PROGRAMME D'APPUI AU FINANCEMENT DE L'AGRICULTURE ET AUX FILIÈRES INCLUSIVES DANS LE CENTRE DE MADAGASCAR (AFAFI Centre)

« Un engagement local pour une agriculture durable et une alimentation saine »

Etude de cas n°3

Les Paysans Relais de Commercialisation

Dans les filières légumes, fruits et poulets gasy

AMBIOKA

Capitalisation des initiatives de commercialisation

(mai 2025)

MAITRE D'OUVRAGE

MAITRE D'OEUVRE

OPERATEURS

Table des matières

Résumé 2
Parties prenantes 2
Contexte 3
Principe et fonctionnement des PRC 4
Quelle qualité spécifique et quelle reconnaissance et valorisation 7
Résultats/effets de la mise en place PRC 9
Résumé des principales leçons de cette expérience 11

Résumé

Dans le cadre du programme AFAFI Centre financé par l'Union Européenne, le projet AMBIOKA a appuyé plus de 5 500 producteurs ruraux et 300 organisations de producteurs (OP) pour développer les productions maraîchères, fruitières et avicole, en promouvant des pratiques agroécologiques.

Afin d'améliorer la commercialisation de ces produits, des Paysans Relais de Commercialisation (PRC) ont été sélectionnés au sein des OP pour assurer une fonction de collecte et de vente des produits (ou dans certains cas de simple mise en relation entre producteurs et acheteurs). Issus des OP, les PRC établissent généralement des relations commerciales équilibrées avec les producteurs. Mais ils disposent de peu de ressources financières et ne sont pas des professionnels du commerce ce qui limite leur capacité d'acheter et vendre des volumes importants. Par ailleurs, l'objectif de valorisation d'une qualité spécifique (notamment liée aux pratiques agroécologiques) se heurte aux limites du pouvoir d'achat des consommateurs et à leur faible sensibilisation sur ce sujet. En outre, le système de garantie est encore en construction et présente des faiblesses, notamment quant à la traçabilité et la distinction de produits que les PRC achètent auprès de divers producteurs, membres ou non des OP, et mettant en œuvre ou non le cahier des charges agroécologique.

Abréviations et acronymes

AFAFI Centre : Programme d'Appui au Financement de l'Agriculture et aux Filières Inclusives Autour d'Antananarivo Madagascar.

AMBIOKA : Projet Accompagnement de la professionnalisation des filières maraîchage, arboriculture et aviculture dans les Régions Analamanga et Itasy

CAP : Conseiller Agricole de Proximité.

CEFFEL : Conseil Expérimentation Formation en Fruits et Légumes

FED : Fonds Européen de Développement.

Fifata : FIkambanana FAmpivoarana ny Tantsaha / Association pour le progrès des paysans.

MGA : Ariary malgache.

MINAE : Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage.

OP : Organisation de Producteurs.

PRC : Paysan Relais de Commercialisation

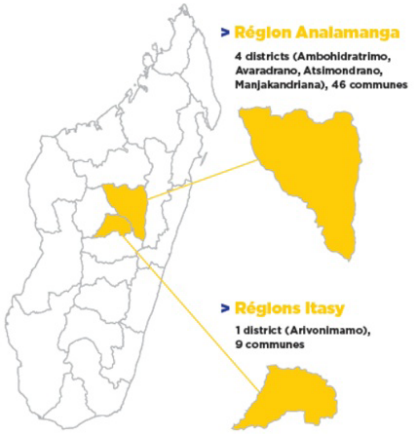
SIEL : Système d'Information Economique des Légumes.

SPG : Système Participatif de Garantie.

Parties prenantes

- Les Organisations de Producteurs (maraîchers / fruitiers / aviculteurs)
- Les Paysans Relais de Commercialisation (PRC)
- Les Conseillers Agricoles de Proximité (CAP)
- Les Unions d'OP communales et régionales
- L'équipe projet AMBIOKA
- L'organisation faitière de producteur Fifata
- Le Conseil Expérimentation Formation en Fruits et Légumes (CEFFEL)

Localisation



Contexte

Situation

Intégré au sein du programme AFAFI Centre financé par l'Union Européenne, le projet AMBIOKA (Accompagnement de la professionnalisation des filières maraîchage, arboriculture et aviculture dans les Régions Analamanga et Itasy) apporte un appui à 5 500 exploitations agricoles et 300 organisations paysannes (OP) de base. Les objectifs du projet sont les suivants :

- Intensifier et diversifier de façon durable et inclusive la production des filières maraîchage, arboriculture et aviculture (poulet gasy),
- Promouvoir la commercialisation de produits respectueux des normes agroécologiques, de qualité et d'hygiène standards, y inclus de produits alimentaires riches en nutriments, et
- Structurer durablement le secteur rural pour pérenniser son développement.

