

Les commercialisations agricoles: les conditions égales pour les petits exploitants agricoles ?

La croissance accélérée de l'agriculture est considérée par beaucoup comme déterminante pour répondre aux OMD en Afrique. Pour de nombreux gouvernements nationaux et associations internationales de développement, l'intensification et la commercialisation de l'agriculture paysanne jouent un rôle déterminant dans la réduction de la pauvreté. Les avantages potentiels de la commercialisation sont très bien documentés. Selon ce courant de pensée, l'agriculture paysanne a une position unique pour assurer une croissance à large assise dans les zones rurales où la plus grande majorité de la population pauvre mondiale vit toujours.

D'autres craignent que les stratégies de commercialisation agricole ne profite pas à la majorité des ménages ruraux pauvres, que ce soit directement, ou pour certains, pas du tout.

Ils craignent plutôt que les efforts visant à promouvoir une agriculture plus commerciale

profite principalement aux grandes exploitations. Au mieux, une minorité de petits exploitants nantis pourront en tirer certains avantages.

Ce document de travail du Consortium Avenir des Agricultures examine les autres perspectives

Encadré 1 : Définition de la commercialisation

La plupart des définitions de la commercialisation agricole s'articulent autour du niveau de participation au marché (des extrants), en se concentrant sur les revenus. Les autres dimensions de la commercialisation peuvent inclure :

- La participation aux marchés des intrants
- Le besoin accru d'emplois salariés
- Le but lucratif au sein de l'exploitation agricole
- Le passage de la diversification à la spécialisation, sur le long terme

possibles en matière de commercialisation agricole, en tentant de s'écarter de l'idée qu'il existe une agriculture commerciale idéale et en suivant une voie toute tracée jusqu'à un objectif final clairement défini. Les commercialisations peuvent emprunter différentes voies, surtout si on évite des distinctions simples, comme par exemple entre les cultures vivrières et les cultures commerciales. Les auteurs plaident en faveur de commercialisations diverses, de trajectoires spécifiques localement et d'engagements que ce soit avec le marché intérieur et les exportations. Les rapports existant entre la croissance et la baisse de la pauvreté des paysans à travers l'agriculture commercialisée ne concernent pas juste une ou deux filières.

Qui sont les fermiers commerciaux ?

Ce sont les fermiers qui profitent de leur présence sur des marchés offrant des débouchés et qui

répondent à tous les débouchés économiques disponibles. Ce ne sont pas exclusivement les marchés d'exportation. En Afrique subsaharienne (ASS), les marchés des matières premières sont estimés à environ 50 milliards USD par an et affichent une croissance annuelle de 4 pour cent (Diao et al. 2003). En réalité, les petites et les grandes exploitations n'ont pas les mêmes forces, ce qui confère à chacune des avantages pour produire certaines cultures. Les petits exploitants mieux lotis continuent d'occuper le devant de la scène en tant que fournisseurs de produits de base et horticoles et d'une variété d'autres cultures destinées aux marchés intérieur et régionaux lorsqu'il y a peu d'exigences en matière de qualité et que la sécurité et la traçabilité ne sont pas encore des problèmes majeurs. Les gros producteurs continuent de développer leurs exportations de produits horticoles (cf, par exemple, Maertens et Swinnen



Photographie: David Hughes

Encadré 2 : la commercialisation en Ethiopie

Les recherches entreprises par Future Agricultures en Ethiopie (Samuel Gebreselassie et Ludi, 2007; Samuel Gebreselassie et Sharp, 2007 ; Sharp, Ludi et Samuel Gebreselassie, 2007) prennent en considération les différentes significations possibles du terme commercialisation (ou agriculture axée sur le marché) pour l'Ethiopie et sont complétées par un travail empirique dans les régions éthiopiennes productrices de café et de tef.

