

Guide de l'analyse des marchés pour les programmes de transferts monétaires

**Formulation, suivi et analyse
d'impact**

Juillet 2013



Programme Alimentaire Mondial

Guide de l'analyse des marchés pour les programmes de transferts monétaires Formulation, suivi et analyse d'impact

© Juillet 2013, Programme alimentaire mondial - PAM
Service de la sécurité alimentaire

Ce guide technique a été préparé par le PAM à l'attention de son personnel et de ses partenaires. Tous droits réservés. La reproduction est autorisée, sauf à des fins commerciales, sous réserve que le PAM soit cité comme source originale.

Programme alimentaire mondial des Nations Unies

Via Cesare Giulio Viola 68/70
Parco de' Medici
00148 Rome, Italy
<http://www.wfp.org/food-security>
wfp.vaminfo@wfp.org

Ce guide propose des lignes directrices sur la méthodologie à suivre pour analyser l'impact des transferts monétaires sur les marchés.

Auteur: Caroline Broudic, Consultante

Pour plus d'informations, merci de contacter:

Joyce Luma
Directrice Adjointe Policy Programme and Innovation, Chef Service Analyse et Nutrition (OSZA)
joyce.luma@wfp.org

Issa Sanogo
Conseiller de Programme, Chef Unité Analyse Economique et des Marchés
issa.sanogo@wfp.org

Le service de la sécurité alimentaire souhaite remercier le **Ministère Français des Affaires Etrangères et Européennes** pour son soutien financier à l'élaboration de ce guide. Les remerciements du service de la sécurité alimentaire vont également à tous ceux qui ont apporté leur soutien technique à la finalisation de ce guide.



Le Service Analyse et Nutrition (OSZA) du Programme Alimentaire Mondial (PAM) remercie le Ministère des Affaires Etrangères français pour le financement de ce guide d'analyse du marché du travail.

Table des matières

Introduction.....	6
1. Contexte macro-économique et environnement des marchés	8
1.1 Analyse de la disponibilité	8
1.2 Analyse de la demande	9
2. Analyse des marchés avant la mise en œuvre des programmes de transferts monétaires	11
2.1 Objectifs et questions-clés	11
2.2 Cartographie des marchés	12
2.3 Analyse des caractéristiques et du fonctionnement des marchés	13
2.3.1 Indicateurs de structure du marché	14
2.3.2 Indicateurs de comportement du marché	17
2.3.3 Indicateurs de performance du marché.....	20
2.4 Analyse des liens entre la sécurité alimentaire des ménages et les marchés	25
2.4.1 Stratégies des ménages vis-à-vis des marchés.....	27
2.4.2 Comportements de consommation des ménages	29
2.4.3 Revenus des ménages et saisonnalité.....	33
2.5 Outils de collecte des données	36
2.5.1 Collecte des données au niveau des marchés.....	36
2.5.2 Collecte des données auprès des ménages.....	37
2.6 Estimation du montant du transfert monétaire	38
3. Analyse des effets des transferts monétaires sur les marchés.....	41
3.1 Suivi de l'impact du programme sur les marchés	41
3.2 Evaluation finale de l'impact du programme sur les marchés	42
3.2.1 Effets du programme sur la structure du marché	43
3.2.2 Effets du programme sur le comportement du marché	46
3.3.3 Effets du programme sur la performance du marché.....	47
3.3.4 Effets du programme sur les acteurs du marché	49
3.3.5 Effets du programme sur les ménages.....	51

Liste des tableaux et des graphiques

Liste des tableaux:

<i>Tableau n°1: Répartition du poids du programme entre les différents marchés.....</i>	<i>12</i>
<i>Tableau n°2: Indicateurs relatifs au marché en t0</i>	<i>13</i>
<i>Tableau n°3: Evolution du nombre de commerçants au cours du programme</i>	<i>14</i>
<i>Tableau n°4: Accessibilité au marché et saisonnalité</i>	<i>15</i>
<i>Tableau n°5: Sources d'approvisionnement en produits alimentaires.....</i>	<i>16</i>
<i>Tableau n°6: Stratégies mises en place par les commerçants</i>	<i>16</i>
<i>Tableau n°7: Degré d'ouverture du marché</i>	<i>17</i>
<i>Tableau n°8: Coûts de transaction d'un produit</i>	<i>18</i>
<i>Tableau n°9: Comportements et stratégies des principaux acteurs du marché</i>	<i>19</i>
<i>Tableau n°10: Fixation des prix</i>	<i>19</i>
<i>Tableau n°11: Disponibilité des produits et saisonnalité.....</i>	<i>20</i>
<i>Tableau n°12: Indice de diversité des produits disponibles</i>	<i>21</i>
<i>Tableau n°13: Niveaux des prix et saisonnalité.....</i>	<i>22</i>
<i>Tableau n°14: Capacités de réponse des commerçants à une demande supplémentaire.....</i>	<i>23</i>
<i>Tableau n°15: Saisonnalité des activités liées au marché</i>	<i>25</i>
<i>Tableau n°16: Indicateurs relatifs aux ménages en t0</i>	<i>26</i>
<i>Tableau n°17: Relations des ménages au marché.....</i>	<i>27</i>
<i>Tableau n°18: Stratégies des ménages vis-à-vis des marchés</i>	<i>28</i>
<i>Tableau n°19: Score de consommation alimentaire des ménages</i>	<i>29</i>
<i>Tableau n°20: Stratégies de consommation des ménages</i>	<i>30</i>
<i>Tableau n°21: Stratégies de dépense des ménages</i>	<i>31</i>
<i>Tableau n°22: Stratégies d'allocation des dépenses alimentaires des ménages.....</i>	<i>31</i>
<i>Tableau n°23: Score des stratégies d'adaptation des ménages</i>	<i>33</i>
<i>Tableau n°24 : Structure des revenus des ménages</i>	<i>34</i>
<i>Tableau n°25: Taux journaliers pour des emplois non qualifiés</i>	<i>34</i>
<i>Tableau n°26: Relations entre les emplois et la sécurité alimentaire des ménages</i>	<i>35</i>
<i>Tableau n°27: Estimation des revenus issus des migrations économiques</i>	<i>35</i>
<i>Tableau n°28: Relations entre les migrations économiques et la sécurité alimentaire des ménages....</i>	<i>36</i>

<i>Tableau n°29: Base de calcul pour la détermination de la valeur moyenne de la ration.....</i>	<i>39</i>
<i>Tableau n°30: Indicateurs mesurant les effets/l'impact du programme</i>	<i>43</i>
<i>Tableau n°31: Effets du programme sur le nombre de commerçants.....</i>	<i>44</i>
<i>Tableau n°32: Effets du programme sur le volume des transactions.....</i>	<i>45</i>
<i>Tableau n°33: Effets du programme sur les circuits de commercialisation des produits</i>	<i>45</i>
<i>Tableau n°34: Effets du programme sur les coûts de transaction des produits.....</i>	<i>46</i>
<i>Tableau n°35: Effets du programme sur le comportement et les stratégies des commerçants</i>	<i>47</i>
<i>Tableau n°36 : Effets du programme sur la disponibilité des produits</i>	<i>47</i>
<i>Tableau n°37: Effets du programme sur la diversité des produits disponibles.....</i>	<i>48</i>
<i>Tableau n°38: Effets du programme sur le niveau des prix</i>	<i>48</i>
<i>Tableau n°39 : Effets du programme sur la demande des ménages.....</i>	<i>50</i>
<i>Tableau n°40: Effets du programme sur l'activité économique des commerçants.....</i>	<i>51</i>

Liste des graphiques:

<i>Graphique n°1: Illustration du mouvement conjoint des prix sur différents marchés, Niger.....</i>	<i>24</i>
<i>Graphique n°2: Illustration des sources des denrées de base par groupe socio-économique, Niger.....</i>	<i>28</i>

Acronymes

CFSVA	Comprehensive Food Security and Vulnerability Analysis / Analyse Globale de la Sécurité Alimentaire et de la Vulnérabilité
CFW	Cash for Work/ Cash contre travail
CIRAD	Centre International de Recherche Agronomique pour le Développement
DNPGCA	Dispositif National de Prévention et de Gestion des Crises Alimentaires
EFSA	Emergency Food Security Assessment / Evaluation de la Sécurité Alimentaire en Situation d'Urgence
EMMA	Emergency Market & Mapping Analysis
HEA	Household Economy Analysis
IHPC	Indice Harmonisé des Prix à la Consommation
LTSH	Landslide Transport Storage & Handling
MIRIFA	Market Information for Food Insecurity Response Analysis
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PAM	Programme alimentaire mondial
PDM	Post Distribution Monitoring
PPI	Prix de Parité à l'Importation
SAP	Système d'Alerte Précoce
SCA	Score de Consommation Alimentaire
SCP	Structure-Conduite-Performance

Introduction

Prise en compte des marchés dans le cycle d'un programme

Depuis quelques années, les modalités d'intervention de l'aide alimentaire se diversifient et l'assistance monétaire sous forme de transferts d'argent ou de coupons connaît un développement important. Dans le cadre de ces programmes, une bonne compréhension des marchés est absolument indispensable. Il est ainsi nécessaire de mener une analyse de leur fonctionnement aux différentes étapes du programme (identification et formulation, mise en œuvre et évaluation).

En premier lieu, le choix des modalités d'intervention (transferts en nature, en argent et/ou en coupon) va dépendre non seulement des objectifs du programme et des coûts d'efficience et d'efficacité de chaque modalité, mais aussi en grande partie des conditions existantes sur les marchés. Une solide analyse de base des marchés est indispensable pour décider des modalités du programme mais aussi de l'opportunité et des conditions d'un programme de transferts monétaires. La mise en œuvre des programmes de transferts monétaires dépend du degré de fonctionnement des marchés.

Par ailleurs, si les conditions des marchés permettent la mise en place d'un programme de transferts monétaires, il est indispensable de mettre en place un suivi des marchés dont les disponibilités, l'accessibilité et les prix peuvent varier très rapidement selon les saisons ou au moindre choc et avoir des conséquences sur les résultats escomptés. Le suivi des marchés ainsi est un élément central du suivi du programme.

De même, l'évaluation d'un programme doit prendre en compte l'impact de ce programme sur les marchés.

Pourquoi ce guide?

Les manuels aujourd'hui disponibles sur les approches monétarisées n'abordent que succinctement les questions relatives au marché. Les guides sur l'évaluation des marchés tels EMMA (*Emergency Market & Mapping Analysis*) ou MIFIRA (*Market Information and Food Security Response Analysis*) permettent de faire un diagnostic dans des contextes de crises mais ne sont pas spécifiquement conçus pour le suivi de l'impact des programmes de transferts monétaires sur les marchés. Le service de la sécurité alimentaire du PAM a également mis au point de nombreux outils techniques qui traitent de la question des marchés, mais aucun ne couvre spécifiquement la question de l'analyse de base et du suivi des marchés pour l'analyse d'impact des transferts monétaires.

Ce guide propose des lignes directrices pour analyser des marchés lors de la formulation d'un programme de transferts monétaires, de son suivi et de l'analyse de son impact sur les marchés.

Ce document est une boîte à outils plutôt qu'une méthodologie figée. En effet, le degré de collecte d'informations et de données et le niveau d'analyse dépendent de plusieurs facteurs:

- Le contexte; par exemple en situation d'urgence, les informations à collecter sont moindre et des indicateurs à minima sont utilisés;
- Le niveau d'analyse déjà disponible dans le pays, ce qui implique une revue bibliographique avant le démarrage. Il ne s'agira alors que de compléter les informations manquantes;
- Le volume, la durée et la couverture du programme de transferts monétaires.

Objectifs de l'analyse et du suivi des marchés

Dans le contexte d'un programme de transferts monétaires, les objectifs de l'analyse et du suivi des marchés sont les suivants:

- Orienter les arbitrages entre les différentes modalités d'intervention (aliment, argent, coupon);
- Evaluer la capacité des marchés à absorber un surcroît de demande générée par les transferts;
- Emettre des recommandations en temps réel à travers l'interprétation des fluctuations sur les marchés;
- Evaluer l'impact indirect de la distribution d'argent sur l'économie locale.

Dans ce cadre, l'analyse des marchés va chercher à répondre aux questions suivantes:

- Les marchés ont-ils la capacité de répondre, sur la durée du programme, à une augmentation de la demande?
- L'accès aux marchés est-il garanti, sur la durée du programme, à l'ensemble des personnes ciblées?
- Une augmentation de la demande ne risque-t-elle pas de provoquer des distorsions sur les marchés?
- Le programme peut-il renforcer le tissu économique de la région en stimulant les échanges?
- Comment le programme peut-il se prémunir contre les fluctuations saisonnières, la volatilité et les possibles différences de prix d'une région à l'autre?
- Quels sont les indicateurs les plus déterminants dans la révision de la stratégie d'intervention en cours de programme?
- Quels sont les risques pré-identifiés pouvant compromettre les résultats attendus du programme?

1. Contexte macro-économique et environnement des marchés

Avant de commencer une analyse approfondie des marchés, il est nécessaire de connaître le cadre macro-économique dans lequel les marchés fonctionnent. Si aucune analyse n'est déjà disponible, il convient d'établir un profil a minima du contexte macro-économique.¹

Le profil des marchés doit permettre de:

- Analyser la structure de la disponibilité alimentaire nationale et le degré d'ouverture aux marchés régionaux et/ou internationaux (dépendance aux importations, etc.);
- Analyser les stratégies des commerçants et des producteurs (stocks, spéculation, etc.) et les caractéristiques du marché (degré de concurrence, associations de producteurs ou de commerçants, accès au crédit, etc.);
- Analyser la structure de la consommation des ménages et leur dépendance des marchés;
- Etudier les politiques nationales relatives aux marchés (importations/exportations, contrôle des prix, taxations, droits à l'entrée, stocks régulateurs, etc.);
- Evaluer le niveau d'intégration des marchés et identifier les marchés directeurs;
- Cartographier les marchés, les circuits de commercialisation et les infrastructures.

L'analyse est faite à un niveau macro, c'est-à-dire au niveau national et/ou régional. Elle doit proposer une description plus ou moins détaillée de l'environnement dans lequel s'inscrira le programme de transferts monétaires. Ce travail est nécessaire à la bonne interprétation des informations et des données qui seront ensuite collectées dans les zones d'intervention.

1.1 Analyse de la disponibilité

La disponibilité s'analyse à travers:

- l'offre des produits sur les marchés (quantité et diversité);
- l'existence de stocks au niveau micro et macro;
- l'étude des flux.

Il est nécessaire de comprendre au préalable la structure de la disponibilité alimentaire nationale. En effet, en fonction du degré de dépendance du pays aux importations, l'attention doit plus ou moins se porter sur les marchés internationaux.

Dans les pays fortement tributaires des importations, les prix sur les marchés domestiques sont en général liés aux fluctuations internationales. Cependant les marchés urbains ou ruraux peuvent réagir différemment aux variations internationales selon leur niveau de dépendance et d'intégration. Pour les pays intégrés à un marché régional, l'analyse porte plutôt sur les résultats des campagnes agricoles dans la sous-région. Les prix sont alors étroitement corrélés à la disponibilité des produits agricoles. Dans ces deux cas, le cours des devises, le prix du carburant et les politiques douanières jouent un rôle déterminant dans la fixation des prix. D'autres pays ont la capacité de répondre aux besoins de leur population et les marchés nationaux sont alors directeurs.