Problème à résoudre / Objectif

Avec les bénéfices de l'accompagnement technique du projet auprès des producteurs, les volumes produits par les bénéficiaires du projet ont augmenté de manière très importante (voir encadré ci-contre). Bien qu'une partie de la production soit destinée à l'autoconsommation, l'essentiel est vendu. Dans la majorité des cas, la commercialisation des produits de ces petites exploitations agricoles n'est pas un problème (surtout pour celles qui sont le plus proche de la capitale) et les paysans parviennent généralement à vendre. Cependant, le projet AMBIOKA a souhaité développer des actions concernant la commercialisation avec l'objectif de promouvoir la différentiation des produits respectueux des normes agroécologiques, de qualité et d'hygiène standards. A travers les initiatives de commercialisation, le projet vise à trouver un levier supplémentaire pour encourager les producteurs à l'adoption de bonnes pratiques de production (notamment de pratiques agroécologiques en maraîchage et en arboriculture fruitière, et de vaccination des volailles). Les interventions du projet concernant la commercialisation visent également à contribuer à la structuration des organisations de producteurs, aux différents échelons (OPs, unions communales, unions régionales) pour améliorer l'efficacité des chaines de valeur et accroître la part de la valeur ajoutée revenant aux producteurs.

Le projet énonce le principe et la priorité suivante concernant les actions relatives à la commercialisation :

Principe : L'action privilégiera les circuits courts de commercialisation, et la valorisation des démarches qualité pour une plus grande valeur ajoutée.

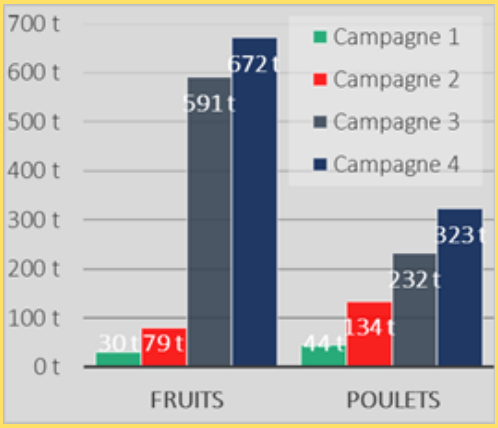
Priorité : bien accompagner les producteurs et les OP dans leur compréhension des marchés et des chaines de valeurs sensibles à la nutrition et de rééquilibrer les rapports de force économiques et commerciaux entre producteurs et acteurs du marché.

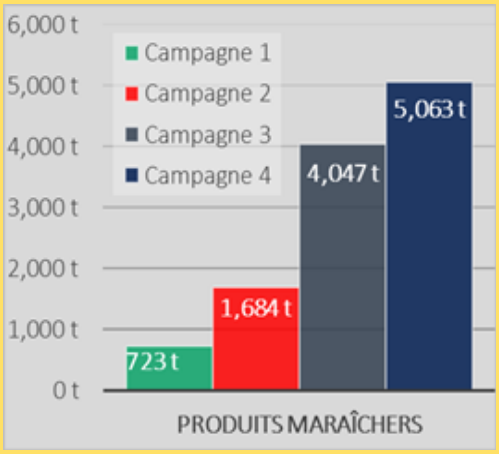
Initiative/innovation mise en oeuvre

Une des principales innovations portées par le projet pour améliorer la commercialisation est la mise en place des « Paysans Relais de Commercialisation » (PRC). L'action vise à : 1) commercialiser, en circuits courts, les produits « agroécologiques » des maraîchers, arboriculteurs et aviculteurs soutenus par le projet ; 2) promouvoir la qualité agroécologique des produits auprès des clients / consommateurs ; 3) encourager les agriculteurs à adopter les pratiques agroécologiques ; 4) développer une culture entrepreneuriale chez les petits collecteurs ; et 5) impliquer les PRC dans le suivi technico-économique des producteurs.

Evolution des volumes produits

A l'issue de quatre années de mise en œuvre du projet AMBIOKA, les volumes de légumes, fruits et poulets produits par les paysans appuyés par le projet ont augmenté de manière très significative.



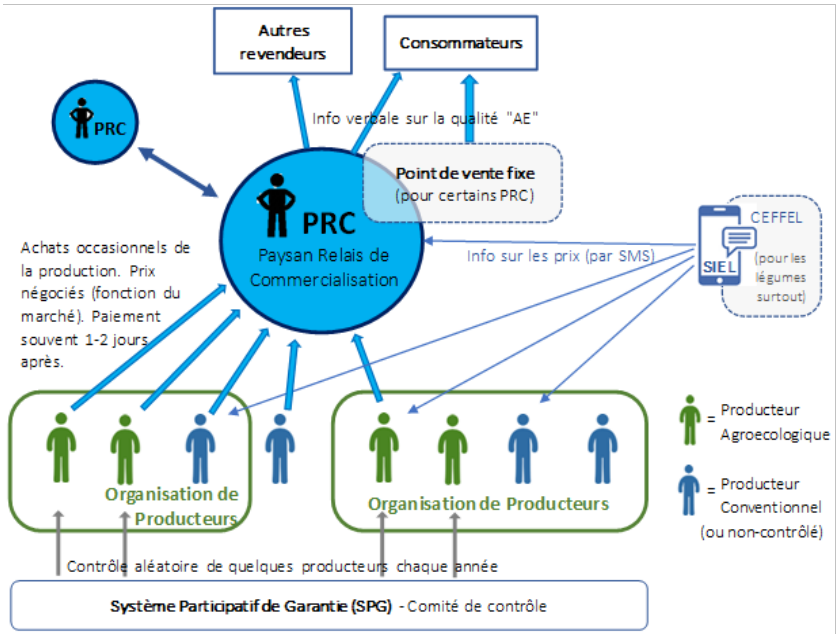


A l'issue de quatre années de mise en œuvre du projet AMBIOKA, les volumes de légumes, fruits et poulets produits par les paysans appuyés par le projet ont augmenté de manière très significative.

