

# agripromo

*pour la promotion du monde rural*



**PREVOIR POUR VENDRE**

**nr 2/74**

**AGRIPROMO EST ÉDITÉ A ABIDJAN PAR L'INADES.**

Sa vocation est rurale et panafricaine.

**POUR QUI AGRIPROMO EST-IL FAIT?**

Pour tous ceux qui travaillent  
à la promotion du monde rural :  
agriculteurs, encadreurs, animateurs,  
responsables de zone, vulgarisateurs...

Pour tous ceux qui, dans le monde rural,  
cherchent à comprendre ce qui se passe autour d'eux.

Pour tous ceux qui veulent  
travailler au développement du monde rural.

**DE QUOI AGRIPROMO EST-IL FAIT?**

De réflexions sur les problèmes  
qui intéressent le monde rural.

D'informations utiles.  
D'un matériel pour aider  
et soutenir ceux qui font de l'animation.

De variétés: tests, contes, dessins,  
photos destinées à illustrer les thèmes proposés.

D'un dialogue avec tous ceux qui,  
dans les différents pays d'Afrique,  
travaillent à la promotion du monde rural.

**PAR QUI AGRIPROMO EST-IL FAIT?**

Par une équipe de journalistes, agronomes,  
éducateurs et animateurs,  
réunis au sein de l'INADES  
(l'Institut Africain pour le Développement Économique et Social)

Par les lecteurs.

Et c'est pour cela qu'Agripromo  
n'est pas une publication comme les autres.

En effet, chaque lecteur est invité à devenir un rédacteur.

Chaque lecteur est invité à répondre  
aux questions posées par les articles d'Agripromo.

Chaque lecteur est invité à raconter ses expériences d'animation  
ou de développement, dans le monde rural.

Chaque lecteur est invité à livrer ses réflexions,  
à exposer ses problèmes.

*AGRIPROMO, pour la promotion du monde rural*  
*B. P. 8008, ABIDJAN (Côte-d'Ivoire)*  
*Téléphone: 34-92-92*

**agripromo**

**DIRECTION**

Philippe Dubin

**RÉDACTION**

Bernadette Drouet

et les équipes d'INADES-formation  
des différents pays africains

**MAQUETTE-FABRICATION**

Philippe Jaeger

Administration,  
rédaction, imprimerie

P. P. 8008  
ABIDJAN, Côte-d'Ivoire

**THEMES A PARAITRE**

Apprendre ? Pour quoi ?

La conservation des sols

**THEMES PARUS**

Partir pour la ville ?

Les groupements

© 1974 INADES

Tous droits de reproduction,  
de traduction et d'adaptation,  
y compris le film, l'enregistrement,  
la radiodiffusion et la télévision,  
réservés pour tous pays.

Imprimé en Côte-d'Ivoire

INADES, 15, avenue Jean-Mermoz  
Abidjan

Dépôt légal, 2<sup>e</sup> trimestre 1974.  
N° d'impression 40.034

# SOMMAIRE



**ÉDITORIAL**

Page 2



**COURRIER DES LECTEURS**

Page 3



**INFORMATIONS**

conserver les produits

Pages 4 à 7



**FLASHS**

prévoir ... pour vendre

Pages 8 à 11



**DOSSIER**

produire pour se nourrir ou pour vendre

Pages 12 à 15



**VARIÉTÉS**

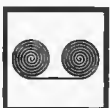
une histoire exemplaire

Pages 18 et 19



**BIBLIOGRAPHIE**

Page 20



**NOS LECTEURS ONT LA PAROLE**

Page 21



**FICHES D'ANIMATION**

prévoir pour vendre

Pages 22 à 24

---

# EDITORIAL



**N**ous avons tous vu une femme acheter un pagne au marché. Elle ne se décide pas tout de suite, elle choisit, elle regarde; le commerçant peut lui dire que celui-ci ou celui-là est le plus beau, c'est elle qui décide. Elle prendra celui dont les couleurs lui plairont, celui qui est à la mode, aussi celui dont le prix est avantageux. Si le commerçant a des pagnes qui ne plaisent à aucune femme, il a perdu son argent.

Les pagnes sont de plus en plus fabriqués dans des usines. Des dessinateurs inventent des dessins, et ensuite des machines reproduisent ces dessins, dix mille, vingt mille, cent mille fois. Si les dessins ne plaisent pas aux femmes, l'usine gardera sa production, et elle n'aura rien à en faire, elle ne pourra pas payer le salaire de ses ouvriers. Le chef d'entreprise est un homme qui doit savoir quels sont les goûts des gens, et il doit le savoir à l'avance: entre le moment où le dessinateur travaille et celui où le pagne sera vendu sur le marché, il y a plusieurs mois. Savoir à l'avance, c'est prévoir ce qui pourra être vendu dans trois mois, six mois ou un an.

**U**n chef d'entreprise moderne n'est pas un homme qui décide d'abord de produire des tissus, puis ensuite essaye de voir comment on peut les vendre. Au contraire, il étudie d'abord pour savoir ce qui peut se vendre, il cherche à savoir quels sont les besoins des acheteurs, ce qu'ils préfèrent: ensuite il décide de produire. Il doit **prévoir**, c'est-à-dire savoir à l'avance, pour **pouvoir vendre**.

Un ministre de l'agriculture disait: « aujourd'hui, il ne faut pas vendre ce que l'on produit

mais produire ce que l'on vend. » Cela veut dire qu'il ne faut pas d'abord produire et puis ensuite se demander s'il y aura des acheteurs; cela veut dire qu'il faut se demander d'abord ce que veulent les acheteurs et décider alors ce que l'on doit produire.

De plus en plus, les agriculteurs d'Afrique produisent dans le but de vendre. Cela est vrai pour les cultures d'exportation depuis longtemps (arachide, café, cacao, coton, palmier à huile...), c'est vrai maintenant pour les cultures vivrières (igname, maïs, mil, riz...).

**D**ans ce numéro, nous avons étudié seulement les problèmes du commerce des produits vivriers, et plus particulièrement du petit commerce au niveau des marchés des villages. Aujourd'hui, l'agriculteur doit avoir les mêmes qualités que le chef d'entreprise qui produit des pagnes: il doit bien comprendre ce que désirent les acheteurs, il doit connaître comment les prix changent, il doit être capable de calculer et de prévoir. Il doit **prévoir pour vendre**.

**C**eux qui lisent Agripromo peuvent faire beaucoup pour aider à la formation des agriculteurs dans ce domaine. Un certain nombre d'entre vous ont déjà des expériences d'actions pour améliorer la commercialisation. Nous pourrions les publier, car un autre numéro d'Agripromo aura comme sujet la commercialisation, non plus seulement au niveau du village mais au niveau national et international. C'est à vous, lecteurs, que la parole est maintenant donnée.

Philippe DUBIN

---

**A PROPOS DU SUPPLÉMENT  
AU N° 2/73 D'AGRIPROMO**

---

Vous vous rappelez peut-être que nous vous avons proposé un supplément au n° 2/73 d'Agripromo sur l'eau. Ce supplément présente quelques réalisations sur les sources, les puits et les citernes.

Ce document est à la disposition de tous ceux qui le désirent (s'adresser à Agripromo, B.P. 8008, Abidjan, R.C.I.). Deux lecteurs d'Agripromo nous ont envoyé quelques réactions sur ce document.

---

**PUITS AU FOND SABLEUX**

---

Le père André qui travaille à Touba, dans l'Ouest ivoirien nous fait part de son expérience :

Dans l'annexe d'Agripromo consacré à l'eau, on préconise de faire un béton ferrailé au fond du puits. Dans le puits que nous venons de creuser, nous avons eu ce problème puisque, en 8 heures, un mètre et demi de sable et de boue est remonté. Il est très difficile de s'y tenir : l'eau arrive vite quand on est à 3 mètres au-dessous de l'endroit où elle a jailli. Je vois alors difficilement comment on peut faire ce béton.

Nous avons résolu le problème de façon plus simple. Nous avons coulé en surface une plaque ronde de 5 centimètres d'épaisseur et 77 centimètres de diamètre (pour une buse de 80 centimètres). Trois poignées dépassent. Après avoir enlevé de nouveau le maximum de sable, nous avons descendu la plaque. Trois morceaux de fer passent à travers la buse et dépassent au-dessus de la

plaque; donc celle-ci ne peut pas remonter.

Reste la fente entre la plaque et la buse: la boue y passe, mais il suffit de mettre 20 à 25 centimètres de gravier pour empêcher que la boue ne remonte.

Le système n'est ni garanti, ni breveté! Et ceci n'est fait que depuis quelques mois, mais semble donner satisfaction. Depuis cette opération, l'eau est parfaitement limpide, ce qui n'était pas le cas auparavant.

Merci au père André. Nous espérons que cette expérience pourra servir à d'autres. C'est un autre père, le père Alain de Dapango (Togo), qui nous donne une appréciation sur l'ensemble du document :

---

**SOURCES, Puits ET CITERNES**

---

Ce qui concerne les puits est plus intéressant que les sections sources et citernes dont les exposés sont beaux, mais les réalisations sans doute un peu utopiques. Malgré tout, les éléments donnés ne peuvent être complets; ils attirent l'attention sur telle ou telle possibilité, mais chaque chantier a sa réalité et tout cela me paraît assez idéaliste. Il y a des choses intéressantes cependant.