¹ Des guides méthodologiques existent sur les Profils de marché. Ex: WFP, 2006. *Market Profiles and Emergency Needs Assessments: A summary of methodological challenges*.

Les résultats des campagnes agricoles dans le pays et la sous-région ainsi que le volume des transactions internationales sont, dans tous les cas, des données-clefs à analyser pour obtenir une vision globale de la situation.

1.2 Analyse de la demande

L'analyse de la demande se fait à trois niveaux : i) demande des ménages, ii) demande institutionnelle, et iii) demande transfrontalière.

1.2.1 Demande des ménages

L'analyse de la demande des ménages permet d'estimer le taux de couverture des besoins céréaliers au niveau national et/ou au niveau régional. Ce taux est calculé à partir d'une estimation de la consommation annuelle des ménages rapportée à la disponibilité alimentaire. Il permet d'anticiper les possibles déficits, d'identifier les flux et les risques potentiels sur les marchés.

L'analyse de la demande des ménages fournit également des informations sur les habitudes alimentaires des populations et participe ainsi à la sélection des produits à suivre.

1.2.2 Demande institutionnelle

La demande institutionnelle concerne les achats par les gouvernements ou les organisations internationales. Elle porte donc sur des volumes importants. Il s'agit notamment des opérations d'achat destinées à la reconstitution des stocks nationaux.² Compte tenu de l'intégration régionale des marchés, l'analyse devra être étendue aux stratégies des pays de la sous-région.

La prise en compte de ces achats institutionnels est essentielle car ils influent fortement sur les comportements des grossistes et des gros producteurs et donc sur la disponibilité et les prix des produits. En effet, les quantités mises à disposition sur les marchés avant les opérations d'achats peuvent être artificiellement comprimées si la stratégie des commerçants est de répondre aux appels d'offre institutionnels. A l'inverse, le déstockage, une fois les opérations d'achats achevées, peut entraîner une baisse substantielle des prix. Le calendrier des achats est donc une information essentielle pour comprendre les prix et leur évolution. Dans les pays où les marchés sont intégrés, les répercussions se ressentent sur les marchés de consommation même éloignés des zones d'achat.

1.2.3 Demande transfrontalière

Les flux transfrontaliers participent également à la détermination des volumes et des prix. Il est important d'étudier les prix pratiqués dans les pays voisins et les avantages comparatifs à travers notamment le calcul des prix de parité à l'importation (PPI), lesquels permettent d'évaluer les incitations aux échanges transfrontaliers. En effet, si les prix sur le marché domestique sont moins élevés que dans les pays voisins, les commerçants peuvent être incités à exporter une fois pris en compte les coûts additionnels liés à l'exportation.

² Dans les pays du Sahel, par exemple, il sera question des stocks du Dispositif National de Prévention et de Gestion des Crises Alimentaires, des stocks du PAM dans le cas d'achats locaux ou des banques cérésières.

Les prix de parité sont calculés sur la base du prix du produit à la source auquel s'ajoutent les coûts de transport, de transaction et de commercialisation.

D'autres facteurs tels que l'insécurité, l'état des routes, l'asymétrie de l'information et les taxes formelles ou informelles peuvent contribuer au renchérissement des prix des denrées et entraver les mouvements de marchandises d'un pays à l'autre.

2. Analyse des marchés avant la mise en œuvre des programmes de transferts monétaires

L'analyse approfondie des marchés avant la mise en œuvre des programmes (analyse ex-ante) permet d'établir l'opportunité, la faisabilité et les conditions d'une intervention de transferts monétaires. Elle apporte les informations nécessaires pour décider des modalités d'un programme et comprendre les risques liés à sa mise en œuvre.

2.1 Objectifs et questions-clés

L'objectif de l'analyse approfondie est double:

- Evaluer la capacité des marchés à satisfaire une demande supplémentaire sans générer des risques inflationnistes ou des ruptures d'approvisionnement.
- Etablir une base de référence sur la situation ex-ante afin de mieux mesurer l'impact du programme sur les marchés.

Cette partie est étroitement liée au profil des marchés, mais l'analyse ne concerne ici que les aspects concernés par l'intervention.

Les questions-clés à traiter sont les suivantes:

- Les marchés peuvent-ils, tout au long du programme, répondre à une hausse de la demande sans provoquer des distorsions?
- Quelles sont les stratégies auxquelles les commerçants font appel pour accroître leur offre?
- L'accès physique aux marchés est-il garanti, tout au long du programme, pour les approvisionnements et pour les populations ciblées?
- Le marché est-il suffisamment concurrentiel pour permettre d'éviter les comportements spéculatifs des commerçants?
- Quelles sont les principales relations commerciales entre les différents acteurs (sources d'approvisionnement, moyens de financement de l'activité commerciale)?
- Comment se forment les prix sur les marchés secondaires concernés?
- Les fluctuations des flux et des prix peuvent-elles être anticipées par le suivi d'indicateurs?
- La diversité des produits disponibles sur les marchés est-elle importante, irrégulière, limitée?
- Quel rôle joue le marché dans la sécurité alimentaire des ménages?

L'analyse vise à éclairer les décideurs sur le fonctionnement des marchés, puis sur le lien entre les ménages et les marchés.

L'analyse ex-ante doit également permettre d'identifier:

- Les marchés et acteurs à suivre et la périodicité de la collecte de données/d'informations;
- Les principaux indicateurs de suivi des effets/de l'impact du programme;
- Les facteurs-risques pouvant influencer sur la disponibilité et/ou accessibilité;
- Les liens entre la sécurité alimentaire des ménages ciblés et les marchés;
- La liste de contacts (noms et coordonnées téléphoniques) des acteurs impliqués sur le marché.

L'analyse s'appuie essentiellement sur la collecte de données primaires auprès de l'ensemble des acteurs directement ou indirectement concernés par le programme (voir section 2.5 sur les outils de collecte de données).

2.2 Cartographie des marchés

La première étape consiste à cartographier les marchés influents dans l'aire d'intervention du programme.

Il s'agit d'identifier les marchés hebdomadaires de consommation et/ou de collecte où s'approvisionnent les populations ciblées par le programme, puis de remonter à la source d'approvisionnement jusqu'aux marchés de regroupement voire aux marchés transfrontaliers. L'idée est d'étudier les circuits de commercialisation afin d'identifier les possibles pierres d'achoppement.

L'analyse et le suivi retiendront trois catégories de marché.

- **Marchés directement concernés par le programme**

Il s'agit des marchés situés dans l'aire géographique du programme où s'approvisionnent les ménages ciblés par les transferts monétaires.

Les informations suivantes sont nécessaires avant le démarrage du programme pour estimer le surplus de demande susceptible d'être généré par les transferts monétaires.

Tableau n°1: Répartition du poids du programme entre les différents marchés

Communes	Villages	Nombre de ménages bénéficiaires	Marché(s) le(s) plus fréquenté(s)	Distance du village au marché

Les informations sur les marchés les plus fréquentés par la population des villages ciblés seront obtenues par une enquête de base auprès des ménages bénéficiaires du programme ou par des entretiens de groupe (voir section 2.4).

Avec ces informations, il est possible d'élaborer une carte visualisant la répartition du poids du programme entre les différents marchés et d'identifier les sites les plus à risques nécessitant un suivi approfondi. Il est en effet inutile de suivre l'ensemble des marchés de manière identique. L'analyse ex-ante permet d'arrêter une liste des marchés à suivre et la périodicité du suivi pour chacun d'entre eux.

Il est nécessaire de distinguer les marchés-clefs c'est-à-dire de regroupement et les marchés sensibles c'est-à-dire les marchés ruraux de consommation. Cette classification permet d'assurer un meilleur suivi en mettant l'accent sur les sites les plus à risques.

- **Marchés indirectement concernés par le programme**

Il s'agit des marchés qui ne sont pas situés dans l'aire géographique du programme mais qui sont liés aux marchés d'approvisionnement des populations ciblées par l'intervention. Il s'agit principalement des marchés de regroupement. Ils ont des capacités de stockage plus importantes et sont moins marqués par les saisons. Ils jouent un rôle de régulateur dans les échanges de céréales.

Le suivi de ces marchés doit permettre non seulement d'anticiper les évolutions sur les marchés de consommation, mais également d'apporter des éléments-clefs pour interpréter les fluctuations.

Si les marchés sont intégrés, les variations de prix sur un marché de consommation sont en effet étroitement liées aux fluctuations sur les marchés situés en amont de la chaîne d'approvisionnement. Si le pays est dépendant des importations pour ces approvisionnements alimentaires, l'analyse doit suivre l'évolution des prix sur les marchés internationaux. Une carte représentant les flux permet de visualiser les interactions entre les différents marchés et de mieux identifier les chaînes d'approvisionnement.

Les marchés satellites, c'est-à-dire ceux fréquentés de manière irrégulière par les ménages, peuvent faire l'objet de suivi s'il s'avère que le surplus de demande engendré par le programme réduit la capacité du marché étudié à les approvisionner.

- **Marchés-témoins**

Ce sont des marchés présentant des caractéristiques similaires aux marchés directement concernés par le programme mais qui ne sont pas situés dans l'aire d'intervention. Les caractéristiques similaires portent sur l'environnement agro-écologique, la structure du marché, les sources d'approvisionnement et les contraintes.

Le suivi de ces marchés permet de comparer les écarts de variation et de mieux isoler ainsi les changements liés au programme des autres facteurs influents (saisonnalité, etc.). Il est important de s'assurer qu'aucune intervention de type transferts monétaires et/ou alimentaires n'est en cours dans la région d'influence du marché témoin et pourrait biaiser les résultats.

2.3 Analyse des caractéristiques et du fonctionnement des marchés

Analyser les caractéristiques et le fonctionnement des marchés permet de mieux appréhender leurs capacités de répondre à des chocs et de déterminer si les commerçants sont susceptibles de spéculer ou au contraire de répondre aux fluctuations spatiales et temporelles de volume et de prix sans créer de distorsions.

Les indicateurs suivants (voir page suivante) devront être analysés avant le démarrage du programme de transferts monétaires. L'analyse permet d'établir une base de référence à t_0 . Certains indicateurs seront suivis tout au long du programme afin de mesurer l'impact éventuel de l'intervention.

Les périodes de comparaison retenues sont 'Aujourd'hui – En période de récolte – En période de soudure – En période intermédiaire'. Dans le cas d'une crise de grande ampleur, les périodes de référence pourront être 'Avant la crise – Après la crise'. Les questions sont modulables en fonction du contexte et des besoins de l'évaluation.

Tableau n°2: Indicateurs relatifs au marché en t_0

	Indicateurs
Structure du marché (S)	S1. Nombre de grossistes / détaillants S2. Répartition des parts de marché entre commerçants S3. Accès physique au marché (infrastructures, distance, sécurité, etc.) S4. Sources d'approvisionnement des produits

	S5. Degré d'ouverture du marché
Comportement du marché (C)	C1. Coût de transaction d'un produit [désagrégation du prix] C2. Niveau d'asymétrie d'information C3. Comportements et stratégies des participants C4. Fixation des prix
Performance du marché (P)	P1. Disponibilité des produits P2. Diversité des produits disponibles P3. Niveau des prix et des taux de change P4. Niveau d'intégration des marchés P5. Marges commerciales P6. Saisonnalité des activités liées au marché

2.3.1 Indicateurs de structure du marché

L'analyse de la structure d'un marché est l'analyse de la chaîne d'approvisionnement et de commercialisation d'un marché (types d'acteurs, leur nombre, localisation, rôle, etc.), du bassin du marché et des entraves à l'entrée ou à la sortie du marché. L'analyse de la structure couvre ainsi des éléments pouvant influencer sur les niveaux de concurrence entre les différents agents présents sur les marchés.³

- **Nombre de grossistes et de détaillants (S1)**

Le nombre de commerçants présents sur le marché fournit des informations essentielles sur:

- Taille / importance du marché;
- Niveau de concurrence entre les agents;
- Base de référence en t0 pour le suivi et évaluation du programme.

Tableau n°3: Evolution du nombre de commerçants au cours du programme

Exemple de question relative au nombre de grossistes et de détaillants				
Quel est le nombre de commerçants pour chacun des produits cités?				
Produits (à identifier en fonction des besoins du programme)	Ex-ante		Round n°1	
	Nombre de Grossistes	Nombre de Détaillants	Nombre de Grossistes	Nombre de Détaillants
Produit 1	_	_	_	_
Produit 2	_	_	_	_
.....				

Il faut vérifier auprès des commerçants les raisons des variations éventuelles afin d'isoler les facteurs saisonniers des effets directs de l'intervention. Sur des marchés fortement liés au calendrier agricole, le nombre d'agents varie d'une saison à l'autre, mais aussi en fonction des

³ WFP, 2011. *Market Analysis Framework, Tools and Applications for Food Security Analysis and Decision-Making*.

résultats de la campagne agricole. Les entrées ou sorties d'acteurs ne seront donc pas forcément imputables au programme.

Le ratio 'nombre de détaillants / nombre de grossistes' renseigne également sur la structure du marché et notamment sur les marges de manœuvre des détaillants dans la fixation de leurs prix de vente et de leurs marges commerciales. Il peut aussi influencer sur la disponibilité des produits sur les marchés si les détaillants sont dépendants d'un nombre restreint de grossistes. Les détaillants sont souvent liés à un grossiste spécifique par l'engagement d'un crédit fournisseur à court terme et ils n'ont donc que peu de latitude pour agir sur les prix ou sur la nature des produits échangés.

- **Répartition des parts de marché (S2)**

Il permet de mesurer le degré de concurrence sur chacun des marchés étudiés.

Exemple: X grossistes détiennent Y% du marché des céréales.⁴ Cette information peut être obtenue auprès des grossistes présents sur le marché, qui peuvent généralement estimer la part de marché qu'ils détiennent.

Il est intéressant, notamment dans le cas des coupons, de suivre l'évolution de ces parts de marché, afin d'évaluer les effets du programme sur la structure du marché. L'impact dépend du volume et de la durée du programme. Les risques de déséquilibrer les parts de marché entre les commerçants sont moins importants s'il s'agit de transferts d'argent plutôt que de coupons et d'une opération rapide.

- **Accès physique au marché (S3)**

L'accès physique au marché est conditionné par un certain nombre de critères:

- Conditions des routes et saisonnalité;
- Distance entre la source d'approvisionnement et le marché;
- Disponibilité et état des moyens de transport;
- Sécurité et/ou taxation;
- Période d'animation du marché (quotidien/hebdomadaire, saisonnier).

Tableau n°4: Accessibilité au marché et saisonnalité

Exemple de questions relatives à l'accès physique au marché	
Le marché est-il accessible tout au long de l'année ? 1= Oui; 2= Non; 3= Oui, mais pas par tous les véhicules	__
Le marché est principalement accessible par... 1= une route bitumée; 2= une piste aménagée; 3= une route pavée; 4= une piste non aménagée; 5= une voie maritime; 6= Autres (préciser)	__
L'accès au marché est fréquemment entravé par... 1= des check-points; 2= des incidents de sécurité; 3= des conditions météorologiques (crues, etc.); 4= Autres (à préciser)	__ __
Le marché fonctionne-t-il tout au long de l'année ? 1= Oui; 2= Non; 3= Oui, mais pas avec un volume de transactions très stable [si 2 ou 3, indiquer les périodes creuses]	__

Il est intéressant d'établir une carte indiquant les différents types de marchés, leur zone d'influence et les types d'axes routiers.

