

LES NOUVELLES DES PRIX AGRICOLES

Atelier de concertation et de formation sur l'analyse de marché et le renforcement du SIM OCPV

Projet: NPAgri « Redynamiser les productions, l'accès au marché et le conseil agricole pour les filières vivrières du Nord de la Côte d'Ivoire »



Ordre du jour

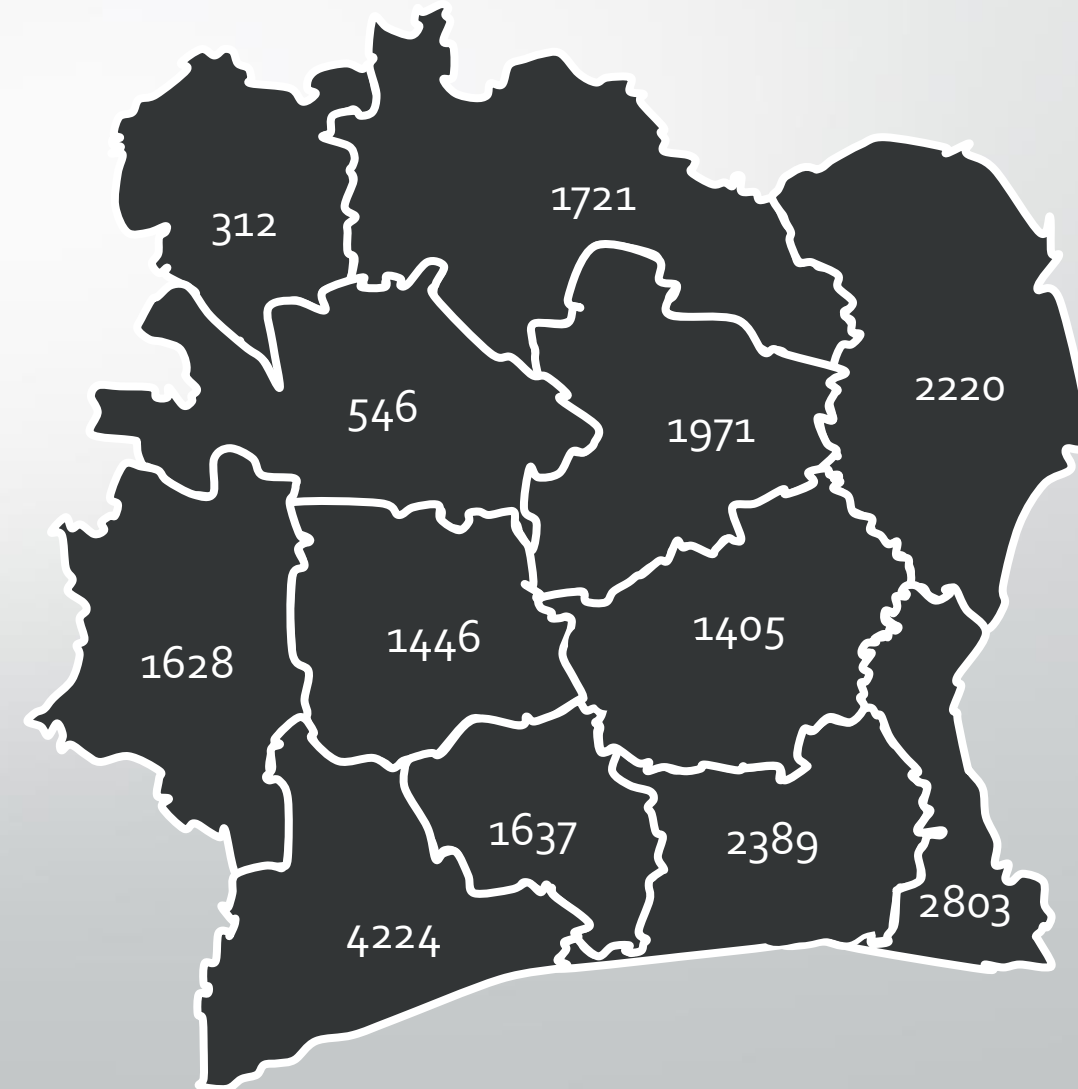
- Harmonisation des méthodologies de collecte des informations de marché
- Renforcement de la méthodologie d'analyse de marché
- Communication sur le 7818
- Divers

