



Cursus de formation sur le **stockage de proximité** en Afrique de l'Ouest

LIVRETS DE L'APPRENANT DE NIVEAU REGIONAL

8

# La gestion de l'information par les organisations de producteurs réalisant du stockage de proximité



Publication réalisée par l'Agence Régionale pour l'Agriculture et l'Alimentation (ARAA)  
avec l'accompagnement technique du groupement IRAM, OXFAM, Inter-Réseaux, LARES, SOS Faim  
et d'INADES-Formation



Appui financier : Union européenne

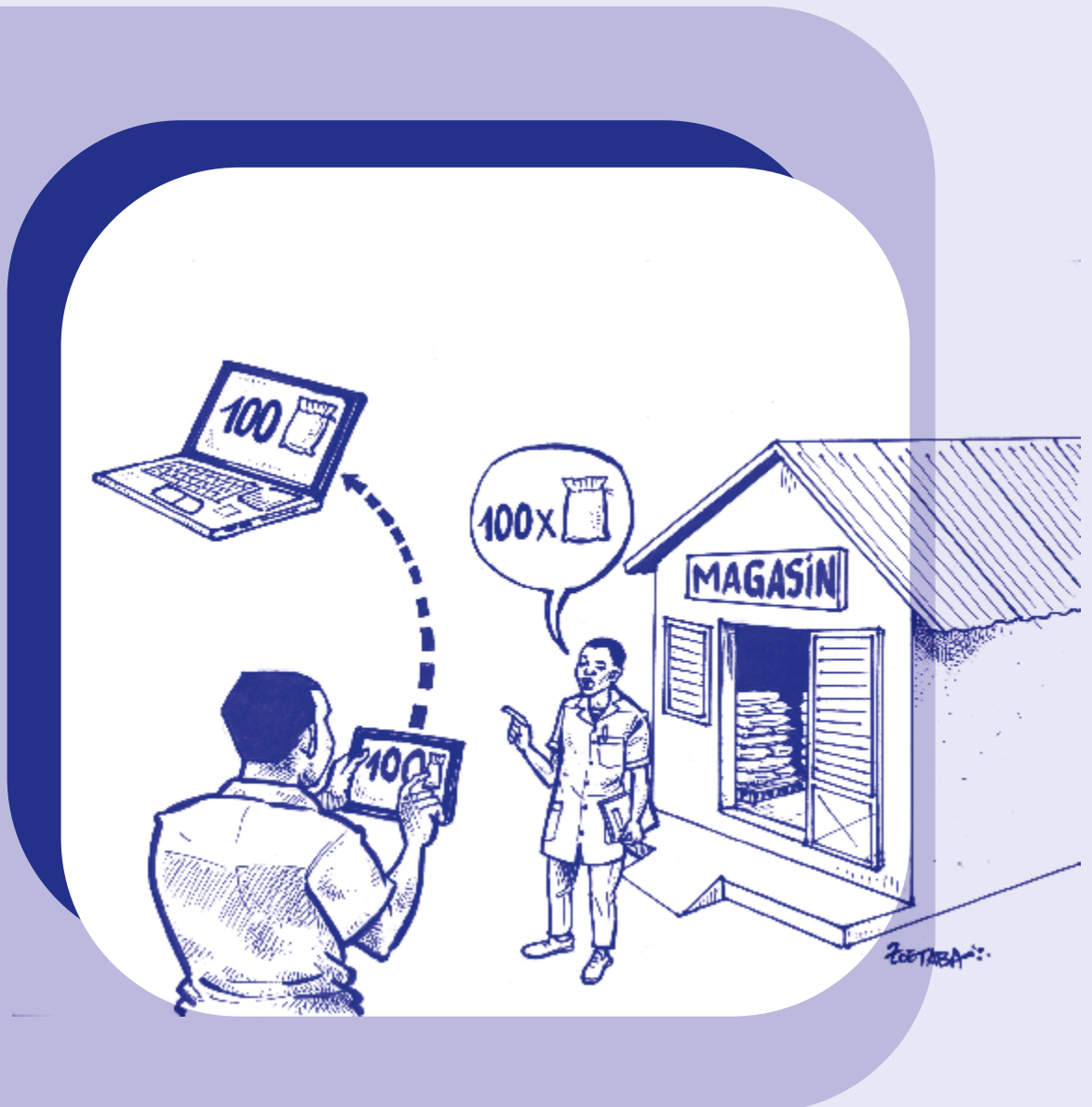


Partenaires de mise en œuvre : AFD, AECID, CILSS



8

# La gestion de l'information par les organisations de producteurs réalisant du stockage de proximité



- **Publication** : ARAA/CEDEAO
- **Directeur de publication** : Ousseini SALIFOU, Directeur Exécutif de l'Agence régionale pour l'agriculture et l'alimentation (ARAA).
- **Rédaction** : La conception de ce livret de l'apprenant a été confiée à un Groupe de rédaction composé de 15 personnes (élus ou techniciens) issues des organisations de producteurs actives dans le stockage de proximité : Abdoul Aziz Alawaly, Coordonnateur, Tassaght, Mali; Imelda Agondanou, Chargée de programmes, ROPPA; Bassiaka Dao, Président, FEPA-B, Burkina Faso; Boubacar Cisse, CRUS, Burkina Faso; Amidou Ganamé, Secrétaire exécutif, coopérative Viim Baore, Burkina Faso; Idi Nouno, Secrétaire exécutif adjoint, AREN, Niger; Joshua Shekarou Uchissa, Président, JUSSAF, Nigeria; Lionel Guezodje, Président, COOPDICPA, Bénin; Mamoutou Kane, Secrétaire exécutif, Faso Jigi, Mali; Nagnango Yakouba Arzouma, Directeur exécutif, CPC, Togo; Nashiru Issifu Kadiri, Président, Ghana Grain Council; Idrissa Saïdou Djibo, Responsable des opérations techniques, Mooriben, Niger; Aboubakar Sanon, Responsable de l'observatoire des exploitations familiales, APESS; Soumaïla Sanou, Président, ROAC.
- Pour exercer son mandat, le Groupe de rédaction a été appuyé par un groupement constitué par l'IRAM (Jérôme Coste, Augustin Pallière et Liora Stührenberg), OXFAM (Gabriel Pons Cortès, Manuel Vilches et Abdoulaye Bengali), SOS Faim (Alimata Sawadogo, François van der Cam, Marc Gouem, Marc Mees et Willy Tadjudje), LARES (Faridath Atchabi Aboudou, Edwige Adje, Isbath Mama et Loukmane Amadou), Inter-Réseaux Développement Rural (Eric Bernard et Yvon Saroumi) et Afrique Verte (Philippe Ki, Bassirou Nouhou, Mohamed Haïdara, Gilles Mersadier et Lia Gerbau). Le Groupe de rédaction a aussi bénéficié des conseils d'Inades-Formation (Sena Kwaku Adessou et Francis Ngang). La coordination technique de la rédaction a été effectuée par Malick Lompo, Roger Blein, Gabriel Pons Cortès et Jérôme Coste.
- **Pilotage et orientation** : L'ensemble du processus est piloté par le Comité d'Orientation et d'Organisation sur le Stockage de proximité (C2O/SP); cette instance associe les institutions régionales et les représentants des réseaux régionaux d'organisations de producteurs agricoles, éleveurs et pasteurs.