Certes, il est difficile d'entrer dans tous les détails de chaque opération et d'en montrer toutes les difficultés. Pourtant, toutes les expériences; que nous avons décrites sont, réellement, des expériences; c'est-à-dire qu'elles ont été réalisées et qu'elles existent. Pour les sources, nous avons choisi une solution du « Développement communautaire » de Kananga (Zaïre). Quant aux citernes de Prikro (Côte-d'Ivoire), nous som-

mes allés les voir nous-mêmes, sur place, elles sont nombreuses et donnent toute satisfaction. Enfin, l'exemple que nous citons de citerne en plastique nous vient du Botswana où il a été réalisé. Si beaucoup d'entre nos lecteurs pouvaient nous faire part de leurs expériences dans ce domaine, nous pourrions compléter ce dossier et, en multipliant les descriptions, nous pourrions mieux apporter à chaque « chantier » des idées et des suggestions. Mais, bien sûr, le père Alain a raison : c'est à chacun, à partir des expériences des autres, d'inventer les solutions qui conviennent.

---

**COMMENT UTILISER  
AGRIPROMO**

---

Le père Isoléri, de Logoualé par Man (Côte-d'Ivoire), nous écrit pour nous encourager: « Votre revue peut être utilisée de deux manières : ou bien on s'en sert comme d'un manuel de culture et de formation générale, en renvoyant les auditeurs ou lecteurs aux organismes d'état ou locaux; ou bien on fait étudier chaque sujet et on fait faire de la pratique immédiate, sur le tas, par les participants des réunions. Cette dernière méthode est plus efficace, mais demande beaucoup de temps et de moyen...

En tout cas, continuez votre oeuvre, car vous ne pouvez pas savoir l'influence que vous avez dans les villages. »

Merci au père Isoléri. Nous sommes très intéressés de savoir comment Agripromo est utilisé par nos lecteurs.



## INFORMATIONS

### *conserver les produits*

Pour pouvoir vendre aux meilleurs moments et, donc, aux meilleurs prix, pour pouvoir manger toute l'année, il faut pouvoir conserver les produits. On distingue quatre groupes de produits selon leur capacité de conservation naturelle :

Les poissons et, plus généralement, tous les produits qui viennent de l'eau (coquillages etc.) se conservent quelques heures seulement après lesquelles ils commencent à pourrir.

La viande, les produits laitiers, certains fruits et légumes (tomates, haricots verts, salades, fraises...) peuvent se garder quelques jours. Les oignons, les agrumes, divers fruits et les tubercules (ignames, taros, pommes de terre) peuvent se garder plusieurs semaines.

Enfin, les céréales (riz, mil, maïs...) peuvent se conserver plusieurs mois et même plusieurs années, sans perdre leur valeur alimentaire.

*Séchage du mil (Mali)*



Il existe plusieurs moyens de conserver ces produits plus longtemps, mais il faut pour cela les sécher ou les transformer, et les protéger contre les attaques extérieures.

### SÉCHER

La plupart des produits ont besoin d'être séchés. Il faut retirer l'eau qui est en trop et qui entraîne moisissure et pourriture. Le procédé le plus simple, pour sécher, est d'exposer les produits au soleil et au vent.

Dans le Nord du Niger, on coupe les tomates en rondelles et on les fait sécher sur des claies. A l'Est du Tchad, c'est la viande qu'on découpe en fines lanières et qu'on suspend sur des fils, à l'abri des rats. Au Mali, on fait sécher les oignons, on les pile et on les garde en boulettes. Enfin les céréales sont séchées, en grains ou en épis, avant d'être stockées.

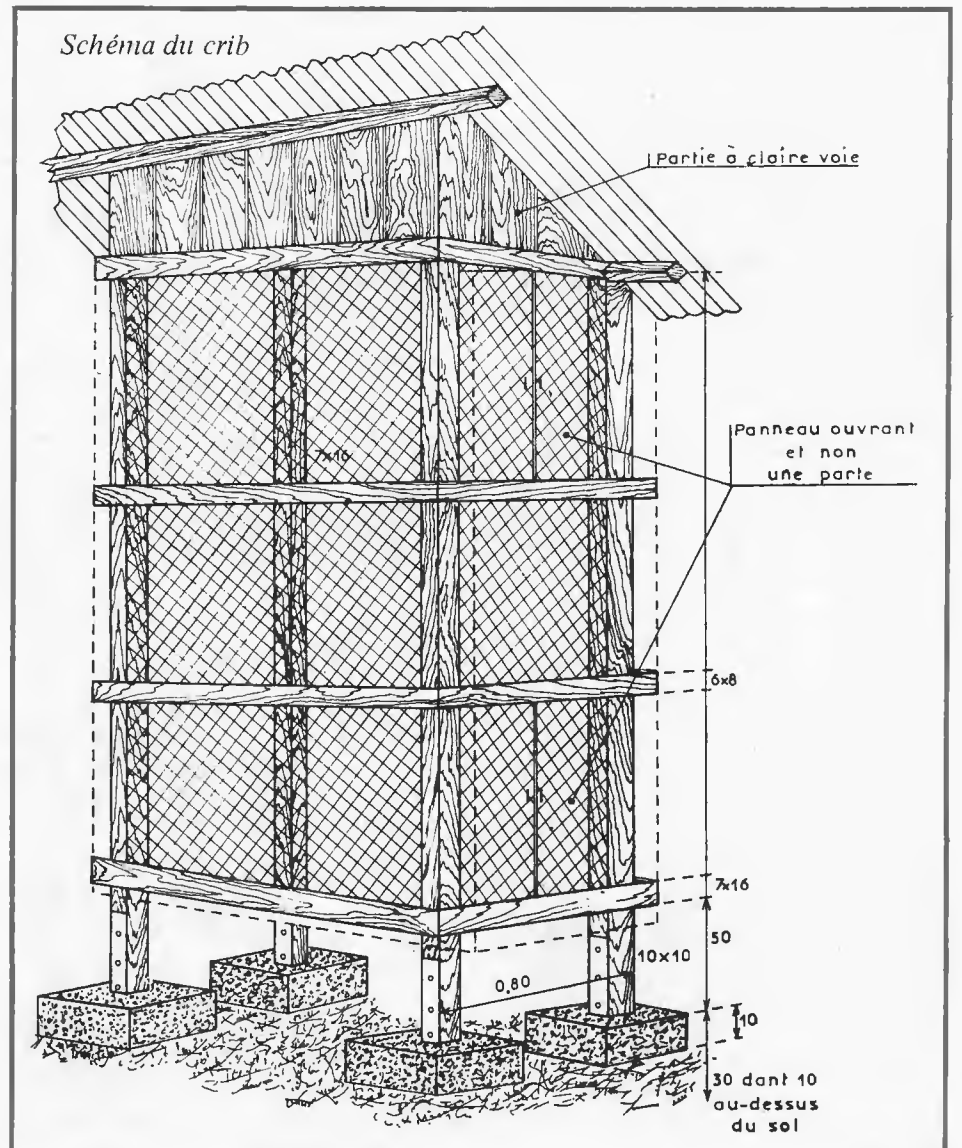
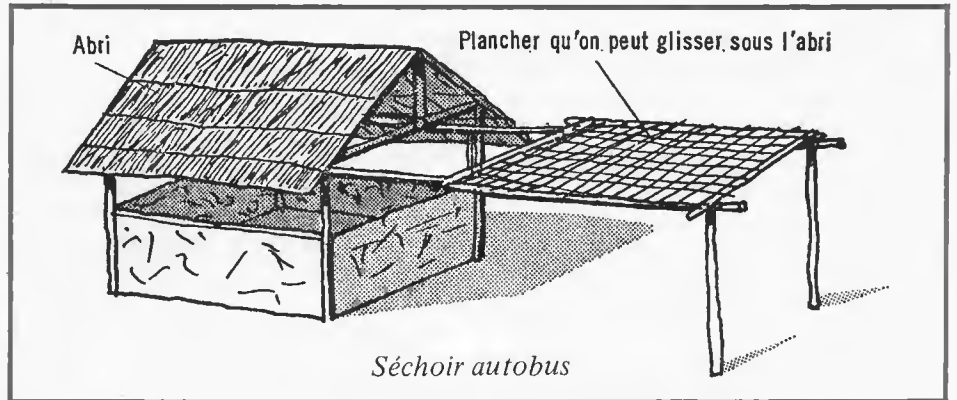
Chaque région a ses coutumes en matière de séchoir. Le séchoir basculant sur un pivot permet de présenter toujours les produits aux rayons du soleil. Le séchoir autobus que vous voyez ici a l'avantage de permettre la protection des produits contre la pluie ou la rosée du matin : la natte de bambou qui sert d'aire de séchage peut glisser sur 2 longs bâtons et rentrer sous l'abri du toit.



Oignons séchés à Mopti (Mali)

Le crib permet de sécher les céréales. Il doit être placé dans un endroit bien choisi, bien aéré, de préférence face aux vents dominants; il faut le construire sur un terrain légèrement en pente qui facilitera l'écoulement des eaux de pluie. Enfin, il doit être surélevé pour éviter les invasions de rongeurs. Le crib que nous vous présentons ici est fait d'une cage en grillage, portée par un cadre de bois, surélevée de 60 cm et surmontée d'un toit en tôles à une seule pente; le toit doit être largement débordant.

Les dimensions du crib dépendent des besoins de l'agriculteur. Il faut savoir qu'une capacité de  $3 \text{ m}^3$  est nécessaire pour une tonne de grains. En zone humide, la largeur du crib ne doit pas dépasser 80 cm afin de faciliter la circulation de l'air. Enfin, pour pouvoir être facilement rempli,



le crib ne doit pas être trop haut, 1 m 50 à 2 m. Les montants du crib dessiné ici sont en bois de filao 10/10; mais on peut utiliser n'importe quel bois, (nous avons vu des cribs avec de simples montants en bambou qui ont duré 3 ans).

Un autre procédé de séchage consiste à **fumer** les produits. C'est ainsi qu'on sèche la viande et le poisson. On peut aussi construire des séchoirs chauffants: on entretient du feu sous une plaque de ciment qui s'échauffe et permet un séchage rapide.

