

NOTES PRÉLIMINAIRE SUR L'ORGANISATION DE LA CONFÉRENCE NATIONALE DE PROSPECTIVE AGRICOLE DU MALI

**Chris Penders et John Staatz
décembre 1997**

INTRODUCTION:

Les conférences de prospective agricole ont été un instrument essentiel dans l'amélioration de la commercialisation des produits agricoles aux USA pendant près de 40 ans. Ces conférences rassemblent les acteurs du secteur privé, les chercheurs, les vulgarisateurs et les agents du gouvernement pour partager les informations sur les évolutions possibles des marchés agricoles pour l'année à venir. L'hypothèse de base de ces conférences est qu'aucun des acteurs n'a une image complète des évolutions possibles des marchés agricoles, mais qu'en créant un forum où tous les acteurs peuvent se partager leurs connaissances, une image plus complète des évolutions possibles des marchés peut émerger. Les conférences élargissent donc la base d'information des participants et contribuent ainsi à améliorer la qualité des prises de décision. Les conférences de prospective sont l'une des composantes des programmes de « marketing extension » (programmes de vulgarisation visant à une amélioration de la commercialisation des produits agricoles). Ces programmes comprennent aussi des publications périodiques sur les perspectives des marchés et le développement des supports à la décision pour aider les producteurs et les commerçants à améliorer leurs décisions de commercialisation dans un environnement d'information imparfaite sur l'évolution probable des marchés dans les mois à venir.

Cette note présente les idées préliminaires sur les thèmes qui pourraient être traités lors de la première conférence de prospective agricole au Mali. La note a été préparée par Chris Penders (assistant de recherche) et John Staatz (professeur à l'université d'Etat du Michigan). Elle est basée sur une documentation de base sur les conférences de prospective et des consultations avec 3 collègues du département de l'économie agricole de l'université d'Etat du Michigan (MSU) qui ont une grande expérience dans les conférences de prospective agricole et la vulgarisation marketing. Il s'agit des professeurs Vern Sorenson, Jake Ferris et Jim Hilker.

OBJECTIFS GENERAUX :

La première conférence de prospective agricole au Mali a deux objectifs principaux :

- Partager l'information sur les facteurs qui influenceront l'évolution des marchés agricoles durant la présente saison de commercialisation entre les différents acteurs. Un tel partage devrait améliorer les prises de décisions aux différents niveaux de la chaîne de commercialisation du système alimentaire, et par conséquent réduire les incertitudes et augmenter la sécurité alimentaire.
- Créer un forum où un grand nombre d'acteurs et d'observateurs des marchés agricoles peuvent se rencontrer pour partager l'information sur les développements des marchés d'une façon permanente. La création d'un tel forum aiderait à renforcer la collaboration

entre les acteurs pour développer un système d'information décentralisé des marchés au Mali. La conférence aiderait aussi à renforcer la demande d'information prospective, contribuant ainsi à stimuler la volonté des différents acteurs à appuyer le système d'information décentralisé et les programmes de « marketing extension ».

Les objectifs spécifiques de la conférence sont :

- Discuter les perspectives et les potentialités des différentes filières au plan national, sous régional et international pour la présente campagne de commercialisation;
- Améliorer la connaissance des acteurs du secteur privé des contraintes macro-économiques auxquelles feront face les décideurs ;
- Identifier les politiques éventuelles que les décideurs mettront en oeuvre compte-tenu des contraintes macro-économiques et les évolutions possibles des marchés agricoles.

Contrairement à la plupart des études prospectives de filière qui mettent l'accent sur la prévision des prix, une conférence de prospective met l'accent le plus souvent sur les causes de changement des prix et les stratégies que les acteurs peuvent utiliser pour gérer les changements de prix. Ainsi, l'accent est mis sur la gestion du risque que les producteurs et les commerçants supportent et les types d'action que ces acteurs peuvent prendre avec la disponibilité de nouvelles informations.

METHODES:

Les méthodes utilisées pour atteindre les objectifs ci-dessus sont inhérentes dans la nature même d'une conférence annuelle de prospective. Une conférence annuelle de prospective agricole fournit un forum pour les différents acteurs, qui pourraient ne pas se côtoyer quotidiennement dans le cadre de leurs affaires, de se rencontrer et de partager des informations. La création d'une tradition de conférences annuelles de prospective induira aussi une demande pour les analyses de tendances émergentes sur les marchés, de prévisions à court terme, et des matériels didactiques de « marketing extension. » Le lien entre les médias privés et d'Etat et les conférences annuelles de prospective agricole permettra une large diffusion des informations.

L'objectif fondamental, qui est d'améliorer les prises de décision, demande la diffusion de l'information à plusieurs niveaux à travers la chaîne du système alimentaire, à travers un réseau d'acteurs. Plusieurs groupes clés peuvent être identifiés :

- Les représentants des organisations de producteurs constituent le premier lien des producteurs avec la conférence de prospective. Ces représentants ont besoin à la fois de donner des informations sur les contraintes et les opportunités telles que perçues au niveau producteur lors de la conférence, et de transmettre les informations reçues durant la conférence aux membres.
- Les commerçants de produits et d'intrants agricoles constituent les réseaux de collecte et de distribution de plusieurs produits. Ces acteurs pourraient être les mieux informés sur les sources émergentes de demande, particulièrement sur les marchés d'exportation, mais pourraient avoir besoin d'information sur les sources émergentes d'offre.

- Les transformateurs des produits agricoles représentent une source croissante de demande, et ils ont besoin d'information sur les évolutions des conditions du marché pour faire leurs achats, ventes, et décisions d'investissement. Ils ont aussi besoin d'échanger l'information avec les autres acteurs dans les systèmes sur leur demande potentielle pour différents types de produits.
- Les agents de vulgarisation et les ONG peuvent diffuser les informations au niveau local aux producteurs et autres parties concernées et aider à transmettre les préoccupations des producteurs aux décideurs et chercheurs.
- Les Banquiers octroient les crédits de campagne, les fonds de roulement et les capitaux pour les investissements à long terme aux systèmes alimentaires. Ils ont besoin de meilleures informations prospectives pour évaluer les demandes de crédit et donner l'information sur la disponibilité et des conditions d'accès aux financements.
- Les officiels et les donateurs ont besoin de meilleures informations pour élaborer les politiques alimentaires et agricoles et d'échanger des informations avec le secteur privé sur les décisions de politique en cours afin d'améliorer les décisions d'affaires du privé.
- Les médias, particulièrement les radios et les journaux privés peuvent informer un très grand nombre sur les conditions émergentes des marchés.
- Les réseaux multilatéraux de collecte et d'analyses des informations prospectives (ex., CILSS/Club Réseau de Prévention des Crises Alimentaires ; SMIAR de la FAO) rassemblent beaucoup d'informations qui peuvent être très utiles pour le secteur privé mais qui ne sont pas actuellement largement diffusées à celui-ci. A son tour, le secteur privé dispose des informations qui peuvent aider les réseaux multinationaux à améliorer leurs prévisions.