



Réseau de Recherche et d'Echanges
sur les Politiques Laitières

www.repol.s



Série « Notes Méthodologiques »

L'ANALYSE SPATIALE DE LA FILIÈRE LAITIÈRE

René Pocard-Chapuis

CIRAD/ IER

Note méthodologique n°07

Coordination : ISRA-BAME

Avec le concours de



GRET



L'espace comme support pour représenter une filière

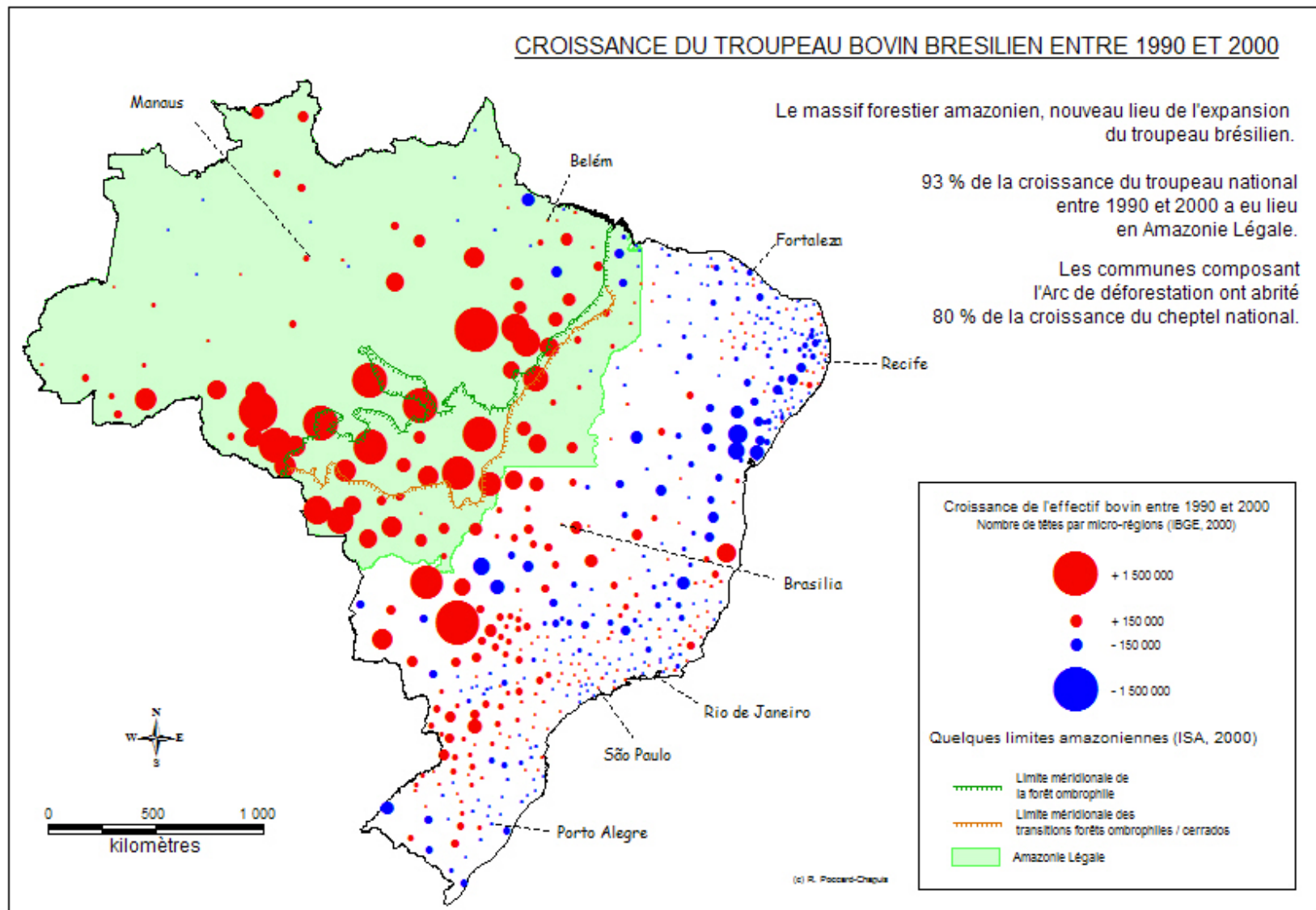
L'objectif est ici de produire une cartographie de la filière. C'est une manière de représenter des informations sur le fonctionnement de la filière, de façon illustrative, ou synthétique d'une situation, d'une dynamique, d'un facteur clé, ... Cette représentation est utile pour l'aide à la décision, la cartographie pouvant fournir rapidement une vision exhaustive d'un aspect ou un autre de la filière, dans un espace donné correspondant à une échelle de prise de décision (pays, région, commune, ...).

Il peut s'agir par exemple de représenter la taille des marchés consommateurs dans un pays, pour tel ou tel type de produit, ou pour tel bassin de production. Ou bien encore on peut représenter un réseau d'industries en fonction de leurs volumes d'activités, ou de leur types de débouchés. On peut également symboliser des flux de produits, en fonction de leurs directions, leur nature, leur taille, ... Ces cartes peuvent aussi représenter deux situations à deux moments différents. On peut en tirer des statistiques spatiales, par exemple calculer des volumes de production dans tel rayon du marché consommateur, ou dans telle zone du pays, ... (voir carte « croissance du troupeau brésilien entre 1990 et 2000 »). Ce genre de documents peut être très parlant, synthétiser et rendre très lisible une information complexe. Quelques exemples sont en annexe. Bref, c'est une demande fréquente des décideurs.

La première difficulté est de constituer une base de données statistiques suffisantes pour dresser ces cartes. Si les institutions ne fonctionnent pas très bien, cela peut poser des problèmes comme c'est le cas au niveau de l'OMBEVI au Mali, qui possède de bonnes données mais incomplètes dans l'espace (difficile de dresser une carte des marchés bovins du pays à un temps t, par exemple, ou bien de l'activité des laiteries du pays).