## TRANSFORMER

Certains produits ne peuvent se conserver que s'ils sont d'abord transformés. Avec le lait, on peut faire du fromage. Avec les fruits, des confitures et avec les légumes, des conserves.

Tous les fruits peuvent être transformés en compotes ou en confitures. Il faut les faire cuire assez longtemps avec beaucoup de sucre et les mettre, ensuite, dans des bocaux propres que l'on ferme soigneusement. Comme le sucre, le sel facilite la conservation. On peut faire des purées de tomates et garder des légumes cuits.

## PROTÉGER

Une fois que les produits sont convenablement séchés ou transformés, il faut les protéger contre les attaques extérieures. **Contre les insectes**, il existe des insecticides. Mais ceux-ci peuvent parfois être dangereux pour la consommation. Le meilleur produit existant et qui ne présente aucun danger, c'est le pyrèthre; malheureusement, c'est un produit cher. Pour les céréales destinées à la consommation, on conseille une poudre de lindane faiblement dosée (0,05 %).

**Contre les rats**, il faut équiper les greniers et les silos de morceaux de tôle, enroulés autour des pieds. Les rats et, généralement, les rongeurs griffent la tôle et glissent. On peut aussi utiliser des produits chimiques.

**Contre les oiseaux**, il existe des produits spéciaux qui les repoussent; mais le meilleur procédé est d'avoir des lieux de conservation bien fermés.

Enfin, **contre les voleurs**, il faut mettre des cadenas.

## STOCKER

Chaque région utilise un type de grenier particulier pour stocker les céréales. D'une manière générale, ces greniers traditionnels assurent une bonne conservation à condition que quelques règles soient respectées :

- \* Les greniers doivent être surélevés et leurs pieds guêtrés de tôle contre les rongeurs (voir plus haut).
- \* Les greniers doivent être soigneusement nettoyés et désinfectés. On peut utiliser une poudre de lindane ou, plus simplement, faire des feux de paille sur toutes les parois.
- \* Il vaut mieux construire plusieurs petits greniers qu'un seul grand; en effet, plus la masse de grains stockée est importante, plus grands sont les risques d'échauffement et de pourriture.
- \* Et, bien sûr, nous l'avons dit, les grains doivent être d'abord convenablement séchés avant d'être mis dans le grenier. Il faut savoir que le paddy se garde mieux que le riz, qu'on peut garder la plupart des céréales soit en épis, soit en grains et que les épis de maïs doivent être despathés (c'est-à-dire: qu'on retire les feuilles qui entourent l'épi).

On peut aussi construire des silos, complètement hermétiques en briques et en ciment. Mais un moyen plus simple consiste à mettre les grains bien secs dans des fûts à essence de 200 litres, soigneusement nettoyés et bien fermés. On peut également utiliser des sacs de plastique, préalablement traités (pyrèthre ou lindane).

### Petits trucs pratiques

- o pour conserver du grain dans un sac: enfoncer un bois pointu au milieu du grain, cela facilitera la circulation de l'air.
- o pour conserver la viande: la placer dans un canari en intercalant une couche de gros sel et une couche de morceaux de viande bien enrobés de sel. Ne pas oublier de faire dessaler la viande plusieurs heures avant de la faire cuire.
- o pour garder des œufs: les envelopper chacun dans du papier; cela les met à l'abri de la lumière du soleil.
- o pour garder les tubercules: les laisser en terre et les déterrer au fur et à mesure de la consommation.
- o pour avoir des réserves de matière grasse: utiliser le gras du porc, le faire cuire; cela fait du saindoux qui remplace le beurre ou l'huile.

Grenier  
traditionnel >





PLATE 12



12. A traditional mud-brick structure with a conical thatched roof, typical of the region. The structure is cylindrical and features a small window and a low entrance. It is surrounded by stone walls and sparse vegetation.





## prévoir...



*Cultiver ce qui plaît*

### ● CHOISIR SES CULTURES

Jacques revient au village après quelques années passées en ville où il était manœuvre. Jacques a appris beaucoup de choses en ville : il a mis de côté un peu d'argent ; et il veut faire de la culture moderne.

Il commence d'abord par travailler avec son père ; celui-ci laisse Jacques faire quelques améliorations et, de fait, la récolte de mil est plus belle que les autres années.

Du coup, Jacques décide de se lancer dans la nouveauté. Il sait que les légumes se vendent cher ; il va donc faire des légumes. Il obtient de son père la permission de faire un jardin là où il y a un puits, non loin de la maison.

Jacques plante des salades. Il se donne beaucoup de mal, cultive bien et réussit de belles salades, bien vertes et bien fournies. Mais voilà : dans le village, personne ne mange de salade ! dans les villages voisins, non plus ! Il faut aller au marché de la ville ; et la ville est à 35 kilomètres. La piste qui y mène n'est pas trop bonne, les taxis sont rares. Le temps que Jacques se décide à aller à la ville, le temps qu'il y arrive, qu'il trouve un emplacement sur le marché, les salades sont flétries ; il faut en jeter une partie. A la fin de sa journée, Jacques n'a même pas gagné de quoi payer le taxi !

Son père se moque un peu de lui et lui dit : « Si tu m'avais demandé mon avis, je t'aurais dit de faire des aubergines ou des courgettes. On mange ça, ici. Mais, des salades, il faut habiter en ville pour manger ça ! »

**Jacques connaît bien les techniques de production. Est-ce que cela suffit pour être un agriculteur moderne ?**

**Que lui manque-t-il ?**

**Est-ce que le père de Jacques, lui, sait prévoir quelle production faire afin de pouvoir la vendre ? Pourquoi ?**

**Connaissez-vous des paysans qui sont aussi de bons commerçants ? Comment font-ils ?**

### ● CHOISIR LE MOMENT

Dans ce village de savane, les gens ont pris l'habitude de faire des jardins autour des puits. La production sert surtout aux besoins de la famille et les femmes vendent le surplus au marché voisin. Les tomates surtout se vendent bien. Les gens des environs, peu à peu, ont pris l'habitude de manger des tomates, et il n'y en a jamais assez sur le marché.

Les jeunes du village savent cela et ils se demandent : « Pourquoi ne pas faire plus de tomates ? Au lieu de vendre le surplus des jardins, on produirait des tomates pour les vendre. » L'idée semble bonne à tout le monde, et les femmes sont d'accord pour vendre.

Les jeunes se mettent au travail. Ils commencent tous ensemble et au même moment. Alors, bien sûr, les tomates arrivent à maturité toutes en même temps. Les tomates, ça n'attend pas ; on est obligé de les cueillir très vite, sinon elles pourrissent. C'est ainsi que le marché voisin a été inondé de tomates pendant huit jours. Il y en avait tellement que, pour s'en débarrasser, on en faisait presque cadeau.

**Le village produisait déjà des tomates. Qu'est-ce que l'idée des jeunes a de nouveau ?**

**L'idée des jeunes est bonne, mais il y a trop de production. Est-ce qu'il faut diminuer la production ? Ou bien est-ce qu'il y a autre chose à faire ?**

**Dans le cas précis, qu'est-ce qu'il faudrait faire pour bien organiser la production de tomates ?**

### ● CALCULER

Amina est ennuyée. La taxe de marché a augmenté, le prix du transport a augmenté aussi, il coûte 50 francs maintenant ; mais le prix des bananes qu'elle vient vendre tous les jours à la ville n'a pas changé. Amina trouve qu'elle ne gagne plus assez pour tout le mal qu'elle se donne

Son mari lui conseille de faire des beignets et de les vendre. Amina pense que c'est une bonne idée.

Elle s'installe avec son feu près d'un chantier de construction et commence à faire de beaux beignets bien dorés et craquants. Elle utilise toute la farine, tout le sucre et toutes les bananes qu'elle avait apportés. Elle vend tous ses beignets et rentre chez elle, ravie de son succès.

Son mari lui demande: « Ça a bien marché ? » Amina répond: « Oui, j'ai tout vendu. Tout le monde voulait acheter. Ils étaient beaux, mes beignets! » « Combien tu as gagné ? », demande encore le mari: « 500 francs ! », dit Amina, très

fière. « Et tu avais dépensé combien ? » Amina se tait, ennuyée. Elle ne sait pas exactement combien elle a dépensé. Elle réfléchit: 300 francs de farine, 50 francs de bananes, 50 francs de sucre. L'huile et le charbon, elle les a apportés de chez elle, elle ne sait pas combien ils lui ont coûté. Et puis, il y a le transport, le pourboire qu'elle a donné au garçon qui l'a aidée à s'installer... Amina ne sait plus trop si en fin de compte, elle a gagné quelque chose ou pas. Elle se demande si elle va recommencer le lendemain à faire des beignets.

**Calculons les dépenses faites par Amina :**

**Amina sait combien elle a dépensé pour les bananes, la farine, le sucre, son transport et le pourboire au garçon (10 francs). Combien est-ce que cela fait en tout ?**

**A votre avis, combien dépense-t-elle pour l'huile et le charbon ?**

**Quand est-ce qu'il lui faudra racheter une marmite, un plat, une écumoire ? Elle doit compter dans ses dépenses de chaque jour, une partie du prix qu'elle aura à payer pour acheter du matériel neuf.**

**Est-ce qu'elle doit aussi compter l'argent qu'il faut qu'elle gagne (son bénéfice) puisqu'elle ne cultive pas pendant ce temps ?**

**Maintenant que vous avez fait ces calculs, à votre avis, qu'est-ce qu'Amina doit faire pour ne pas perdre d'argent ?**



---

## ● STOCKER

---

Les femmes du village partent pour le marché voisin. Elles partent presque toutes ensemble. Elles portent de grandes cuvettes remplies de maïs. Le maïs est beau cette année. Il y en a beaucoup. Le marché est loin. En marchant bien sans s'arrêter, il faut une heure pour y arriver. On bavarde un peu en chemin, mais personne ne flâne.

