

# Facteurs influençant l'agriculture commerciale paysanne: Étude de cas – Initiatives de commercialisation paysanne de la NASFAM

## Introduction

Au Malawi, l'agriculture paysanne est essentiellement axée sur la production d'aliments de base, comme le maïs et le riz, destinés à la consommation des ménages de petits exploitants. La domination de l'agriculture de subsistance, reposant sur les systèmes agricoles traditionnels des petits exploitants est l'un des obstacles préoccupants à la productivité agricole. Dans le pays, le secteur de l'agriculture à petite échelle n'est toujours pas rentable et se caractérise par un faible taux d'utilisation d'intrants agricoles améliorés, la faiblesse des liens avec les marchés, des frais de transport élevés, le petit nombre d'organisations d'agriculteurs, un contrôle médiocre de la qualité et l'absence d'informations sur les marchés et les prix. Plusieurs initiatives d'acteurs publics et non publics, visent à encourager l'intensification de la production agricole à

petite échelle et sa commercialisation. Parmi les «fers de lance» de l'agriculture commerciale paysanne, citons la *National Smallholder Farmers' Association of Malawi* (Association nationale des petits agriculteurs du Malawi, NASFAM), une organisation agricole.

L'agriculture commerciale peut revêtir différentes formes et admet différentes définitions. L'agriculture commerciale paysanne peut se définir selon le mode de participation des petits agriculteurs aux marchés commerciaux des intrants et des produits agricoles, les types de cultures qu'ils produisent et leurs objectifs.

Nous avons utilisé l'objectif des fermiers et leur participation aux marchés des produits pour définir concrètement la commercialisation à petite échelle. Au niveau des ménages, le degré de commercialisation de la production agricole est fonction des conditions

agro-climatiques et des risques; de l'accès aux marchés et aux infrastructures; des ressources disponibles au niveau communautaire et dans les ménages; des marchés des intrants et des facteurs; de la législation et des institutions; des facteurs culturels et sociaux qui influencent les préférences en matière de consommation, les opportunités et les contraintes au niveau de la production et des marchés.

Des forces exogènes peuvent également influencer le processus de commercialisation paysanne, parmi lesquels les variations de population et le changement démographique, l'urbanisation, l'accès aux nouvelles technologies, les infrastructures et la création de débouchés ainsi que les politiques commerciales et macro-économiques. Ces facteurs ont un impact sur la commercialisation car ils font évoluer l'offre et la demande de produits de base, les prix des intrants et de la production agricole, les coûts de transaction et les risques avec lesquels les petits agriculteurs, les négociants et d'autres acteurs du système de production et de commercialisation agricole doivent composer. Ainsi, lorsque le risque

d'insécurité alimentaire est élevé – par exemple en raison de la flambée et de l'imprévisibilité des prix alimentaires, les petits agriculteurs peuvent décider de se concentrer sur la production domestique plutôt que de dépendre du marché. Le présent Point Info examine l'influence de la sécurité alimentaire dans la décision des ménages de participer à des initiatives de commercialisation.

### Les initiatives de la NASFAM en matière de commercialisation paysanne et la sécurité alimentaire

La NASFAM propose plusieurs services aux petits agriculteurs: services de vulgarisation, accès aux intrants, accès au marché et plaidoyer stratégique. Elle encourage en outre la commercialisation paysanne en incitant les petits agriculteurs à ne plus considérer l'agriculture comme une simple activité de subsistance mais comme une activité commerciale (agriculture commerciale) (voir Encadré 1). Les données d'enquête ont été recueillies entre octobre et novembre 2009 par le biais d'un questionnaire réalisé auprès de 300

#### Caractéristiques des ménages (valeurs moyennes)

Variables	Participant		Non Participant	
	Avant intervention (2007/08)	Après l'intervention (2008/09)	Avant intervention (2007/08)	Après intervention (2008/09)
Taille du ménage (équivalents adultes)	-	5,21	-	4,13
Années de scolarité	-	5,99	-	5,05
Terres cultivées	3,14	2,39	2,33	1,80
Valeur des actifs/patrimoine en Mk	67.366	76.273	23.431	26.870
% ménage actif dans l'agriculture	0,30	0,46	0,20	0,31
Main-d'œuvre embauchée en jours-homme (total)	23,6	54,9	19,7	43,5
Membre du ménage en jours-hommes (total)	70,5	155	72,8	1,22