Point sur l'avancement du projet

- 22 300 abonnés aux SMS grâce à la communication de Orange Côte d'Ivoire
- 330 abonnés aux Bulletins (hors équipe)
- 6221 pages vue sur le blog
- Entre 1 et 4 message envoyé chaque jour sur toutes les filières agricoles de RCI

Objectifs prochaines étapes :

- Développement de bulletins sur toutes les grandes cultures vivrières ivoiriennes
- Décentralisation de l'analyse de marché



Répartition des analystes (OCPV + Chigata)

OCPV

N°	SPECULATIONS	ANTENNE
1	Aubergine	Abengourou
2	Riz importé toutes variétés	Abidjan Nord
3	Maïs	Abidjan Sud
4	Igname Précoce et tardive	Bondoukou
5	Oignon	Bouaké
6	Banane plantain	Daloa
7	Manioc doux et amer	Dimbokro
8	Riz local	Gagnoa
9	Graine et huile de palme	Duekoué
10	Arachide	Korhogo
11	Gombo	Man
12	Soja	Odienné
13	Produits animaux et halieutiques	San-Pédro
14	Piment	Séguéla
15	Tomate locale et sodefel	Yamoussoukro

CHIGATA & RONGEAD

N°	SPECULATIONS	ANTENNE	ANALYSTE
1	Maïs	Séguéla	Lazare KOUAME
2	Oignon	Korhogo	Djibril COULIBALY
3	Arachide	Bouaké	Clarisse KOUAME
4	Igname	Bondoukou	Dofaga SORO
5	Manioc & Plantain	Abidjan	Audrey PERRIN
6	Relecture	Abidjan	Constance KONAN

Pourquoi chacun doit devenir analyste ?

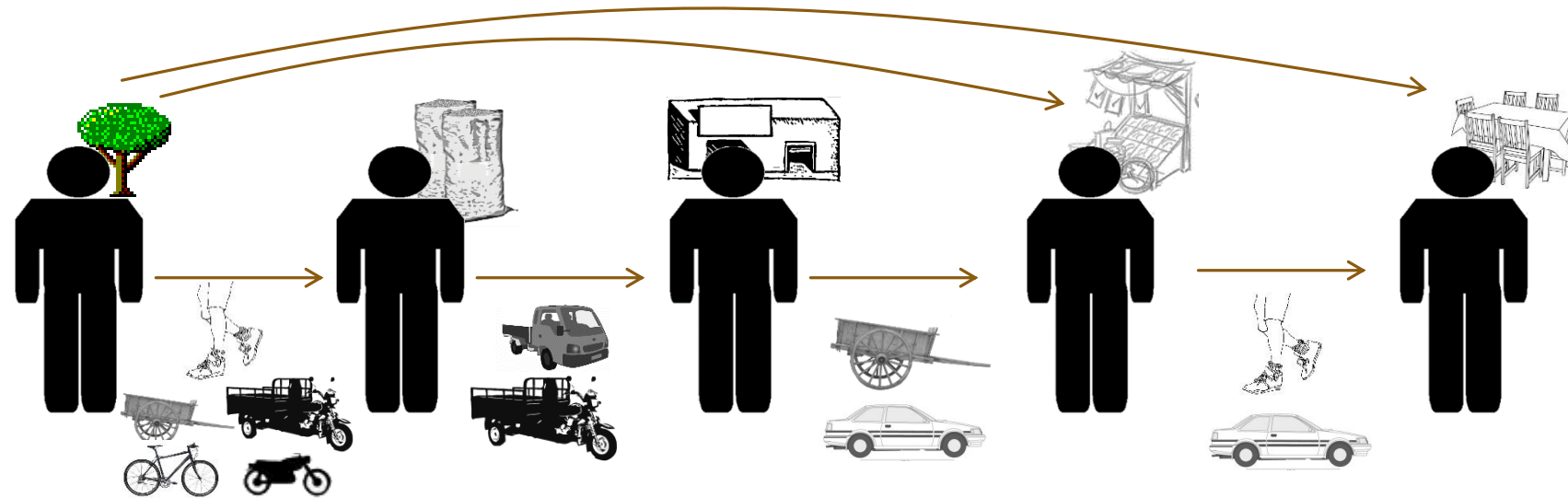
- 1) Beaucoup de filières: le travail centralisé devient ardu
- 2) Renforcement des compétences: le suivi continu d'une filière permet de se forger une expertise
- 3) Intérêt des tâches: chacun devient un analyste autonome, le travail est plus valorisant, le bulletin devient votre production