Principe et fonctionnement des Paysans Relais de Commercialisation

Principes/fonctionnement

Les PRC sont des paysans, membres d'une OP appuyée par le projet AMBIOKA, et qui ont été responsabilisés pour développer une activité de commercialisation des produits (légumes et/ou fruits et/ou poulet gasy) issus de producteurs membres des OP ou accompagnés par le projet, sans pour autant qu'il y ait une obligation d'achat des productions de ces membres, ni une exclusivité d'approvisionnement auprès des OP.



Le choix des PRC

Les PRC sont sélectionnés (co-optés) par et parmi les membres des OP.

Le principal critère est d'avoir déjà une pratique de la fonction de collecteur.

Le choix par les membres de l'OP est une modalité qui permet de sélectionner des PRC en qui les producteurs ont confiance.

Il n'y a pas de critère de niveau d'éducation ni de critère financier (pas de minimum de capital à engager, à la différence du cas de la mise en place des Centre de Collecte et de Vente du Lait dans le cadre du projet PROFI-Lait, également dans le programme AFAFI-Centre).

Les PRC peuvent être spécialisés sur certaines catégories de produits (poulet gasy ou légumes ou fruits) ou peuvent être diversifiés. Ils pratiquent leur activité en leur nom propre et non au titre de l'OP : c'est-à-dire qu'ils sont seuls responsables des profits ou des pertes qu'ils réalisent. Dans certains cas, plusieurs PRC peuvent se regrouper pour développer leur activité en commun, comme cela a été le cas pendant un temps autour du point de vente dans la commune de Nanisana (mais cette collaboration n'est plus actuelle car il y a eu un différend entre les deux PRC qui travaillaient ensemble – voir l'encadré page 7).

Les PRC travaillent souvent avec plusieurs OP, sur plusieurs communes. Ils achètent des produits auprès des paysans membres des OP (dans ou hors du dispositif « Système participatif de Garantie » (SPG) qui commence à être expérimenté avec l'appui du projet – Voir encadré page 6) et quelquefois auprès de paysans non-membres. Ceci est une limite quant aux garanties sur les qualités spécifiques des produits proposés (voir aussi pages 5-6). Les PRC vendent souvent directement à des consommateurs finaux ou à d'autres revendeurs. Comme indiqué sur le schéma, ils peuvent être mis en réseau avec d'autres PRC pour trouver des approvisionnements ou des débouchés complémentaires.

Des PRC avec ou sans points de vente fixe

Certains PRC disposent d'un point de vente, d'autres non. Les points de vente des PRC, quand ils en ont un, sont parfois un espace aménagé spécifiquement (comme le point de vente de Nanisana Antananarivo, localisé dans la cour de la « Maison du Petit Élevage »), ou simplement un étal sur un marché de la périphérie de la capitale (comme à Talatamaty) qui ne se distingue pas des autres étals de vente de légumes conventionnels (voir photos).

Etal de vente de légumes d'une PRC sur le marché de la commune de Talatamatry

Kiosque aménagé dans le fokontany de Nanisana

Quand ils n'ont pas leur propre point de vente, les PRC vendent à d'autres revendeurs, souvent sur des marchés de gros. Les produits agroécologiques sont dans ce cas mélangés avec des produits issus de pratiques agricoles conventionnelles.

Les OP (ou également les Unions Communales d'OP) ne sont pas des acteurs de la commercialisation mais elles peuvent rendre d'autres services aux producteurs, par exemple l'approvisionnement groupé en intrants (maïs ou vaccins pour les éleveurs de poulets, ou autres).

Fixation des prix de vente entre producteurs et PRC

En sélectionnant des relais de commercialisation parmi les paysans membres des OP (et donc des PRC qui ont une expérience de production eux-mêmes), le projet AMBIOKA fait l'hypothèse que les PRC connaissent bien les difficultés et la réalité des coûts de production, et que de ce fait les PRC se montrent « compréhensifs » et plutôt bienveillants dans la relation avec les producteurs et la négociation sur les prix. Cela va également avec le fait que les PRC sont cooptés par les membres et donc bénéficient a priori d'un capital-confiance. Des témoignages de PRC et de producteurs vont dans le sens d'une confirmation de cela. Par exemple, Mme Voahirana, PRC à Talatamaty, dit échanger avec les producteurs du groupe pour discuter de leurs coûts de production et souligne que le partenariat avec eux doit être « gagnant-gagnant ». Cependant elle ne paie généralement pas plus cher les produits considérés comme agroécologique. Elle indique que, selon elle, leurs coûts de production sont plutôt inférieurs aux produits cultivés de manière conventionnelle.