⁴ La même question peut être soulevée au niveau national pour connaître le niveau de concentration des importations (ex : X importateurs détiennent Y% du marché des importations de céréales).

- **Circuit de commercialisation des produits (S4)**

L'étude des circuits de commercialisation permet d'identifier les agents et les marchés clefs de la chaîne. Elle prend en compte tous les acteurs impliqués de la production (ou de l'importation) à la commercialisation. Elle doit également permettre de cartographier les flux entre les différents marchés et de mieux apprécier ainsi leurs interactions.

Cette analyse est essentielle pour la compréhension de possibles ruptures d'approvisionnement ou des fluctuations des prix, mais aussi pour étudier d'éventuels changements dans les circuits de commercialisation engendrés par le programme (diversification des sources, etc.). Sur chacun des marchés visités, il faut donc vérifier auprès des grossistes quelles sont leurs sources d'approvisionnement tout au long de l'année et selon les saisons. Une hausse des prix peut en effet s'expliquer par une distance plus importante à parcourir pour acquérir le produit et par des prix d'achat à la source différents d'un endroit à l'autre.

Tableau n°5: Sources d'approvisionnement en produits alimentaires

Exemple de question relative au circuit de commercialisation des produits					
Quelle est, pour les produits suivants, votre <u>principale</u> source d'approvisionnement aux différentes périodes? 1= Sur un autre marché domestique (indiquer lequel par un système de codification); 2= Sur un marché extérieur (préciser le pays); 3= Auprès d'un importateur; 4= Auprès des producteurs (vente directe); 5= Auprès d'une coopérative/groupement; 6= Auprès d'un intermédiaire; 7= Autre.					
	Au moment de la visite	En temps 'normal'	Récolte	Soudure	
Produit 1					
Produit 2					
Produit 3					
Produit 4					

Cet indicateur fournit par ailleurs des renseignements nécessaires à la cartographie des marchés directement et indirectement concernés par le programme.

Si la situation sur les marchés semble incertaine (hausse des prix et/ou disponibilité insuffisante), il sera alors utile d'approfondir les questions liées aux approvisionnements en vérifiant les stratégies mises en œuvre par les commerçants.

Tableau n°6: Stratégies mises en place par les commerçants

Exemple de question relative au circuit de commercialisation des produits						
Avez-vous mis en place des stratégies <u>inhabituables</u> pour cette période de l'année pour faire face à la hausse des prix et/ou aux problèmes d'approvisionnement ? 1= Oui; 2= Non; 3= Ne sais pas Si oui, lesquelles?						
	Recours à d'autres zones de production	Recours aux importations	Diminution des marges commerciales	Déstockage	Stockage	Changement de fournisseurs
Produit 1						
Produit 2						
Produit 3						
Produit 4						
Expliquez pourquoi vous avez mis en œuvre l'une ou plusieurs de ces stratégies:						

Un changement de source d'approvisionnement peut indiquer des tensions sur le marché, en reflétant, par exemple, des problèmes de disponibilité dans la région habituelle d'approvisionnement. Cette information permet également d'évaluer les marges de manœuvre des commerçants et d'anticiper les risques potentiels.

- **Degré d'ouverture du marché (S5)**

Il s'agit ici d'étudier les entraves possibles à l'entrée sur le marché de nouveaux acteurs et de mesurer son niveau concurrentiel. Si des réglementations gouvernementales peuvent exister pour limiter le nombre de commerçants (système de *numerus clausus* pour l'attribution des licences), les barrières à l'entrée sont généralement plutôt indirectes et/ou informelles. Parmi celles-ci, les taxes et frais de licence, l'accès des commerçants et des paysans au crédit, l'insuffisance en capital et en fonds de roulement ou encore la cooptation ou liens de parenté/claniques sont les entraves les plus fréquentes.

Dans le cas d'une structure oligopolistique où l'entrée de nouveaux acteurs est restreinte, un accroissement de la demande pourra provoquer des distorsions sur le marché telles que des hausses de prix.

Ces informations permettent d'évaluer la souplesse du marché pour répondre à une augmentation de la demande, mais aussi d'estimer les risques de collusion sur la fixation des prix. Plus le nombre d'acteurs est réduit, plus les risques d'une entente officieuse sont importants.

Tableau n°7: Degré d'ouverture du marché

Exemple de questions relatives au degré d'ouverture du marché	
Quelles sont les deux principales entraves à l'entrée sur le marché ? 1= Licence officielle; 2= Taxes/droits d'entrée; 3= Discrimination (genre et/ou clan/famille); 4= Capital initial; 5= Accès au crédit; 6= Autres (à préciser)	
Les activités sur le marché sont-elles influencées par des spécificités culturelles ? 1= Oui; 2= Non; 3= Ne sais pas	
Si Oui, quelles sont ces spécificités culturelles? Exemples à adapter en fonction des contextes: 1= le commerce est essentiellement tenu par les hommes; 2= le commerce de détail est essentiellement tenu par les femmes; 3= les femmes ne peuvent avoir accès au crédit; 4= le commerce de tel produit est géré par tel groupe ethnique; etc.	

Cette analyse concerne également les importateurs et ce, d'autant plus que le secteur des importations est souvent quasi monopolistique. Les décisions d'importer sont fortement associées au contexte général qu'il soit politique ou économique et leurs stratégies seront très influentes sur la détermination des prix.

2.3.2 Indicateurs de comportement du marché

Les principales questions liées au comportement du marché portent sur la fixation des prix.

- **Coûts de transaction d'un produit (C1)**

Si le niveau de concurrence est faible, les commerçants peuvent plus facilement s'entendre tant sur les prix d'achat aux producteurs que sur les prix de vente aux consommateurs. Il est donc important de procéder à la désagrégation des prix avant l'opération de façon à fixer une base de référence et d'en assurer ensuite le suivi. Elle permettra d'identifier les postes marqués par les plus fortes

variations et de mieux apprécier les effets des transferts monétaires sur les prix. Elle doit permettre notamment de déceler des distorsions de prix liées à des ententes entre commerçants ou à des dysfonctionnements du marché (incapacité du marché à répondre à la demande).

Tableau n°8: Coûts de transaction d'un produit

Exemple de question relative aux coûts de transaction d'un produit			
Quelle est la structure du prix du produit P?			
	Mois (N-1)	Mois (N)	
Coût d'achat à la source (Préciser la source et la distance)			
Coût du transport vers le marché étudié			
Coût de la manutention			
Marge commerciale			
Taxes formelles et/ou informelles			
Prix de vente sur le marché			

Si la source d'approvisionnement n'est plus la même entre le mois (N-1) et le mois (N), il faut comprendre pourquoi. Toute variation d'un mois sur l'autre nécessitera également d'être élucidée. Ces informations doivent être triangulées et dans le cas d'un changement dans le prix d'achat à la source, une vérification auprès du fournisseur s'impose.

- **Niveau d'asymétrie de l'information (C2)**

Les acteurs impliqués sur un marché ne possèdent généralement pas tous le même niveau d'information sur la formation des prix, les volumes échangés et stockés, les politiques gouvernementales, etc. On parle 'd'asymétrie de l'information' lorsque certains agents détiennent des informations que les autres ne possèdent pas. Elle influence le comportement des acteurs et notamment la fixation des prix et les décisions de vente ou d'achat. Le pouvoir de négociation des producteurs et des consommateurs est altéré s'ils ne sont informés ni des prix pratiqués sur d'autres marchés ni du niveau des récoltes.

Il faut donc vérifier s'il existe des outils de communication au niveau national et/ou local qui diffusent des informations relatives au marché (production, prix, transports, stocks, etc.) et comparer les niveaux de connaissance en fonction des acteurs (grossistes, détaillants, ménages, producteurs, etc.).

- **Comportements et stratégies des acteurs des marchés (C3)⁵**

Les stratégies des acteurs des marchés influent sur la disponibilité. Il faut donc les comprendre ainsi que les rapports de force entre les différents agents. Il s'agit par exemple de comportements spéculatifs de la part des grossistes qui visent à la hausse des prix par la création de pénuries ou encore de concentration de leurs achats au moment des récoltes quand les productions sont déficitaires pour éviter la hausse des prix future. En outre, les superficies à emblaver et le choix du type de production sont influencés par des prévisions sur les conditions météorologiques et sur l'évolution des prix et par les politiques gouvernementales (soutien aux intrants, taxations aux importations, etc.).

⁵ Les comportements et stratégies des consommateurs sont abordés dans le chapitre consacré aux ménages.

Tableau n°9: Comportements et stratégies des principaux acteurs du marché

Exemple de question relative aux comportements et stratégies des acteurs							
Pour chacun des acteurs suivants, avez-vous constaté l'un de ces comportements 'anormaux'?							
1= Oui; 2= Non; 3= Ne sais pas.							
	Déstockage anormal	Stockage anormal	Rétention de produits	Baisse de la demande	Substitution de produits	Hausse des prix anormale	Recours à l'emprunt 'anormal'
Producteurs	_	_	_	_	_	_	_
Commerçants	_	_	_	_	_	_	_
Ménages	_	_	_	_	_		_
Importateurs	_	_	_	_	_	_	_
Etat ou autres	_	_	_	_	_		

Il est important de préciser à l'interlocuteur la période de référence, à savoir que certaines stratégies peuvent être considérées comme 'anormales' pour la période concernée par l'enquête.

Il est possible de créer un score des stratégies des commerçants, lequel mesure la diversité des alternatives offertes aux commerçants. Les niveaux de ce score sont un indicateur des risques auxquels le marché serait exposé.

• Fixation des prix (C4)

Connaître la politique gouvernementale en matière de prix est important. Les prix de certains produits jugés stratégiques sont en effet parfois fixés par l'Etat lui-même. Dans d'autres cas, des stocks régulateurs permettent de limiter les marges de fluctuations des prix pour protéger les consommateurs ou les producteurs. Un Etat peut aussi entreprendre de grandes opérations d'achat de produits agricoles pour soutenir les revenus des producteurs ou à l'inverse, mettre sur le marché des produits alimentaires pour provoquer une baisse des prix, favorable aux consommateurs.

Les négociations informelles entre vendeurs et acheteurs potentiels (y compris entre grossistes et détaillants) sont fréquentes lors de la fixation des prix. La concertation formelle entre commerçants est aussi possible. La mesure dans laquelle ces consultations pourraient aboutir à un comportement collusif dans la fixation des prix ne peut être établie, ni exclue à priori sans avoir discuté avec des informateurs clés et les commerçants eux-mêmes.

Tableau n°10: Fixation des prix

Exemple de questions relatives à la fixation des prix							
Qui, selon vous, joue le rôle le plus important dans la fixation des prix sur le marché? 1= L'Etat; 2= Les importateurs; 3= Le jeu de l'offre et de la demande ; 4= Les grossistes; 5= Les producteurs; 6= Les coopératives/groupements de producteurs; 7= Les associations de commerçants; 8= Autres							_
Des prix plafond et/ou plancher sont-ils fixés? 1= Oui; 2= Non; 3= Ne sais pas							_
Des ententes sur les prix (par les producteurs ou les commerçants) sont-elles pratiquées ? 1= Oui; 2= Non; 3=Ne sais pas							_
Quelles sont les trois principaux facteurs participant aux fluctuations des prix?							
	Production agricole	Volume des importations	Taux de change	Demande des ménages	Demande institutionnelle	Volume des exportations	Transport
Produit	_	_	_	_	_	_	_

1							
Produit 2	_	_	_	_	_	_	_
Produit 3	_	_	_	_	_	_	_

Dans le cadre de programmes de transferts monétaires, il est crucial d'évaluer les risques d'une entente sur une majoration des prix entre les commerçants.

2.3.3 Indicateurs de performance du marché

La performance d'un marché dépend de la structure et du comportement du marché en termes de disponibilité régulière et prévisible de produits alimentaires de base à des prix raisonnables.

- **Disponibilité des produits (offre, stock, flux) (P1)**

La structure de la disponibilité alimentaire doit prendre en compte les disparités intra-nationales et mettre en relief les spécificités agro-économiques de chacune des régions. Les statistiques du Ministère de l'Agriculture permettent généralement de cartographier les zones de production agricole en fonction de leurs spécialisations, de classer les systèmes de production, d'identifier les régions déficitaires ou excédentaires et d'estimer leur taux de couverture des besoins céréaliers. Dans les pays où les marchés sont fortement intégrés, la disponibilité ne doit pas seulement s'analyser au niveau local, mais à un niveau national voire international. En effet, dans ce cas, les déficits de production locaux pourront être compensés par des flux de marchandises d'autres régions, c'est pourquoi la question de l'intégration des marchés (Indicateur P4) est également centrale pour l'analyse de la disponibilité.

La compréhension des systèmes de production agricole permet également de mieux analyser les flux de marchandises entre les régions et en fonction des saisons. Elle met ainsi en relief les interdépendances régionales et permet de cartographier les forces et faiblesses.

S'il existe un organisme gérant et coordonnant les activités du marché, l'information sur les volumes échangés doit pouvoir être disponible. Dans le cas contraire, des entretiens auprès des grossistes et/ou détaillants devraient en offrir une estimation à travers les questions suivantes:

Tableau n°11: Disponibilité des produits et saisonnalité

Exemple de questions relatives à la disponibilité des produits													
Quels sont les 5 principaux produits agricoles échangés sur ce marché? 1= Céréales; 2= Légumineuses; 3= Tubercules; 4= Fruits / légumes; 5= Viande; 6= Produits laitiers; 7= Poissons; etc. (Désagréger chacune des catégories en fonction du contexte; ex : Céréales = Riz, maïs, sorgho, blé, etc.) / Cet exercice peut être décliné pour des produits non agricoles.											Produit 1 : __		
											Produit 2 : __		
											Produit 3 : __		
											Produit 4 : __		
											Produit 5 : __		
Quelle est la disponibilité de ces produits tout au long de l'année? (0= Inexistante; 1= Faible; 2= Moyenne; 3= Importante; 4= Très importante)													
	Oct ⁶	Nov	Dec	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	
Produit 1													

⁶ Il est préférable de démarrer le calendrier le mois des récoltes ou à un autre repère culturel (à adapter en fonction des contextes).

Calcul de l'indice :Indice > 50: la diversité des produits disponibles peut être considérée comme **forte**.40<indice<50: la diversité des produits disponibles peut être considérée comme **bonne**.30<indice<40: la diversité des produits disponibles peut être considérée comme **moyenne**.Indice < 30: la diversité des produits disponibles peut être considérée comme **faible**.

La sélection des produits doit être contextualisée selon les habitudes alimentaires, les spécificités agro-écologiques de la région et la finalité du programme.

Les produits retenus pourront être fonction des carences nutritionnelles détectées. Ainsi, s'il est constaté par exemple des cas de scorbut, une attention particulière pourra être portée sur les aliments riches en vitamine C. Le choix des produits étudiés devra alors correspondre à une ration reflétant la diversité des besoins caloriques et en vitamines. La sélection peut aussi être basée sur les spécificités agricoles locales si l'objectif est d'étudier les revenus des producteurs ou des ménages.