Harmonisation de la collecte

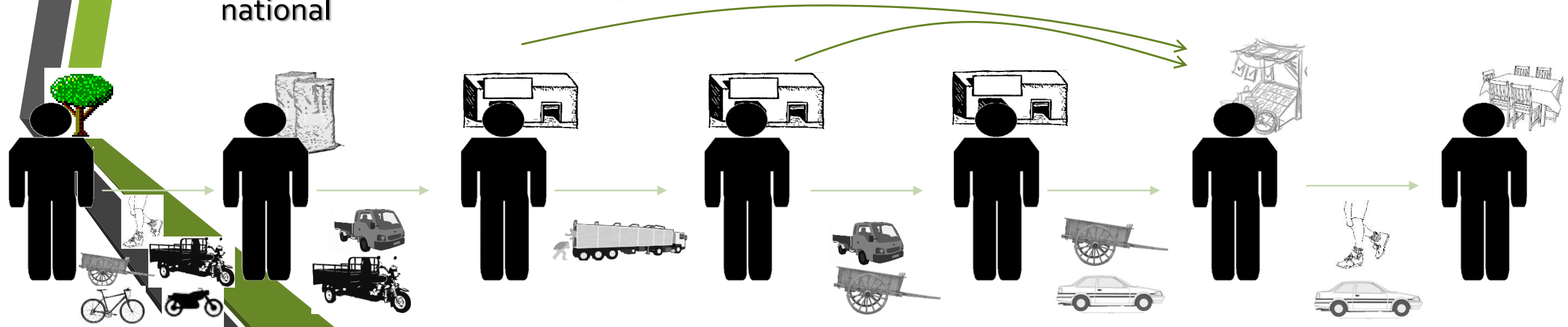
- Se mettre d'accord sur quels prix collecter:

Chaines de commercialisation:

1) sur le marché local



2) sur le marché national



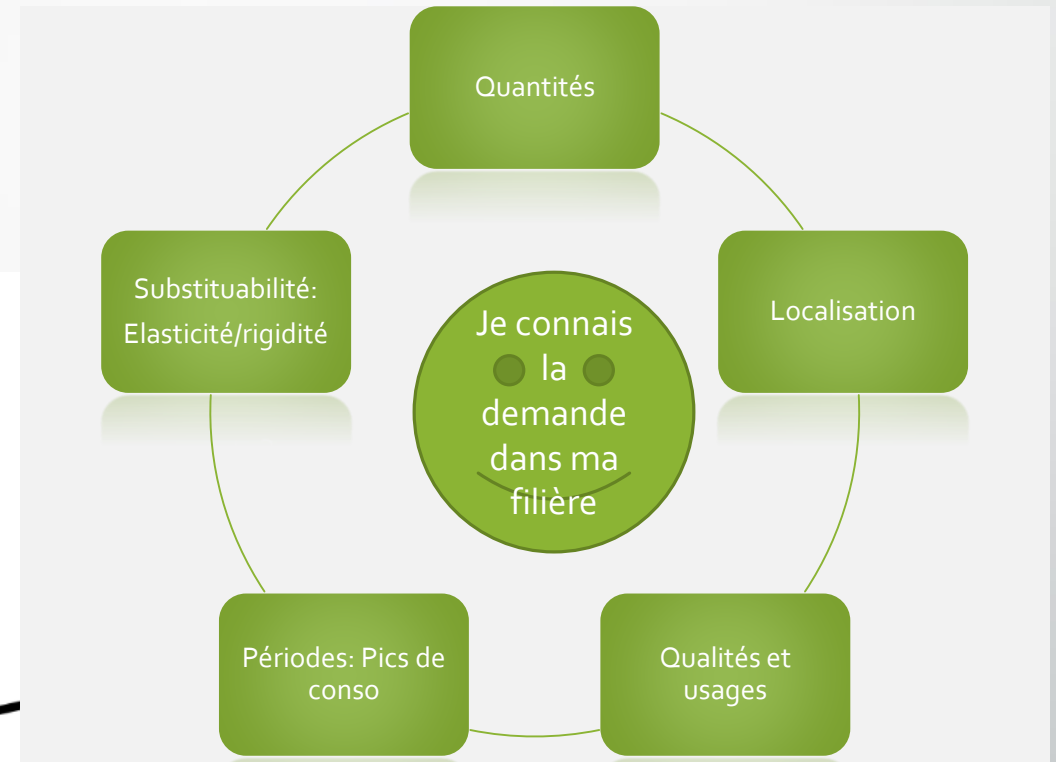
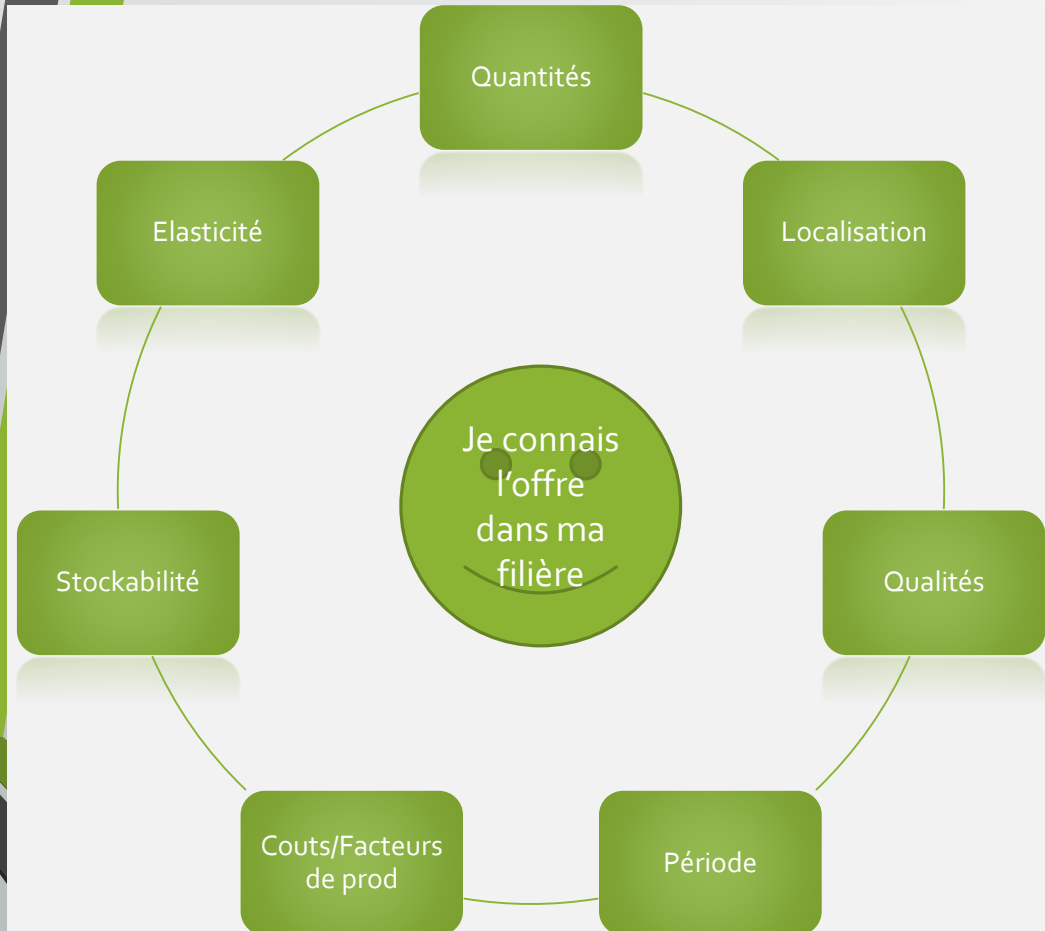
Harmonisation de la collecte

- Choisir les marchés et les zones et les cycles de passage
- Choisir les unités: Conversions et Arrondis
- Min et Max: fourchette de prix généralement pratiqués dans les villages et sur les marchés de la région.

