subventionner le transport de leurs produits au marché.	Les agriculteurs deviennent rapidement dépendants du transport subventionné. Les coûts sont généralement non viables pour l'État, et l'ONG est souvent à cours de financement au bout de quelques années. Quand le transport subventionné est retiré, les moyens d'existence des agriculteurs sont détruits et leurs revenus diminuent.
<b>Technique après récoltes ultra-modernes</b>	L'introduction des technologies après récolte sophistiquées, comme l'emballage coûteux et la chaîne du froid, est supposée réduire les pertes de produits.	Les technologies modernes ne sont en aucun cas un substitut pour une bonne gestion. C'est uniquement après avoir introduit avec succès les bonnes pratiques de base que les investissements dans une technologie coûteuse pourront être envisagés.

	Situation	Résultat
<b>Participation directe du vulgarisateur aux décisions commerciales</b>	Un vulgarisateur prend les décisions à la place de l'agriculteur ou participe directement à l'activité commerciale.	Il est vital que le vulgarisateur permette toujours à l'agriculteur et à l'acheteur de trouver ensemble un terrain d'entente. Sinon, en cas de conflit ou si l'une des parties n'est pas satisfaite, il leur sera très facile de blâmer le vulgarisateur. C'est uniquement en restant impartial que le vulgarisateur pourra éviter les reproches si les choses tournent mal et qu'il sera apte à résoudre les conflits.
<b>Le changement pour le changement</b>	Quand un bureau gouvernemental est spécialement chargé de la commercialisation, il peut se sentir obligé d'apporter des changements au système existant.	Ce qui n'est pas toujours totalement compris, c'est que la plupart des systèmes avait de bonnes raisons d'évoluer comme ils l'ont fait, et qu'ils continueront à le faire pour répondre aux exigences changeantes du marché. Comme tout système, un système de commercialisation a des imperfections. Toutefois, si le système fonctionne raisonnablement bien, si la concurrence s'exerce et que les produits sont bien distribués dans tout le pays, les gouvernements doivent agir avec une extrême prudence et veiller à ne pas imposer de changements non nécessaires. Ils risqueraient de causer la destruction du système qu'ils sont censés améliorer.
<b>Entreposage des produits pour profiter de l'augmentation des prix</b>	Il est courant de penser qu'en période excédentaire, les produits peuvent être entreposés pour être commercialisés quand les prix augmentent.	Pour la plupart, les cultures horticoles ne supportent que l'entreposage à court terme. L'entreposage est coûteux et affecte la fraîcheur et la qualité. Dans la majorité des cas, quand le produit sort de l'entrepôt, il est en concurrence avec des produits plus frais. D'où des prix réduits, et l'agriculteur doit aussi payer les coûts d'entreposage. Relativement peu de cultures sont adaptées à l'entreposage à long terme. Si les prix sont bas au moment de la récolte, les producteurs entreposent une grande quantité de produits. Quand ces produits sont commercialisés à leur sortie de l'entrepôt, ils font l'objet d'une concurrence acharnée entre les prix. Les négociants font rarement l'erreur d'entreposer des produits pour lesquels il n'y a pas de demande, mais l'État cherche parfois à intervenir dans les systèmes de commercialisation en soutenant le développement de l'entreposage.