Un tableau spécifique sur la disponibilité des produits non-agricoles (cueillette) pourra également être élaboré si le recours aux plantes ou racines constitue un apport nutritionnel non négligeable. Si ces produits ne sont pas commercialisés, l'information sera obtenue directement auprès des ménages à travers des questions sur la diversité de l'alimentation.

- **Niveau des prix (P3)**

Selon les contextes et les produits, les prix peuvent être marqués par de très fortes variations intra- et inter-saisonnières. Il faut donc discuter, avec différents acteurs, de leur perception des prix. A noter que les réponses des commerçants ne seront pas forcément identiques à celles des producteurs ou des consommateurs, ce qui impliquera de confronter les différents résultats. Les mêmes questions pourront donc être adressées aux ménages, producteurs et/ou consommateurs.

Tableau n°13: Niveaux des prix et saisonnalité

Exemple de questions relatives au niveau des prix								
Quels sont les prix moyens pratiqués sur le marché pour les produits suivants aux différentes périodes? (indiquer la conversion de l'unité de mesure dans le système métrique)								
	Le jour de la visite	En temps 'normal'		Récolte		Soudure		
Produit 1								
Produit 2								
Produit 3								
Produit 4								
Quelle est votre perception des prix en comparaison de ce qu'ils devraient être à la même période de l'année?								
	Plus bas	Identiques		Plus élevés		Beaucoup plus élevés		Ne sais pas
Produit 1								
Produit 2								
Produit 3								
Produit 4								
Si les prix sont supérieurs à ce qu'ils devraient être, quelles en sont les principales raisons? 1= Déficit de production au niveau national; 2= Demande plus élevée que la normale; 3= Rétention d'une partie de la production par les producteurs; 4= Constitution de stocks par les commerçants; 5= Achats anticipés par les ménages; 6= Hausse des prix à l'importation; 7= Exportations supérieures à la 'normale'; 8= Autres (préciser)								
	1	2	3	4	5	6	7	8
Produit 1								
Produit 2								
Produit 3								

Produit 4									
-----------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

S'il existe une base de données fiable, les prix indiqués par les commerçants pourront être confrontés aux données enregistrées les années passées.

La capacité du commerçant à augmenter ses ventes sans influencer sur les prix permet aussi de mieux comprendre la performance du marché.

Tableau n°14: Capacités de réponse des commerçants à une demande supplémentaire

Exemple de questions relatives à la capacité de réponse des commerçants						
Pouvez-vous estimer le nombre de vos clients en moyenne par semaine?						
	Moins de 10	Entre 10 et 50	Entre 50 et 150	Plus de 150		
Produit 1						
Produit 2						
Produit 3						
Quel accroissement de demande supplémentaire pourriez-vous satisfaire aux prix que vous pratiquez actuellement?						
	Moins de 5%	Entre 5 et 20%	Entre 20 et 50%	Entre 50 et 100%	Plus de 100%	Ne sais pas
Produit 1						
Produit 2						
Produit 3						
De combien de temps avez-vous besoin pour augmenter le volume de vos produits, si la demande vient à croître? Codification: 1= Moins de 2 semaines; 2= Entre 2 et 4 semaines; 3= Entre 1 et 2 mois; 4= Moins de 2 mois; 5= Ne serais pas capable d'augmenter l'offre; 6= Ne sais pas						
	1	2	3	4	5	6
Produit 1						
Produit 2						
Produit 3						

• Niveau d'intégration des marchés (P4)

Définitions

Intégration spatiale: «Deux marchés seront considérés comme parfaitement intégrés si les prix entre ces marchés ne diffèrent que par les coûts de transfert d'un produit d'un lieu à l'autre».⁸ Si les coûts de transfert (transport, manutention, conditionnement, stockage, marges, etc.) sont supérieurs au différentiel de prix entre deux marchés, le commerçant n'a pas intérêt à effectuer la transaction. L'importance des flux des régions excédentaires vers celles déficitaires dépend donc du niveau d'intégration spatiale. Les principaux déterminants en sont: les prix réels, les flux commerciaux et les coûts de transfert.

Intégration temporelle: le marché est considéré intégré dans le temps si aucun bénéfice supplémentaire n'est tiré, au fil du temps, de la constitution de stocks (stockage spéculatif).

L'analyse du degré d'intégration des marchés est centrale dans l'évaluation de la faisabilité d'un programme de transferts monétaires et dans le suivi de son impact. En effet, si les marchés sont segmentés, les capacités des commerçants à répondre à une hausse de la demande dépendent des disponibilités locales. Le différentiel de prix et/ou la demande potentielle ne justifie pas le transfert

⁸ CIRAD, 2008. *Transmission des prix des produits agricoles*.

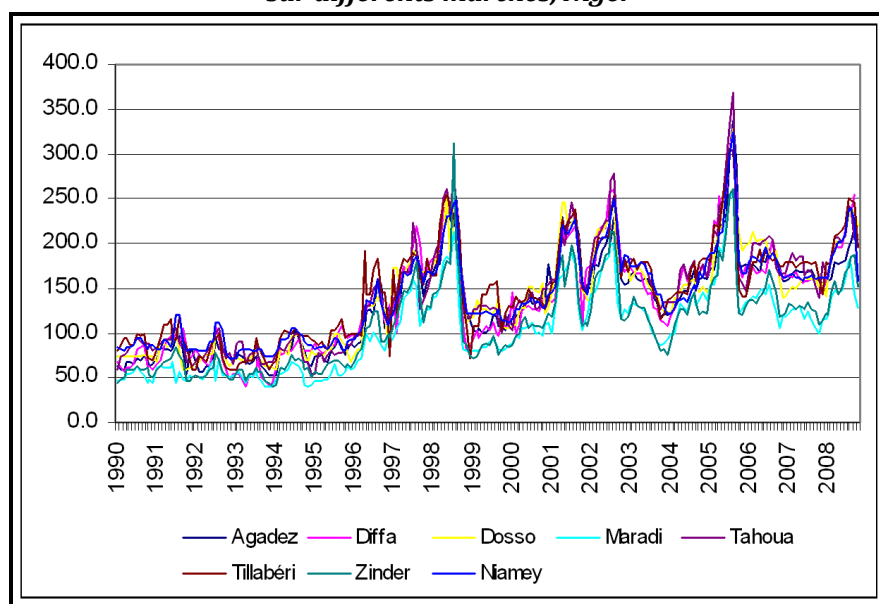
des marchandises d'un marché vers un autre. S'ils sont intégrés, les flux d'un marché vers l'autre parviendront à satisfaire tout ou une partie des besoins, les échanges pouvant être stimulés par le différentiel de prix et/ou par de nouveaux débouchés.

Les facteurs influençant l'intégration ou la segmentation des marchés sont les suivants:

- Distance entre les marchés;
- Infrastructures commerciales (transport, communication, crédit, routes, etc.);
- Politiques (taxes, restrictions de mouvements / insécurité, taux de change, etc.);
- Chocs/catastrophes naturelles ou humaines affectant la disponibilité et l'accès.

S'il existe une base de données enregistrant les prix pratiqués sur les marchés concernés sur une période suffisamment longue, il est alors possible d'apprécier le niveau de corrélation des fluctuations (voir graphique 1). Le suivi de l'écart de prix entre les différents marchés tout au long du programme pourra également fournir des informations sur les niveaux d'intégration et donc de performance des marchés.

Graphique n°1: Illustration du mouvement conjoint des prix sur différents marchés, Niger



L'évolution des prix sur les marchés concernés par l'intervention de transferts monétaires doit ainsi être mise en relief avec les fluctuations sur les autres marchés. Cette comparaison permet d'apprécier les mouvements conjoints des fluctuations et d'indiquer, le cas échéant, une corrélation positive ou une similitude des modèles. Elle permet ainsi de mieux identifier les facteurs de variation des prix et notamment de distinguer les éléments extérieurs des éléments locaux. Cependant les mouvements conjoints ne mesurent pas, contrairement aux coefficients de corrélation, l'intensité de la liaison.

• Marges commerciales (P5)

Une estimation du montant des marges commerciales est fournie à travers la désagrégation des prix (indicateur C1). Il peut toutefois être utile de mieux comprendre les éléments participant à la fixation de la marge et la flexibilité des commerçants pour en déterminer les niveaux. Si les marchés

sont fortement concurrentiels, les commerçants ont moins de latitude pour jouer sur leurs marges commerciales.

La question des marges commerciales peut être assez sensible et ne pourra être abordée qu'indirectement. Elle peut être intégrée à l'étude des coûts de transaction d'un produit (indicateur C1) qui permet de décomposer la structure du prix de vente et de mieux identifier les postes contribuant aux fluctuations.

• Saisonnalité des activités liées au marché (P6)

A partir des informations collectées auprès des différents agents impliqués sur les marchés (producteurs, consommateurs, commerçants), un calendrier des activités peut être établi résumant les principaux résultats.

Tableau n°15: Saisonnalité des activités liées au marché

Exemple de questions relatives à la saisonnalité des activités liées au marché												
Indiquer la saisonnalité des indicateurs à travers un calendrier (exemple d'indicateurs)						Disponibilité des céréales (P1) Diversité des produits disponibles (P2) Niveau des prix des produits de base (P3) Accès physique (S3)						
Exemple d'un calendrier des activités liées au marché:												
	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept
Indicateur 1	Forte								Très faible (gap)			
Indicateur 2			Faible						Elevé			
Indicateur 3					Moyenne							
Indicateur X												

2.4 Analyse des liens entre la sécurité alimentaire des ménages et les marchés

La dépendance des ménages vis-à-vis des marchés dépend du contexte géographique et social. Ainsi, selon l'environnement (urbain ou rural), les systèmes de production, le développement des infrastructures ou encore le calendrier agricole, les populations ont plus ou moins recours au marché pour s'approvisionner en denrées de base. La dépendance au marché est également liée au statut socio-économique. Par exemple, les ménages ruraux 'pauvres' peuvent dépendre davantage des marchés quand leur production ne leur permet pas de satisfaire entièrement leurs besoins alimentaires.

Le lien avec le marché ne peut être admis comme un postulat de base, certaines populations n'étant pas – ou que de façon marginale – intégrées à une économie monétarisée.

La demande des ménages peut être abordée à trois niveaux :

- les comportements de consommation des ménages et leurs stratégies vis-à-vis des marchés;
- l'évolution du marché du travail et donc des revenus;
- les mouvements de populations (migrations).

Les indicateurs comme les stratégies de dépenses des ménages, le score des stratégies d'adaptation et le score de consommation alimentaire ont un lien direct ou indirect avec les marchés et devront donc être intégrés à leur analyse et suivi.

Tableau n°16: Indicateurs relatifs aux ménages en t0

	Indicateurs
Relations avec le marché	M1. Fréquentation du marché M2. Sources d'approvisionnement M3. Stratégies vis-à-vis des marchés
Stratégies de consommation	M4. Score de consommation alimentaire M5. Stratégies de consommation M6. Stratégies de dépenses M7. Score des stratégies d'adaptation
Revenus des ménages	M8. Sources des revenus des ménages M9. Conditions du marché du travail M10. Migrations économiques

Certains indicateurs ne seront que brièvement abordés car ils font l'objet de développements importants dans d'autres lignes directrices. C'est le cas par exemple des scores de consommation alimentaire ou des stratégies d'adaptation qui sont des indicateurs utilisés lors des enquêtes sur la situation de la sécurité alimentaire, principalement les Evaluations de la Sécurité Alimentaire en Situation d'Urgence (EFSA) ou les Analyses Globales de la Sécurité Alimentaire et de la Vulnérabilité (CFSVA).⁹ Ils sont présentés ici afin que l'exploitation de leurs résultats puisse être également intégrée à l'analyse et au suivi des marchés. Ils ne doivent pas faire l'objet d'une collecte indépendante de celle effectuée dans le cadre des EFSA ou CFSVAs.

Importance du genre

Les activités commerciales sont fortement marquées par le genre. Selon le contexte, les opérations de vente ou d'achat sont davantage pratiquées par les hommes ou par les femmes. Connaître la répartition des rôles au sein des ménages mais aussi dans les pratiques commerciales est important. Dans certains pays, la vente des produits alimentaires est quasi exclusivement détenue par les hommes (ex. Niger) tandis que dans d'autres, cette activité est fortement féminisée, au moins pour le petit commerce (ex. Haïti).

Ces considérations doivent influencer sur le choix des modalités d'intervention. En effet, si le programme vise une réduction de la malnutrition des jeunes enfants dans un contexte où les achats de nourriture sont plutôt de la responsabilité des hommes, les transferts par coupons seront probablement plus efficaces (orientation du choix des produits incitant à une diversification).

⁹ EFSA signifie Emergency Food Security Assessment. CFSVA signifie Comprehensive Food Security and Vulnerability Analysis.

2.4.1 Stratégies des ménages vis-à-vis des marchés

Pour comprendre les stratégies d'achat et de vente des produits agricoles des ménages, il convient de mettre en perspective le calendrier des dépenses, le calendrier agricole et le calendrier des revenus. Les besoins du ménage en trésorerie peuvent en effet contraindre les ménages à vendre leur production, même si les conditions de vente ne leur sont pas favorables.¹⁰ L'analyse de l'échelonnement de la vente de la production permet d'apprécier la marge de manœuvre des ménages et de leur capacité à s'appuyer sur le marché pour diversifier leurs revenus. Elle permet également de mieux anticiper la saisonnalité des fluctuations de prix, en partant du postulat que, plus les producteurs parviendront à échelonner la vente de leurs productions agricoles, plus les risques de tensions inflationnistes seront contenus (en raison d'un marché plus concurrentiel).

• Fréquentation du marché (M1)

La dépendance au marché n'est pas universelle mais dépend des niveaux d'autoproduction et de monétarisation de l'économie familiale. Les distributions d'argent ne sont donc pas adaptées à tous les contextes, ce qui implique une étude au préalable de la relation des ménages au marché. Parmi les éléments à observer, la capacité physique des ménages d'accéder au marché est déterminante. La distance aux marchés pourra être discriminante pour la mise en œuvre d'un programme de transferts monétaires, mais elle ne peut l'être de façon absolue / systématique. En effet, celle-ci peut parfaitement être intégrée aux stratégies des ménages, qui adaptent alors la fréquence ou la nature de leurs achats aux contraintes d'approvisionnement.

Tableau n°17: Relations des ménages au marché

Exemple de questions relatives à la fréquentation du marché					
De quels marchés dépend votre ménage?					
Nom du marché (par ordre d'importance)	Jour d'animation	Distance	Fréquence de vos achats	Frais de transport	Accès
1.	__	__	__	__ __ __ __ __	__
2.	__	__	__	__ __ __ __ __	__
3.	__	__	__	__ __ __ __ __	__
Code animation: 1= Tous les jours; 2= 1 fois par semaine; 3= Plusieurs fois par semaine; 4= > 1 fois par semaine Code distance: 1= Moins d'une heure; 2= Entre 1 heure et 2 heures; 3= Plus de 2 heures Code fréquence: 1= Tous les jours; 2= Chaque semaine; 3= Chaque quinzaine; 4= Chaque mois; 5= Chaque trimestre Code accès: 1= Toujours praticable; 2= Parfois non praticable; 3= Souvent non praticable; 4= Ne sais pas					
Pour chacun des marchés que vous fréquentez, donnez une note de 1 à 5 sur les critères suivants:					
Nom du marché	Disponibilité des produits	Niveau des Prix	Diversité des produits	Régularité des approvisionnements	Niveau de concurrence
1.	__	__	__	__	__
2.	__	__	__	__	__
3.	__	__	__	__	__

La fréquentation du marché dépend généralement de la saison et cette question devra être revue à différentes périodes de l'année. Il sera ici intéressant d'observer si le programme de transferts monétaires entraîne un changement de l'appréciation des marchés par les ménages et de la fréquence de leurs achats.