## Encadré 1 : la NASFAM et la commercialisation paysanne au Malawi

La NASFAM a été créée en 1994 dans le cadre du projet de développement de l'agriculture à petite échelle financé par l'USAID, l'Agence américaine pour le développement international, afin d'organiser la production de tabac par les petits exploitants. Au fil des ans, le mandat de la NASFAM s'est étendu à la diversification vers d'autres cultures commerciales ou vivrières comme les arachides, le riz, les poivrons, le coton, le soja et autres légumineuses. La NASFAM a pour ambition de promouvoir l'agriculture commerciale auprès des petits exploitants. Ses membres sont de petits agriculteurs qui cultivent habituellement moins d'un hectare de terres, qui produisent 60 % de cultures vivrières et 40 % de cultures commerciales et dont le principal outil est la houe manuelle. La NASFAM s'est développée, tant en ce qui concerne son nombre de membres, que sa couverture géographique, l'éventail de ses services et les cultures couvertes.

Le réseau d'accompagnement de la NASFAM est organisé de la manière suivante. La plus petite unité opérationnelle, le «club» se compose d'un à 15 petits agriculteurs. Ensemble, ces clubs s'organisent en groupes d'action qui sont les principaux relais du réseau d'accompagnement pour la diffusion d'information aux membres et le groupage de la production des membres. Ces groupes d'action s'organisent à leur tour en associations de la NASFAM, des entités enregistrées de type coopératives qui sont gérées par des conseils de petits agriculteurs.

La NASFAM propose plusieurs services à ses membres comme la formation et le développement des capacités dans le domaine des activités agricoles et la gestion d'associations et l'amélioration de l'accès aux intrants agricoles, au marché et à la commercialisation des récoltes. Elle offre aussi des services d'encadrement et de vulgarisation et plaide en faveur du changement politique.

Elle compte aujourd'hui 110 000 membres (petits agriculteurs) dans tout le pays. Les arachides, qui avaient toujours été une culture commerciale pour les petits agriculteurs, sont devenues aujourd'hui un produit d'exportation, une évolution due en grande partie à la NASFAM. Certaines des associations actives dans la culture d'arachides ont reçu un label «commerce équitable», ce qui leur permet d'exporter au prix fort.

ménages et par le biais de discussions dans huit communautés, au sein de groupes de réflexion

Cette enquête a été menée dans des régions où les associations de la NASFAM avaient observé une croissance naturelle lors de la saison agricole 2008/09; elle a été réalisée auprès des ménages membres de l'organisation depuis un an et auprès de ménages non membres des districts de Ntchisi et Nkhhotakota, dans la région centrale du Malawi. Il a été procédé à un échantillonnage aléatoire en deux phases par Comité de groupe d'action (Group Action Committee, GAC) (voir Encadré 1) pour constituer la liste des ménages inclus dans la base d'échantillonnage. Dans chaque GAC,

comptant en moyenne 30 membres, 20 membres ont été sélectionnés de manière aléatoire. Au total, 5 GAC ont été interrogés dans chacun des districts. L'enquête a utilisé l'effet boule de neige pour identifier les non-membres.

En ce qui concerne les caractéristiques des ménages, il est apparu que la majorité de ces ménages d'agriculteurs étaient moins éduqués et qualifiaient leur bien-être d'insuffisant. Les ménages participants produisaient davantage de céréales commerciales, comme le tabac, que les non participants, même si les ménages affectaient généralement plus de terres aux cultures vivrières. Certains ménages vendaient une partie de leur production de maïs, mais

essentiellement au début de la saison de commercialisation. Les ménages étaient donc vulnérables aux fluctuations des prix alimentaires, surtout lorsque leur récolte ne suffisait pas à couvrir les besoins alimentaires de la famille.