La deuxième difficulté consiste surtout à interpréter correctement les données et leur représentation dans l'espace, car une carte peut dire tout et son contraire. Cet outil doit donc nécessairement s'appuyer sur une bonne connaissance de la filière et de l'espace que l'on représente, car les contresens sont vite là. C'est pourquoi l'analyse spatiale se complète très bien d'une analyse fonctionnelle de la filière : celle-ci, basée sur l'analyse des stratégies d'acteurs, montre au chercheur les facteurs clés ou les dynamiques importantes qu'il devra cartographier par un moyen ou un autre pour bien renseigner les décideurs (voir ci-dessous).

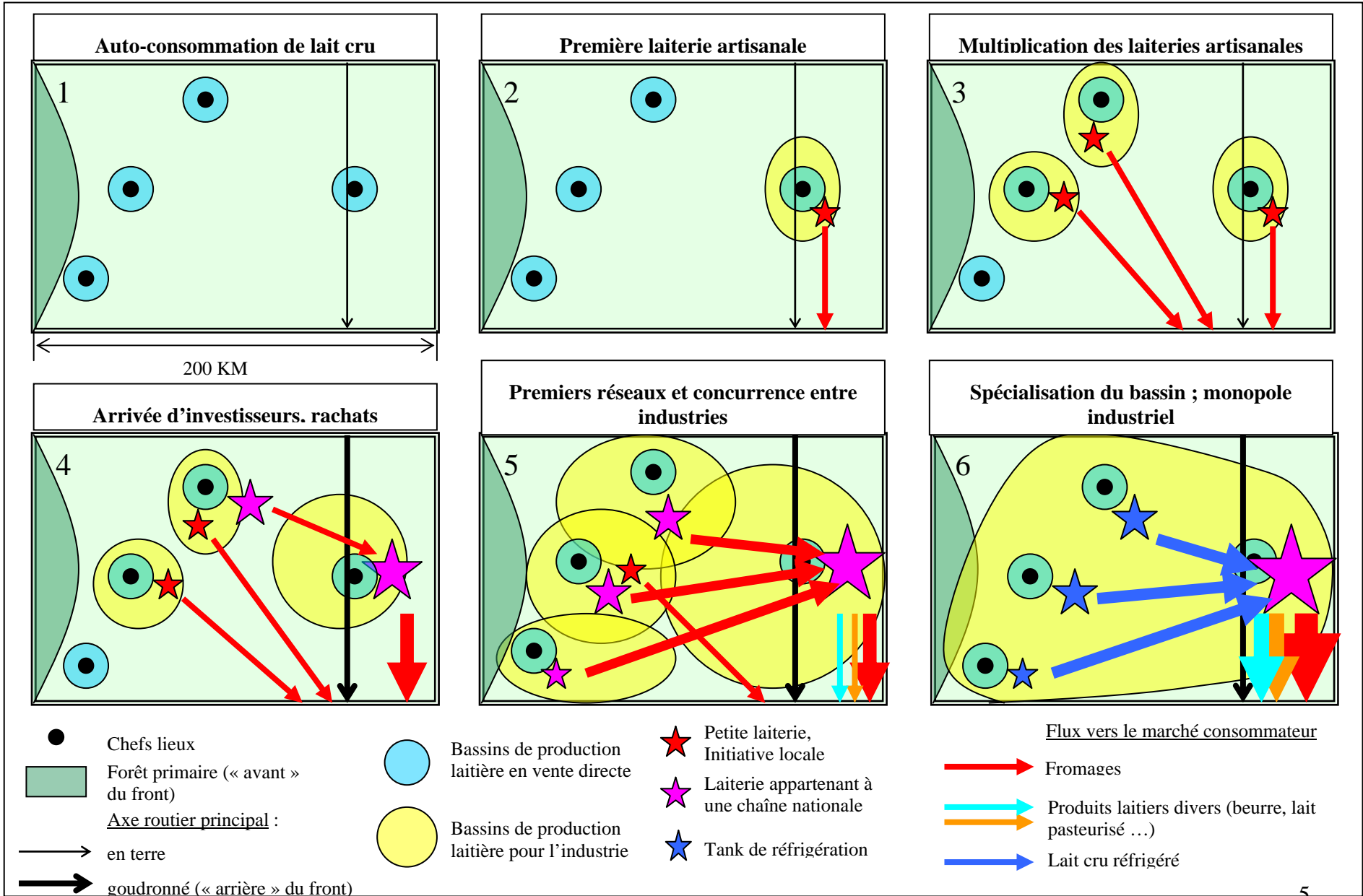
CROISSANCE DU TROUPEAU BOVIN BRÉSILIEN ENTRE 1990 ET 2000