Harmonisation de la collecte

- Présentation du fichier de collecte uniformisé

Les bases : analyser votre marché



Avoir les données en tête pour être en mesure de bien traiter l'info

- « Le prix du riz paddy est à 200 FCFA/kg bord-champ en ce moment »: est-ce haut? Est-ce bas? Est-normal?
- « La production d'oignon du Ghana devrait connaître une hausse de 15% cette année » est-ce beaucoup? Le marché sous régional va-t-il être déstabilisé? Si oui, à quelle période?
- « Les prix du maïs à la récolte étaient à 10 000 F/sac et sont maintenant (juillet) à 15 000 F/sac. » est-ce rentable d'avoir stocké, est-ce le bon moment pour vendre?

Plus vous vous passionnez pour une filière plus vous cumulez rapidement de l'information

- Le journaliste politique peut-il faire son travail sans connaître l'histoire et la personnalité de tous les hommes politiques importants?
- Le journaliste sportif peut-il se passer de connaître l'histoire des clubs et des joueurs?
- Tout professionnel de l'information se doit d'être imprégné de l'histoire et des fondamentaux de son secteur.



Les outils de collecte d'information

- A la rencontre de l'ensemble des acteurs:

producteurs, commerçants, exportateurs et importateurs, transformateurs artisanaux et industriels, détaillants: tous ont une part de l'information dont vous avez besoin



Les outils de collecte d'information

- Le Producteur:
 - Superficies plantées
 - Conditions météo – Développement des cultures
 - Intérêt pour la culture – stratégies d'assolement
 - Coûts de production et coût d'opportunité
 - Prix espéré pour vendre
 - Prix bord-champ proposés
 - Quantités disponibles – Niveau des stocks villageois

Les outils de collecte d'information

- Le Collecteur:
 - Disponibilités dans la zone
 - Etat d'esprit des producteurs: négociation difficile ou pas
 - Etat de la concurrence bord-champ
 - Volumes des commandes
 - Contraintes de collecte (frais de route, accessibilité, coût du transport)
 - Prix bord-champ proposés
 - Prix de revente en ville

Les outils de collecte d'information

- Le Grossiste:
 - Disponibilités dans la zone
 - Etat d'esprit des producteurs: négociation difficile ou pas
 - Etat de la concurrence dans la région
 - Volumes des commandes, état d'esprit des acheteurs (exportateurs, grossistes des zones de consommation, transformateurs)
 - Contraintes de transport (frais de route, accessibilité, coût du transport)
 - Prix de gros, prix de revente
 - Etat des stocks dans les magasins de gros
 - Problèmes de qualité

Les outils de collecte d'information

- Le transformateur:
 - Disponibilités dans la région ou le pays
 - Niveau de concurrence pour l'accès au produit
 - Quantités souhaitées
 - Difficulté ou facilité d'écoulement des produits transformés
 - Problèmes de qualité
 - Prix de gros d'achat en gros, semi-gros et détail
 - Coût de la vie, marge nécessaire pour dégager un revenu

Les outils de collecte d'information

- Le semi-grossiste ou détaillant:
 - Disponibilité sur les marchés
 - Etat d'esprit des consommateurs, intérêt pour le produit
 - Problèmes de qualité
 - Prix de livré usine, prix de revente du produit transformé
 - Etat des stocks

La production du Bulletin

- Réception de l'ensemble des données transmises
- Lecture et compilation dans le bulletin
- Ne pas hésiter à appeler les autres collègues pour vérifier les informations qui ne vous semblent pas claires ou surprenantes
- Avoir une vision de l'évolution de la filière sur le long terme
- Analyser la situation en terme d'opportunités et de risques commerciaux pour les producteurs, les commerçants et les transformateurs

Exemple

1) Correction d'un bulletin

2) Rédaction d'un bulletin

La Communication

- Chaque abonné c'est une personne de plus qui connaît et apprécie le travail de l'OCPV
- Chaque abonné c'est une chance de plus d'améliorer la commercialisation des produits vivriers en Côte d'Ivoire