Quand elles arrivent, les femmes constatent qu'il y a déjà beaucoup de maïs sur le marché et qu'il ne se vend pas cher. Que faire ? Repartir pour le village avec les cuvettes pleines ? Vendre quand même à n'importe quel prix ? Elles hésitent. Elles discutent entre elles.

Finalement, elles vendent : le village est trop loin, les charges sont trop lourdes; elles n'ont pas le courage de reprendre la route. Elles vendent à très bas prix. Elles n'ont pas gagné grand'chose.

**Est-ce que les femmes ont prévu que le maïs allait être abondant sur le marché ? Est-ce qu'elles pouvaient le prévoir ? Comment peuvent-elles conserver leur maïs, de manière à ne rien perdre ?**

## ... pour vendre

### ● AVOIR DE BONS PRODUITS

Diop est un cultivateur consciencieux. Il cultive du petit mil et il le cultive comme on l'a toujours fait chez lui. Il travaille beaucoup et il a l'impression de ne pas s'en sortir : il ne gagne pas assez.

La femme de Diop vend le mil au marché, mais elle gagne toujours moins que les autres. Les autres ont du mil plus beau qu'elle : les grains sont propres, sains. Quand sa femme lui dit cela, Diop se lamente : « Évidemment, les autres, ils utilisent des semences sélectionnées ! moi je ne peux pas, je n'ai pas assez d'argent. » « Mais non », répond sa femme. « je suis sûre qu'ils n'achètent pas de semences. Ils n'ont pas beaucoup plus d'argent que nous. » Alors Diop se renseigne. Il voit que l'un garde précieusement les plus beaux épis de sa récolte pour qu'ils lui servent de semences. Un autre lui explique comment il désinfecte son grenier pour lutter contre les charançons. Un autre explique que sa femme vanne le mil qu'elle va vendre... Diop pense que, peut-être, il peut faire quelque chose.

*Bien présenter ce qu'on vend*



Les amis de Diop lui indiquent trois moyens pour présenter aux acheteurs un mil plus beau. Quels sont ces trois moyens ? Est-ce qu'il y en a d'autres ?

### ● BIEN LES PRÉSENTER

Fatou est une maligne. Elle aide sa mère à vendre ses légumes au marché de la ville. Depuis qu'elle est toute petite, elle accompagne sa mère au marché : elle a eu le temps de regarder autour d'elle et de voir comment faisaient les autres.

Fatou installe son étalage. Elle met les plus belles tomates devant, elle les nettoie une à une pour qu'elles soient bien propres. Elle arrose ses salades régulièrement pour qu'elles restent fraîches et elle fait briller ses aubergines. Chaque fois qu'une cliente se sert, Fatou refait son étalage pour qu'il soit joli.

De plus, elle est souriante, aimable et elle fait des cadeaux à ses meilleures clientes. A celle qui prend trois salades, Fatou en donne une de plus. Pour cinq tomates, elle en rajoute une et elle ne compte pas très bien les aubergines, cinq, six ou sept pour 100 francs, selon que la cliente lui plait ou non. La mère de Fatou trouve qu'elle fait trop de cadeaux, mais Fatou se défend en disant : « Moi, au moins, je vends tout ce que j'apporte sur le marché ! »

Fatou vend tous ses légumes, pourquoi ? Est-ce seulement parce qu'elle les nettoie ? Pourquoi dit-on que Fatou est « maligne » ? Est-ce qu'on peut être bon commerçant sans être « malin » ?

Est-ce que, chez vous, les commerçantes font des cadeaux ? Est-ce qu'elles calculent combien elles font de cadeaux ? Est-ce que, parfois, les cadeaux font qu'elles perdent de l'argent ?

### ● S'ENTENDRE AVEC LES AUTRES

Depuis toujours les femmes de Siably fabriquent de l'huile rouge

qu'elles vendent à des femmes dioula. Fabriquer l'huile est un travail difficile et peu de villages le font. Les acheteuses, toujours les mêmes, viennent à Siably et disent : « C'est tel prix » et n'acceptent aucune discussion. Les femmes de Siably savent bien que ce prix n'est pas juste, mais elles ne savent pas quoi faire.

L'une d'entre elles, Koné, suggère un jour d'aller vendre au marché voisin. Quatre amies l'accompagnent. En chemin, elles rencontrent les femmes dioula. On discute. Les acheteuses disent « Pourquoi faire tout ce chemin alors que nous, nous venons à Siably chercher votre huile ? » Koné voit bien que ses amies sont assez d'accord : la route est longue et il fait chaud ; pourquoi ne pas vendre tout de suite ? C'est ce qu'elles font, finalement, et au prix imposé par les dioulas.

Koné n'est pas contente. Elle parle avec les autres. Elle dit : « Ces femmes-là, elles ont besoin de notre

huile. Et nous, c'est vrai, on a besoin qu'elles nous l'achètent. C'est normal qu'elles nous payent un peu moins cher que le prix, puisqu'elles viennent jusqu'à Siably ; mais ce n'est pas normal qu'elles payent si peu. Décidons un prix juste et refusons de vendre en dessous de ce prix. » Les discussions ont duré longtemps. Plusieurs fois, les femmes dioula sont revenues et ont imposé des prix de plus en plus bas. Jusqu'au jour où toutes les femmes de Siably ont décidé de faire ce que proposait Koné.

Ce jour-là, les femmes dioula arrivent à Siably et trouvent Koné, entourée des autres femmes. Koné dit : « Nous avons décidé du prix de l'huile. » « Et bien, tant pis pour vous ! Nous ne vous achèterons pas », répondent les acheteuses. Et elles quittent le village sans avoir rien acheté. Les femmes commencent à prendre peur et disent à Koné : « Tu vois dans quoi tu nous as emmenées ! Qui va acheter notre

huile, maintenant ? » Mais Koné a confiance ; elle dit qu'il faut tenir bon ; elle répète : « Ces femmes-là, elles ont besoin de notre huile. »

Deux fois de suite, les femmes dioula reviennent à Siably et repartent sans avoir rien acheté. Mais, la troisième fois, elles acceptent la discussion. Un prix juste est fixé. Les femmes de Siably ont gagné.

**Dioula veut dire commerçant. Les femmes dioula achètent l'huile pour la revendre ; à quel prix les produits, vendus chez vous, sont-ils payés ? Quel produit et combien le kilo ? A quel prix le même produit est-il revendu dans les villes ? Est-ce que vous pensez que Koné a raison de combattre comme elle le fait : est-ce qu'elle est têtue ou courageuse ? Deux fois Koné et ses amies ont perdu leur huile sans la vendre. Mais, pourquoi ont-elles pu prendre ce risque ?**

*Trier et préparer ce qu'on veut vendre*



# PRODUIRE POUR SE NOURRIR OU PRODUIRE POUR VENDRE

Un paysan alladian auquel un enquêteur demandait : « Pourquoi est-ce que tu ne ramasses pas les noix de coco qui sont tombées ? », répondait : « Pourquoi je les ramasserais si je n'ai pas besoin d'argent ? Je les ramasse lorsque j'ai besoin d'argent : pour envoyer les enfants à l'école, quand il y a quelqu'un de malade ou pour un enterrement. » Et il était étonné qu'on puisse lui poser cette question tant la réponse lui semblait évidente. Il est vrai que cet homme vivait au bord de la mer où la pêche est abondante, dans une région où il pleut presque toute l'année.

Sa réponse illustre bien une attitude encore très générale du paysan africain : on produit pour se nourrir et on vend seulement lorsqu'il faut acheter quelque chose. Or, l'autre attitude, imposée par le monde moderne, serait plutôt : on produit pour vendre.

Quelle différence y a-t-il entre ces deux attitudes ?  
Pourquoi passer de l'une à l'autre ?  
Et comment ?

C'est ce que nous allons essayer d'étudier ensemble, dans ce dossier.



**DOSSIER**

Bernadette DROUET



---

## ON PRODUIT POUR SE NOURRIR

---

Le premier souci de tout paysan est de se nourrir, lui et sa famille. Souci parfaitement normal et légitime qui n'est pas toujours respecté par ceux qui lancent de grandes opérations de développement : pris par les nécessités de la production intensive, les paysans n'ont plus la possibilité de cultiver des vivriers. Or, avoir sa réserve de nourriture pour l'année reste, quel que soit le système, le premier des objectifs. C'est ce qu'exprimait ce vieux paysan dogon, en nous montrant son grenier : « Toi, tu as l'argent; moi, je n'ai pas d'argent, mais j'ai du mil. Et ton argent, est-ce que tu peux le manger ? Moi, mon mil, je peux le manger. » Ce souci explique que la production des vivriers reste, en grande partie, une production d'auto-subsistance : on cultive ce qui est nécessaire pour se nourrir. Si la récolte dépasse les besoins alimentaires de la famille, on vend le surplus. Ces surplus suffisent d'ailleurs à peine à approvisionner les centres urbains. Un pays comme la Côte-d'Ivoire, par exemple, importe du riz en grandes quantités alors que c'est une culture traditionnelle du Nord.

Les jardins qui, peu à peu, font leur apparition partout servent, eux aussi, d'abord à la consommation familiale. Ils représentent un effort pour varier la nourriture. De même, la chasse, la pêche et la cueillette ont, avant tout, comme but, d'améliorer la nourriture ordinaire.

Cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'échanges commerciaux. Chacun ne pouvant produire tout ce qui lui est nécessaire, échange ce qu'il a en trop contre d'autres marchandises qu'il n'a pas : igname contre gombo, sel contre mil, poisson contre poterie etc... Mais, la plupart du temps, que l'argent intervienne ou non comme intermédiaire, il s'agit de troc. La production du paysan, qu'elle soit consommée directement ou échangée contre un autre produit de consommation, reste généralement une production d'auto-subsistance : on ne cultive pas dans le but de vendre.