Système SIEL d'information sur les prix

Le SIEL (Système d'Information Economique des Légumes) est un système d'information sur les prix maraîchers mis en place par le CEFFEL (Conseil Expérimenta-tion Formation en Fruits et Légumes) du groupe Fifata. Des relevés de prix hebdoma-daires sont effectués sur plusieurs marchés et transmis par SMS aux abonnés du système (le service est gratuit).

Suivant les filières, les pratiques observées quant à la fixation du prix sont un peu différentes :

- Dans le cas des produits maraîchers, les prix d'achat et de vente sont le plus souvent discutés au jour le jour. Comme illustré sur le schéma de la page 3, le service SIEL est une référence de prix très utilisée : les PRC de même qu'une partie des producteurs reçoivent par SMS une information hebdomadaire sur les prix de différents produits au niveau de différents marchés. Cette information est utilisée comme une référence à la fois par le PRC pour fixer ses prix de vente aux consommateurs (ou revendeurs) et pour discuter les prix entre producteurs et PRC. Les prix des produits maraîchers varient donc constamment.
- Dans le cas observé à Mahitsy (voir aussi l'encadré de la page suivante) sur la filière volaille, les prix d'achat aux éleveurs par le PRC semblent plus prévisibles. Ils peuvent bien sûr être rediscutés périodiquement en fonction des évolutions du marché, mais la fréquence des révisions de prix est plus faible. Les éleveurs savent à quel prix s'attendre pour les poulets qu'ils vendront au PRC.

Très souvent, les paiements des producteurs par les PRC ne sont effectués que 1 à 4 jours après la livraison.

L'appui du projet aux Paysans Relais de Commercialisation

L'appui des équipes du projet AMBIOKA aux PRC se fait surtout à travers des formations, qui peuvent porter sur les domaines suivants :

- marketing,
- planning de vente,
- enregistrements comptables,
- calculs économiques,
- communication,
- gestion de contrats...

Par ailleurs, les PRC peuvent être impliqués dans la participation à des événements de promotion de grande ampleur, telles que des foires. Ces événements doivent être davantage préparés en amont avec les producteurs (planning de production) pour être prêt à disposer de quantités importantes à vendre au moment de l'événement. Il s'agit d'un bon exercice d'apprentissage pour éventuellement se préparer à développer des partenariats avec des acheteurs plus importants qui demanderont de la régularité et des garanties d'approvisionnement. Mais ceci est au mieux une perspective encore lointaine. Il est à noter que des personnels du projet, les Conseillers Agricoles de Proximité (CAP) appuient les OP dans l'élaboration de Plans de Travail Annuels, qui planifient notamment les mises en culture. Certaines OP peuvent également organiser leurs récoltes afin de répondre à un plan d'approvisionnement définit avec un PRC ou autre collecteur (en lien ou non avec d'autres OP de base et une Union communale). Mais les aspects de demande du marché n'ont pas encore été bien intégrés dans ce travail. C'est seulement dans la dernière année du projet que les OP ont commencé à intégrer un feed-back sur les besoins du marché, sur la base des informations transmises par les PRC.

Dans certains cas, le projet a tenté d'appuyer des démarches auprès d'autorités locales pour l'obtention d'un point de vente dédié et permanent, mais cela n'a pas toujours été fructueux. Par exemple une demande faite auprès des autorités locales pour un emplacement à proximité immédiate du marché de Talatamaty n'a pas abouti. Ces démarches impliquent non seulement le projet, mais les représentants des OP regroupées en unions communales et régionales (et sous la fédération nationale Fifata). Au niveau régional des Commissions Régionales de Commercialisation ont été créées, regroupant des délégués des producteurs (et aussi des collecteurs) pour essayer d'avoir une action plus efficace pour résoudre des problèmes liés à la commercialisation des produits des OP : par exemple pour faciliter la relation entre PRC et producteurs, entre plusieurs PRC, ou pour trouver des marchés ou des emplacements.

Supports de communication sur les points de vente

La communication des PRC vers les consommateurs est presque exclusivement verbale. Une exception : la banderole ci-dessus, sur le point de vente de Nanisana, présente quelques points clés de la qualité agroécologique des produits et du dispositif SPG.

Banderole de présentation des garanties SPG - agroécologie sur le point de vente des PRC, Fokontany Nanisana.

Photo : Gérald Randriambololona

Quelle qualité spécifique et quelle reconnaissance et valorisation ?

Comme cela a été souligné plus haut (page 2), le projet AMBIOKA a souhaité développer des actions concernant la commercialisation avec l'objectif de promouvoir la différentiation des produits respectueux des normes agroécologiques, de qualité et d'hygiène standards. Mais les normes dont il est question ne sont pas toujours complètement explicites (le cahier des charges sur lequel s'appuie le SPG – voir page 6 – n'est pas diffusé au public) et maîtrisées par les PRC. Un certain nombre d'arguments sont mis en avant par les PRC lors de la vente (le plus souvent de manière verbale et sans support écrit, sauf dans le cas de points de vente identifiés comme celui de Nanisana – voir encadré page suivante).