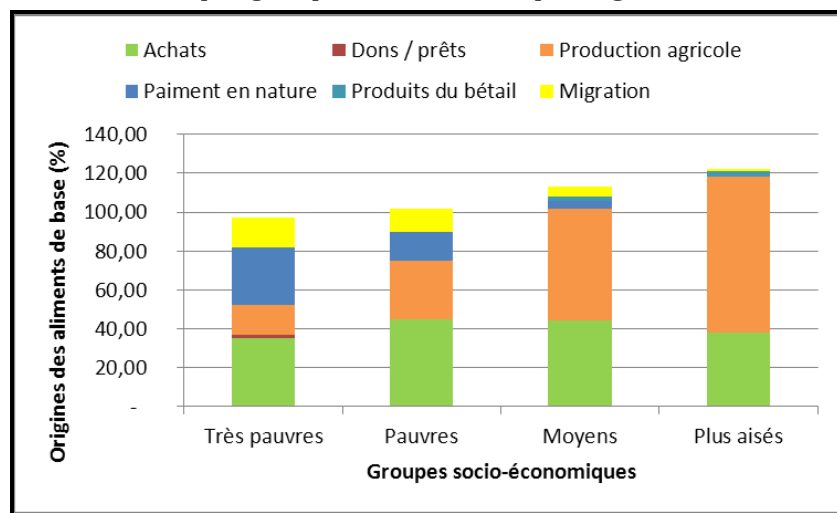
¹⁰ En Haïti, par exemple, le paiement des frais de scolarité contraint les petits producteurs à une vente prématurée de leurs récoltes.

- **Sources d'approvisionnement (M2)**

Les sources d'approvisionnement alimentaire des ménages sont liées à leurs activités économiques et à leurs revenus. En zone de production agricole, par exemple, l'autoconsommation occupera une place pouvant être significative. Des enquêtes auprès des ménages permettront d'estimer la part relative de chacune des sources, à travers éventuellement les techniques d'empilement proportionnel.¹¹

L'importance du rôle du marché dans la sécurité alimentaire des ménages peut être illustrée par un graphique (graphique 2) reflétant la répartition entre les différentes origines des produits alimentaires. Dans l'exemple ci-dessous, l'accès à la nourriture est exprimé en pourcentage des besoins caloriques minimum, soit 2 100 Kcal par jour et par personne.

Graphique n°2: Illustration des sources des denrées de base par groupe socio-économique, Niger



Source: Save the Children Fund, UK

Dans cet exemple, moins de 40% de la couverture calorique de la catégorie 'très pauvre' est assuré par des achats sur les marchés. Cette proportion varie en fonction de la situation économique du ménage. Une photographie à *t0* de la répartition des différentes sources d'approvisionnement permettra non seulement d'évaluer si les transferts monétaires ont permis aux ménages de recourir davantage aux marchés pour assurer la couverture de leurs besoins caloriques mais également, si celle-ci s'est améliorée.

- **Stratégies vis-à-vis des marchés (M3)**

Tous les indicateurs relatifs aux liens des ménages avec les marchés sont étroitement corrélés aux variations saisonnières. Etablir un calendrier des stratégies des ménages permet de comprendre les variations saisonnières des achats et ventes sur les marchés.

Tableau n°18: Stratégies des ménages vis-à-vis des marchés

Exemple de questions relatives aux stratégies vis-à-vis des marchés
Au cours de l'année, quels sont les mois où votre ménage vend en priorité ou achète en priorité de la nourriture de base? 1= Vend surtout; 2= Achète surtout; 3= N'achète rien et ne vend rien; 4= Achats égalent

¹¹ Consulter le manuel d'Évaluation de la Sécurité Alimentaire en Situation d'Urgence (EFSA Handbook) pour une explication de la technique d'empilement proportionnel. Section 4.4.4.

ventes; 5 = Ne consomme pas												
	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc
Céréales												
Tubercules												
Légumes												

Comprendre les périodes où les ménages sont les plus dépendants des marchés pour leurs approvisionnements permet d'orienter le calendrier du programme.

2.4.2 Comportements de consommation des ménages

• Score de consommation alimentaire (M4)

Le score de consommation alimentaire est un indicateur qui mesure la fréquence et la diversité de l'alimentation des ménages. Il est calculé à partir du nombre de jours de consommation de différents groupes d'aliments par le ménage pendant la semaine précédant l'enquête.¹²

Tableau n°19: Score de consommation alimentaire des ménages

Exemple de questions relatives au score de consommation alimentaire			
Codification de la source principale: 00= Ne sais pas; 01= Autoproduction; 02= Achat; 03= Emprunt; 04= Dons/Zakat; 05= Troc; 06= Aide alimentaire; 07= Travail payé en nature; 08= Chasse/cueillette/pêche; 09= Autre à préciser. Codification motifs: 00= Ne sais pas; 01= les prix sont élevés; 02= Le produit est de mauvaise qualité; 03= Habitude alimentaire; 04= Nos revenus sont insuffisants; 05= Le produit n'est pas disponible sur le marché; 06= Autre à préciser.			
	Combien de jours les produits suivants ont-ils été consommés sur ces 7 derniers jours ?	Quelle est la principale source des aliments consommés sur ces 7 derniers jours ?	Pourquoi ne consommez-vous pas ce produit?
Céréales			
Racines & Tubercules			
Légumineuses & Pois			
Légumes			
Fruits			
Viande, volaille, abats			
Œufs			
Poissons & Fruits de mer			
Lait & Produits laitiers			
Huile & Matières grasses			
Sucre, miel			
Divers			

Le calcul du score de consommation alimentaire avant et après le démarrage du programme permet de mesurer la contribution potentielle du programme à la consommation alimentaire.

• Stratégies de consommation (ou élasticité de la demande) (M5)

Une diminution du pouvoir d'achat des ménages a un effet immédiat sur la consommation de certains produits alimentaires. Ainsi, si le prix des céréales augmente, les répercussions sur la demande de viande ou légumes/fruits se feront plus rapidement sentir que sur la consommation de céréales elles-mêmes avec pour conséquence une réduction de l'apport en micronutriments plutôt que calorique. L'étude de la corrélation entre le prix d'un produit et la consommation d'un autre

¹² Voir le manuel Evaluation de la Sécurité Alimentaire en situation d'urgence (EFSA Handbook) pour des lignes directrices détaillées sur comment collecter les données et calculer le score de la consommation alimentaire.

produit permet de mieux discerner les risques que font peser une augmentation du prix des céréales ou une diminution des revenus des ménages sur la qualité nutritionnelle. Il est plus intéressant encore d'observer les degrés de corrélation en fonction des groupes socio-économiques.

Tableau n°20: Stratégies de consommation des ménages

Exemple de questions relatives aux stratégies de consommation							
Etablir une corrélation entre le prix d'un produit et la consommation d'un autre produit (élasticité de la demande) Notation: Très forte / Forte / Moyenne / Faible / Très faible / Pas d'effet							
Produits à adapter en fonction du contexte							
Consommation Prix	Riz	Blé	Mil	Viande	Œufs	Légumes	Huile
Riz	<i>Faible</i>	<i>Forte</i>	<i>Faible</i>	<i>Très Forte</i>	<i>Moyenne</i>	<i>Très forte</i>	<i>Faible</i>
Blé							
Mil							
Viande							
Œufs							
Légumes	<i>Pas d'effet</i>	<i>Pas d'effet</i>	<i>Pas d'effet</i>	<i>Faible</i>	<i>Moyenne</i>	<i>Forte</i>	<i>Pas d'effet</i>
Huile							
Il ne s'agit que d'un exemple de corrélations possibles : Si le prix du riz augmente, l'impact sur ma consommation de riz est faible, sur ma consommation de blé est forte, sur ma consommation de viande et légumes, très forte. Si le prix des légumes augmente, cela n'a aucun effet sur ma consommation de céréales, mais a un fort impact sur ma consommation de légumes.							

Pour affiner l'analyse des stratégies de consommation, il est possible d'établir des seuils qui marqueront les changements de comportement. Ainsi une augmentation en-deçà de X% du prix du riz pourra entraîner une diminution de la consommation de riz au profit d'un autre produit (effet de substitution). La hausse du prix du riz n'aura alors peut-être pas d'effet sur la valeur calorique si le report se fait sur un produit de même valeur énergétique bien que moins apprécié. Il se peut aussi que la hausse du prix d'un produit se conjugue avec une hausse de sa consommation. Ce type de biens est connu sous le nom de biens Giffen.

Les programmes de transferts monétaires peuvent entraîner des effets de substitution et une diversification du régime. Un exercice similaire peut être réalisé sur les liens entre revenus et nature des produits consommés, lequel sera mis en relation avec l'indice du score de consommation alimentaire.

- **Stratégies de dépense des ménages (M6) et calcul de la demande additionnelle générée par un programme de transferts monétaires**

Pour évaluer les capacités du marché à absorber une demande additionnelle et mesurer l'impact des transferts monétaires, il est utile de connaître au préalable les stratégies de dépenses des ménages et notamment la part consacrée à l'achat de nourriture.

Tableau n°21: Stratégies de dépense des ménages

Exemple de questions relatives aux stratégies de dépense des ménages			
Préparer une liste des différents postes de dépenses possibles et établir la classification par ordre d'importance ainsi que la part consacrée dans les dépenses totales, en utilisant (par exemple) la méthode de l'empilement proportionnel.			
	Quelles ont été les principales dépenses de votre ménage au cours des 30 derniers jours? Classifier les 4 principales dépenses, en utilisant la codification.	Quel est le montant estimé des dépenses (monétaires et/ou non monétaires)?	Pour chacun des postes de dépenses, estimer sa part dans le total des dépenses du ménage, en utilisant éventuellement la méthode de l'empilement proportionnel (%)
a Principale	_ _	_ _ _ _	_ _ %
b Seconde	_ _	_ _ _ _	_ _ %
c Troisième	_ _	_ _ _ _	_ _ %
d Quatrième	_ _	_ _ _ _	_ _ %
TOTAL			_ _ %
Code : 1 = Nourriture; 2 = Evènement social/Cérémonies; 3 = Santé; 4 = Education; 5 = Dons; 6 = Transport; 7 = Remboursement de dettes; 8 = Intrants agricoles/business ; 9 = Habitat/Location; 10 = Autre, préciser _____			

Une décomposition des dépenses de nourriture par groupe d'aliments (tableau 22) permettra par ailleurs de mieux identifier les produits à analyser au cours du programme. Elle peut fournir une approximation de la demande additionnelle provoquée par les distributions d'argent pour un produit donné.

Tableau n°22: Stratégies d'allocation des dépenses alimentaires des ménages

Préparer une liste des différents postes de dépenses alimentaires possibles et établir la classification par ordre d'importance ainsi que la part consacrée dans les dépenses totales, en utilisant (par exemple) la méthode de l'empilement proportionnel.	
	Pour chacun des postes de dépenses alimentaires, estimer sa part dans le total des dépenses du ménage au cours des 30 derniers jours, en utilisant éventuellement la méthode de l'empilement proportionnel (%)
Céréales (à préciser, ex. blé, maïs, riz, mil, sorgho, etc.)	
Tubercules ou racines (à préciser)	
Légumes (à préciser)	
Fruits (à préciser)	
Viandes (à préciser)	
Poissons (à préciser)	
Huiles (à préciser)	
Produits laitiers (à préciser)	
Boissons (à préciser)	
Sucres (à préciser)	
Condiments (à préciser)	
Autres (à préciser)	

La demande additionnelle pour un produit donné générée par un programme de transferts monétaires peut être calculée de la manière suivante:

Calcul de la demande courante (DC_i) pour un produit donné:

DC_i en tonnes = (% dépense totale allouée au produit * Nombre de ménages dans la population cible s'approvisionnant sur un marché *i*) / Prix du produit sur ce marché *i*

Calcul de la demande pour ce même produit à l'issue du transfert monétaire (DM_i):

DM_i en tonnes = (% du montant du transfert reçu alloué à l'achat du produit * Nombre de ménages dans la population cible s'approvisionnant sur un marché i) / Prix du produit sur ce marché i

Calcul de la demande additionnelle pour ce produit due au transfert monétaire (DA_i):

DA_i en tonnes = $DM_i - DC_i$

La demande totale additionnelle (DTA) est la somme des demandes additionnelles (DA_i) sur chaque marché i pondéré par le poids P_i du marché en question au sein du programme.

DTA en tonnes = $P_1 * DA_1 + P_2 * DA_2 + P_3 * DA_3 + \dots + P_i * DA_i + \dots + P_n * DA_n$

n est le nombre de marchés desservant les bénéficiaires du programme.

P_i = % montant total du programme alloué au marché i ou % nombre de bénéficiaires capté par le marché i par rapport au total des bénéficiaires du programme.

Les poids P_i peuvent être dérivés du tableau 1 (section 2.2). Les prix des produits dans la situation de demande courante (avant la mise en œuvre du programme) peuvent être dérivés du tableau 13 ou de données secondaires. Les prix des produits au cours du programme (situation de demande potentiellement influencée par le transfert monétaire) peuvent être dérivés du tableau 38 ou des relevés de prix séparés. Les pourcentages de dépenses allouées à chaque produit peuvent provenir du tableau 22 et les pourcentages du transfert alloué à l'achat de chaque produit de l'adaptation du tableau 22.

Il convient de noter qu'il ne s'agit que d'une estimation mais elle peut servir à l'identification des marchés à suivre tout au long du programme, en s'appuyant sur le volume additionnel potentiellement généré par l'intervention.

- **Score des stratégies d'adaptation (M7)¹³**

Le score des stratégies d'adaptation est un indicateur central de l'évaluation de la sécurité alimentaire des ménages, mais il est également utile à l'analyse et au suivi des marchés. Il permet en effet d'évaluer si le marché a été en mesure de répondre aux sollicitations des ménages suite aux distributions d'argent, réduisant ainsi les risques auxquels ceux-ci sont exposés.¹⁴

¹³ Aussi appelées stratégies de survie.

¹⁴ Voir le manuel Evaluation de la Sécurité Alimentaire en Situation d'Urgence (EFSA Handbook) pour des lignes directrices détaillées sur comment collecter les données et calculer le score des stratégies d'adaptation.