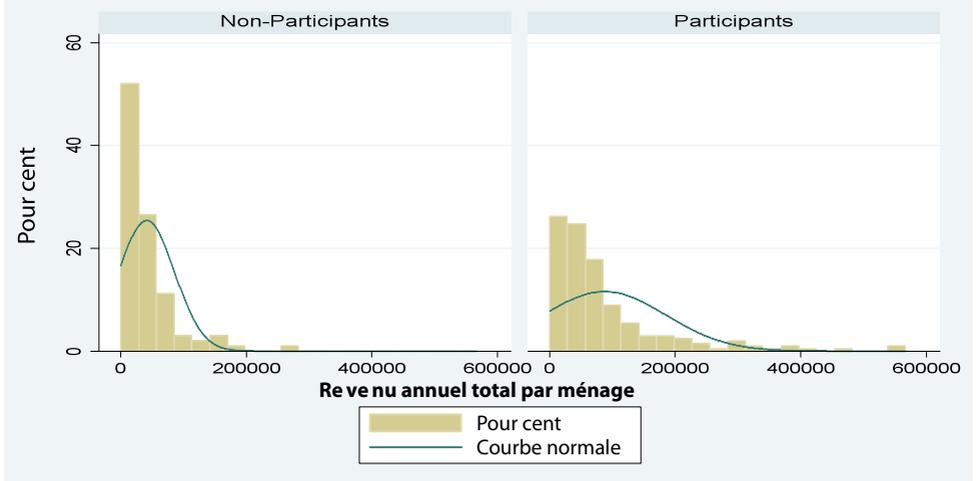
Dans l'ensemble, les petits exploitants ont affecté moins de terres aux cultures, le pourcentage de terres cultivées étant toutefois légèrement plus élevé chez les agriculteurs participants. Parmi les raisons expliquant la réduction des surfaces cultivées en 2008/09, les répondants ont cité le manque de terres (48 % des participants), les contraintes de main-d'œuvre (16 %), la location de terres (12,9 %), l'engorgement des terres par l'eau (3,2 %) ou la jachère (3,2 %).

Les agriculteurs participants comptabilisaient un plus grand nombre de jours-hommes de travail familial que les non-participants, même s'ils consacraient des montants statistiquement plus élevés aux intrants et à la main-d'œuvre.

La plupart des ménages dépendent des engrais subventionnés mais ils investissent aussi dans des achats commerciaux, au comptant ou à crédit. Toutefois, 95 % des ménages participants utilisaient de l'engrais, contre 88 % des ménages non participants.

Les revenus non agricoles représentent toujours une proportion importante de l'ensemble des sources de revenus des ménages, comme les revenus du travail occasionnel (*ganyu*) et les envois de fonds. Les indicateurs de revenus et de sécurité alimentaire des ménages participants étaient supérieurs à ceux des non participants. Ainsi, les participants ont eu davantage de mal à joindre les deux bouts en 2007/08 (avant l'intervention) qu'en 2008/09, après l'aide à la commercialisation. En outre, le pourcentage de ménages se classant eux-mêmes dans la catégorie des pauvres ou des ultra-pauvres a diminué depuis qu'ils se sont associés à cette initiative. L'illustration 1 montre la répartition des revenus totaux des ménages par statut, en 2008/09.

**Illustration 1: Ventilation du revenu annuel en fonction du statut du ménage**



Les chiffres montrent une répartition très inéquitable des revenus, avec une courbe toutefois nettement plus plate chez les ménages participants, ce qui laisse supposer une plus grande distribution des revenus. En moyenne, les ménages participants avaient perçu un revenu annuel de 87 634 MK [626 dollars], soit 19 072 MK [136 dollars] par équivalent-adulte et par an, contre 41 414 MK [296 dollars], soit 11 531 MK [82 dollars] par équivalent-adulte et par an pour les ménages non participants.