---

## ON VEND POUR ACHETER

---

D'ailleurs, on ne vend pas pour gagner de l'argent. La plupart du temps, on vend pour acheter quelque

chose de bien précis ou pour payer quelque chose d'inévitable. C'est l'exemple du paysan alladian dont nous parlions tout à l'heure ou celui de Salimata (voir « une histoire exemplaire » page 18) qui vend son riz pour pouvoir acheter la sauce. C'est aussi l'exemple de l'agriculteur qui vend une partie de sa récolte de mil pour payer l'impôt et les droits d'écolage : mil qu'il devra racheter beaucoup plus cher, au moment de la soudure.

On comprend que, dans ce système d'auto-subsistance, le paysan ne réussisse pas à faire des réserves d'argent. Le moindre accident est, tout de suite, une catastrophe : un enfant malade, des médicaments à payer et c'est une partie de la nourriture de la famille qui s'en va. La moindre sécheresse, une mauvaise récolte et c'est la famine. Pour presque tous les paysans, même lorsque les conditions climatiques sont normales, c'est l'endettement. Ayant besoin d'argent, le paysan emprunte à des taux souvent très élevés. Il devra vendre une partie de sa récolte pour rembourser ses dettes et emprunter de nouveau pour ne pas mourir de faim.

Les exemples sont nombreux qui décrivent la situation du paysan obligé de s'endetter. Vous vous souvenez peut-être de l'histoire de Koffi (Agripromo n°3/73, page 9) qui découvre qu'il a payé un intérêt de 160% ! Il y a aussi l'exemple fréquent de celui qui a emprunté une calabasse de mil et qui doit en rendre deux au moment de la récolte; et celui de ces femmes qui achètent du savon, des bijoux ou des pagnes et qui, en paiement, laissent les vendeuses couper, dans leurs champs, quelques gerbes de riz. Si on calcule le prix du riz ainsi coupé, on s'aperçoit qu'il vaut trois, quatre ou même cinq fois le prix des objets achetés quelques mois auparavant.



*On peut cultiver du mil*

---

## ON PRODUIT POUR VENDRE

---

L'introduction des cultures de rente et, peu à peu, les nécessités de la vie moderne ont favorisé, parmi les agriculteurs, une autre attitude : **produire pour vendre**. On ne cultive pas pour soi, mais on cultive pour répondre aux demandes d'acheteurs éventuels. Dans la région de Bobo-Dioulasso, des agriculteurs qui, jamais de leur vie, n'ont mangé de salade, produisent des salades pour la ville. Avec l'argent gagné, ils achètent le mil qu'ils consomment et qu'ils n'ont plus le temps de cultiver.

Cette attitude est totalement différente de la précédente. Elle exige **un calcul et une prévision**. Il faut savoir quel produit cultiver, quand le vendre et où le vendre. Il faut savoir quel est le prix de revient du produit et à quel prix il doit être vendu pour qu'il soit rentable. Il faut savoir aussi comment vendre et à qui. Les histoires, racontées dans les « flashs » de ce numéro (voir page 8), montrent bien le rôle que joue la prévision dès que l'on veut produire pour vendre.

Calcul et prévision peuvent paraître difficiles pour le paysan. En fait, si le paysan comprend l'importance du calcul et de la prévision, il apprendra à les maîtriser pour peu qu'il ait, à sa disposition des moyens simples d'apprendre. Mais, il doit d'abord être convaincu qu'il est utile, pour lui, de calculer et de prévoir. Pour cela, il doit découvrir que **produire pour vendre** peut l'aider à vivre mieux. Que les paysans se convainquent de





... pour le vendre au marché

l'utilité de cette nouvelle attitude est, sans doute, la difficulté la plus importante à laquelle se heurtent les opérations de développement.

---

### POURQUOI PASSER D'UNE ATTITUDE A L'AUTRE ?

---

Pourquoi l'ancien système de production ne suffit-il plus ? Ce n'est pas notre propos de l'expliquer ici. Ce n'est pas non plus le lieu de discuter si ce système ancien d'auto-subsistance était meilleur que celui dans lequel les paysans sont invités à entrer. Nous voulons seulement constater que les conditions de vie ont changé et que ces changements obligent à modifier les façons traditionnelles de cultiver, de vendre, d'acheter.

En fait, on peut constater que les paysans sont, à l'heure actuelle, placés devant le choix suivant : ou bien ils continuent à produire selon leurs propres besoins et, peu à peu, ils sont marginalisés ; c'est-à-dire qu'ils vivent en circuit fermé, à côté de la société nouvelle. Ou bien ils produisent dans le but de vendre et, alors, ils deviennent des agents économiques importants dans la société ; c'est-à-dire des gens capables de participer à la vie économique moderne, de bénéficier de ses avantages et, aussi, de mieux se défendre contre ses inconvénients.

Dès qu'il produit dans le but de vendre, le paysan peut faire des réserves en argent. Ces réserves lui permettent de prévoir ses dépenses de consommation et d'investissement. Elles lui permettent aussi de faire face aux imprévus. Dès qu'il produit dans le but de vendre, le paysan entre activement dans la vie économique de son pays, il participe à l'effort de développement, il devient responsable et peut faire entendre sa voix. Entre les deux attitudes : l'une qui consiste à produire pour se nourrir et l'autre à produire pour vendre, le paysan doit choisir.

---

### COMMENT PASSER D'UNE ATTITUDE A L'AUTRE ?

---

Nous avons dit que le paysan était parfaitement capable de produire pour vendre, dès lors qu'il était convaincu de l'intérêt de cette attitude. Nous avons montré quel était le choix à faire. Il est bien évident que c'est le paysan, lui-même, qui doit faire ce choix. Aucun mot d'ordre, aucune propagande n'a jamais réussi à obliger les paysans à changer de système de production.

C'est à ce niveau-là que se situe le travail d'animation : favoriser la prise de conscience par les paysans de la situation dans laquelle ils sont ; fournir les informations nécessaires pour qu'ils puissent comprendre les mécanismes économiques de base : les aider à trouver des solutions. Telles sont les trois étapes du travail de l'animateur.

L'animateur peut accompagner l'évolution des paysans ; mais, seuls les paysans peuvent décider eux-mêmes de produire dans le but de vendre.



# SAVEZ-VOUS POURQUOI...

○ Savez-vous pourquoi les prix changent au même endroit ou sur un même marché ?

**A cause de la variété:** en Côte-d'Ivoire, par exemple, l'igname « lokpa » se vend plus cher que l'igname « gléglé » parce que cette variété est moins appréciée des consommateurs.

**A cause de la qualité:** les mangues greffées se vendent plus cher que les mangues ordinaires.

**A cause de la présentation:** de belles tomates, bien mûres et propres se vendront mieux que des tomates en vrac où les vertes se mélangent aux mûres et aux pourries.

○ Savez-vous pourquoi les prix changent d'une période à l'autre ?

Prenons l'exemple du mil: au moment de la récolte, tout le monde a du mil, peu de gens achètent et beaucoup veulent vendre car ils ont besoin d'argent; le prix du mil est bas. Au fur et à mesure que l'année s'avance, les gens ont besoin d'acheter du mil; or, il y en a moins à vendre: le prix du mil monte. Au moment de la soudure, le mil est très cher. C'est ce qu'on appelle la loi de l'offre et de la demande: lorsque l'offre (produit mis en vente) est plus importante que la demande (consommation), les prix baissent.

○ Savez-vous pourquoi les prix changent d'un marché à l'autre ? du village à la ville ?

**Parce qu'il y a des frais de transport:** camion ou train; soit les agriculteurs transportent eux-mêmes leur production, soit les commerçants viennent acheter au village et se chargent du transport; dans l'un et l'autre cas, il y a des frais.

**Parce qu'il y a des pertes:** le commerçant qui achète au village et revend à la ville doit toujours compter avec un certain pourcentage de pertes; surtout si la ville est éloignée; surtout si les produits sont fragiles (primeurs, fruits...). Il est normal que le commerçant, pour compenser ces pertes, revende un peu plus cher ce qu'il a acheté.

**Parce que les intermédiaires prennent des bénéfices:** le ou les commerçants doivent gagner leur vie, ils se payent sur les produits qu'ils vendent. Parfois, il y a plusieurs intermédiaires: le grossiste et le détaillant.

**Parce qu'il y a des frais divers:** patente, taxe de marché...

## DES CALCULS

Obam habite Ndzana, petit village près d'Efok. Il va en voyage à Yaoundé. Le car s'arrête d'abord à Efok et Obam constate que le régime de bananes se vend 175 francs sur le marché, alors que, à Ndzana, il est vendu seulement 100 francs au commerçant. Obam continue son voyage. Il arrive à Yaoundé: il va au marché, il regarde les prix et il voit que le régime de plantain vaut 275 francs! Obam n'est pas content: le producteur de bananes gagne 100 francs alors que l'acheteur de Yaoundé paye 275 francs; c'est fort !

Abeng, le frère d'Obam, est commerçant à Yaoundé. Obam lui demande des explications. « Nous allons faire le calcul ensemble », dit Abeng.

Prix d'achat du régime à Ndzana	: 100 F.
Prix du transport de Ndzana à Efok	: 45 F.
Perte (pourriture, invendu)	: 8 F.
Bénéfice du commerçant	: 22 F.
<b>Total</b>	<b>: 175 F.</b>

ment 22 francs par régime. Or, il faut bien qu'il vive. Il passe beaucoup de temps à ramasser les régimes dans les villages et à les vendre. C'est normal que son temps lui soit payé. »

Obam répond: « Bon, je suis d'accord pour le prix du régime à Efok, mais à Yaoundé, non: c'est vraiment trop cher ! »

« Nous allons faire le calcul », répond Abeng.