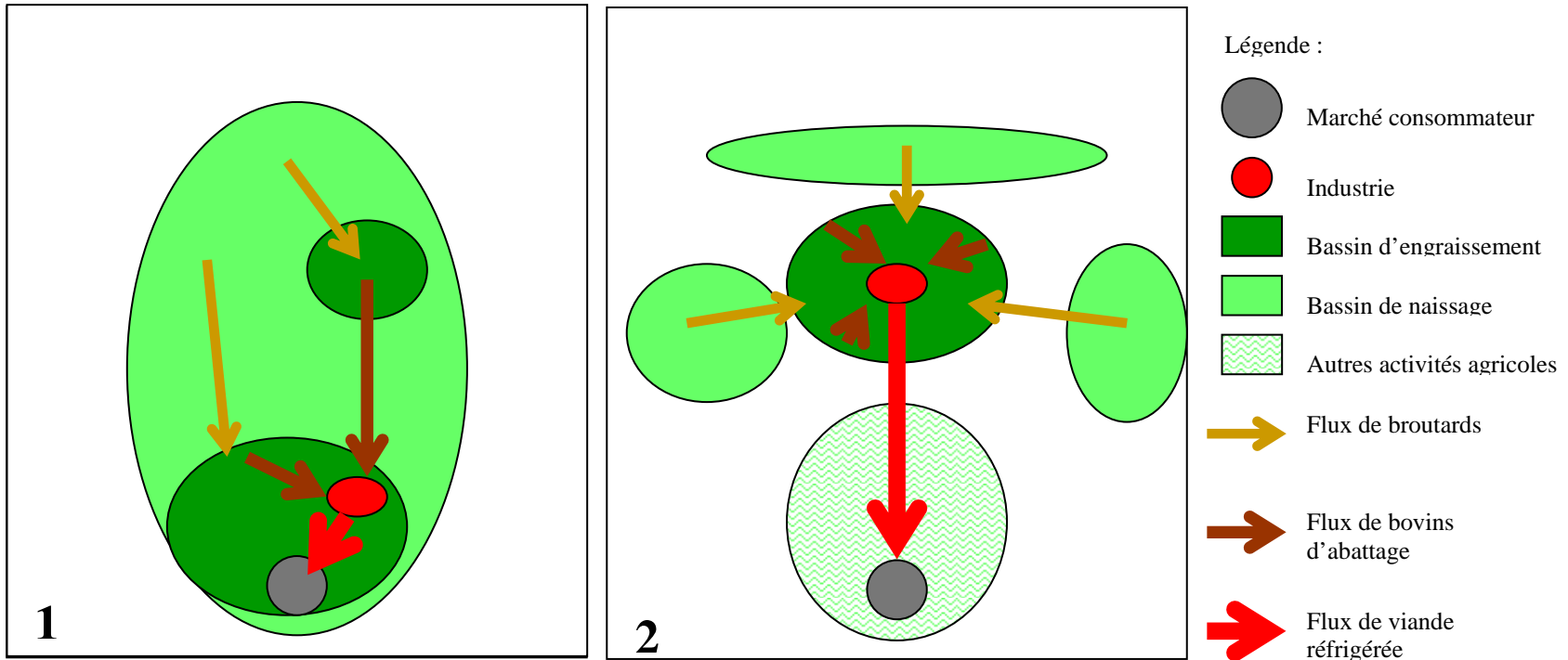
Parfois, si les dynamiques sont complexes ou les données manquantes, il est plus pertinent de faire une cartographie schématisée, conceptualisée et commentée, tout aussi parlante pour l'aide à la décision ou la compréhension rapide d'un processus difficile à saisir (exemples 1 et 2).

Dans le cadre du projet « Politiques laitières », il serait sans doute intéressant de se donner les moyens de ce genre de cartographie, qui est un bon support pour la négociation, la prise de décision, notamment politique. Un travail relativement simple, peu cher et accessible vu nos ressources humaines et financières, serait de constituer ces bases de données par pays, en compilant tout ce qui existe dans différentes institutions, entreprises privées et publiques, études scientifiques. Il suffira ensuite de les transformer en « tables » de Mapinfo ou Arcview, et de faire nos cartographies au gré des demandes ou des aspects que nous jugerons pertinents de représenter. Il n'y a pas de problèmes méthodologiques majeurs, hormis la rareté et la fiabilité des données accessibles. Mais ce constat constitue en soit une information intéressante, peut-être prioritaire, pour les politiques.

Exemple 1. Évolution des bassins laitiers dans le Sud du Pará (Brésil) : les stratégies et système spatiaux successifs



Exemple 2 : deux étapes dans l'organisation spatiale de la filière bovine au Brésil.



Situation 1 : Structure en auréoles autour du centre de consommation, à cause des temps de transport qui sont limitant pour les flux de bovins d'abattage et de viande : c'est l'absence de chaîne du froid. Les bassins d'engraissement éloignés sont donc pénalisés.

Situation 2 : Nouvelle structure déterminée par (i) la production fourragère : l'engraissement se localise dans les régions les plus favorables, et les autres restent pour le naissage ; (ii) le coût de la terre : les deux activités d'élevage se localisent sur les terres les moins chères. Le temps de transport n'est plus limitant car les industries sont délocalisées dans les bassins d'engraissement, et la chaîne du froid permet d'expédier les produits industrialisés sur de très longues distances à moindre coût. Les anciens bassins d'engraissement autour des villes sont alors consacrés à des activités à plus haute rentabilité par hectare.

L'espace comme contrainte (ou atout) pour le fonctionnement des filières.

Cette fois-ci, il ne s'agit plus d'appréhender l'espace comme un simple support, mais bien comme un élément déterminant dans le fonctionnement de nos filières et sous-filières. On est alors dans le domaine de l'analyse spatiale. C'est particulièrement vrai quand on constate les difficultés liées à la distance et à la précarité des transports, aussi bien pour la collecte de la matière première que pour la distribution des produits finis. Il y a des indices d'atomisation, d'enclavement, d'éloignement qui sont pertinents pour expliquer les stratégies des acteurs. Ces indices peuvent être calculés assez facilement. Il suffit pour cela de géoréférencer au moyen d'un GPS les acteurs que l'on souhaite étudier. On peut ainsi comparer des stratégies industrielles pour l'approvisionnement en matière première, évaluer des gains de productivité selon le moyen de transport utilisé, ...

Il semble pertinent de procéder à l'analyse spatiale de l'approvisionnement des mini-laiteries (tracé des lignes de collecte, volumes collectés à chaque époque, ...) ou à l'approvisionnement des marchés urbains par les revendeurs en bicyclette qui parcourent la zone péri-urbaine environnante.

Néanmoins, il faut tenir compte que bon nombre de ces contraintes liées à l'espace sont déjà relativement connues sur le plan scientifique et citées dans la littérature, notamment pour leur impact sur les coûts de production industriels et sur la qualité des produits au consommateur. Elles sont pertinentes pour des études de cas, ou dans des cas précis comme des politiques d'aménagement, ou encore pour développer des techniques telles que la lactoperoxydase ou les tanks de réfrigération.

Il faudrait envisager des achats de GPS et des contractualisations d'enquêteurs pour géoréférencer les acteurs sur lesquels nous avons des données, ou sur lesquels nous souhaitons en avoir.

L'analyse des stratégies d'acteurs, une démarche mieux à même d'aider à la décision que la seule analyse spatiale.