Les types de culture des ménages agricoles sont influencés par leurs préoccupations relatives à la sécurité alimentaire. Les cultures alimentaires occupent le pourcentage le plus élevé des terres. Plusieurs facteurs peuvent expliquer ce comportement, parmi lesquels la réduction du risque, les préférences gustatives pour des variétés locales, les conditions du marché et surtout, la défiance par rapport aux marchés alimentaires. Pourtant, même dans de telles conditions, les récoltes ne sont pas suffisantes pour couvrir les besoins alimentaires des ménages et la part du budget des ménages

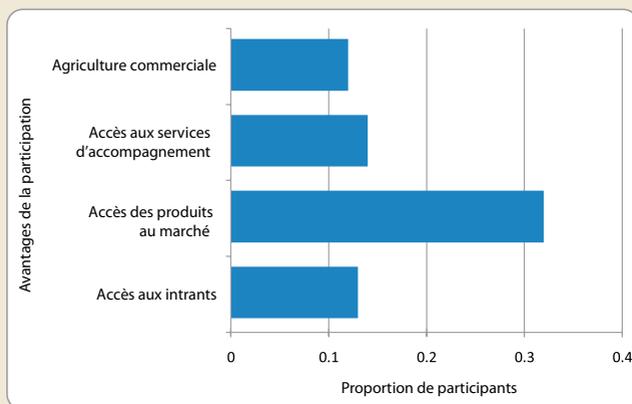
affecté à l'alimentation est élevée. Cela implique aussi que la consommation des ménages sera considérablement affectée par l'évolution des prix alimentaires.

L'accès aux marchés fonctionnels – pour les ménages participants comme pour les ménages non-participants – permettrait d'atténuer les craintes en rapport avec la sécurité alimentaire. Les ménages pourraient ainsi opter pour des modèles de production à plus forte valeur.

## Participation aux initiatives de commercialisation de la NASFAM

La participation à des organisations agricoles permet d'obtenir de meilleurs prix pour la production et de diminuer le prix des intrants – étant donné que les associations peuvent acheter en gros et offrir une aide technique et des technologies grâce auxquelles les petits agriculteurs vont pouvoir améliorer les rendements. L'illustration 2 ci-dessous montre que les petits agriculteurs ont eu accès à des intrants et des marchés pour leurs

### Illustration 2: Principaux avantages de l'adhésion à la NASFAM



production, qu'ils ont bénéficié de services d'accompagnement et de vulgarisation et d'une réorientation vers l'agriculture commerciale. Le principal avantage est l'accès des produits agricoles au marché, ce qui est conforme à l'orientation commerciale des activités de la NASFAM.

Les résultats indiquent également que cette nouvelle façon de concevoir l'agriculture – l'agriculture commerciale remplaçant l'agriculture de subsistance – suite à un changement d'objectifs est considérée comme un avantage important, mais seulement 12 % des participants l'ont clairement mentionné.

Il ressort des discussions au sein du forum de discussion que plusieurs facteurs ont incité les petits agriculteurs à rejoindre la NASFAM : la perspective d'une diminution des coûts de transport vers les marchés du tabac; l'accès de leur production au marché d'autant plus que la NASFAM achetait à bon prix leurs produits – arachides et soja; l'accès aux services d'accompagnement/de vulgarisation et la mise en réseau avec d'autres institutions agricoles. Certains ont indiqué avoir rejoint la NASFAM après avoir constaté une amélioration des moyens d'existence d'autres agriculteurs suite à leur adhésion. La sécurité alimentaire n'a pas joué un rôle majeur dans la décision de participer aux initiatives de commercialisation de la NASFAM, seulement 25 % des agriculteurs participants ayant indiqué avoir été motivés par la perspective d'une meilleure adéquation alimentaire.

La participation aux initiatives de commercialisation de la NASFAM se fait par adhésion volontaire. La NASFAM propose ses services aux petits agriculteurs potentiellement intéressés qui décident ou non d'en devenir membres, sur base des informations reçues.

Il convient de souligner qu'avant la création de la NASFAM, plusieurs petits agriculteurs vendaient déjà une partie de leur production agricole. Il y avait donc déjà commercialisation paysanne. La participation aux activités de la NASFAM pourrait avoir renforcé leur degré de commercialisation.