Prix d'achat du régime à Ndzana	: 100 F.
Prix du transport de Ndzana à Yaoundé	: 105 F.
Perte (plus importante à cause de la distance)	: 20 F.
Bénéfice du commerçant grossiste	: 10 F.
Bénéfice des revendeurs	: 40 F.
<b>Total</b>	<b>: 275 F.</b>

« Tu vois qu'il n'y a pas de mystère, dit Abeng, dans une grande ville comme Yaoundé, c'est normal qu'il y ait plusieurs revendeurs et chacun doit vivre ! »



*L'igname change de prix  
du village à la ville*

○ Savez-vous pourquoi la plupart des gouvernements mettent en place des organismes nationaux de commercialisation ?

Dans de nombreux pays d'Afrique, il existe des organismes nationaux pour la commercialisation des vivriers et des produits maraîchers : Togograin (Togo), Ofnacer (Haute-Volta), Sodefel (Côte-d'Ivoire)... Ces organismes sont souvent critiqués parce qu'ils achètent parfois moins cher que les commerçants de passage. Mais ils ont pourtant des avantages : ils achètent toujours au même prix fixé pour toute la campagne, ils achètent à n'importe quel moment. Les paysans ne sont plus soumis à la variation des prix, car ces organismes assurent le stockage et la redistribution régulière des produits selon les besoins du marché. Ces organismes, en régularisant les prix, empêchent la spéculation.

### QU'EST-CE QUE LA SPÉCULATION ?

#### Un exemple

Mamadou est commerçant. Il a un peu d'argent. Au moment de la récolte, il achète le plus possible de sacs de mil qu'il paye 2 000 francs. Il va dans les villages et pousse les paysans à lui vendre. Il stocke le mil chez lui et il attend.

A partir du mois d'Avril, le mil commence à manquer sur le marché : les prix montent, mais Mamadou attend encore.

Dès le mois de Mai, le mil est à 3 500 francs le sac : Mamadou vend un peu ; pas trop car il ferait baisser les prix.

En Juin, Mamadou vend à 3 750 francs. En Juillet, il est le seul à avoir encore du mil : il liquide son stock à 4 000 francs le sac.

On dit que Mamadou a spéculé. Au lieu de suivre les besoins du marché, en écoulant son mil petit à petit, il a gardé ses réserves pour qu'il n'y ait plus assez de grain. Quand il n'y a plus assez de grain, les prix montent.

Les paysans ont intérêt à se grouper pour éviter cette spéculation. En se groupant, les paysans peuvent stocker leurs produits et les vendre peu à peu, selon les besoins du marché, à un prix raisonnable. Par exemple : dans

la région de Diébougou (Haute-Volta), fonctionnent des groupements qui achètent le mil au moment de la récolte, à un prix plus élevé que celui du marché. Au fur et à mesure des besoins, ils revendent le mil un peu plus cher (frais de stockage en plus). Au mois de Juillet, ils vendent, à leurs adhérents, à un prix raisonnable (prix d'achat plus frais de stockage), alors que le mil est très cher sur le marché.

Ces groupements, en régularisant l'offre de grain, évitent la hausse excessive des prix, dans un village ou une région. C'est ce rôle que peuvent jouer les organismes nationaux de commercialisation, à l'échelon national, cette fois.

#### En résumé

Les paysans ont intérêt à se grouper pour éviter de vendre à perte au début, pour régulariser l'écoulement des produits et éviter ainsi la spéculation.

Les paysans n'ont pas intérêt à spéculer eux-mêmes, car ils seraient les premières victimes de la hausse excessive des prix.



## *une histoire exemplaire*

Yao est animateur rural. Au cours d'une session de formation, il a raconté son histoire. Les autres participants ont été très intéressés et l'histoire de Yao a servi de point de départ à de nombreuses discussions. C'est ce témoignage que nous reprenons ici, en pensant que, vous aussi, vous pourrez l'utiliser pour faire parler et réfléchir les gens.

Le marché du village est très animé. Il a lieu 3 fois par semaine et les gens viennent de loin pour y participer. Les femmes se retrouvent; elles se donnent les nouvelles et elles vendent les produits de leurs cultures: tomates, aubergines, gombos. Certaines vendent des beignets ou des boulettes; et beaucoup vendent le riz qu'elles ont cultivé avec l'aide de leurs maris.

### PREMIER JOUR DU MARCHÉ

Comme la plupart des femmes, Salimata vend pour acheter.

Ce jour-là, Salimata a apporté une cuvette de riz à vendre. Mais il y a beaucoup de riz sur le marché et le prix est très bas : 750 francs la cuvette! Salimata est bien ennuyée. Elle attend un peu pour voir si le prix va remonter, mais la matinée s'avance et le riz est toujours à 750 francs. Salimata se décide finalement à vendre car il faut qu'elle achète la sauce; elle a besoin d'argent.

Salimata et Yao parlent ensemble.

Salimata rentre chez elle et prépare le repas. Lorsque Yao, son mari, revient, il demande: « Tu as bien vendu le riz? » « Non », dit Salimata, « ce n'était pas assez cher, aujourd'hui. » Yao dit: « Il ne fallait pas vendre; il fallait attendre! » Mais Salimata répond: « Je devais acheter la sauce. » Yao mange et, en même temps, il réfléchit. De son côté, Salimata réfléchit aussi et, une fois le repas terminé, ils se remettent à parler. Et finalement, ils tombent d'accord: pour vendre bien le riz, il faut attendre que le prix soit bon; pour pouvoir attendre, il faut avoir un peu d'argent d'avance pour acheter le nécessaire.

Salimata et Yao examinent la première difficulté et trouvent une solution: il faut prévoir les dépenses.

### DEUXIEME JOUR DE MARCHÉ

La deuxième difficulté à résoudre est celle du stockage. Salimata trouve une solution.

Au marché suivant, le riz est toujours à 750 francs. Salimata qui avait apporté 2 cuvettes ne vend pas. Yao lui a donné un peu d'argent avec lequel elle achète la sauce. Mais que faire des cuvettes de riz? Salimata habite loin et les cuvettes sont lourdes. Finalement, elle s'entend avec une femme qui habite tout près du marché et qui accepte de garder les cuvettes en dépôt: « Je te ferai un cadeau », lui promet Salimata.

## LES MARCHÉS SUIVANTS

Salimata épargne son argent. Elle fait des réserves pour les dépenses futures.	Une troisième fois, elle retourne au marché. Le prix du riz a monté : 1 000 francs la cuvette. Salimata décide de vendre. Elle donne 50 francs à la femme qui a gardé les cuvettes et rentre chez elle.
Maintenant, Salimata vend librement; elle peut choisir le bon moment.	Yao est content. Avec Salimata, il décide de garder l'argent et d'emporter au marché ce qu'il faut pour payer la sauce et les choses indispensables. C'est ainsi que Salimata vend tout son riz, peu à peu, aux meilleurs prix.
L'exemple de Salimata «réveille» les femmes du village.  Les femmes parlent ensemble.	Les femmes du village, étonnées de voir que Salimata ne vend pas chaque fois ce qu'elle apporte, viennent la voir pour parler. Salimata explique ce qu'elle fait. Elle dit : « Quand nous avons besoin d'argent, nous vendons à n'importe quel prix. Et si une seule vend à 750 francs, les autres sont obligées de vendre au même prix. Nous pouvons peut être nous mettre d'accord pour ne jamais vendre à moins de 1 000 francs? Mais, pour cela, il faut partir pour le marché avec un peu d'argent. »  Les femmes sont convaincues. Elles vont parler à leurs maris car elles ont besoin de leur aide. Il faut qu'ils avancent un peu d'argent.
Les hommes parlent ensemble.	A leur tour, les hommes parlent avec Yao et comprennent l'intérêt de l'affaire.
Hommes et femmes décident d'agir pour régulariser les prix du marché.	Depuis quelque temps, les femmes du village s'entendent sur le prix du riz et plusieurs d'entre elles ont maintenant un peu d'argent de côté.

Cette histoire est exemplaire. Elle montre plusieurs choses :

- \* l'importance du dialogue entre mari et femme; c'est parce qu'ils parlent ensemble que Yao et Salimata trouvent une solution;
- \* l'importance du raisonnement économique: il faut vendre pour faire des réserves d'argent; ces

réserves permettent de prévoir les dépenses et d'acheter le nécessaire; grâce à ces réserves, on peut vendre librement, au bon moment;

- \* l'importance de l'entente au village: les paysans permettent la régulation du marché s'ils décident de stocker et de vendre à un prix raisonnable fixé par eux.

## LES MARCHÉS SUIVANTS

Salimata épargne son argent. Elle fait des réserves pour les dépenses futures.	Une troisième fois, elle retourne au marché. Le prix du riz a monté : 1 000 francs la cuvette. Salimata décide de vendre. Elle donne 50 francs à la femme qui a gardé les cuvettes et rentre chez elle.
Maintenant, Salimata vend librement; elle peut choisir le bon moment.	Yao est content. Avec Salimata, il décide de garder l'argent et d'emporter au marché ce qu'il faut pour payer la sauce et les choses indispensables. C'est ainsi que Salimata vend tout son riz, peu à peu, aux meilleurs prix.
L'exemple de Salimata «réveille» les femmes du village.	Les femmes du village, étonnées de voir que Salimata ne vend pas chaque fois ce qu'elle apporte, viennent la voir pour parler. Salimata explique ce qu'elle fait. Elle dit : « Quand nous avons besoin d'argent, nous vendons à n'importe quel prix. Et si une seule vend à 750 francs, les autres sont obligées de vendre au même prix. Nous pouvons peut être nous mettre d'accord pour ne jamais vendre à moins de 1 000 francs? Mais, pour cela, il faut partir pour le marché avec un peu d'argent. »
Les femmes parlent ensemble.	Les femmes sont convaincues. Elles vont parler à leurs maris car elles ont besoin de leur aide. Il faut qu'ils avancent un peu d'argent.
Les hommes parlent ensemble.	A leur tour, les hommes parlent avec Yao et comprennent l'intérêt de l'affaire.
Hommes et femmes décident d'agir pour régulariser les prix du marché.	Depuis quelque temps, les femmes du village s'entendent sur le prix du riz et plusieurs d'entre elles ont maintenant un peu d'argent de côté.

