

CONNAISSANCE DES MARCHÉS

Des initiatives éclatées

SIM, SAP, DIAPER... Derrière ces étranges sigles se cache la jungle des outils d'information sur les marchés de produits vivriers en Afrique de l'Ouest.

Une efficacité limitée faute de coordination.

L'information est l'un des nerfs de la guerre alimentaire. Il faut être en mesure d'estimer les disponibilités et les besoins, tant au niveau national que local, de manière à intervenir de la manière la plus appropriée possible. Dans un contexte de libéralisation des marchés, il est rapidement devenu nécessaire de mettre en place de nouveaux instruments d'information, systématiques et permanents. On a vu fleurir dès le milieu des années 80 une profusion de programmes, caractérisés par une grande diversité d'objectifs et de méthodes : Systèmes d'information sur les marchés (SIM), Systèmes d'alerte précoce (SAP), observatoires etc. Cette diversité des projets s'accompagnait d'une non moins grande variété des institutions impliquées, à vocation internationale (FAO, USAID), régionale (AGRHYMET, DIAPER...), ou encore nationales (souvent fédérées dans des SIM ou des SAP).

Mais, s'est-on rapidement demandé, quelle est l'utilité réelle de telles masses de données hétérogènes ? Des résultats contradictoires obtenus sur des variables semblables (prix, production...), des définitions divergentes des catégories économiques étudiées, des impossibilités méthodologiques de comparaison des données entre elles, amenèrent à constater que souvent cette somme d'informations, au lieu d'améliorer l'intelligibilité des phénomènes étudiés, pouvait l'inhiber. Par ailleurs, cette multiplication des intervenants dans la création d'information s'avérait fort coûteuse par manque évident de coordination : absence de mise en commun des acquis méthodologiques, faible diffusion des résultats obtenus, mauvaise identification des problématiques et des objectifs obligeant à la mise en œuvre de nouvelles enquêtes pour chaque question nouvelle, etc.

Harmoniser les programmes

Dans cet ensemble, les Systèmes d'information sur les marchés (SIM) tiennent une place particulière. En cohérence avec le nouvel environnement libéral des politiques d'ajustement structurel, ils ont pour fonction d'informer sur ces déterminants désormais centraux des dynamiques de développement : les marchés.

Sur le plan scientifique, une première difficulté est liée à la complexité de l'objet étudié. On s'intéresse à la fois à l'anthropologie des réseaux marchands, aux études statistiques de prix, à la socio-économie des filières de commercialisation. Les domaines et moyens d'investigation sont nombreux et nécessairement pluridisciplinaires. Ceci rend nécessaire la définition d'un cadre ana-

lytique d'ensemble qui est le plus souvent absent des divers systèmes actuels, généralement focalisés sur l'un ou l'autre de ces aspects.

Seconde difficulté : si les SIM ont effectivement les moyens d'étudier, même de manière partielle, des marchés nationaux, ils apparaissent démunis face à l'étude globale du marché, avec ses composantes régionale et internationale. Un ensemble de raisons, scientifiques, politiques et institutionnelles, induit cet état de fait. Les systèmes d'information nationaux actuels, par la diversité de leurs méthodologies et de leurs problématiques, ne permettent pas les agrégations nécessaires à l'analyse d'ensembles plurinationaux. Pour qu'une véritable approche régionale puisse un jour être réalisée, un processus d'harmonisation de ces systèmes d'information doit être engagé. Ensuite, au-delà des besoins directs des institutions qui les réalisent, leurs résultats doivent concourir à un meilleur fonctionnement des marchés, et donc être accessibles à tous les acteurs : producteurs, commerçants, consommateurs. La diffusion de l'information est actuellement l'un des volets les plus négligés des SIM.

Se pose alors la question du statut institutionnel des SIM. Dans le contexte actuel, en Afrique de l'Ouest, soit les SIM relèvent d'une institution unique, auquel cas ils peuvent fonctionner correctement (mais avec des lacunes de diffusion et d'utilisation de leurs résultats), soit ils sont pluri-institutionnels (et l'expérience montre que leur es-

CONNAITRE LES MARCHÉS CÉRÉALIERS

Le réseau COMAC (Connaissance des marchés céréaliers) anime une réflexion sur le thème de la connaissance des marchés céréaliers en Afrique. Il regroupe trois cents personnes dont les équipes des SIM de divers pays, des chercheurs et experts, des décideurs en Afrique, en Europe et en Amérique du Nord.

Adresse : 11 passage Penel - 75018 Paris
Tél : (1) 42 51 07 00 - Fax : (1) 42 51 18 29

pérance de survie, en tant que systèmes organisés est généralement limitée). Il faudrait que les SIM bénéficient d'implantations institutionnelles nationales ou régionales fortes et durables leur permettant de fédérer en leur sein différents intervenants, ainsi que de financements stables et indépendants. De ce point de vue, le mode de fonctionnement habituel par projet, efficace sur la courte période, a montré son inadéquation pour la réalisation de systèmes permanents.

Jean-Paul Minvielle
ORSTOM



Producteurs, commerçants, consommateurs sont peu concernés par les systèmes d'information sur les marchés.

PERISCOOP

Solagra

CONNAISS

COURRIER DE LA PLANÈTE

Agriculture, environnement, alimentation, trois défis pour un monde solidaire

35F

Dossier

Désertification, une affaire d'hommes

Archives du
développement
L'opium, nerf de
la colonisation

Viande bovine
L'Europe brade
son bœuf en
Afrique

Café: le retour
des négociants

N°20

DÉCEMBRE
JANVIER
1993-1994

PL 16

C.E.D.I.D.

ORSTOM