Sur base des données préalables à l'adhésion à la NASFAM, l'on constate que la décision des agriculteurs de prendre part aux initiatives de commercialisation de l'association a été considérablement influencée par les aspects suivants:

- Sexe du chef de ménage — les agriculteurs issus de ménages dirigés par un homme sont plus susceptibles de participer que les membres de ménages dirigés par une femme. Cette différenciation entre les sexes résulte des préjugés dont sont victimes les ménages dirigés par une femme en matière d'accès à diverses formes de capitaux. Inutile de rappeler que les ménages du Malawi dirigés par une femme sont pauvres et sont plus vulnérables que les ménages dirigés par un homme;
- Taille du ménage et main-d'œuvre familiale – les ménages ayant beaucoup de main-d'œuvre sont plus susceptibles de commercialiser leur production;
- La richesse joue un rôle clé dans la décision des agriculteurs de participer aux initiatives d'organisations d'agriculteurs et de commercialisation. La richesse est une ressource qui facilite l'accès financier aux intrants agricoles et la consommation des agriculteurs participants lors des périodes où les besoins alimentaire ne sont pas couverts; et

- La sécurité alimentaire — les ménages dont la sécurité alimentaire est assurée étaient davantage susceptibles de participer aux initiatives de commercialisation de la NASFAM et affichaient des taux de commercialisation plus élevés; leur probabilité de participer augmente de 12 %.

## Déterminants du degré de commercialisation

Le degré de commercialisation de la production des petits agriculteurs dépend de nombreux facteurs parmi lesquels l'âge du chef de ménage, la taille du ménage, la sécurité alimentaire, l'accès aux engrais et les avantages de la participation à des organisations agricoles. Les résultats d'un modèle de régression du degré de commercialisation, mesuré par le pourcentage vendu de la production agricole totale – avec prise en compte des biais de sélectivité de participation aux activités de commercialisation de la NASFAM – semblent indiquer que l'accès aux intrants et aux marchés sont des facteurs critiques associés au degré de commercialisation.

Premièrement, l'accès aux engrais influence de manière positive le degré de commercialisation, l'achat d'engrais à crédit ayant toutefois un plus grand impact sur la commercialisation que l'accès aux engrais subventionnés ou leur achat au comptant. L'impact marginal plus faible des engrais subventionnés et des achats au comptant pourrait s'expliquer par les quantités plus limitées d'engrais achetées par les ménages qui ont recours à ces méthodes mais aussi par l'incitation plus grande à la commercialisation imposée par le marché du crédit.

Deuxièmement, les jeunes agriculteurs affichent généralement un degré de commercialisation supérieur à ceux de leurs

ainés. Ce résultat est encore renforcé par le nombre de membres du ménage en équivalents-adulte, qui a un impact négatif sur la commercialisation. On peut en conclure que même si la taille importante du ménage a un impact positif sur la participation aux marchés commerciaux, elle peut aussi influencer négativement le degré de commercialisation, du fait notamment que ces ménages se spécialisent dans leur propre production alimentaire. Les chefs de ménage plus âgés sont les plus susceptibles d'être à la tête de grandes familles, ce qui, d'une part, présente l'avantage d'une plus grande main-d'œuvre disponible mais, d'autre part, augmente les besoins alimentaires dudit ménage.

Troisièmement, on observe un lien positif significatif entre la sécurité alimentaire avant la participation aux activités de la NASFAM et le degré de commercialisation. Les ménages ayant indiqué eux-mêmes jouir d'une sécurité alimentaire affichaient un degré de commercialisation supérieur de 9% en moyenne à celui des ménages en situation d'insécurité alimentaire. Ce constat souligne le rôle important de la sécurité alimentaire comme moteur de la commercialisation, notamment dans des contextes caractérisés par une forte volatilité saisonnière des prix du maïs.

Enfin, le rôle de l'appartenance à la NASFAM et l'appréciation, par les petits agriculteurs eux-mêmes, des avantages tirés de leur participation aux initiatives commerciales de la NASFAM sont également essentiels pour une bonne compréhension du degré de commercialisation. Le service de base de la NASFAM – la réorientation des petits exploitants agricoles vers l'agriculture d'entreprise et la promotion de l'accès au marché – est fort apprécié par les agriculteurs et a un impact positif sur le degré de commercialisation. Par rapport aux ménages non participants, les

ménages qui ont déclaré que le bénéfice majeur des activités de la NASFAM était l'orientation commerciale de leur ferme ont vu la vente de leurs cultures augmenter de 19 %, une marge donc supérieure à celle enregistrée par ceux qui ont déclaré que le bénéfice majeur était l'accès au marché (marge de 17%), et à celle des ménages ayant cité l'extension de services (9%).