Communication des PRC sur la qualité et perception des consommateurs

Dans le cas des PRC commercialisant les poulets, c'est surtout la garantie de leur vaccination qui est l'élément de différenciation mis en avant (ce qui a une importance lorsque les poulets sont achetés pour poursuivre leur engraissement, mais est probablement un argument moins porteur pour les consommateurs).

Pour les légumes, certains PRC expliquent aux clients qu'ils sont produits avec « moins de produits chimiques ». Un des facteurs particulièrement mis en avant est la meilleure conservation des produits, qui « peuvent se garder 2-3 jours, là où des légumes conventionnels se détériorent en 24 h. C'est un point important pour les PRC eux-mêmes car il réduit le risque de perte dû au pourrissement des légumes. Plusieurs PRC soulignent qu'à ce stade, il n'y a pas une demande forte des consommateurs pour des produits agroécologiques. C'est une demande qu'il faut construire et les PRC essaient de contribuer à « éduquer » les consommateurs sur ces aspects. Les événements, comme les foires, sont aussi des occasions pour pousser cette communication à destination des consommateurs. Parce qu'il n'y a pas une demande avérée pour la qualité agroécologique des produits, il n'y a pas non plus de différence de prix pour ces produits par rapport aux produits cultivés de manière conventionnelle. En revanche, certains des PRC constatent que lorsque que ponctuellement un certain produit dont il dispose est apprécié pour sa qualité, le stock peut être écoulé très vite avec une diffusion de l'information entre les consommateurs par le bouche-à-oreille (exemple en encadré ci-dessus).

Le bouche-à-oreille entre consommateurs

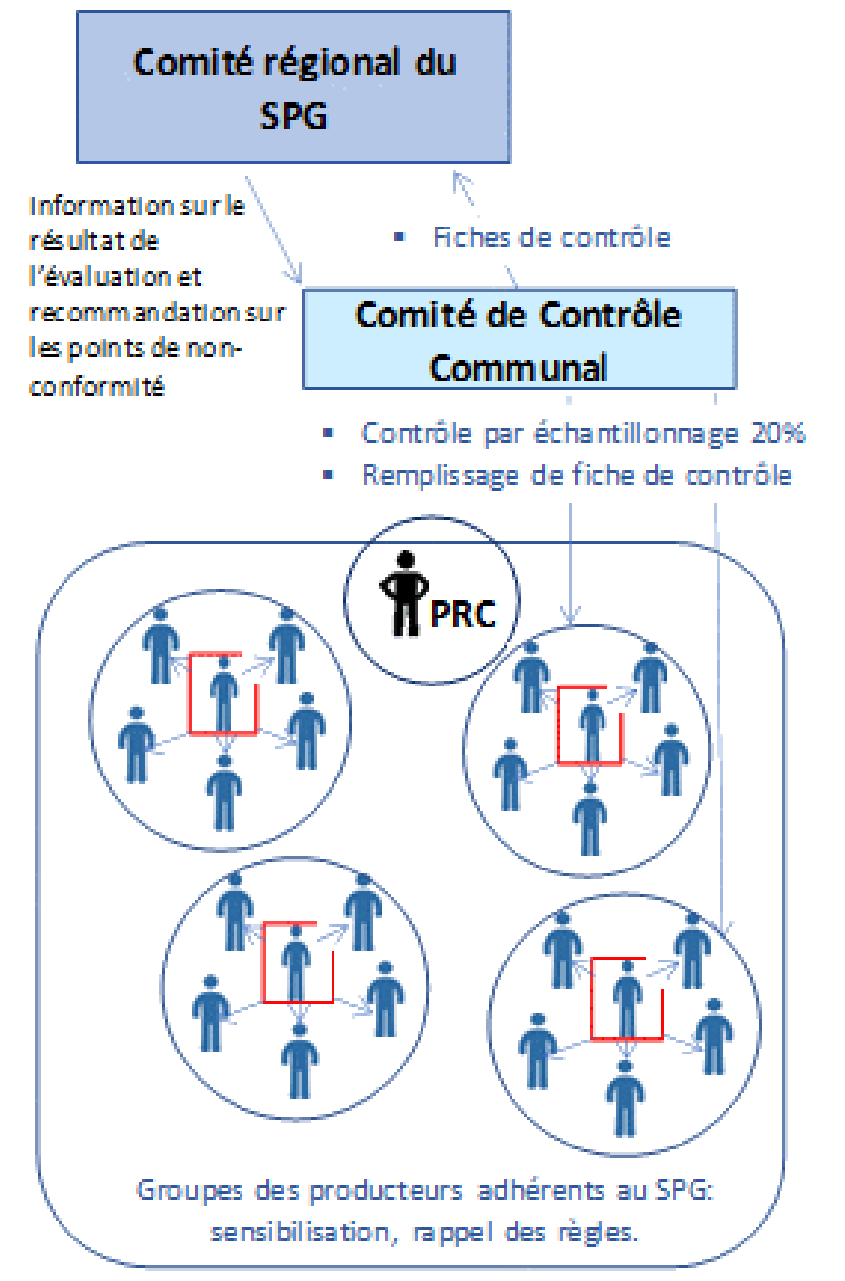
Mme Mahatony, PRC à Iarinarivo, rapporte le cas d'une de ses clientes, revendeuse, qui n'a pas pu écouler 5 kg de haricots verts conventionnels en quatre jours. Après cela, Mme Mahatony lui a vendu 4 kg de haricots verts issue de production agroécologique, et tout a été vendu dans la journée parce que les consommateurs se sont passé le mot sur la qualité.