Considérons la filière comme un système fait d'acteurs et de flux en interactions. Les stratégies de ces acteurs tout au long de la filière sont, clairement, les principaux déterminants du fonctionnement du système d'ensemble. Elles sont en cela très « parlantes » pour l'analyste, pourvu qu'il arrive à bien les comprendre. Elles sont également l'élément le plus incontournable pour la négociation, la prise de décision, l'entente collective, en particulier interprofessionnelle. On ne peut imaginer un dialogue constructif si l'un ignore tout de la stratégie de l'autre.

C'est donc ces stratégies d'acteurs qu'il faut réussir à caractériser, comprendre, classer, représenter. Cela permettra d'identifier les contraintes et les opportunités, les conflits, les blocages, qu'ils soient d'ordre spatiaux ou non. Notre objectif en temps que chercheurs est bien d'apporter des informations détaillées sur ces points conflictuels, de façon à faciliter le dialogue. Pour cela, la modélisation systémique est tout à fait à même de représenter la complexité des interactions entre acteurs, de la simplifier suffisamment pour construire des supports de

concertation, visant à déboucher sur des accords ou des politiques consensuelles.

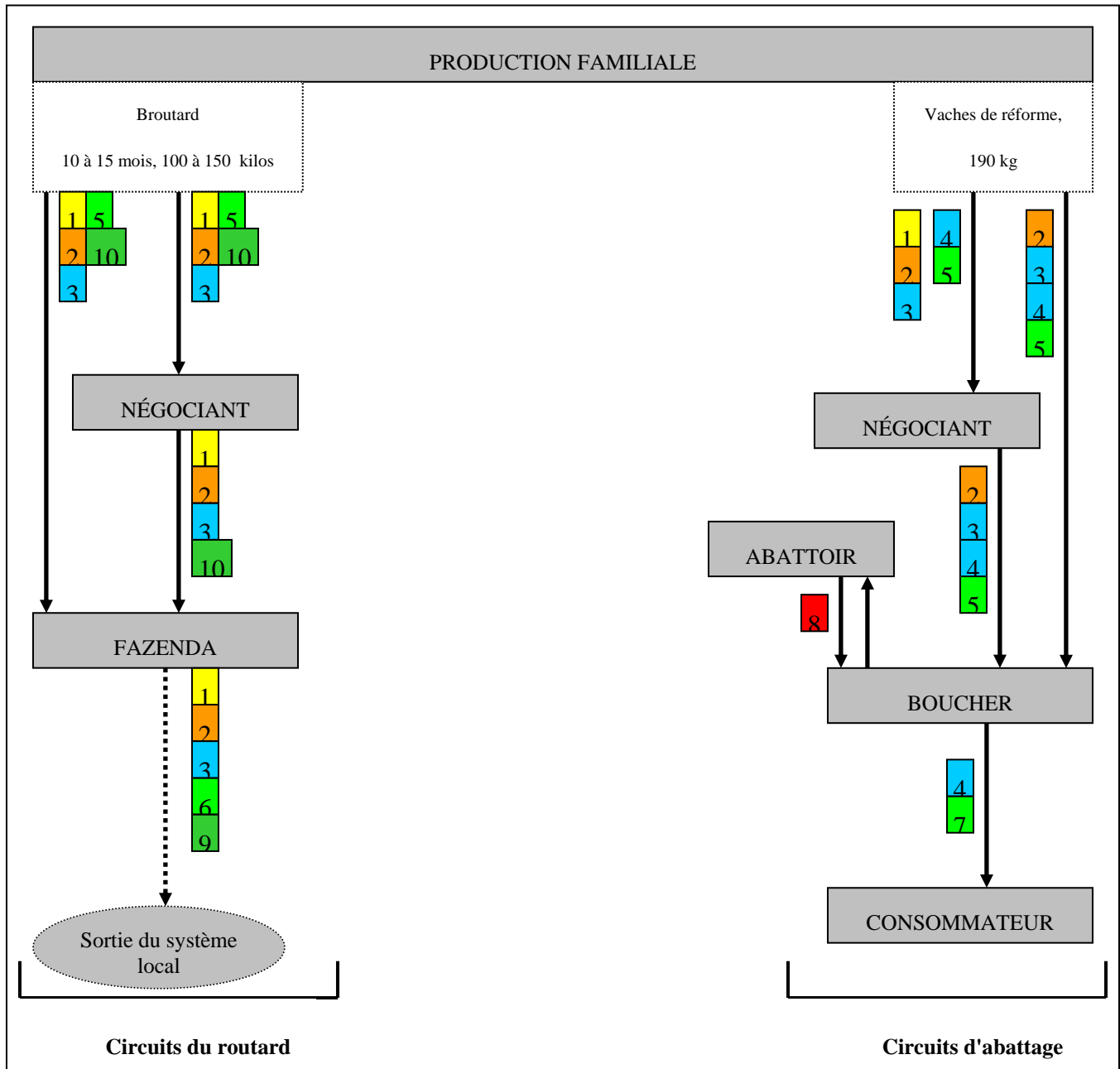
Le principe est d'abord d'identifier les principales sous-filières de notre système (sous-filière importations, mini-laiteries, vente directe périurbain, autoconsommation, ...). Il ne devrait pas y en avoir plus de 5. Ensuite, pour chacune d'elles, identifier les fonctions techniques successives, c'est-à-dire les étapes de la filière et les différents types d'acteurs (ou système-acteurs) qui les mettent en œuvre. En effet, une même fonction peut être remplie par des acteurs très différents, qu'il faut regrouper en types (exemples pour la fonction de transformation du lait cru : les laiteries et les dames qui travaillent à domicile sont deux types d'acteurs différents). Après cette étape relativement rapide, on passe à la collecte de données de terrain, qui consiste en des entretiens semi-dirigés (guides d'entretiens) avec chacun des types d'acteurs. Par ces enquêtes, on accumule de la connaissance sur les contraintes, les objectifs, les spécificités, les moyens, les opportunités, les bénéfices (financiers ou autres), bref, les stratégies de chacun. En multipliant le nombre d'enquêtes, il arrive un moment où les entretiens n'apportent plus d'informations nouvelles par rapport à ce qui est déjà connu (stade de la redondance), auquel cas on passe à un autre type d'acteurs. Ainsi, on peut assez rapidement mettre en perspectives ces stratégies, qui déterminent le fonctionnement du système. On passe ensuite à la représentation modélisée sur un aspect ou l'autre du fonctionnement de la filière, et cela sert de support à la discussion.