Des recherches et consultations préliminaires ont identifié quatre catégories différentes d'exploitants agricoles en Ethiopie - correspondant approximativement à ceux définis dans les tableaux 1 et 2 - qui peuvent profiter de, et contribuer à la croissance agricole axée sur le marché. Différents soutiens à la politique stratégique peuvent s'avérer nécessaires pour chaque groupe, représentant quatre "trajectoires" possibles pour la commercialisation. Les recherches sur le terrain entreprises avec les petits exploitants de 'type B' dans les régions productrices de tef et de café ont soulevé les points suivants :

■ **Le tef** : au niveau du ménage rural, les principales contraintes en matière de commercialisation dans les régions étudiées semblent être les contraintes en matière de production, particulièrement la terre et le labeur (au niveau du ménage, et notamment pendant les hautes saisons). Les données sur les revenus et la consommation indiquent que la monoculture ne peut pas être le seul moyen de subsistance des ménages interrogés. Cela reste vrai même quand les fermiers ont vendu une part plus élevée ou plus faible de leur production : toutefois, les revenus issus des récoltes se sont retrouvés face à un pourcentage plus faible des besoins de consommation parmi les agriculteurs moins commercialisés qui cultivaient de plus petites parcelles. Les résultats de l'étude montrent que même les foyers commercialisés dans ces zones agricoles prospères ne peuvent répondre à leurs besoins en consommation de revenus céréaliers et renforcent la nécessité de comprendre la commercialisation des petits exploitants dans le contexte de l'ensemble des moyens de subsistance pour l'ensemble des ménages, notamment le bétail et les autres sources de revenus obtenues en dehors des cultures que ce soit à l'extérieur ou à l'intérieur de l'exploitation. Bien que les défis techniques consistant à accroître le rendement des récoltes et améliorer l'efficacité des marchés agricoles soient importants, ils ne représentent pas la situation globale.

■ **Le café** : les résultats montrent le caractère intégré du système d'exploitation des zones caféicoles, combinant café, fruits et légumes (destinés principalement au marché) avec les aliments de base (destinés principalement à la consommation du ménage). Malgré un niveau généralement élevé de la commercialisation du café : les exploitants ont vendu en moyenne 84 % de leur production, la contribution du café étant de 70 % : l'exploitation diversifiée est une stratégie suivie par la majorité des ménages interrogés. On a pu constater un niveau élevé de différenciation au sein du ménage : alors que 25 % des petits exploitants extrêmement commercialisés généraient plus de 95 % de leurs revenus en espèces grâce à la vente du café, les 25 % de base ont gagné 63 % de leurs revenus en espèces grâce à la vente de leurs cultures vivrières. Les résultats de l'étude suggèrent toutefois que l'élargissement du champ des activités caféicoles peut accroître la productivité agricole. La superficie totale des exploitations que possèdent et cultivent les exploitants interrogés n'expliquaient pas, de manière significative, la variation observée dans la commercialisation du café du ménage : la proportion des plantations de café était plus importante. Ce résultat souligne deux points : (i) l'homogénéité de la taille des exploitations parmi les ménages sondés rend la probabilité de la commercialisation comparable parmi les différents exploitants et (ii) la difficulté des petits exploitants à faire face à l'expansion de leur production de café et d'autres cultures (notamment les cultures vivrières) simultanément.



Photographe: Sven Torfinn, Panos

2007), mais sont moins au premier plan sur les marchés intérieurs où les segments de forte valeur sont encore souvent petits.

Le type d'exploitation prédominant dépend en partie des cultures exploitées (mais aussi des conditions agro-écologiques et du potentiel du marché) ainsi que des marchés ciblés. Les grandes exploitations peuvent prospérer car elles sont le mode d'agriculture commercialisée le plus approprié pour des cultures et marchés particuliers lorsque le pays ou la région a un avantage comparatif – pas nécessairement parce que la politique favorise les grandes exploitations. De même un pays ou une région peut bien s'en sortir dans deux groupes de produits (à savoir, le café et les exportations horticoles en Ethiopie), avec des systèmes de production paysanne dominants d'un côté et de grandes exploitations de l'autre. Avec une

meilleure assistance organisationnelle, technique et administrative, les deux peuvent aussi se lancer dans la production, le traitement et le commerce d'un seul produit par un partage des différentes responsabilités convenant à leurs avantages comparés et conditions spécifiques le long de la chaîne de valeur et ce, pour leur propre avantage et celui de l'économie en général. Les régimes contractuels et ceux des petits planteurs peuvent aussi avoir un rôle à jouer ici.