Un déficit de garantie dans les approvisionnements des PRC

Le principal problème qui porte préjudice à la communication et à la valorisation de la qualité à travers le système des PRC est que ceux-ci ne s'approvisionnent pas exclusivement chez des producteurs appliquant les techniques agroécologiques que l'on voudrait promouvoir. Comme illustré dans le schéma de la page 3, les PRC s'approvisionnent auprès de producteurs membres d'OP et impliqués dans le Système Participatif de Garantie (SPG) (voir encadré ci-dessous), auprès de membres d'OP non-intégrés au SPG, et aussi auprès de producteurs qui ne sont ni membres d'OP ni bénéficiaires du projet. Un PRC-poulet rencontré à Talatamaty indique par exemple n'acheter que 40% des poulets qu'il revend à des éleveurs membres de l'OP, et 60% à des éleveurs hors-projet. Ces pratiques d'approvisionnements multiples et la commercialisation indifférenciée des produits est une limite majeure pour prétendre valoriser une qualité spécifique sur le marché.

Processus de mise en place d'un Système Participatif de Garantie (SPG) sur les productions maraîchères

Certains des producteurs (volontaires) sont engagés dans un dispositif SPG, développé à titre pilote par le projet pour établir une norme et vérifier la conformité de leurs pratiques avec un Cahier des Charges Agroécologique qui a été élaboré de manière participative.



- Au niveau local, les paysans engagés dans le SPG sont réunis en groupes au sein desquels les principes du cahier des charges agroécologiques sont rappelés régulièrement (mais sans contrôle interne régulier entre pairs).
- Des Comités de Contrôle sont mis en place au niveau communal. Ils sont constitués (avec des variantes suivant les lieux) : d'un producteur membre du SPG, d'un PRC, d'un « représentant des consommateurs », d'un représentant de l'autorité communale, d'un représentant du centre de santé et d'un représentant de la gendarmerie. Les Comités Communaux de Contrôle effectuent des visites de contrôle des producteurs sur la base d'un échantillon aléatoire de 10% à 20% des producteurs, une fois par an.
- Les résultats de ces inspections sont transmis à un Comité Régional du SPG.
- Le comité régional effectue un contre-contrôle auprès de 10 à 20% de l'échantillon déjà inspectés par les Comités Communaux.
- Après cela le Comité Régional renvoie aux Comités Communaux les résultats de l'évaluation accompagnés de recommandations sur les cas de non-conformité (mesures correctives recommandées).
- Les Comités Communaux convoquent les producteurs qui ont été contrôlés pour leur transmettre les recommandations.

Le dispositif est encore en partie théorique et pas totalement opérationnel. Le Cahier des Charges n'est pas un document rendu public. Seuls quelques points clés sont communiqués, comme sur certains points de vente.

Résultats/effets de la mise en place des PRC

Un déficit de garantie dans les approvisionnements des PRC

Les avantages du dispositif PRC pour les différents acteurs peuvent être résumés comme suit :

Pour les producteurs / membres des OPs (variables suivant les cas) :

- Facilitation de l'accès au marché, ou au moins gain de temps pour la commercialisation (pas de déplacement au marché par le producteur lui-même).
- Cas de l'OP avicole de Mahitsy : on peut vendre tous les jours au PRC, pas seulement le jour de marché.
- Dans quelques cas, un prix d'achat plus élevé : par exemple le PRC-poulet à Mahitsy achète les jeunes poulets à 8 000 MGA/tête aux membres de l'OP, contre 7 000 MGA aux non-membre (mais avec des charges supplémentaires pour les membres, en particulier la vaccination).

Pour les PRC (et intermédiaires/commerçants en aval) :

- Meilleure conservation des produits (pour les légumes agroécologiques) -> Réduction du risque de pertes.
- La connexion avec une ou plusieurs OP est un élément qui permet de sécuriser des volumes de production (dans une certaine mesure seulement, car il y a toujours la difficulté de la saisonnalité des productions).
- Les relations de confiance permettent que les producteurs acceptent un délai de paiement.
- Plus d'arguments de communication grâce à la relation avec le projet, ce qui permet d'améliorer la réputation auprès des clients.
- A travers la mise en réseau avec d'autres PRC, possibilité de compléter les volumes pour pouvoir honorer les commandes, et ainsi fidéliser certains clients.

PRCs formés et actifs

Au 31 août 2024 :

- 35 PRC ont été sélectionnés et formés par le projet
- 21 PRC sont actifs (sur les 35 formés) et collaborent avec 173 OP (près de 50% des OP).

Cependant, ces résultats sont nuancés par la capacité limitées des PRC formés et actifs à absorber la production des agriculteurs engagés dans le projet.