Des exemples portent sur la construction des prix au long de la filière, sur une ou autre sous-filière, où l'on voit qui gagne de l'argent et qui est contraint par quoi dans la définition de ses marges bénéficiaires (exemple 3). Ils portent aussi sur les différentes contraintes (de tous ordres) sur les flux de produits dans une sous-filière. C'est la mise en évidence de ce genre d'éléments qui peut aider les acteurs à trouver une amélioration collective (principe de la concertation). L'exercice de modélisation ou de schématisation, qui correspond forcément à une simplification, est également intéressant pour susciter le dialogue entre acteurs.

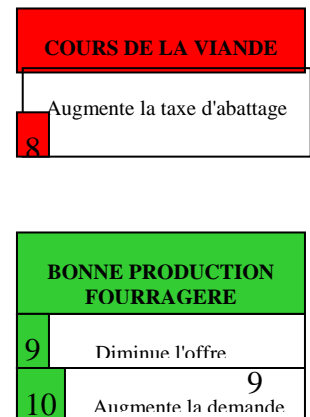
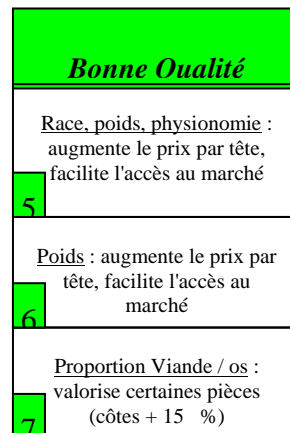
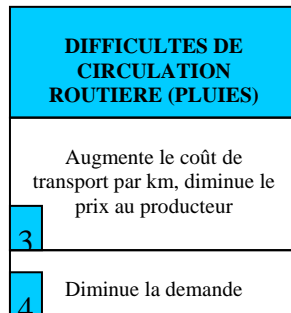
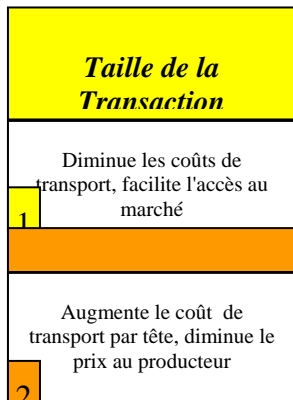
Des prototypes de guides d'entretiens élaborés pour le Mali, à une époque où le projet « FSP » envisageait encore des analyses de filière sont joints en annexe. Ils peuvent être améliorés et adaptés, mais c'est bien ce genre de supports qui permettent de guider l'entretien vers les questions qui nous intéressent, tout en laissant aux acteurs la liberté d'aborder les sujets à leur rythme. Les entretiens doivent être conduits par les chercheurs eux-mêmes, et non par des enquêteurs, au risque de perdre le « contact » avec les acteurs. La connaissance ainsi acquise est indispensable pour cartographier correctement les bases de données que nous aurons pu réunir.

Ainsi, une bonne option pour CORAF pourrait être (i) de constituer des bases de données cartographiables (cf. supra) et (ii) de conduire cette analyse fonctionnelle de la filière.

Exemple 3. Synthèse des principaux déterminants locaux de la construction des prix et des variations de flux



Légende des principaux déterminants



ANNEXES

GUIDE D'ENTRETIEN GROSSISTES / IMPORTATEURS

1. Quels sont les types de produits laitiers que vous commercialisez ?
2. D'où proviennent ces produits (importations européennes, autres continents, production malienne, mais dans une autre région ...) ?
3. Auprès de qui vous approvisionnez-vous?
4. Au niveau de l'approvisionnement, quelles sont les quantités approximatives pour chaque type de produit ?
5. Observez-vous des variations au niveau des prix de chaque produit, ou de leur disponibilité ?
6. Si oui, avez-vous la possibilité de varier vos sources d'approvisionnement, et le faites-vous ? Si vous ne le faites pas, pourquoi ?
7. Citer quelques difficultés en matière d'approvisionnement.
7. Au niveau des ventes, quels sont les types de clients que vous fournissez (commerçants détaillants, industries, collectivités, particuliers ...)?
8. Avez-vous des clients spécifiques pour chaque type de produits, si oui lesquels en précisant le type de produit et par ordre d'importance?
9. Possédez-vous un réseau de distribution, si oui, décrivez le. Si non pourquoi?
10. Vendez-vous directement en zone rurale, ou seulement en zone urbaine?
11. Faites une estimation des différentes parts de vos produits qui partent en zone rurale et celle qui restent en zone urbaine ?
12. Pouvez-vous indiquer une fourchette des prix à la vente pour chacun de vos produits prix demi gros, prix au détail?
13. Ces prix sont-ils stables, si non, qu'est-ce qui les fait varier et à quelle époque?
14. Quels sont les produits qui se vendent le plus facilement ?
15. La demande pour certains produits subit-elle des variations dans le temps ?
16. Si oui, à quels moments, pour quels produits et avec quelle amplitude ?
17. Vendez-vous avec paiement comptant, ou à crédit ?
18. Citez les difficultés rencontrées en matière de commercialisation

19. Pensez-vous que les produits laitiers que vous vendez puissent être une concurrence pour le lait produit localement?
20. Quelles différences principales voyez-vous entre vos produits laitiers et le lait local, en termes d'adéquation au marché ?
21. Quels sont les types de taxe que vous payez?
22. Donnez les éléments rentrant dans la formation de vos prix
23. De toute la gamme de produits que vous présentez quel est le produit de votre préférence si vous avez le choix et pourquoi ?