Cette histoire est exemplaire. Elle montre plusieurs choses :

- \* l'importance du dialogue entre mari et femme; c'est parce qu'ils parlent ensemble que Yao et Salimata trouvent une solution;
- \* l'importance du raisonnement économique: il faut vendre pour faire des réserves d'argent; ces

réserves permettent de prévoir les dépenses et d'acheter le nécessaire; grâce à ces réserves, on peut vendre librement, au bon moment;

- \* l'importance de l'entente au village: les paysans permettent la régulation du marché s'ils décident de stocker et de vendre à un prix raisonnable fixé par eux.

Choisir ses cultures, savoir attendre pour vendre mieux, savoir présenter ses produits, les conserver, calculer le prix de revient, avoir ce que demandent les acheteurs au moment où ils en ont besoin, comprendre l'aide que l'État apporte pour le soutien des prix, tout cela fait partie de la commercialisation.

**Série : Femmes des villages aujourd'hui.**

**n° 2 le marché aujourd'hui**

Abidjan, INADES, 1973

Ce livret fait partie des fascicules d'animation pour la vie féminine. Celui-ci, composé de 2 tomes aborde les problèmes du petit commerce et du marché tels qu'ils se posent dans la vie: les femmes vendent pour pouvoir acheter :

1. Qu'est-ce qu'elles achètent ?
2. Comment vendre mieux ?
3. Comment mieux utiliser l'argent que l'on a ainsi gagné ?

Dans la deuxième partie on aborde la présentation des produits, la différence des prix du village à la ville, savoir garder ce qu'il faut pour la consommation de la famille afin de ne pas avoir à racheter ce que l'on a vendu, choisir le bon moment pour vendre, s'entendre pour mesurer les produits et sur le prix que l'on demande, calculer le prix de revient.

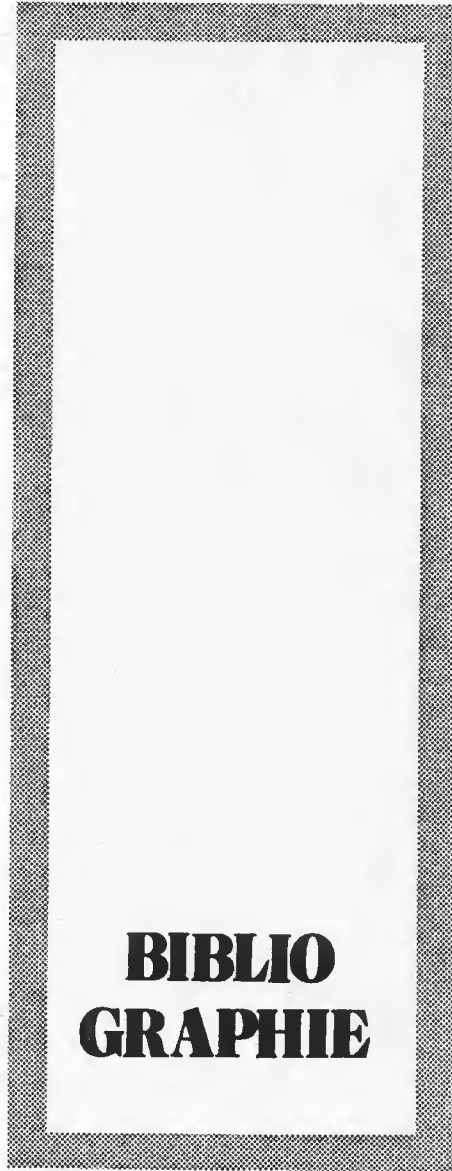
Ces éléments sont présentés, dans le premier tome sous forme de schémas de réunion pour faire réagir et réfléchir les femmes. Le second est une aide pédagogique afin de mieux conduire ces réunions.

On peut obtenir ces 2 livrets au prix de 200 F CFA en écrivant à INADES-documentation, B.P. 8008 Abidjan (Côte-d'Ivoire).

**La commercialisation des produits agricoles.**

- n° 1 : les mécanismes du commerce.
- n° 2 : pourquoi les prix changent-ils du village à la ville, du producteur au consommateur ?
- n° 3 : comment bien vendre les produits agricoles ?
- n° 4 : l'État aide les agriculteurs pour la commercialisation de leur produit.

Abidjan, INADES, 1968.  
(Cours de perfectionnement agricole Agri-service-Afrique).



Ce cours étudie la commercialisation des produits agricoles. Le mécanisme des prix est étudié dans les 2 premiers fascicules: différence de prix qui vient de la différence de qualité des produits vendus, de la demande irrégulière des clients, des transports, des opérations commerciales, du conditionnement, du stockage, des risques financiers et commerciaux, des intermédiaires... Tout cela, concrètement, tel que cela se passe tous les jours. Le troisième fascicule aborde les conditions d'une vente au meilleur prix: produits de qualité, vendus au bon moment, par des agriculteurs qui se sont groupés pour être plus forts face aux commerçants. Enfin le quatrième remplace le commerce au village dans le contexte national et international.

Ce cours est en vente au prix de 300 F CFA le fascicule à l'INADES-documentation, B.P. 8008, Abidjan (Côte-d'Ivoire).

**Collection : la commercialisation**

- n° 1 : les problèmes de la commercialisation et leurs solutions, 1958.
- n° 2 : la commercialisation des fruits et légumes, 1971.
- n° 3 : la commercialisation du bétail et de la viande, 1960.
- n° 4 : la commercialisation. Son rôle dans l'accroissement de la productivité, 1962.
- n° 5 : les offices de commercialisation agricole, leur création et leur fonctionnement, 1966.
- n° 6 : la commercialisation du riz, 1973.

F.A.O., via delle terme di Caracalla  
00100 - Rome.

Cette série d'ouvrages d'environ 250 pages chacun aborde le problème de la commercialisation sur une échelle plus grande et pour chaque produits. Comme pour tous les ouvrages de la F.A.O. les exemples sont pris dans le monde entier. Ils étudient le classement par valeur commerciale, l'emballage, le transport, les frais intermédiaires, les circuits de commercialisation, la politique de vente et de formation des prix, les aides gouvernementales à la commercialisation. Ils s'adressent à ceux qui ont pour charge d'organiser la commercialisation des produits vivriers dans leur pays à quelque niveau que ce soit.

**Débouchés agricoles :**

- T. I. l'agriculture à la conquête de son marché, 1958.
- T. II. produire pour vendre, 1961, 320 p.
- T. III. organiser l'abondance, 1963, 365 p.
- T. IV. commercialisation agricole et développement, 1966, 381 p.

H. de Farcy, Paris, éditions Spes.  
(Bibliothèque de la recherche sociale)  
10, rue Pierre-Leroux, 75007 - Paris.

Ces ouvrages permettront à ceux qui le veulent de replacer les problèmes de commercialisation dans un processus plus général de développement mondial. Bien qu'ils soient écrits déjà depuis plusieurs années — les sociétés de développement prises en exemple ont changé de nom — les processus étudiés restent les mêmes.

Enfin, pour ceux qui s'intéressent tout particulièrement aux mécanismes des prix, nous signalons l'ouvrage: « Pratique de... l'établissement du prix du revient ». Par M. Moisson, Paris, les éditions d'organisation (5, rue Rousselet 75007), 1963, 154 pages.



## *nos lecteurs ont la parole*

UN ABONNEMENT GRATUIT A  
MONSIEUR MVESSA BARTHE-  
LEMY, ANIMATEUR RURAL A  
BANKIM (CAMEROUN).

Monsieur MVESSA Barthélémy nous a écrit pour nous raconter comment il avait réussi à faire creuser des puits aux habitants de Nyamboya; et cela, malgré la superstition. Voici son récit.

### L'occasion.

Le 8 Octobre, au cours d'une réunion, j'apprends que les femmes d'un quartier de Nyamboya doivent aller chercher l'eau à 500 mètres, en saison des pluies, mais à 1 500 mètres, en saison sèche. Pour trouver de l'eau propre, elles doivent quitter la maison vers 3 ou 4 heures du matin.

### Le problème.

Personne ne veut creuser de puits dans ce quartier par crainte des diables qui sortiraient de terre et rendraient malades ceux qui creusent. Les gens disent: « Pour creuser un puits, il faut être féticheur. »

### La solution.

J'ai moi-même creusé un puits avec ma femme. Nous avons mis 3 jours. Nous avons trouvé l'eau à 2 mètres 70; nous n'avons pas été malades. A la suite de cela, les sœurs de la mission ont fait creuser un puits par deux jeunes du village. Ils ont trouvé l'eau à 3 mètres; ils n'ont été ni malades, ni tourmentés par les démons.

Encouragés par ces exemples, le lendemain, 12 hommes se sont rassemblés devant la maison d'un notable. J'ai mesuré les distances pour voir s'il n'y avait pas de tombes ni



*M. Mvessa Barthélémy  
tirant l'eau de son puits*

de W.C. à côté. Le travail a duré toute la journée: une équipe travaillait, l'autre se reposait. Le soir, ils étaient à 6 mètres 50: pas d'eau! Découragement dans le village. Les gens disaient: « Les diables ont caché l'eau! » Le lendemain, le travail reprend quand même. A 8 mètres, l'eau apparaît. Hurlements de joie! Tout le quartier vient voir l'eau dans le puits.