Tableau n°23: Score des stratégies d'adaptation des ménages

Exemple de questions relatives au score des stratégies d'adaptation	
Au cours des 6 derniers mois, avez-vous été confrontés à des événements menaçant votre vie ou vos moyens d'existence ? 1= Oui, 2= Non	__
Citez les 3 principaux événements auxquels vous avez été confrontés ? 01. Pluies tardives/sécheresse; 02. Erosion; 03. Décès d'un membre actif du ménage; 04. Maladie sérieuse ou accident d'un membre; 05. Perte/manque d'emploi d'un membre du ménage; 06. Hausse du prix d'achat des produits alimentaires; 07. Conflit/ violences; 08. Pluies diluviennes; 09. Epidémies humaines; 10. Décès d'un autre membre de la famille; 11. Vol; etc.	Evènement 1: __ __ Evènement 2: __ __ Evènement 3: __ __
Les 7 derniers jours, combien de fois avez-vous dû recourir aux stratégies suivantes?	Fréquence (0-7)
Recours à des aliments moins appréciés et moins chers	__
Emprunt de nourriture ou dons d'un proche	__
Réduction des portions lors des repas	__
Réduction de la consommation des adultes au profit des jeunes enfants	__
Réduction du nombre de repas consommés par jour	__

Comme les autres indicateurs, celui-ci sera évalué avant et après le démarrage du programme afin d'en mesurer l'impact.

2.4.3 Revenus des ménages et saisonnalité

La saisonnalité des revenus des ménages en milieu rural, mais parfois aussi en milieu urbain, influe sur les stratégies des ménages vis-à-vis des marchés. La fréquentation des marchés ou encore la nature et le volume des produits achetés sont marqués par des fluctuations saisonnières qui s'expliquent en partie par des questions relatives au fonctionnement même du marché (voir chapitre précédent), mais aussi par des questions d'accessibilité des ménages. Les indicateurs afférents ne sont ici que brièvement abordés, car ils sont déjà développés dans d'autres manuels d'évaluation de la sécurité alimentaire.

- **Sources des revenus des ménages (M8)**

Les questions ci-dessous peuvent être parties intégrantes d'enquêtes quantitatives menées auprès des ménages, comme une CFSVA ou d'enquêtes de type HEA (*Household Economy Analysis*). Il n'est pas nécessaire d'assurer le suivi de cet indicateur dans la mesure où la période de référence est 'au cours d'une année'.

Tableau n°24 : Structure des revenus des ménages

Exemple de questions relatives à la structure des revenus des ménages												
Quelles sont les 5 principales sources de revenu du ménage ? (les classer par ordre d'importance)												
Liste non exhaustive et à adapter en fonction du contexte												
Codification Sources : 1= Agriculture vivrière; 2= Elevage (gros bétail); 3= Elevage de volaille, 4= Pêche, 5= Commerce de produits maraîchers; 6= Petit commerce; 7= Travail journalier (payé en nature); 8= Travail journalier (payé en argent); 9= Pension; 10= Transferts d'argent; 11= Agriculture de rente; 12= Fonctionnaire.												
A combien estimez-vous le revenu annuel généré par chacune de ces sources ?												
Codification Montant : 01= moins de 20 000; 02= [20 000 ; 40 000]; 03= [40 000 ; 80 000]; etc.												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Sources												
Montant												
Pour chacune des sources, précisez les mois où elle vous permet de générer des revenus en les graduant: 0= Pas de revenu, 1= Oui, mais peu, 2= Oui, moyennement, 4= Oui, le plus												
	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc
Source 1												
Source 2												
Source 3												
Source 4												
Source 5												

• **Conditions du marché du travail (M9)**

Les informations relatives au marché du travail peuvent être collectées directement sur les marchés et/ou auprès des ménages. Seuls les indicateurs ayant un lien avec les programmes de travail contre nourriture ou argent sont repris ici.¹⁵

L'objectif de ce suivi est de s'assurer que :

- les montants fixés ne sont pas sous-estimés ou, à l'inverse, qu'ils ne découragent pas les autres emplois; et
- que le programme ne crée pas de distorsions sur le marché du travail journalier.

Tableau n°25: Taux journaliers pour des emplois non qualifiés

Exemple de questions relatives aux conditions du marché du travail				
Quels sont les montants <u>journaliers</u> fixés pour des emplois non qualifiés dans les secteurs suivants?				
Secteurs	En ce moment	3 mois auparavant	1 an auparavant	
Agricole				
Non agricole				
Construction				
Autres secteurs				
Quelle est votre perception de la disponibilité de ces emplois en ce moment?				
Secteurs	Plus que la 'normale'	'Normale'	Moins que la 'normale'	Ne sais pas
Agricole				
Non agricole				
Construction				
Autres secteurs				
Si différent de la 'normale', expliquez pourquoi :				

¹⁵ WFP, 2011. *Labour market in the context of food security: A guide, draft.*

Il s'agit ensuite de mettre en perspective les taux journaliers des emplois non qualifiés avec les prix des principaux produits alimentaires afin d'analyser les termes de l'échange. L'existence d'une corrélation entre les emplois occupés et la qualité de l'alimentation des ménages (score de consommation alimentaire), c'est-à-dire de leur sécurité alimentaire, peut être étudiée à travers le tableau suivant:

Tableau n°26: Relations entre les emplois et la sécurité alimentaire des ménages

Exemple de question relative aux conditions du marché du travail									
Combien d'homme-jours par an votre famille consacre-t-elle aux secteurs d'activité suivants?									
Codification : Auto-emploi/Indépendant (Auto) ou Employé/salarié (Employé)									
SCA	Agricole			Non agricole			Total		
	Employé	Auto	Total	Employé	Auto	Total	Employé	Auto	Total
Pauvre									
Limite									
Acceptable									

- **Migrations économiques (M10)**

La migration joue un rôle important de régulation des revenus des ménages vulnérables en fonction des saisons. Souvent, les revenus des migrations constituent une part importante des revenus des ménages quand les autres sources de revenus domestiques sont insuffisantes. Il est donc nécessaire de les prendre en considération surtout pour mieux comprendre les périodes au cours desquelles les ménages font le plus face à un déficit de revenus pour subvenir à leurs besoins alimentaires et non-alimentaires.¹⁶

Tableau n°27: Estimation des revenus issus des migrations économiques

Exemple de question relative aux migrations économiques						
Quels sont les revenus des ménages perçus des migrations économiques?						
Membres de la famille	Genre	Age	Période de migration (mois)	Nombre de jours d'absence	Types d'emploi	Montant des transferts monétaires
N° d'identification						
N° d'identification						
N° d'identification						
N° d'identification						

Les informations sur le rôle des migrations économiques peuvent ensuite être confrontées au score de consommation alimentaire (SCA) afin d'étudier les liens entre la sécurité alimentaire des ménages et les transferts monétaires issus des migrations.

¹⁶ Les outils ci-dessous sont extraits d'un guide sur l'analyse du marché du travail '*Labour market in the context of food security : A guide*', qui est en cours de préparation au sein du service de l'analyse de la sécurité alimentaire du PAM.

Tableau n°28: Relations entre les migrations économiques et la sécurité alimentaire des ménages

Exemple de question relative aux migrations économiques			
Combien de jours dans l'année, les membres de votre famille passent-ils en-dehors de leur domicile?			
SCA	Hommes	Femmes	Total
Pauvre	_ _ _ _	_ _ _ _	_ _ _ _
Limite	_ _ _ _	_ _ _ _	_ _ _ _
Acceptable	_ _ _ _	_ _ _ _	_ _ _ _

2.5 Outils de collecte des données

2.5.1 Collecte des données au niveau des marchés

- **Sélection des marchés et/ou des boutiques**

Les marchés alimentaires peuvent être classifiés en 5 catégories : marché de regroupement, marché transfrontalier, marché de collecte, marché rural de consommation, marché urbain de consommation.¹⁷

Cependant, dans le cadre d'une analyse pour un programme de transferts monétaires, le choix des marchés étudiés doit suivre la démarche proposée à la section 2.2 (Cartographie des marchés) et utiliser les catégories suivantes : marchés directement concernés par le programme, marchés indirectement concernés par le programme et marchés-témoins.

La collecte d'informations ne doit pas se limiter aux seuls marchés mais doit prendre également en compte les boutiques/commerces. Les enquêtes menées auprès des ménages permettront de déterminer l'importance de ceux-ci par rapport au marché et si le recours à l'un ou l'autre est fonction ou non des produits.

- **Choix des produits**

La liste des produits retenus pour l'analyse et le suivi est fonction des objectifs du programme. S'il s'agit d'un programme d'urgence visant à assurer un apport calorique minimum aux populations, alors l'étude se limitera à un nombre limité de produits de base. Si l'objectif du programme est de diversifier l'alimentation ou de répondre à un problème nutritionnel spécifique, alors la liste doit être étoffée en incluant une palette de produits plus variée.

- **Les outils de collecte**

La collecte d'informations au niveau des marchés se fera à travers des entretiens individuels ou de groupe sur la base de questionnaires. La méthode retenue privilégie une approche qualitative et itérative s'appuyant sur un questionnaire structuré mais semi-ouvert. En effet, un certain nombre de questions fermées y figure mais celles-ci doivent permettre de rebondir sur des sujets de discussion plus ouverts.

¹⁷ Des sous-catégories peuvent également se présenter tels que marchés de produits frais, de céréales, etc.

Le choix des unités de mesure est central dans le suivi des marchés et il est donc nécessaire d'établir, au préalable, un référentiel commun qui puisse être convertible dans le système métrique.

- **Le choix des répondants**

Les principaux grossistes et détaillants en céréales et/ou autres produits sélectionnés sont rencontrés sur les marchés retenus pour l'évaluation, le cas échéant, les négociants en bétail, et des consommateurs. En fonction de la taille des marchés, de 2 à 3 grossistes au minimum pourront être interrogés en sélectionnant de préférence ceux ayant le volume de transactions le plus important. Il s'agit donc d'un échantillonnage par choix raisonné, dans la mesure où l'étude porte davantage sur la compréhension du marché lui-même que de ces acteurs. Comme pour toute approche qualitative, les informations collectées seront systématiquement triangulées, ce qui sous-entend que le nombre et la diversité des personnes interrogées seront fonction de la cohérence des réponses. Des propos considérés comme 'contradictoire' ou 'improbables' devront être systématiquement confrontés à l'avis d'autres répondants de façon à pouvoir les confirmer.

Par ailleurs, les informations collectées sur un marché devront également être mises en perspective avec les réponses obtenues sur un autre lieu. C'est en effet l'imbrication de toutes ces informations qui permettront de proposer une photographie du fonctionnement des marchés.

Les coordonnées des commerçants interrogés devront être systématiquement relevés afin de permettre un suivi et de mesurer l'impact du programme.

Les commerçants sont plus ou moins enclins, selon les pays, à parler de leurs activités. En cas de réticence, ces informations doivent être collectées auprès d'autres acteurs ou en reformulant les questions. Si le marché a un représentant officiel, il est intéressant de le rencontrer.

Des entretiens individuels ou de groupe peuvent également être organisés directement sur les marchés avec des consommateurs afin de trianguler les informations collectées auprès des commerçants. Des questions spécifiques peuvent aussi être adressées aux transporteurs.

- **La fréquence de la collecte**

L'évaluation ex-ante, c'est-à-dire celle qui permet de fixer les indicateurs à t0 et de confirmer le fonctionnement des marchés, doit être menée avant les premières distributions d'argent. La périodicité des visites des marchés, établie pour chacun d'en eux, doit être fixée en fonction du volume du programme et des risques identifiés. Ces derniers ne seront donc pas tous suivis avec la même fréquence et les indicateurs pris en compte varient d'un marché à l'autre. Au terme de l'analyse ex-ante, un schéma détaillé du suivi des marchés doit être élaboré.

2.5.2 Collecte des données auprès des ménages

- **Les outils de collecte**

Les informations relatives aux stratégies et comportements des ménages sont collectées lors de discussions de groupe et d'entretiens avec les ménages sur la base d'un questionnaire avant le démarrage du programme.

Il ne s'agit pas ici de mener une enquête parallèle auprès des ménages, mais d'intégrer les questions proposées dans les questionnaires quand une enquête de la sécurité alimentaire a lieu. Les indicateurs les plus pertinents dans ce cadre sont : le comportement de dépenses, les sources de revenus, les stratégies d'adaptation, la diversité et la fréquence de consommation alimentaire, les conditions du marché du travail, la relation des ménages avec le marché du travail, etc. Certaines questions sont souvent déjà intégrées dans le questionnaire et leur traitement sert à la compréhension du fonctionnement des marchés.

- **Le choix des répondants**

L'échantillon des ménages à interviewer doit être représentatif de la population ciblée et est sélectionné sur la base d'un tirage aléatoire selon la même méthodologie que celle d'une enquête de base auprès des ménages.

Pour les entretiens de groupe, des groupes homogènes doivent être constitués et la sélection doit se faire sur la base d'un choix raisonné. La composition des groupes dépend de l'objet de la recherche. Il peut être intéressant de mener des entretiens, directement dans les villages ciblés par le programme, avec un groupe d'hommes d'une part et un groupe de femmes d'autre part. Les sujets abordés concernent le rôle des marchés dans leur sécurité alimentaire et leurs perceptions des questions de disponibilité, accessibilité, accès physique, saisonnalité et diversité de l'offre.

2.6 Estimation du montant du transfert monétaire

Le montant du transfert dépend notamment de l'objectif du programme: garantir la réponse aux besoins alimentaires de base des ménages, assurer un complément alimentaire ou renforcer les capacités de résilience des ménages.¹⁸ Il convient dans tous les cas de se référer à un standard national de façon à ne pas créer de disparités.

Les variations de prix inter- et intra-annuelles peuvent être très fortes dans certains pays. Le montant des transferts monétaires doit donc être révisé périodiquement en fonction du niveau estimé des prix mais doit également intégrer les fluctuations saisonnières.

- **Cas n°1 : Assurer un apport nutritionnel minimum de 2 100 Kcalories**

Si l'objectif de l'intervention est de sécuriser un apport de 2 100 Kcal par adulte, le calcul du montant du transfert (argent ou coupon) est basé sur une ration simple composée de céréales, légumineuses et d'huile.¹⁹

Si le pays est doté d'un système fiable de suivi des prix de marché, le montant de la ration pourra alors être calculé à partir de la prévision des prix sur les mois concernés par l'intervention. A défaut de prévision, une alternative (moins rigoureuse) consiste à calculer le montant de la ration à partir de la moyenne des prix des mois concernés par l'intervention sur les 3 à 5 ans passés. Les variations de prix intra-annuelles pouvant être très marquées, il est important de ne prendre en compte que les mois concernés par l'intervention.

¹⁸ WFP, 2009. *Cash and Vouchers Manual*, First Edition.

¹⁹ Elle comprendra, par exemple, 500 g de céréales + 60 g de légumineuses + 20 g d'huile par personne.

L'estimation doit aussi tenir compte des disparités régionales, en particulier dans les pays où les marchés sont faiblement intégrés. Le tableau ci-dessous prend l'exemple d'une ration sur 3 mois.