Date :

GUIDE D'ENTRETIEN REVENDEURS

1. Depuis quand exercez-vous cette activité ?
2. Quel moyen de transport utilisez-vous dans votre activité de revendeur ?
3. Dans quelles zones vendez-vous vos produits ?
4. Quelle mode de vente adoptez-vous :
Porte-à-porte, clients fidélisés, sur les marchés, dans les foires, vente ambulante dans la rue, autres ...
5. Quels produits vendez-vous ?
6. Lesquels se vendent le plus facilement ?
7. Quelle quantité journalière arrivez-vous à vendre (minimum et maximum ...) ?
8. Quelles sont les meilleures saisons pour la vente ? Pourquoi ?
9. Quelles sont les périodes où il est plus facile de s'approvisionner en lait ?
10. Quelles sont les périodes où la demande est plus forte ?
11. Quels genres de clients vous achète le plus de produits ?
12. Dans quels quartiers vendez-vous le plus de produits ? Le moins de produits ?
13. Quel est le prix actuel de vos produits ? est-ce que ce prix change parfois (saison ...) ?
14. Comment conservez-vous le produit ?
15. Vous arrive-t-il que des produits tournent ?
16. Si oui, quelle en est la cause ? Que faites-vous pour essayer d'y remédier ?
17. Est-ce que vous faites ce travail tous les jours de la semaine? Si non, indiquer le nombre de jours
18. Quels sont vos horaires de travail ?
19. Auprès de combien de producteurs vous approvisionnez-vous ?
20. Est-ce toujours les mêmes, ou est-ce que vous changez ? Si vous changez, pourquoi ?
21. Sont-ils tous dans le même village, lequel ?

22. Vous approvisionnez-vous auprès de producteurs individuels ou de groupements de producteurs ?
23. En cas d'approvisionnement en dehors de la ville, indiquer le nombre (Combien) de kilomètres parcourus pour collecter tous les produits et les amener sur le lieu de vente ?
24. A quel prix achetez-vous ces produits ?
25. Ce prix est-il variable, et si oui qu'est-ce qui le fait varier ?
26. Souhaitez-vous augmenter la quantité de produits que vous achetez et revendez ?
27. Si oui, que vous manque-t-il pour y parvenir ?
28. Si non, pourquoi ?
29. Combien de revendeurs comme vous estimez-vous qu'il existe sur le marché ?
30. Souffrez-vous de leur concurrence? Si oui, comment elle se manifeste?
31. Si oui, que faites-vous pour lutter contre la concurrence ?
32. Si non, pourquoi ?
33. Quelle quantité totale de lait pensez-vous que la ville consomme ?
34. Pensez-vous que les quantités consommées en ville augmentent, diminuent ou restent stables? Justifier votre réponse
35. Vos propres activités de revendeurs sont-elles stables, en hausse ou en baisse ces dernières années (ou mois) ?
36. Indiquer toute les charges liées à une journée d'activité de revendeur (de la quantité achetée à la vente en passant par le transport).
37. Pouvez vous hiérarchiser les difficultés rencontrées et d'indiquer les stratégies utilisées pour les lever ?

Date :

GUIDE D'ENTRETIEN DETAILLANTS

1. Quelle méthode de vente l'interlocuteur pratique :
Marché Foire Point de vente fixe (décrivez) Autre
2. L'activité de vente de lait et/ou produits laitiers est-elle permanente ou temporaire ?
3. Quels sont les types de produits laitiers vendus ?
4. Vendez-vous toujours ces produits, ou changez-vous parfois ?
5. Si vous changez, quelle en est la cause ?
6. Auprès de qui vous approvisionnez-vous ?
7. Est-ce toujours auprès des mêmes personnes ?
8. Etes-vous livré, ou devez-vous aller chercher les produits ?
9. Payez-vous au moment de l'achat des produits, ou bénéficiez-vous d'un crédit, ou d'un système type dépôt-vente ?
10. Payez-vous toujours le même prix, ou subissez-vous des variations ? Quelles sont les causes de ces variations ?
11. Pouvez-vous donner une fourchette des prix que vous payez pour chaque type de produits ?
12. A quelles saisons est-il plus facile de vous approvisionner ? Pourquoi ?
13. Quelles quantités de produits vendez-vous habituellement ?
14. Combien de temps conservez-vous les produits avant de les vendre ?
15. Si vous avez des invendus, qu'en faites-vous ? Est-ce une situation fréquente ?
16. Arrive-t-il que vos produits se tournent ou se gâtent ?
17. Auquel cas, qu'en faites-vous ? Le payez-vous quand même au fournisseur
18. Quels sont les produits laitiers préférés de vos clients ?
19. A quelles époques chaque type de produit est-il le plus consommé ?
20. Quels nouveaux produits pourraient avoir du succès auprès de vos clients (yaourts, fromages frais ...) ? Pourquoi ?

21. Pouvez-vous donner une fourchette du prix de vente de chacun de vos produits ?
22. Quel genre de personnes achètent le plus de produits laitiers ? Le moins ?
23. Les produits laitiers représentent-ils une part importante sur tous les produits que vous vendez ?
24. Avez vous réalisé des infrastructures et des équipements pour la commercialisation des produits laitiers? (boutiques, kiosques, containers etc.). Si oui, nature, nombre, valeur et date d'acquisition.
25. Indiquer les autres frais liés à la commercialisation du lait ou produits laitiers

GUIDE D'ENTRETIEN LAITERIE

Date

Nom de l'établissement

Fonction de l'interlocuteur dans la laiterie :

Questions générales sur la filière

1. Connaissez-vous le nombre de laiteries dans la ville ?
2. Avez-vous une idée de la quantité de lait consommée dans la ville ?
Lait frais : Lait transformé : Lait en poudre :
3. Savez-vous combien de producteurs laitiers approvisionnent la ville ?
Saison sèche : Hivernage :
4. Quels sont selon vous les principaux obstacles pour le développement de la filière laitière dans votre ville ?

Description de la laiterie

5. Ancienneté (date de création, et éventuel historique s'il y a lieu) :
6. Statut juridique :
7. La laiterie fait-elle partie d'un réseau de laiteries ?
8. La mise en place de la laiterie s'est faite de manière autonome ? Si oui sur fonds propre ou en association et ou grâce à un projet ? Expliquez de quelle manière ?
9. L'industrie est-elle actuellement autonome sur le plan financier, ou est-elle épaulée par un projet ? Si oui, de quelle manière ?
10. Avez-vous des contacts professionnels directs avec des organisations de producteurs ? Des services publics ? Des ONGs ? Des institutions de recherche ou de formation ? (si oui, lesquels et précisez le type de contact)

Activités industrielles

- a) Type de produits
11. Quels sont les produits que vous élaborerez dans votre industrie ?
12. Quels sont les procédés de fabrication pour chaque produit ?