Des PRC qui font évoluer les modes de production pour s'adapter à la demande : exemple de la filière « poulet gasy » à Mahitsy

A Mahitsy, les éleveurs de poulets gasy de l'OP Miaramandroso ont en partie fait évoluer leur mode de production du fait de la mise en place de la fonction de PRC, attribuée à Mme Cécile. La clientèle principale de Mme Cécile, est constituée d'éleveurs qui achètent de jeunes poulets pour continuer de les élever. Elle a développé ce créneau commercial spécifique, et cela a amené les membres des OP avec lesquelles elle travaille (dont les membres de l'OP Miaramandroso) à modifier leurs pratiques d'élevage pour fournir de jeunes poulets de 2-3 mois. Ils font des cycles plus courts et remettent les poules reproductrices plus rapidement à la ponte. Les poulets de 2-3 mois sont bien sûr vendus moins chers que les poulets grossis de 5-6 mois, mais avec des cycles plus courts, cela permet des rentrées d'argent plus fréquentes. C'est un des avantages pour les éleveurs, qui soulignent aussi la réduction des dépenses d'aliment, et la réduction des pertes dues à la divagation des poulets.

La PRC-volaille de Mahitsy se fournit également auprès d'éleveurs en dehors des OP, lorsque la demande est plus importante. L'avantage de l'achat aux membres des OP est la garantie que les poulets ont été vaccinés, ce qui est important pour des poulets destinés à être élevés. Pour elle, la vaccination est la seule différence entre les poulets produits par les membres des OP et ceux produits par des non-membres. Cette différence est valorisée en termes de prix, puisque les poulets sont payés 8 000 MGA par tête aux membres, contre seulement 7 000 MGA pour les poulets non-vaccinés achetés à l'extérieur.

Avant de revendre les poulets, surtout pour les grosses commandes (parfois jusqu'à 200 têtes) et si les poulets n'ont pas été vaccinés, elle les garde en quarantaine pendant une semaine et les vaccine. Dans ce cas elle doit majorer le prix de + 2,000 MGA/tête pour couvrir les frais d'alimentation pendant cette période. Quand elle achète les poulets aux membres de l'OP, leur état sanitaire est connu, ce qui est un avantage important.

De plus, la confiance établie avec les membres de l'OP permet à ceux-ci d'accepter un délai de paiement de 3-4 jours après livraison des poulets, ce qui réduit la contrainte de trésorerie pour la PRC qui serait sinon un facteur limitant de son activité.

Difficultés rencontrées/points de blocage

Les principales difficultés ou facteurs limitants identifiés sont les suivants :

- Il n'y a pas encore (ou peu) de demande avérée des consommateurs pour des produits « agroécologiques ». Il faut sensibiliser les consommateurs pour susciter cette demande.
- Faible capacité d'absorption des PRC (surtout en maraîchage) du fait du manque de trésorerie et des limites de taille des points de vente dédiés et de leur clientèle. La tentative de faciliter l'accès des PRC au financement du Fonds de Développement Agricole (FDA) n'a pas eu de succès.
- Limites sur les garanties réelles de la qualité spécifique des produits commercialisés par les PRC (voir page précédente).
- Variabilité de la production suivant les saisons : disponibilités de produits parfois insuffisantes : le travail d'un PRC avec plusieurs OP et la mise en relation entre PRC sont des réponses apportées à cela.
- Dans le cas des PRC qui disposent d'un point de vente, la localisation n'est pas toujours appropriée pour à la fois être sur un lieu commercialement judicieux, et permettant de se distinguer des points de ventes de produits conventionnels (voir encadré ci-dessous sur le point de vente de Nanisana).

Les difficultés spécifiques rencontrées sur le point de vente de Nanisana

Le point de vente à Nanisana était inactif au moment de l'étude de capitalisation du projet (en février 2025), et ce depuis décembre 2024. Parmi les difficultés soulignées au cours de l'entretien avec la PRC en charge :

- La localisation du point de vente (dans la Maison du Petit Élevage) n'est peut-être pas idéale d'un point de vue commercial (ce n'est pas un endroit où les gens viennent naturellement pour acheter des fruits et légumes). On note que, entre Octobre et Novembre 2024, le chiffre d'affaires de ce point de vente a oscillé entre 26 000 et 106 000 MGA/jour (de l'ordre de 350 à 400 € par mois), ce qui semble assez faible.
- Ce point de vente a été géré de manière conjointe par deux PRC. Mais cela a généré des conflits. Une PRC ayant reçu des commandes qu'elle a livré hors du point de vente, elle considère que ça n'entre pas dans les activités du point de vente, et qu'elle n'est donc pas tenu d'en partager les bénéfices avec sa PRC « binôme ».
- Il y a eu plusieurs PRC qui se sont succédées sur ce point de vente. Lorsqu'une PRC décide de quitter le point de vente, elle a tendance à conserver une partie de la clientèle qu'elle livrera directement sans passer par l'étal commun.