## Annexe 6, suivre

	Situation	Résultat
<b>Opérations commerciales gérées par l'État</b>	Les négociants sont souvent accusés de réaliser des bénéfices excessifs. Les opérations commerciales horticoles gérées par l'État sont connues pour engendrer des bénéfices accrus pour les producteurs et des prix inférieurs pour les consommateurs.	Les entreprises gérées par l'État qui commercialisent les produits horticoles sont presque toujours vouées à l'échec. Elles ne peuvent couvrir leurs coûts que si elles ont un monopole particulier, par ex., l'importation des produits alimentaires. Les causes d'échec les plus courantes sont: les investissements non nécessaires dans le matériel et les bâtiments; les dirigeants qui ne travaillent que pendant les heures régulières de bureau et qui ne sont pas motivés par la rentabilité; le personnel en surnombre et les restrictions de la réglementation professionnelle; le manque de flexibilité suffisante pour ajuster rapidement les prix; le manque de contrôle de la qualité; l'obligation d'acheter la totalité des produits des agriculteurs, en raison de la pression politique qu'elles subissent à cet effet; le gaspillage des produits, à un degré élevé.
<b>Imposition des normes de calibrage nationales pour le marché intérieur</b>	Il est souvent recommandé d'améliorer la commercialisation horticole par l'introduction de normes de calibrage nationales.	L'introduction de normes de calibrage minimum obligatoires peut occasionner la hausse des prix au consommateur car les normes limitent la quantité des produits commercialisables et engendrent un coût supplémentaire. Il est préférable d'introduire les normes en formalisant les calibres qui sont déjà en vigueur. Les normes de calibrage informelles et souples existantes, qui répondent aux exigences du marché et à l'état de l'offre et de la demande, devraient être utilisées. Le consommateur doit être disposé à payer un prix supérieur pour le produit trié. Toute tentative d'imposer toute autre forme de calibrage à l'industrie horticole sera pratiquement impossible à appliquer, entraînera un gaspillage des ressources de l'État, éliminerait du marché des produits parfaitement salubres et nutritifs, encouragerait la corruption et sera sans aucun doute voué à l'échec.

## Annexe 7

# Fiche d'information sur un négociant

---

<b>Nom de l'entreprise</b>	A. Le Bon Négoce	<b>Téléphone</b>	41 63 58 44
<b>Personne à contacter</b>	M. Chef – propriétaire et vendeur en chef	<b>Télécopieur</b>	41 63 58 44 / 35 21 65 ...
<b>Adresse</b>	101 Rue des Fruits Place de Marché, La Ville	<b>Email</b>	mchef@ bonnegoce.com
		<b>Autre</b>	téléphone portable 0790 500 7402

---

**Historique:** L'entreprise a fait ses débuts dans le négoce des oignons, elle est ensuite devenue agent (ventes à la commission) et grossiste pour une large gamme de légumes frais. Elle approvisionne certains supermarchés mais essentiellement les petits détaillants. Elle a un contrat avec le gouvernement pour approvisionner les casernes locales et commence à entreposer et à transformer les oignons. Son chiffre d'affaires est d'environ \$1 million. L'entreprise emploie 20 personnes dans trois sites.

**Activités:** L'entreprise achète 500 tonnes d'oignons par an dont 200 tonnes sont transformées. La demande devrait augmenter. Les pommes de terre (600 tonnes) et l'ail (20 tonnes par an) s'ajoutent maintenant aux ventes des oignons. Pour répondre à la totalité des besoins de l'armée en légumes, l'entreprise a commencé à acheter des tomates, des choux et des salades-feuilles. Cette activité s'est élargie.

**Produits demandés:** L'entreprise est à la recherche d'agriculteurs qui produiront 200 tonnes d'oignons à forte teneur en matière sèche destinés au séchage. L'ail est principalement importé. Elle est intéressée par la production locale si celle-ci est meilleur marché que les importations. L'entreprise cherche des quantités supplémentaires de choux l'été et de tomates l'hiver. Elle demande un approvisionnement en salades-feuilles fraîches garanti à l'année par les fournisseurs locaux.

**Procédures commerciales:** Les contrats sont établis sur la base d'un prix fixe minimum avec les producteurs d'oignons qui produiront les oignons spécialement adaptés pour le séchage. Les pommes de terre, les oignons, les tomates et les choux sont vendus en consignation (commission de 10% du prix de vente). L'entreprise envisage de créer une entreprise avec participation aux bénéfices avec les producteurs qui souhaitent développer la production des salades-feuilles fraîches à long terme.

---