13. Quelles quantités de lait frais ou reconstitué sont nécessaires pour chaque produit ?
14. Pour chaque type de produit, quelles sont les quantités que vous fabriquez ?
15. Quelles sont les variations de cette production et quels sont les facteurs qui la font éventuellement fluctuer ?

b) Equipements / infrastructures- capital investi

16. Faire une liste des principaux équipements de l'industrie, y compris les bâtiments, et donner une valeur approximative
17. Ces équipements ont-ils été acquis sur fonds propres (y compris prêt bancaire) ou sur un financement du projet ? Préciser leur valeur et leur durée d'acquisition. En cas de prêt préciser les taux d'intérêt.

Personnel

18. Combien de personnes sont employées dans le processus industriel ?
19. Quelles sont leurs fonctions respectives (tâches)?
20. Certains ont-ils reçu une formation par rapport à leur fonction dans la laiterie, si oui laquelle ?
21. Quelle est la charge en personnel?
22. Gestion des stocks - conservation
23. Comment les produits sont-ils conservés ?
24. Avez-vous des stocks en réserve, si oui est-ce régulier et quelle sont les quantités approximatives ?
25. Quels sont vos éventuels problèmes au niveau des activités industrielles ?

Approvisionnement en matières premières

26. Acquisition de lait frais
27. Prix d'achat du lait frais, et variations éventuelles
28. Comment ou par qui ce prix est-il fixé?
29. Volumes de lait frais achetés, et variations éventuelles

30. Comment se fait la collecte de lait?

a) Directement à la laiterie, nombre de producteurs individuels et variations éventuelles?

b) Directement à la laiterie, nombre de groupements d'éleveurs et variations?

c) Aux points de collecte, nombre de points de collecte et nombre de producteurs?

31. S'il y a des variations dans le prix, le volume ou le nombre de producteurs, préciser les causes.

32. Y a t il un cahier des charges entre la laiterie et les producteurs ?

Si oui, quelles sont les difficultés rencontrées dans l'application du cahier des charges ?

Collecte et transport de lait frais

33. Combien de collecteurs de lait employez-vous ?

34. Quelle est la distance approximative de chacun des parcours de collecte ?

35. Quels sont les moyens de transport ?

36. Combien de temps durent les transports les plus longs ?

37. Quelle est la quantité maximale qu'ils peuvent transporter (suivant le moyen dont ils disposent) ?

38. Quel est leur mode de rémunération ?

Si salaire fixe, montant : Si intéressement à la quantité, valeur :

39. Si vous devez enlever le lait vous même à combien coûte le transport par jour?

40. La collecte est elle assurée tous les jours? Si non combien de fois par semaine?

Qualité du lait frais

41. Arrive-t-il de refuser du lait pour des problèmes de qualité ?

Quels sont ces problèmes, et leur fréquence ?

42. Avez-vous remarqué si des producteurs ou groupes de producteurs produisent une qualité nettement meilleure que d'autres ?

43. Avez-vous essayé de stimuler la production d'un lait de meilleure qualité ?

44. Quels seraient les moyens pour y parvenir ?

45. Effectuez-vous des contrôles de qualité du lait frais ? Si oui lesquels?
46. Pensez-vous que le niveau de qualité actuel du lait frais nuise à vos activités de transformation, si oui pourquoi ?

Services au producteur

47. Quels sont les services que vous offrez aux producteurs de lait qui vous fournissent ?
48. Pourquoi offrez-vous ces services (reprendre chaque service un par un et caractériser les avantages de chacun pour la laiterie) ?

Acquisition de lait en poudre

49. Utilisez-vous de la poudre de lait dans vos procédés de fabrication ?
50. Si oui, sous quelle forme, en quelle quantité, à quelle époque en particulier ?
51. Si oui, auprès de qui et à quel prix l'achetez-vous? Préciser le conditionnement?
52. Si oui, pourquoi en achetez-vous ? Quels avantages voyez-vous à la poudre de lait par rapport au lait frais local ?
53. Si oui, Quels sont les éventuels problèmes d'approvisionnement en lait en poudre ?
54. Si non, pourquoi n'en utilisez-vous pas ?

Acquisition d'intrants / emballages

55. Quels sont les intrants que vous utilisez dans le procédé industriel ?
56. Où les achetez-vous, quelle quantité, pour quelle niveau de production et à quel prix?
57. Quels types d'emballages et d'étiquettes utilisez-vous ? Pourquoi ?
58. Où les achetez-vous et à quel prix ?
59. Quels sont vos éventuels problèmes au niveau de l'approvisionnement en matières premières ?
60. Existe t- il d'autres frais non évoqués, liés aux matières premières?

Vente des produits

61. Comment est effectuée la vente des produits de la laiterie :
- Vente quai laiterie (usine)
- possède un ou des points de vente au détail

rémunère des vendeurs ambulants, sur les marchés, dans les foires, au porte à porte ...

fournit des détaillants en leur faisant un prix de gros

autres, préciser

62. Donner pour chaque mode de commercialisation la proportion de la quantité totale commercialisée
63. Quels sont les problèmes spécifiques à chaque mode de commercialisation (délais de paiement, conservation, faibles volumes, autres à préciser ...) ?
64. Indiquer les prix de vente au détail, et les éventuels prix de vente en gros pour chaque produit en précisant les quantités
65. Indiquer les éventuels salaires ou intéressements des vendeurs ambulants
66. Quels sont les produits qui se vendent le plus facilement ?
67. Quelles sont les époques de meilleure vente ?
68. Quels sont les « profils types » des consommateurs pour chaque produit élaboré ?
69. Effectuez-vous de la publicité pour vos produits, sous quelque forme que ce soit (panneau, affiches, radio ...) ?
70. Avez-vous un logo, une devise ou une formule reproduite sur tout ou partie de vos emballages ? Si oui, laquelle ?
71. Quels sont vos éventuels problèmes pour la commercialisation des produits ?
72. Souhaitez-vous augmenter le volume de lait que vous industrialisez ?
73. Si oui, que vous manque-t-il pour y parvenir ?
74. Si non, pourquoi ?
75. Préciser la nature de vos frais de commercialisation et leurs coûts (location boutique, transport, salaires etc.)
76. Comment voyez-vous le rôle que joue votre laiterie dans le développement de la sous-filière laitière au Mali ?