Pour être honnête, les avantages concurrentiels des petites exploitations sont axés sur l'offre bon marché d'une main-d'œuvre familiale extrêmement motivée. Les grandes exploitations sont confrontées à des prix plus bas dans la plupart des autres transactions commerciales (des intrants et des extrants).

Une préférence pour les grandes exploitations ?

En politique, on peut observer un ensemble d'interventions visant à aider à la fois les petites et les grandes exploitations. En pratique, toutefois, la politique peut favoriser les grandes exploitations au détriment de la commercialisation paysanne. Quelles en sont les raisons ?

1. Le manque de clareté sur le sens du terme commercialisation et sur les différentes interventions possibles pour y parvenir, ainsi que sur la diversité des autres voies à emprunter, variant selon les régions et les localités.
2. Le développement des cultures industrielles par les petits producteurs nécessite des investissements complémentaires pour aider au développement du marché des produits alimentaires de base et/ou l'augmentation de la productivité des produits alimentaires de base. En Afrique, les marchés alimentaires ruraux sont hasardeux de par les variations importantes des prix saisonniers. Par conséquent, il est rationnel pour les petits ménages ruraux d'accorder la priorité aux cultures vivrières vitales, même si leurs revenus sont plus élevés quand ils cultivent d'autres produits. Les derniers événements survenus dans certains pays comme, par exemple, les bourses de commerce dont le lancement est prévu en fin d'année en Ethiopie, peuvent permettre d'augmenter les avantages des marchés des petits exploitants et appuyer la commercialisation.
3. Les résultats de la politique de commercialisation peuvent être inattendus et ce pour diverses raisons :

- Ni les fonctionnaires, ni les politiciens ne croient aux discours politiques en faveur des petits exploitants ;
 - La mise en oeuvre peut refléter les priorités personnelles ou collectives des élites, plutôt que les priorités proposées pour la lutte contre la pauvreté nationale ou les stratégies du secteur agricole (cf Chirwa et al, 2006 sur le Malawi).
4. Si elles veulent prospérer, les petites exploitations doivent être aidées davantage que les grandes. Alors que l'agriculture commerciale à grande échelle peut se développer lorsque l'environnement est propice (stabilité macroéconomique, systèmes bancaires, infrastructure de référence : routes, électricité et télécommunications), la commercialisation des petits exploitants à large assise nécessitera probablement de nombreux services avant et après les récoltes (financement, extension, marchés des intrants, information sur le marché). L'état a presque toujours un rôle à jouer : que ce soit dans la coordination ou dans la réglementation des prestations de service. Quand le rôle de l'état fait défaut, les grandes exploitations n'en pâtissent pas car elles peuvent se fournir elles-mêmes en services commerciaux et de production. Pourtant, la majorité des petites exploitations vont en pâtir. Cela n'a rien à voir avec le favoritisme affiché en faveur des grandes exploitations, mais les résultats eux risquent de ne pas être si différents.

Des conditions de concurrence égales ?

La plupart des éléments de l'environnement propice exposés plus haut sont centralisés : responsabilité du ministère des Finances ou de la Planification. Toutefois, alors que ces ministères ont indubitablement un rôle crucial à jouer pour

Encadre 2: Commercialisation en Ethiopia

Tableau 1 : forces et faiblesses concurrentielles des différents types d'exploitation agricole	Petits exploitants		Petits exploitants-investisseurs	Grandes exploitations
	Les petits agriculteurs non commerciaux de type 'A' qui peuvent vendre une partie de leur production mais ne peuvent pas vivre uniquement de l'agriculture	Les petits agriculteurs commerciaux de type 'B' qui tentent d'être en phase avec les besoins du marché et de vivre de la vente de leurs production		
Terres	*	**	**	**
Financement / Crédit		*	**	***
Intrants : accès/ achats	*	*	**	***
Main d'oeuvre qualifiée : accès		*	**	***
Main-d'oeuvre non qualifiée : motivation, supervision	***	***	**	*
Contacts/réseaux	*	**	**	***
Connaissance du marché	*	**	***	***
Connaissances techniques	*	**	***	***
Traçabilité des produits et assurance de qualité			*	***
Gestion des risques	*	*	**	***
* = mal positionné (aucune étoile est pire!); *** = bien positionné				

promouvoir la production et la commercialisation agricole en Afrique, la commercialisation des petits exploitants à large assise n'est probablement pas possible sans le rôle joué

activement par le ministère de l'Agriculture. Historiquement, les ministères de l'Agriculture avaient un rôle de prestataires de services – qui concernaient surtout une petite minorité de