Perspectives : conditions de viabilité, mise à l'échelle

La capacité d'absorption des PRC est faible. Elle est limitée par leur capacité financières, mais aussi par la difficulté à sécuriser des approvisionnements pour des volumes plus importants, de productions diversifiées (suivant la demande) et avec régularité. Le fait que la plupart des PRC soient des acteurs informels les empêche également d'accéder à des contrats avec des plus gros clients. Ces éléments risquent de limiter les possibilités de passage à l'échelle pour le dispositif des PRC. On voit aussi avec l'expérience du point de vente de Nanisana que la viabilité de l'établissement de points de ventes hors des marchés établis s'avère très incertaine. Cependant, certains PRC, notamment dans le cas de la filière poulets (comme la PRC de Mahitsy) parviennent à atteindre des volumes significatifs (100 à 120 têtes par semaine en moyenne dans le cas de Mahitsy) et avec des frais relativement limités. Les perspectives de viabilité de l'activité des PRC sont donc assez contrastées et à examiner au cas par cas.

Résultats/effets de la mise en place des PRC

Les modalités de mise en oeuvre de l'action qui ont contribué à un relatif succès

L'hypothèse faite par le projet que la sélection de relais de commercialisation par et au sein des membres des OP favorise une certaine compréhension mutuelle semble plutôt vérifiée. La plupart des PRC semblent avoir le souci des petits éleveurs / producteurs : la connaissance des conditions (et des coûts) de la production et une intention de faire en sorte que les partenariat producteur-PRC soit gagnant-gagnant contribue à une relation équilibrée.

Mais dans la plupart des cas la différenciation de la qualité agroécologique reste relativement faible ou floue (communication verbale uniquement – sauf sur quelques points de vente aménagés) et surtout, fréquemment, le mix de produits agroécologiques et conventionnels (paysans impliqués dans le dispositif SPG ou non, membres des OP ou non...) ne permet pas d'apporter une garantie fiable aux consommateurs. On est encore au début d'un processus long avec beaucoup de choses à clarifier, notamment pour une identification plus claire des produits agroécologiques ou de qualité spécifique.

Recommandations pour la poursuite de l'action/réplication

- Renforcer l'appui aux PRC (éducation financière, accompagnement différencié...) et leur professionnalisation ou éventuellement recruter des personnes avec un plus fort potentiel de développement entrepreneurial.
- Facilité l'accroissement du fonds de roulement des PRC.
- Réaliser une étude de marché / étude de consommation pour identifier les critères de qualité importants pour les consommateurs, et les pratiques d'achat (lieu, fréquence, critères de choix des produits, modalités de la consommation, fidélité à un point de vente, influences sur les pratiques de consommation...).
- Revoir, bien dimensionner au regard de leurs coûts et consolider les mécanismes de contrôle (SPG « agroécologie ») et de traçabilité pour apporter des garanties plus solides aux consommateurs.
- Réflexion à approfondir sur la promotion et la communication :
    - Quels arguments et modes de communication pour donner envie aux consommateurs de rechercher des produits agroécologiques.
    - Quelle mode de communication pour que le consommateur ait confiance et soit certain que le produit qui lui est proposé est effectivement « agroécologique » et a les qualités recherchées.
- Dans le cas de développement de points de vente spécifiques : étudier au préalable la fréquentation du lieu et la pertinence du choix de l'emplacement.

Pour aller plus loin

Bibliographie / Documentation :

- AMBIOKA, Rapports d'activité intermédiaire, 1er janvier au 31 décembre 2023.
- Fanekena Dina Randriamisanta, Analyse d'expérience des systèmes participatifs de garantie pour l'agroécologie : cas de Madagascar, Institut Agro Montpellier / Université de Montpellier / CIHEAM Montpellier, 2024.
- Fert, Évaluation finale de la phase 2 du projet ProTana, Version Finale, 2025.

Contacts :

- Yolande Razafindrakoto Leondaris, Cheffe de mission de l'Assistance Technique à l'Unité de Coordination et de Suivi, Programme d'AFAFI Centre : yolande.leondaris@ucsafaficentre.eu
- Stéphanie Youssi, Assistante Technique N°2 – Expert Développement rural, Unité de Coordination et de Suivi, Programme AFAFI Centre : stephanie.youssi@ucsafaficentre.eu
- Tovo Ratsimbazafy, Chef de projet AMBIOKA : fifata.tovo@gmail.com

Capitalisation réalisée par :

À l'issue de la première phase du programme AFAFI Centre, une série de capitalisations d'expériences a été conduite. Le présent document est issu de ce processus. Cette publication a été financée par l'Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité du Programme AFAFI Centre et ne reflète pas nécessairement les points de vue de l'Union européenne.

Rédaction : Jean-Marie Brun (Arte-fact), Gérald Randriambololona

Crédit photos : Jean-Marie Brun

Mise en page : Inter-réseaux Développement rural

Pour tout renseignement :

Unité de coordination et de suivi du programme AFAFI Centre

afaficentre.bace.mg baon@moov.mg +261 32 11 085 96 BACE.madagascar

Délégation de l'Union Européenne auprès de la République de Madagascar et de l'Union des Comores :

Tour Zital 9e étage - Ankorondrano - BP 746 - 101 Antananarivo, Madagascar www.eeas.europa.eu

delegation-madagascar-dev-rural@eeas.europa.eu ue.madagascar.comores ue_madagascar