Tableau n°29: Base de calcul pour la détermination de la valeur moyenne de la ration

Marchés	Céréales			Légumineuses			Huile			Coût moyen de la ration
	Mars	Avril	Mai	Mars	Avril	Mai	Mars	Avril	Mai	
Région 1	A									B
Région 2										
Région x										

Exemple : **A** correspond à la moyenne (Prix Céréales) pour le mois de Mars pour x années

B correspond à la somme (Prix céréales + Prix légumineuses + Prix huile) / 9

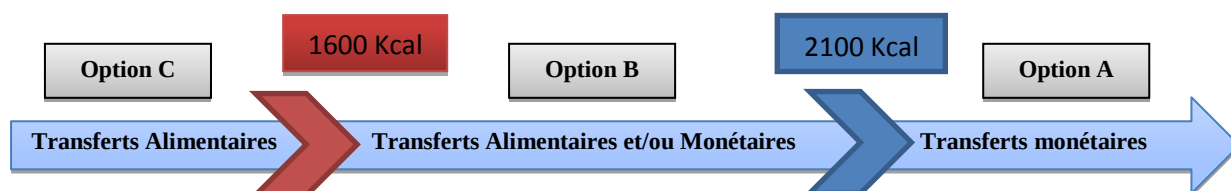
• Cas n°2: Améliorer l'accès du ménage à une alimentation diversifiée

Si l'objectif du programme est l'amélioration de l'accès à une alimentation diversifiée, l'analyse et le suivi des marchés doivent prendre en compte un panel plus large de produits. Il faut dans un premier temps étudier la diversité de l'offre alimentaire sur les marchés et sa saisonnalité. Une fois la disponibilité admise, il faut déterminer le montant du transfert monétaire en se basant sur une estimation du 'panier de la ménagère'.

Il est important de prendre en compte les effets possibles de substitution. En effet, les dépenses des ménages peuvent s'orienter vers d'autres priorités que celles du programme et en compromettre les résultats. Les coupons permettent de mieux orienter le choix des consommateurs. Ils ne sont toutefois pas une garantie en raison de possibles détournements et d'échanges. Un préalable est donc d'étudier les priorités de consommation des ménages (Voir Annexe 1: Indicateurs à suivre dans le cadre des enquêtes ménages) et le cas échéant, envisager un montant additionnel pour 'protéger le coupon / la ration' et réduire ainsi les risques de diversion.

Prise en compte de l'inflation

Supposons que le montant du transfert (Y) soit calculé sur la base d'une ration de 2 100 Kcal et de la moyenne des prix sur différents marchés pour les 3-5 dernières années.²⁰ Un niveau des prix supérieur à la moyenne entraînera donc une dévalorisation du montant du transfert monétaire (Y) et compromettra l'objectif du programme de garantir l'accès à une ration équivalant à 2 100 Kcal au minimum. D'autres alternatives aux transferts monétaires devraient être envisagées en cas de prix 'anormalement' élevés (Options B et C) :



Lecture du schéma :

Y = Montant du transfert monétaire déterminé sur la base des éléments précédents.

²⁰ Une période de référence plus longue peut toutefois être retenue pour atténuer les effets des années exceptionnelles.

Option A : Si $Y \geq$ coût de la ration équivalent à 2100 Kcal, c'est-à-dire si le montant Y du transfert monétaire permet d'accéder à une ration supérieure ou égale à 2100 Kcal, alors l'option transferts monétaires à 100% pourra être retenue si les marchés remplissent les conditions de disponibilité en qualité/quantité et de stabilité des prix.

Option B : Si le coût de la ration équivalent à 1600 Kcal $< Y <$ coût de la ration équivalent à 2100 Kcal, c'est-à-dire si le montant Y ne permet pas de couvrir les 2100 Kcal requis mais permet tout de même d'accéder à une ration supérieure à 1600 Kcal, alors une analyse plus approfondie du fonctionnement des marchés sera nécessaire pour arbitrer entre 3 options : transferts monétaires 100% ; transferts alimentaires 100% ; combinaison de transferts monétaires + alimentaires. Il s'agira alors d'étudier les déterminants de la hausse des prix ainsi que la disponibilité de produits de substitution, moins prisés mais permettant de sécuriser l'apport calorique.

Option C : Si $Y <$ coût de la ration équivalent à 1600 Kcal, c'est-à-dire si le montant Y ne permet pas même de couvrir 1600 kcal, alors les transferts alimentaires devront très probablement être privilégiés. Cette situation correspond à une majoration substantielle des prix de l'ordre de 30% par rapport à la moyenne, ce qui peut induire une distorsion des prix sur le marché.

3. Analyse des effets des transferts monétaires sur les marchés

3.1 Suivi de l'impact du programme sur les marchés

Une fois le programme mis en œuvre, il est indispensable d'assurer un suivi de la situation des marchés pour pouvoir ajuster le programme en cas de distorsions importantes d'un ou plusieurs des indicateurs retenus. Par exemple, en cas d'augmentation significative des prix, une analyse des causes et conséquences des tensions inflationnistes permet d'ajuster le programme.

Dans le cadre du monitoring du programme, des enquêtes sont réalisées auprès d'un échantillon représentatif de ménages sur la base d'un questionnaire. Dans le cadre de ces enquêtes, il est essentiel d'aborder:

- Les questions d'accessibilité et notamment la part des revenus consacrée à l'alimentation. Il est essentiel d'estimer les montants consacrés à l'achat de nourriture qui peuvent varier significativement en fonction des saisons et du niveau des dépenses non alimentaires (achat de semences, scolarité, remboursement d'emprunt, cérémonies, etc.). Le calendrier des revenus et dépenses est clef pour anticiper les arbitrages qui seront faits par les ménages entre l'alimentation et d'autres postes de dépenses.
- les stratégies des ménages qui ont également une incidence sur les marchés. Par exemple, si la priorité des ménages est d'acheter des semences, un programme dont le but est de réduire la malnutrition n'aura sans doute pas les effets escomptés.

Le suivi des marchés complète cette enquête. Les questions-clefs à aborder sont les suivantes:

- Le marché a-t-il connu des variations significatives (de la disponibilité, de la demande, des prix, des acteurs présents) depuis le démarrage du programme? Et si oui, quelles en sont les causes? Il faut ici tenter d'isoler les causes endogènes à l'activité des causes exogènes.
- Des difficultés/contraintes/distorsions qui pourraient être imputables au programme ont-elles été identifiées?
- Les informations relatives au programme ont-elles été correctement transmises? Evaluer ici l'asymétrie de l'information au niveau des commerçants sur les différents marchés et au niveau des consommateurs et l'impact possible sur les volumes échangés et sur les prix.
- Quelles sont les perspectives d'évolution des prix et des flux pour les semaines/mois à venir?

Ces questions sont abordées auprès des principaux grossistes, des détaillants et des ménages bénéficiaires du programme. Pour ces derniers, il s'agit d'entretiens de groupe en séparant les hommes et les femmes car leurs perceptions peuvent être différentes. L'échantillon ne doit pas être statistiquement représentatif mais doit être significatif. Le nombre d'entretiens sera fonction de la qualité et de la fiabilité des informations obtenues. Les points de litige doivent être éclaircis par des questions spécifiques ou par de nouveaux entretiens.

Idéalement, le suivi doit être mené dix à quinze jours après le paiement.

En outre, le monitoring doit assurer le suivi de certains indicateurs jugés pertinents évalués en t_0 .

3.2 Evaluation finale de l'impact du programme sur les marchés

Il est important d'évaluer l'impact du programme sur les marchés. Cette analyse renseigne sur la réponse des marchés à la mise en œuvre du programme et peut permettre de comprendre certains mécanismes qui informeront la mise en place de programmes futurs.

L'évaluation finale ou globale du programme, menée par la division évaluation du PAM ou des évaluateurs externes, est une synthèse des résultats du suivi post distributions (PDM). Elle prend en compte de nombreux éléments tels que la pertinence et l'adéquation de la réponse, la conduite de l'intervention et son efficacité. Dans ce guide technique, seuls les indicateurs mesurant les conséquences de l'intervention sont abordés.

Idéalement, l'évaluation finale doit être menée un mois à un mois et demi après le dernier paiement.

L'évaluation finale doit couvrir les questions suivantes concernant les marchés:

- Quels effets/impacts sur les marchés perdurent au-delà de la clôture du programme?
- L'impact du programme sur les commerçants est-il perceptible? A-t-il permis de dynamiser les activités commerciales et de renforcer les capacités des commerçants à développer leur activité?
- Quels sont les changements éventuels de stratégies/pratiques commerciales observés auprès des consommateurs et des commerçants avant et après le programme?
- Quels sont les principaux enseignements de ce programme et quelles sont les recommandations pour la poursuite d'activités similaires dans le contexte étudié?

Des informations complémentaires sont toutefois à collecter plusieurs semaines après la clôture du programme pour se détacher des épiphénomènes et évaluer les effets à plus long terme de l'activité.

Certains des indicateurs présentés dans le chapitre précédent sur l'analyse ex-ante des marchés sont ici repris (tableau 30) pour évaluer les effets/l'impact du programme. Il convient de distinguer les effets ponctuels qui ne persistent pas au-delà du programme, des effets durables. En effet, certaines interventions même mises en œuvre dans des contextes d'urgence et souvent avec des objectifs à court terme, peuvent générer des effets multiplicateurs dont l'impact perdure au-delà du programme.

Tableau n°30: Indicateurs mesurant les effets/l'impact du programme

	Indicateurs
Structure du marché	Niveaux de concurrence (S1, S2, S5) Circuits de commercialisation (S4)
Comportement du marché	Structure du prix des produits (C1, C4) Comportements et stratégies des commerçants (C3)
Performance du marché	Disponibilité des produits (P1) Diversité des produits (P2) Niveaux des prix (P3) Activités liées au commerce (effets multiplicateurs)
Acteurs du marché	Volume de transactions Développement de l'activité économique des commerçants

Les trois premiers points portent sur les conséquences du programme sur le marché lui-même (en reprenant l'approche Structure-Conduite-Performance) tandis que le dernier point aborde la question de l'évaluation de l'impact sur les participants au programme. Les effets peuvent tout aussi bien être positifs que négatifs.

Il est préférable, dans la mesure du possible, de retrouver les commerçants interrogés dans le cadre de l'analyse ex-ante. Il est possible d'ajouter des acteurs nouvellement entrés sur le marché. Dans tous les cas, mais à fortiori si les commerçants interrogés ne sont plus les mêmes, il faut prendre pour référence les situations 'avant le démarrage du programme' et 'en temps normal', afin de pouvoir comparer la situation avant et après l'intervention.²¹

3.2.1 Effets du programme sur la structure du marché

- **Effets sur les niveaux de concurrence**

Les programmes de transferts monétaires peuvent influencer sur le nombre de commerçants et/ou sur leurs parts de marché. Ils agissent donc potentiellement sur la structure du marché elle-même. Les risques de distorsions sont toutefois moins importants avec des transferts d'argent qu'avec un système de coupons dans la mesure où ces derniers impliquent un accord au préalable avec des commerçants répondant à des critères d'éligibilité prédéfinis. La participation au programme est donc dans ce cas sélective, ce qui peut renforcer la place de certains acteurs et créer des déséquilibres dans la répartition des parts de marché.

Un programme de transferts monétaires peut aussi stimuler les activités commerciales et favoriser l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché. Cet impact peut être éphémère et ne pas perdurer au-delà de la durée du programme. Dans certains contextes, il peut être plus permanent. Suite à une catastrophe naturelle ou un conflit ayant entraîné des pertes en capital importantes, l'intervention

²¹ 'En temps normal' correspond à la situation en cette période de l'année sans intervention extérieure.

peut en effet renforcer les capacités des commerçants à relancer leurs activités commerciales, en gonflant provisoirement et artificiellement la demande.

Le tableau ci-dessous permet d'assurer un suivi du nombre de commerçants avant et après l'intervention.

Tableau n°31: Effets du programme sur le nombre de commerçants

Exemple de questions relatives au nombre de commerçants						
Le nombre de commerçants a-t-il varié du fait du programme?						
Produits (à identifier en fonction des besoins du programme)	Avant l'intervention		Après l'intervention			
	Nombre de grossistes	Nombre de détaillants	Nombre de grossistes	Nombre de détaillants		
	Produit 1	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	
	Produit 2	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	
	Produit 3	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	
Quels sont les 2 principaux facteurs ayant influé sur le nombre de commerçants? (Par ordre d'importance)						
Facteurs	Saisonnalité	Programme	Situation économique ²²	Mesures politiques	Production agricole ²³	
Produit 1	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	
Produit 2	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	
Produit 3	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _	

Il peut être difficile d'attribuer au programme lui-même sa part de responsabilité quant à l'évolution du nombre de commerçants en raison de la saisonnalité des activités commerciales et dans les contextes plus spécifiques d'urgence, d'un retour progressif à la 'normale' indépendant de l'intervention. Cette question s'accompagne donc d'une discussion pour isoler les facteurs ayant potentiellement contribué à l'entrée sur le marché de nouveaux commerçants.

Un programme de transferts monétaires peut également influencer sur la répartition des parts de marché entre les commerçants. La part de marché n'étant pas toujours facile à estimer par les grossistes eux-mêmes, il est alors possible de l'évaluer à partir des quantités commercialisées par le commerçant rapportées au volume total des transactions sur le marché. Il s'agit d'approximations mais qui peuvent permettre de dessiner des tendances si un suivi est assuré sur la durée du programme.

Dans le cas d'une intervention avec coupons, il convient de comparer l'évolution des ventes des commerçants participant au programme à ceux qui en sont exclus, afin d'apprécier les effets de l'intervention sur la répartition des parts de marché. Dans le cas de transferts d'argent, les risques de privilégier certains acteurs au détriment des autres sont moins importants dans la mesure où il n'existe aucun contrat et que tout commerçant peut ainsi être sollicité.

²² Par 'situation économique', il s'agit ici d'un changement dans le contexte économique et humanitaire.

²³ Production agricole: en fonction des niveaux de production agricole, les activités commerciales sont plus ou moins stimulées.

Tableau n°32: Effets du programme sur le volume des transactions

Exemple de questions relatives au volume des transactions					
Quelles sont les quantités hebdomadaires moyennes que vous commercialisez?					
	Avant le démarrage	En ce moment	En temps 'normal'		
Produit 1	_ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _		
Produit 2	_ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _		
Produit 3	_ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _		
Le cas échéant, quelles sont les principales raisons de l'écart entre les quantités commercialisées 'en ce moment' et 'en temps normal'? (par ordre d'importance)					
Raisons	Impact du programme	Saisonnalité	Amélioration / dégradation du contexte global	Fluctuations de l'offre	Variation de la demande indépendante du programme
Produit 1	_	_	_	_	_
Produit 2	_	_	_	_	_
Produit 3	_	_	_	_	_
Pour chacune des raisons invoquées, expliquez:					

La question sur le volume des transactions hebdomadaires peut également être analysée pour évaluer les effets du programme sur les disponibilités et sur les stratégies mises en place par les commerçants.

- **Effets sur les circuits de commercialisation**

Les transferts monétaires en provoquant une augmentation de la demande des ménages peuvent contraindre les commerçants à changer de sources d'approvisionnement pour satisfaire la demande additionnelle. Celle-ci peut à l'inverse être perçue comme une opportunité pour diversifier les fournisseurs. La solvabilité des acheteurs garantit en effet une meilleure solvabilité des commerçants eux-mêmes en renforçant leur trésorerie, leur permettant ainsi d'accéder éventuellement à de nouvelles sources d'approvisionnement.

