

# Enseignements et recommandations



# Enseignements

- Pour la majorité de petits producteurs, 1<sup>ère</sup> contrainte = production (avant de commercialiser) => SIM ne ciblent pas « les plus pauvres »
- Manque d'information de marché ≠ contrainte majeure de commercialisation (en tête: prix récolte, transport)
- Toutefois l'accès aux informations de marché est perçu comme nécessaire et insuffisant. Surtout : prix marchés de destination et contacts acheteurs (+ préférences des consommateurs, offre & disponibilité)
- Demande différenciée en fct du type de zone, des types de producteurs et du type d'acteur en aval
- Plus les producteurs sont insérés dans les marchés et bien dotés, plus ils sont demandeurs de modes de diffusion précis et personnels, et plus ils sont prêts à « payer » (Itasy) => risque d'accentuer les inégalités si l'approche SIM est purement « tirée par la demande »

## Enseignements (suite)

- Capacités de la grande majorité des producteurs limitantes / usage unique du mobile pour la diffusion
- Besoin de communication directe reste fort (confiance, dialogue)
- Besoins majeurs en formation « commerciale », en complément à l'information ponctuelle sur les marchés
- Partenariat entre SIM et partenaires de développement de terrain nécessaire
- L'apprentissage de nouvelles formes d'accès est long (/ faible niveau d'éducation et de pratique du téléphone)
- La conception + réalisation technique d'une plateforme d'information par mobile est complexe et longue (pls années)

# Recommandations – Des SIM pour les acteurs

4

Objectifs	Recommandations	
Informations adaptées aux différents types de riziculteurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifier les supports de diffusion (téléphone + radio + affichage)</li> <li>- Prix destinations &amp; locaux + contacts acheteurs</li> <li>- Diversifier les produits couverts</li> <li>- Ajuster les services par des feedbacks réguliers (y compris sur la qualité des données) =&gt; relais locaux</li> </ul>	Partenariat SIM / acteurs locaux de développement / opérateurs de communication
Tel mobile / SMS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formation/sensibilisation : usage de l'outil, confiance dans la source                             <ul style="list-style-type: none"> <li>=&gt; personnes relais locales (à former et «recycler »)</li> <li>=&gt; affichage relai</li> </ul> </li> <li>- Augmenter la couverture des réseaux téléphoniques</li> </ul>	
Emissions radio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hebdomadaire, 5' à 10', journal, soir : conjoncture</li> <li>- Sensibilisation pour l'écoute d'émissions</li> </ul>	
Modules pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A développer et diffuser ++</li> <li>- Thèmes à inclure : accès au crédit, écriture des contrats, unités de mesure, gestion financière, gestion de la production</li> </ul>	

## Recommandations (suite) – Une approche globale pour favoriser l'insertion des producteurs au marché

Objectifs	Recommandations
Favoriser intensification et stockage par l'accès aux crédit (crédit production et GCV)	Alléger les procédures, critères de sélection, taux d'intérêt, valeur de la garantie, ...
Améliorer le pouvoir de négociation des producteurs par le regroupement de l'offre	Action collective autour du stockage et de la commercialisation
Faciliter la circulation des produits et réduire les coûts de transport	Investir dans les axes routiers de désenclavement
Augmenter les surplus commercialisables par $\nearrow$ de la production	<ul style="list-style-type: none"><li>- <math>\nearrow</math> capacités TK et gestion des producteurs</li><li>- Réhabilitation/ construction infrastructures hydro-agricoles</li></ul>