Date :

GUIDE D'ENTRETIEN ORGANISATION PRODUCTEURS

1. Nom de l'organisation :
2. Statut juridique :
3. Nombre de membres, et profil des membres (éleveurs, éleveurs laitiers, agriculteurs en général ...) :
4. Objectifs de l'organisation :
5. Mode de fonctionnement : comment sont prises les décisions, exécutées les démarches etc. (par un bureau exécutif, par des réunions périodiques, par des assemblées générales etc.) :
6. Activités mises en œuvre :
7. Comment l'organisation contribue-t-elle à la coordination des éleveurs laitiers entre eux ?
8. Comment l'organisation contribue-t-elle à la coordination entre les éleveurs laitiers et d'autres acteurs dans la filière (négociations de prix au producteur, approvisionnement en intrants, accès au crédit etc. ...)
9. Quelles sont les contraintes pour un meilleur développement de la filière laitière locale ?
10. Comment l'organisation pourrait y contribuer ?
11. Comment d'autres acteurs pourraient y contribuer ?
12. Avez des relations avec une laiterie? Laquelle?
13. Ces relations sont-elles satisfaisantes? Si non pourquoi?

Précisions à l'attention des chercheurs et enquêteurs

□ Aspects généraux

Ces documents sont des guides d'enquête et non des questionnaires. Autrement dit, leur but n'est pas d'obtenir des réponses codées, mais de vérifier si tous les domaines d'intérêt ont bien été abordés avec l'interlocuteur, au cours de la conversation (que l'on peut conduire en plusieurs fois si le temps manque).

L'enchaînement des questions présente une certaine logique, mais on n'est nullement obligé de le respecter. Parfois il vaut mieux laisser l'interlocuteur parler d'abord de ce qu'il a envie de dire. On cherche donc à établir un dialogue plutôt qu'un jeu de questions - réponses. La formulation des questions n'est pas forcément respectée à la lettre.

Chaque acteur étant un cas particulier, il est possible que certaines questions n'aient pas lieu d'être posées, parce qu'elles ne s'appliquent pas à cet établissement. A l'inverse des questions cruciales pour un acteur spécifique peuvent ne pas être dans ces guides. Il appartient à l'enquêteur de faire des choix à ce niveau, et de faire évoluer les guides en fonction des besoins, ou des nouvelles informations qui apparaissent au cours de la recherche.

D'une manière générale, si l'interlocuteur dispose de données précises et chiffrées, il est bon d'en tirer une copie : elles pourront confirmer ou infirmer les hypothèses que vous élaborez, illustrer vos propos, montrer des tendances ... C'est particulièrement vrai pour les données sur les volumes de lait collectés, les quantités de produits écoulés, les rapports financiers ...

□ Populations ciblées

Le guide d'entretien « laiteries » s'applique aux établissements qui effectuent une transformation du lait frais. Il concerne autant les établissements formels qu'artisansaux ou informels.

Le guide d'entretien « Revendeurs » s'appliquent aux agents qui achètent du lait aux éleveurs et le revendent à des consommateurs (ou d'autres détaillants). Ils se distinguent des laiteries parce qu'ils n'effectuent aucune transformation du produit. Ils se distinguent des collecteurs salariés des laiteries, car ceux-ci n'achètent pas le lait et ne le revendent pas, ils ne font que fournir un service de transport.

Le guide d'entretien « grossistes / importateurs » s'adresse aux commerçants qui apportent sur le marché local du lait et produits laitiers provenant d'autres régions, nationales ou internationales. C'est donc les cas des importateurs de poudre de lait sur le marché international par exemple, mais aussi le cas du commerçant sikassoïse qui importe les produits Mali-lait pour les distribuer à Sikasso (et sa région).

Le guide d'entretien « détaillants » s'adressent aux commerçants qui vendent au détail du lait ou produits laitiers. Ce peut-être aussi bien les dames sur le marché que des vendeurs

ambulants ou des supermarchés. Le guide couvre aussi bien les détaillants de produits locaux que de produits importés (non locaux). Les détaillants sont différents des « revendeurs » en ce sens qu'ils n'ont aucune activité de collecte. Leur unique fonction est commerciale, et leurs clients sont les consommateurs.

Le guide d'entretien « organisation producteurs » s'adresse à tous les types d'organisation de producteurs, quel que soit le statut juridique.

□ Echantillonnage

Concernant l'échantillonnage : on utilise dans l'analyse de filière le principe de redondance, quand on ne peut rencontrer tous les acteurs à un échelon de la filière. Dans le cas des laiteries, qui sont théoriquement peu nombreuses (sauf peut-être à Bamako), il est possible de les rencontrer toutes, donc pas de problèmes, on a une information exhaustive. Par contre, pour d'autres types d'acteurs comme les revendeurs, ils sont trop nombreux : on ne peut ni les rencontrer tous, ni même les répertorier ou connaître précisément leur nombre, ce qui empêche même un échantillonnage aléatoire ou statistique. C'est là qu'intervient la redondance : on effectue des enquêtes, et au bout d'un certain nombre on se rend compte que l'on n'apprend plus de nouvelles informations, que tout a déjà été dit par les enquêtés rencontrés jusqu'ici. Il y a donc redondance de l'information. On considère alors que l'on peut arrêter les enquêtes pour ce type d'acteurs. La redondance ne porte évidemment pas sur les questions d'ordre personnel, comme par exemple « depuis quand travaillez-vous ? », mais sur les questions de fond, communes à tous.