Tableau 2 : prévision de la concurrence des types d'exploitation dans les cultures et marchés différents, selon les besoins techniques et économiques des différentes cultures et la demande des différents marchés.	Petits exploitants		Petits exploitants-investisseurs	Grandes exploitations
	Type 'A'	Type 'B'		
Aliments de base (marchés locaux/ nationaux/ régionaux)	OUI	OUI		?
Cultures de grande valeur, ex : horticulture (marchés locaux/ nationaux/ régionaux)		OUI	OUI	?
Denrées destinées à l'exportation et bon marché, ex : manioc, soja, céréales				?
Exportations des produits horticoles		?	?	OUI
Denrées traditionnelles destinées à l'exportation		Café, coton, cacao, thé, arachides	OUI	Sucre, thé, tabac

gros fermiers privilégiés et ayant de bonnes relations. Leur rôle devrait plutôt consister à soutenir les prestations décentralisées et les mécanismes de coordination au niveau local pour la commercialisation paysanne à large assise. Cela a conduit au changement de cap des ministères de l'Agriculture, tout en maintenant de solides capacités et des responsabilités bien définies de l'état mais, comme le laisse supposer un récent document de Future Agricultures sur les récits de politique publique de l'agriculture africaine, "refixer son attention sur les rôles clés : s'investir dans les réformes menées par l'état pour permettre de créer des conditions structurelles et faire repartir l'économie agricole" (Cabral and Scoones, 2006, p32).

Cela sous-entend un investissement permanent dans les fonctions de coordination et

d'intermédiation. C'est assurément un défi à relever en termes d'organisation et de capacité, sans parler de l'aspect politique. Mais si nous voulons voir la politique de commercialisation agricole promouvoir des orientations qui soient réellement en faveur des pauvres, des petits exploitants et du développement, les gouvernements et les donateurs doivent laisser de côté leurs beaux discours et agir de manière à soutenir les procédures et les environnements permettant aux paysans pauvres de profiter des promesses du marché.

Références :

Samuel Gebreselassie, Ludi E. (2007) la commercialisation agricole dans les provinces éthiopiennes productrices de café. Avant-projet. Article présenté à la 5ème Conférence internationale sur l'économie éthiopienne, Association Economique éthiopienne (EEA) Addis Ababa, juin 2007.

Samuel Gebreselassie, Sharp, K. (2007) Commercialisation de l'agriculture paysanne dans les principales régions d'Ethiopie productrices de tef. Avant-projet. Article présenté à la 5ème Conférence internationale sur l'économie éthiopienne, Association Economique éthiopienne (EEA) Addis Ababa, juin 2007.

Sharp, K., E. Ludi, Samuel Gebreselassie (2007) Commercialisation de l'agriculture en Ethiopie : Où va-t-on ? Avant-projet. Article présenté à la 5ème Conférence internationale sur l'économie éthiopienne, Association Economique éthiopienne (EEA) Addis Ababa, juin 2007.

Remerciements::

Ce Point Info est écrit par **Jennifer Leavy** et **Colin Poulton** pour le **Future Agricultures Consortium**. Le Rédacteur des Series est David Hughes. Pour de plus information concernant cette serie visitez: www.future-agricultures.org

Future Agricultures Consortium a pour objectif de susciter les débats et d'encourager le dialogue sur les questions essentielles et la politique à conduire, pour l'avenir de l'agriculture en Afrique. C'est un partenariat entre organismes de recherche africains et britanniques. Future Agricultures, Institute of Development Studies, Brighton, BN1 9RE, Royaume-Uni
T +44 (0) 1273 915670 E info@future-agricultures.org

Les lecteurs sont autorisés à citer ou reproduire le contenu des Points Infos de Future Agricultures dans leurs propres publications. En retour, le Consortium Avenir des Agricultures souhaite être mentionné et recevoir une copie de la publication.

FAC apprécie le support de l'
UK Department for International Development (DfID)