Les hommes qui avaient creusé se sont surveillés pendant 3 jours. Aucun n'a été malade. L'exemple a entraîné les autres: en 3 semaines, 5 puits ont été creusés et, aujourd'hui, il y a 15 puits. Mais il ne suffit pas d'avoir un puits, il faut aussi l'entretien. Dans ce but, j'ai fait plusieurs réunions pour expliquer comment conserver les puits propres et les fermer.

Voici une activité bien réussie, mais avec beaucoup de peine!



# prévoir pour vendre

Ces fiches d'animation se présentent sous forme de **simples schémas** de questions. Les questions devront être recomposées pour chaque cas et selon les circonstances. Elles s'adressent surtout à des **femmes**, parce que le commerce des produits vivriers au détail est, le plus souvent, dans les mains des femmes.

Avant de poser des questions, l'animateur doit voir clairement la situation. Pour cela, il est nécessaire qu'il connaisse bien comment se fait le commerce des femmes :

Qu'est-ce que les femmes vendent ? A qui vendent-elles ? Comment vendent-elles (petites ou grandes quantités) ? Et quand vendent-elles ?

Qu'est-ce que les femmes achètent ? A qui ? Comment ? Et quand achètent-elles ?

Comment les femmes font-elles leur commerce ? Est-ce qu'elles emportent au marché des produits à vendre pour pouvoir faire leurs achats ? Est-ce qu'il arrive qu'elles ne vendent pas leurs produits ? Ou qu'elles les vendent à bas prix ? En ce cas, comment font-elles leurs achats ? Quand elles vendent leurs produits à un bon prix, dépensent-elles tout leur argent ?

Si l'animateur voit bien le problème, cela lui permet de bien poser les questions. Alors, ses questions permettent aux femmes de prendre conscience du problème. Et elles vont peut-être, un jour, le résoudre.

## Quel est le problème ?

On constate que les villageois, quand ils le peuvent, font des réserves pour avoir de quoi faire face aux imprévus. Ces réserves sont en **marchandises** et non pas en argent. Les paysans vendent quand ils ont quelque chose à acheter ou à payer. La vente est directement liée à la nécessité d'acheter quelque chose. En réalité, ils font un échange, et même un simple **troc** habillé en argent. L'argent ne sert qu'à rendre le troc plus facile.

Il s'agit d'abord de comprendre et de faire comprendre que cette manière de faire n'est pas dans l'**intérêt** des villageois. Lorsque la vente des produits est provoquée seulement par la nécessité immédiate d'acheter, le vendeur n'est plus libre de choisir le meilleur moment pour vendre. Il peut être obligé de vendre à bas prix. Pour être libre, il faut que le vendeur ait des **réserves en argent** qui lui permettent d'acheter ce dont il a besoin, quand il en a besoin et sans être obligé de vendre. Utiliser l'argent comme **moyen de réserve**, c'est avoir compris à quoi sert l'argent et se donner la possibilité de prévoir ses ventes, en choisissant le moment.

Il s'agit ensuite de montrer aux villageois qu'ils ont les moyens de faire des réserves en argent et trouver, avec eux, comment garder l'argent.

Les questions sont divisées en quatre étapes. A chaque étape, il faut s'assurer que la prise de conscience nécessaire s'est bien faite avant de passer à l'étape suivante.



# FICHES D'ANIMATION

## CE QUE FONT LES FEMMES

Les questions sont posées sous forme de dialogue.

L'animateur fait découvrir les inconvénients de chaque solution, avancée par les femmes.

Le dialogue, proposé ici, n'est qu'un exemple de ce qui pourra être dit.

On arrive à la conclusion suivante :  
avec ma manière de faire, je ne peux pas vendre au meilleur prix.

- Voilà la maladie, une amende à payer, un voyageur à recevoir etc. Quand tu n'as pas d'argent, qu'est-ce que tu fais ?
- J'emprunte.
- Mais, après, tu dois rendre, et même plus ?
- Je vends, en prenant dans le grenier...
- Mais, après, tu n'as plus assez pour manger ?
- Je vais vendre un cabri...
- Tu vends un cabri, maintenant, il n'est pas gras; si tu attends, le cabri sera plus gros et tu le vendras plus cher ?
- Oui, et alors ?
- Si tu as de l'argent en réserve; voilà une dépense à faire; est-ce que tu as besoin de vendre pour acheter ?

## ELLES NE VOIENT PAS COMMENT AVOIR UNE RÉSERVE EN ARGENT

Ces questions font voir à la femme qu'elle laisse couler l'argent au lieu de le retenir.

- Tu reviens du marché. Est-ce que tu rapportes un peu d'argent avec toi ? Combien ?
- Qu'est-ce que tu as vendu pour gagner cet argent ? Combien as-tu gagné ?
- Avec cet argent gagné, est-ce que tu as acheté quelque chose ? Quoi ? Pour combien ?

## LEUR DONNER L'IDÉE DE FAIRE AUTREMENT

Pour les réponses qui s'y prêtent, il sera bon d'utiliser le tableau noir.

Par exemple, pour les achats, on peut, si les femmes savent lire, les inscrire au tableau, ainsi que les sommes dépensées. Si les femmes ne savent pas lire,

- En partant pour le marché, tu avais l'idée d'acheter quoi ?
- Mais, au marché, est-ce que tu as acheté autre chose ? Pourquoi ?
- Alors, tu ne rapportes pas à la maison tout l'argent que tu gagnes en vendant ? Tu ne mets pas en réserve tout l'argent que tu gagnes ?



# FICHES D'ANIMATION

on peut dessiner sommairement les choses achetées, et représenter les sommes dépensées par des pièces (5, 10, 25 ou 100 francs).

Pour la quatrième question, il est important de faire le calcul précis avec la ou les femmes qui ont accepté de répondre.

- Quand tu vois d'avance ce que tu vas acheter, est-ce que tu sais combien tu vas dépenser ?
- Si tu prends cet argent dans ta ceinture, est-ce que tu vas acheter seulement ce que tu as décidé d'acheter ?
- Si tu ne dépenses pas plus, tout l'argent que tu gagnes en vendant, tu le rapportes à la maison. Est-ce que, à la maison, tu peux le mettre en réserve ? Ou bien qui est-ce qui peut le garder pour toi ?

---

## LEUR MONTRER QU'ELLES LE PEUVENT ET LEUR DONNER LE DÉSIR DE LE FAIRE

---

Il peut être utile de voir, avec les femmes, comment elles peuvent garder de petites sommes en réserve.

- Quand tu as de l'argent en réserve; est-ce que tu as besoin de vendre quelque chose pour avoir de l'argent ?
- Tu vois d'avance et tu décides ce que tu veux. Tu ne dis plus : « Il n'y a pas l'argent. » Tu peux acheter si tu as besoin. Tu peux vendre à bon prix. Tu prévois pour vendre à bon prix.

### *en conclusion*

La solution est toujours la même : faire des réserves en argent. Cela commence au marché, la première fois : ne pas dépenser tout l'argent gagné pour en rapporter à la maison.

Au marché suivant : emporter l'argent de la maison pour acheter et garder l'argent gagné ce jour-là en vendant.

Ainsi peut se constituer, petit à petit, une réserve d'argent qui permettra à la femme de faire face à ses besoins sans être obligée de vendre à n'importe quelles conditions.

Progressivement, la femme prendra l'habitude de séparer l'action de vendre de l'action d'acheter.

Quand on prévoit ce qu'on va vendre et à quel moment, on vend à un bon prix et on peut mettre de l'argent en réserve. Quand on ne prévoit pas ce qu'on va vendre, on vend parce qu'on a besoin d'argent pour acheter et on n'a jamais d'argent.

1 an : 4 numéros

2 ans : 8 numéros

PRIX	1 an : 4 numéros			2 ans : 8 numéros		
	Francs C.F.A.	Francs français	Francs maliens	Francs C.F.A.	Francs français	Francs maliens
<i>l'abonnement :</i>	800 F	16 F	1 600 F	1 600 F	32 F	3 200 F
<i>l'abonnement réservé aux animateurs :</i>	500 F	10 F	1 000 F	1 000 F	20 F	2 000 F
<i>abonnement de soutien à partir de :</i>	1 000 F	20 F	2 000 F	2 000 F	40 F	4 000 F

N.B. Tous nos envois sont faits par voie postale ordinaire. Supplément avion: Afrique occidentale: 280 F CFA. Autres pays: 440 F CFA

#### BURUNDI

Inades B. P. 2520 BUJUMBURA

#### CAMEROUN

Inades B. P. 5 DOUALA c.c.p. Inades Douala 13070

#### HAUTE-VOLTA

Inades B. P. 3 DAPANGO (Togo) c.c.p. Inades Lomé 01-91

#### RWANDA

Inades B. P. 866 KIGALI

#### SÉNÉGAL

Inades B. P. 37 THIES c.c.p. Inades Dakar 45-00

#### TOGO

Inades B. P. 3 DAPANGO c.c.p. Inades Lomé 01-91

#### ZAIRE

Inades B.P. 3096 KINSHASA c.c.p. Cepas B. 2937  
Banque du Peuple Kinshasa Cepas 14866 P.

#### AUTRES PAYS

c.c.p. Inades Abidjan 179-16 et c.c.p. Inades Paris 22194-88

PAIEMENT : Dans la partie du chèque réservée à la correspondance, inscrire la mention : « *pour Agripromo* »

# AIR AFRIQUE

## les ailes de l'Afrique Noire