## Conclusion

L'approche d'intensification et de commercialisation encouragée et diffusée par la NASFAM est riche en enseignements qui doivent être partagés pour améliorer la productivité et la rentabilité des activités agricoles. Les organisations d'agriculteurs restent essentielles car elles facilitent l'accès des petits agriculteurs aux marchés. Ces résultats soulignent la nécessité de soutenir le développement des organisations de petits agriculteurs, comme la NASFAM, qui leur offrent des services de formation et de renforcement des capacités dans le domaine de la gestion d'entreprise et qui encouragent et facilitent l'accès au marché. Toutefois, le choix d'y participer et le degré de commercialisation se heurtent aux contraintes du marché du crédit, à l'insécurité alimentaire et aux biais de genre qu'on peut observer dans la propriété des biens – par exemple un accès limité aux terres et aux capitaux et de plus grandes responsabilités domestiques pour les femmes, qui réduisent la main-d'œuvre agricole disponible.

Le micro-crédit pourrait améliorer l'accès des petits agriculteurs aux ressources et aux engrais qui leur permettent d'augmenter leur productivité ou de développer leurs activités existantes et d'avoir accès aux marchés. L'impact

de l'insécurité alimentaire sur les efforts de commercialisation devrait être examiné de manière plus approfondie dans les programmes. Les responsables politiques devraient s'efforcer davantage à créer l'accès à des marchés alimentaires stables, faute de quoi les petits agriculteurs souhaitant commercialiser leurs récoltes pourraient se heurter à des obstacles.

Au Malawi, il est possible d'assurer le bon fonctionnement des marchés alimentaire en s'attaquant aux contraintes auxquelles les négociants/commerçants privés doivent faire face comme le stockage, l'accès aux capitaux, le manque d'infrastructures et l'imprévisibilité des interventions gouvernementales, entre autres, car ces facteurs limitent le mouvement inter-saisonnier du maïs et l'intégration des marchés.

Le principal enseignement pour des initiatives similaires est le suivant: une approche plus ciblée, axée sur les petites agricultrices et prenant en compte leurs difficultés de participation au marché, comme l'accès au crédit, aura un impact favorable sur le bien-être de leur ménage. En outre, ces résultats exigent aussi d'investir chez les jeunes agriculteurs, en raison des taux élevés de chômage et de sous-emploi des jeunes. L'agriculture peut offrir aux jeunes et autres groupes des zones rurales des moyens d'existence corrects et diminuer la vulnérabilité associée à l'exode rural, comme des perspectives d'emploi limitées.

*Ce Point Info se base sur le document de travail de FAC par les mêmes auteurs: «From Subsistence to Smallholder Commercial Farming in Malawi: a Case of NASFAM Commercialisation Initiatives».*

#### Remerciements :

Ce Point Info a été rédigé par **Ephraim Chirwa et Miriam Matita** du **Future Agricultures Consortium**. **Beatrice Ouma et Elaine Mercer** sont les rédactrices en chef. Pour en savoir plus au sujet de cette série de Points Infos, visitez [www.future-agriculture.org](http://www.future-agriculture.org)

Future Agricultures Consortium vise à encourager un débat critique et un dialogue politique sur l'avenir de l'agriculture en Afrique. Le Consortium est un partenariat entre plusieurs organisations africaines et anglaises axées sur la recherche. Secrétariat de Future Agricultures Consortium, Université du Sussex, Brighton BN1 9RE, Royaume-Uni.

**T** +44 (0) 1273 915670 **E** [info@future-agricultures.org](mailto:info@future-agricultures.org)

*Future Agricultures invite les lecteurs à citer ou à reproduire ses documents dans leurs propres publications. En échange, Future Agricultures Consortium demande d'être cité en référence et de recevoir une copie de ladite publication.*

Funded By



Les opinions exprimées ne reflètent pas nécessairement les politiques officielles du gouvernement britannique.