Tableau n°33: Effets du programme sur les circuits de commercialisation des produits

Exemple de questions relatives au circuit de commercialisation des produits					
Avez-vous été contraint par le programme à changer de circuit de commercialisation ?					
1= Oui; 2= Non; 3= Ne sais pas					
Si oui, pour quelles raisons ?					
Codification : 1= Manque de disponibilité chez le fournisseur habituel; 2= Ne vend d'habitude pas ce produit; 3= Plus avantageux chez un autre fournisseur; 4= Difficultés de transport; 5= Autre à préciser					
	1	2	3	4	5
Produit 1	_	_	_	_	_
Produit 2	_	_	_	_	_
Produit 3	_	_	_	_	_
Si oui, ce changement a-t-il eu un impact sur les...					
	Coûts de transaction	Délais d'approvisionnement	Quantités disponibles	Qualité des produits	Autres (à préciser)
Produit 1	_	_	_	_	_
Produit 2	_	_	_	_	_
Produit 3	_	_	_	_	_

Il est intéressant ici d'étudier la capacité des commerçants à changer leurs circuits de commercialisation pour s'adapter à la demande des consommateurs. De faibles opportunités risquent de provoquer une pression sur l'offre disponible et donc des tensions sur les prix.

3.2.2 Effets du programme sur le comportement du marché

- **Effets sur la structure du prix des produits**

Le coût de transaction d'un produit est pris en compte dans l'analyse ex-ante (Indicateur C1). Il convient d'évaluer si le programme a contribué à une variation du prix de vente et, en analysant la structure de ce dernier, d'isoler les postes affichant les plus fortes fluctuations.

Tableau n°34: Effets du programme sur les coûts de transaction des produits

Exemple de questions relatives aux coûts de transaction d'un produit		
Quelle est la structure du prix du produit P?		
	Au démarrage ²⁴	En ce moment
Coût d'achat à la source (Préciser la source et la distance)		
Coût du transport vers le marché étudié		
Coût de la manutention		
Marge commerciale		
Taxes formelles et/ou informelles		
Prix de vente sur le marché		

Une attention particulière peut être portée sur les marges commerciales (indicateur P5, tableau 15) afin d'évaluer si celles-ci ont 'anormalement' évolué au cours du programme. Si le marché est peu concurrentiel, un risque d'entente entre commerçants pour la fixation des prix existe. En décomposant la structure du prix et en assurant son suivi sur la durée du programme, il est possible d'analyser les causes d'éventuelles fluctuations et de mieux identifier les possibles distorsions liées à l'intervention elle-même. Il est à noter qu'une augmentation de la demande ne se traduit pas forcément par une hausse des prix et peut même, à l'inverse, s'accompagner d'une baisse des prix. L'augmentation du volume des transactions peut en effet entraîner des économies d'échelle (coûts de transport, de stockage...) ou améliorer le pouvoir de négociation du commerçant (coût d'achat à la source) ou un afflux supplémentaire d'offre en réponse à la demande additionnelle.

- **Effets sur les comportements et stratégies des participants**

La capacité des marchés à répondre à une demande additionnelle sans provoquer de distorsion est étroitement liée à la diversité des stratégies auxquelles les commerçants pourront recourir. L'analyse des mécanismes mis en place pour satisfaire la demande permet d'estimer les risques liés aux transferts monétaires.

La liste des stratégies proposées ci-dessous n'est pas exhaustive et peut être enrichie.

²⁴ Information qui normalement a été collectée au cours de l'évaluation ex-ante et qu'il est possible de reprendre si les commerçants interrogés sont les mêmes pour l'enquête ex-ante et l'enquête finale.

Tableau n°35: Effets du programme sur le comportement et les stratégies des commerçants

Exemple de question relative aux comportements et stratégies des participants					
Avez-vous mis en œuvre l'une des stratégies suivantes pour faire face à la demande additionnelle? 1= Oui; 2= Non; 3= Ne sais pas					
	Emprunt	Changement de fournisseurs	Changement de produits	Déstockage inhabituel	Autres (préciser)
Stratégies	_	_	_	_	_

3.3.3 Effets du programme sur la performance du marché

- Effets sur la disponibilité des produits**

Améliorer la solvabilité de la demande peut participer à un renforcement de la disponibilité des produits sur les marchés. De meilleures opportunités de vente peuvent attirer de nouveaux commerçants et élargir ainsi le volume et la gamme de produits disponibles. A l'inverse, stimuler la demande pourra avoir pour effet de créer une pénurie pour des produits donnés. La question de l'impact du programme sur la disponibilité est donc cruciale. Elle peut être en partie résolue par les questions précédemment soulevées telles que les niveaux de concurrence, les circuits de commercialisation ou encore les volumes moyens de transactions.

Tableau n°36 : Effets du programme sur la disponibilité des produits

Exemple de questions relatives à la disponibilité des produits							
Avez-vous toujours été capable de répondre à la demande <u>au cours du programme</u> de transferts monétaires ? 1= Oui, toujours; 2= Non, pas toujours; 3= Non, jamais; 4= Ne sais pas							
S'il vous est arrivé de ne pas pouvoir satisfaire la demande, quelles en étaient les raisons ? Codification : 1= Demande trop forte par rapport aux disponibilités sur place; 2= Problèmes de transport; 3= Problèmes de disponibilité au niveau de la source; 4= Problèmes de stockage; 5= Insuffisance en capital; 6= Manque d'anticipation/information; 7= Autres à préciser							
	1	2	3	4	5	6	7
Produit 1	_	_	_	_	_	_	_
Produit 2	_	_	_	_	_	_	_
Produit 3	_	_	_	_	_	_	_
Vous était-il déjà arrivé <u>auparavant</u> d'être dans l'incapacité de répondre à la demande ? 1= Oui, souvent; 2= Oui, parfois; 3= Non, jamais; 4= Ne sais pas							
Si oui, en quelles occasions ?							
	Chaque année, en période d'hivernage		En période de crise		Autres (à préciser)		
Produit 1	_		_		_		
Produit 2	_		_		_		
Produit 3	_		_		_		

- Effets sur la diversité des produits**

Les changements du pouvoir d'achat des ménages peuvent influencer sur la diversité des produits disponibles sur le marché. En effet, une variation du pouvoir d'achat influe significativement sur la consommation de certains produits (voir indicateur M5 sur les stratégies de consommation, tableau 20) et des effets de substitution peuvent se produire. En cas d'amélioration du pouvoir d'achat, la demande de certains produits peut s'accroître, les commerçants devant alors élargir la

gamme des produits disponibles. Une augmentation de la demande peut aussi contribuer à la raréfaction des produits sur les marchés si l'offre est limitée.

Le calcul de l'indicateur de diversité peut offrir des éléments de réponse même si l'interprétation des résultats mérite la plus grande prudence tant la diversité est dépendante de la saisonnalité.

Tableau n°37: Effets du programme sur la diversité des produits disponibles

Exemple de question relative à la diversité des produits disponibles					
Quelle est la disponibilité de ces produits le jour de la visite du marché ? Identifier 20 produits-clefs (0= Inexistante; 1= Faible; 2= Moyenne; 3= Importante; 4= Très importante)					
	Inexistante	Faible	Moyenne	Importante	Très importante
Produit 1	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 2	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 3	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 4	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 20	☐	☐	☐	☐	☐

Calcul de l'indicateur:
Indicateur > 50, la diversité des produits disponibles sur le marché peut être considérée comme **forte**.
40<indicateur <50, la diversité des produits disponibles peut être considérée comme **bonne**.
30 <indicateur <40, la diversité des produits disponibles peut être considérée comme **moyenne**.
Indicateur <30, la diversité des produits disponibles peut être considérée comme **faible**.

- **Effets sur le niveau des prix**

Une augmentation du volume des transactions peut soit favoriser des économies d'échelle ou des effets d'opportunités et contribuer ainsi à une diminution des prix ou à une moindre hausse, soit à l'inverse, provoquer des tensions inflationnistes.

Tableau n°38: Effets du programme sur le niveau des prix

Exemple de questions relatives au niveau des prix				
Quels sont les prix moyens pratiqués sur le marché pour les produits suivants à différentes périodes? (indiquer la conversion de l'unité de mesure dans le système métrique)				
	Le jour de la visite	En temps 'normal'	Récolte	Soudure
Produit 1	☐	☐	☐	☐
Produit 2	☐	☐	☐	☐
Produit 3	☐	☐	☐	☐

Quelle est votre perception des prix en comparaison de ce qu'ils devraient être à la même période de l'année?

	Plus bas	Identiques	Plus élevés	Beaucoup plus élevés	Ne sais pas
Produit 1	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 2	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 3	☐	☐	☐	☐	☐

Si les prix ne sont pas conformes à ce qu'ils devraient être en cette période de l'année, est-ce imputable au programme de transferts monétaires ?

	Oui, en grande partie	Oui, en partie	Non, pas du tout	Ne sais pas
Produit 1	☐	☐	☐	☐
Produit 2	☐	☐	☐	☐
Produit 3	☐	☐	☐	☐

Afin de mettre en perspective l'évolution de la situation sur les marchés et les objectifs du programme, il sera plus intéressant encore de suivre les niveaux d'accessibilité des ménages à une ration de 2 100 kcal et/ou à une ration nutritionnellement équilibrée. Il s'agira alors d'illustrer par un graphique l'évolution du coût d'une ration préalablement identifiée.

- **Effets sur les activités liées au commerce (effets multiplicateurs)**

Stimuler la demande a un impact non seulement sur les activités commerciales mais également sur les activités directement ou indirectement liées à la commercialisation des produits. Il s'agit donc ici d'étudier la chaîne de commercialisation pour un produit donné et d'observer les effets engendrés par la stimulation de la demande. Un programme de coupons contre produits frais peut favoriser la production locale en assurant des débouchés. Dans le cas des coupons, il est relativement aisé de remonter les filières, les achats étant traçables en nature et en volume. Cet exercice est plus compliqué dans le cas des transferts d'argent, mais des tendances peuvent ici aussi être proposées.

L'analyse des effets multiplicateurs des transferts monétaires est développée dans un guide séparé.²⁵

3.3.4 Effets du programme sur les acteurs du marché

Il est question ici des effets / impact de l'intervention sur les acteurs du marché. Les effets indirects d'un programme de transferts monétaires qui ne sont pas liés aux questions de marché ne sont pas traités dans ce guide.

L'utilisation des coupons permet une meilleure traçabilité et donc une estimation fiable du surcroît de demande généré par les transferts monétaires. Les coupons sont en effet numérotés et il est aisé de calculer pour chacun des commerçants la demande spécifiquement liée au programme (nombre de coupons et montant), c'est-à-dire le chiffre d'affaires associé à l'intervention. La difficulté est toutefois d'évaluer s'il s'agit d'une demande additionnelle ou si les coupons ont seulement permis de dégager des ressources pour d'autres dépenses. Les enquêtes réalisées auprès des ménages peuvent offrir un éclairage sur ces transferts possibles. A l'inverse, la traçabilité des distributions d'argent est faible, car il est impossible d'isoler la demande liée au programme de la demande globale. Aucun accord n'est ici signé avec les commerçants, ce qui signifie que les ménages bénéficiant du programme s'approvisionnent en produits de leur choix. L'évaluation de l'impact de cette modalité d'intervention sur les activités commerciales est donc plus compliquée.

- **Effets sur le volume des transactions**

L'objectif est ici d'estimer la demande supplémentaire générée par le programme et d'en mesurer les effets sur l'activité des commerçants interrogés. Cette question peut compléter les questions relatives aux quantités hebdomadaires commercialisées.

²⁵ WFP, 2012. *Measuring the secondary economic impact on the dairy sector of WFP e-voucher programmes in oPt: A practical guide for the development of an appropriate monitoring system to measure the economic impact of WFP voucher programmes*, Draft Operational Guide.

Tableau n°39: Effets du programme sur la demande des ménages

Exemple de questions relatives à la demande des ménages					
Quelle est votre perception de la demande depuis le démarrage de l'intervention de transferts monétaires?					
	Pas de changement	Plus élevée	Moins élevée	Ne sais pas	
Produit 1	☐	☐	☐	☐	
Produit 2	☐	☐	☐	☐	
Produit 3	☐	☐	☐	☐	
Si la demande a varié, quelles en sont les raisons? (par ordre d'importance)					
Codification : 1= Cyclique/variations saisonnières; 2= En lien avec la situation économique et alimentaire du moment; 3= En lien avec les activités/programmes monétarisés en cours; 4= En raison de flux de population; 5= Autres (à préciser)					
	1	2	3	4	5
Produit 1	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 2	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 3	☐	☐	☐	☐	☐
Pouvez-vous estimer l'augmentation de vos ventes <u>imputable au programme</u>?					
	Moins de 15%	Entre 15 et 45%	Entre 45 et 75%	Plus de 75%	Pas d'effet
Produit 1	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 2	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 3	☐	☐	☐	☐	☐
Avez-vous remarqué un changement <u>dans la nature</u> de la demande au cours du programme?					
1= Oui ; 2= Non ; 3= Ne sais pas					
Si oui, quels types de changement?					
Codification : 1= Changement dans la qualité des produits choisis; 2= Substitution d'un produit pour un autre; 3= Changement de l'unité choisie (exemple : sac au lieu de l'unité locale)					
Pouvez-vous estimer le nombre de vos clients en moyenne par semaine?					
	Moins de 10	Entre 10 et 50	Entre 50 et 150	Plus de 150	
Produit 1	☐	☐	☐	☐	
Produit 2	☐	☐	☐	☐	
Produit 3	☐	☐	☐	☐	
Pouvez-vous estimer l'augmentation du nombre de vos clients <u>imputable au programme</u> ?					
	Moins de 15%	Entre 15 et 45%	Entre 45 et 75%	Plus de 75%	Pas d'effet
Produit 1	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 2	☐	☐	☐	☐	☐
Produit 3	☐	☐	☐	☐	☐

- **Effets sur l'activité économique des commerçants**

Etudier l'affectation des revenus générés par l'intervention de transferts monétaires permet d'évaluer l'impact indirect du programme. Il est important de distinguer ici les adaptations qui ne s'inscrivent que dans le cadre de la réponse (exemple : embauche de personnel pour répondre à une augmentation ponctuelle de la demande) des effets à plus long terme devenus possibles par l'augmentation du capital du commerçant.

Tableau n°40: Effets du programme sur l'activité économique des commerçants

Exemple de question relative à l'activité économique du commerçant						
Quelles ont été/sont les conséquences du programme de transferts monétaires sur votre activité commerciale? 1= Oui; 2= Non; 3= Ne sais pas						
	Investis- sement	Embauche	Rembourse- ment de dettes	Diversifica- tion de l'activité	Constitution de stocks	Augmentati on des transactions
Effet ponctuel	_	_	_	_	_	_
Effet durable	_	_	_	_	_	_
Pour chacune des modalités retenues, donnez les détails:						

3.3.5 Effets du programme sur les ménages

Le suivi des effets des transferts monétaires peut se faire avec de nombreux indicateurs. Ceci dit, des indicateurs standards tels que le score de consommation alimentaire (M4, tableau 19), les stratégies de consommation (M5, tableau 20) et les stratégies de dépenses (M6, tableaux 21 et 22) présentés à la section 2.4 sont adaptés pour un suivi relativement léger.

Le niveau d'allocation des transferts monétaires à la consommation alimentaire fait l'objet de débat. Il est par conséquent important de l'inclure dans le suivi d'impact. Les tableaux 21 et 22 peuvent être adaptés pour mener cette analyse. Il s'agit d'estimer la part des transferts alloués à des dépenses alimentaires et non alimentaires (tableau 21) et éventuellement de désagréger la part allouée aux dépenses alimentaires par groupe de produits alimentaires (tableau 22).