- **Maquette** : [www.marmelade.be](http://www.marmelade.be)
- **Illustrations** : Hamidou Zoetaba
- **Copyright** : reproduction autorisée et encouragée sous réserve de la mention de la source et d'en informer l'ARAA.
- **Pour citer ce document** : SALIFOU Ousseini (sous la coordination de). Cours de formation sur le stockage de proximité en Afrique de l'Ouest. Livret n°8 : La gestion de l'information par les organisations de producteurs réalisant du stockage de proximité. ARAA/CEDEAO, Lomé (Togo), décembre 2020, 36 p.
- **Avertissement** : les opinions et jugements exprimés dans ce document ne reflètent pas nécessairement les positions de l'Union européenne, de l'AFD, de l'AECID ou de la CEDEAO.
- **ARAA** - 83 Rue des Pâtures, Super Taco. 01 BP 4817. Lomé. Togo. [araa@araa.org](mailto:araa@araa.org)

# Sommaire

- 4 **Présentation générale du livret**
- 5 À qui s'adresse ce livret ?
- 5 Comment utiliser ce livret ?
- 6 **A – Comprendre le cycle de l'information**
- 8 **B – Identification des besoins en information d'une OP**
- 9 B.1 Types d'information
- 12 B.2 Quelles sont les capacités dont dispose l'OP ?
- 13 B.3 Définir ce qui est réalisé en interne et ce qui est confié à des prestataires externes
- 14 **C – Collecte des informations**
- 14 C.1 Collecte d'informations par le biais d'enquêtes
- 19 C.2 Collecte d'informations produites par des organismes publics et privés
- 21 C.3 La collecte de données et l'approche genre
- 23 **D – Analyse des données**
- 23 D.1 Vérification des données
- 24 D.2 Analyse et visualisation des données
- 28 **E – Organisation et stockage de l'information**
- 28 E.1 Où stocker l'information ?
- 29 E.2 Veiller à la protection des données personnelles
- 30 **F – Diffusion de l'information**
- 30 F.1 Partage des informations avec les membres de l'OP
- 31 F.2 Partage des informations avec des organisations étatiques en vue d'une meilleure coordination
- 32 **G – Que retenir de ce livret ?**
- 33 **H – Pour aller plus loin**
- 34 **I – Liste des sigles**
- 35 **J – Glossaire**

## Présentation générale du livret

Ce livret s'inscrit dans un cursus de formation qui vise à renforcer les capacités des organisations de producteurs (OP) actives dans le stockage de proximité.

Depuis 2012, l'Afrique de l'Ouest est dotée d'une Stratégie régionale de stockage de sécurité alimentaire basée sur la complémentarité de trois lignes de défense : les stocks de proximité gérés par des groupements ou des organisations coopératives, les stocks nationaux de sécurité alimentaire gérés par les États et, enfin, la Réserve régionale de sécurité alimentaire (RRSA). Cette dernière est mise en œuvre par la CEDEAO à travers l'Agence régionale pour l'agriculture et l'alimentation (ARAA).

À travers ce cursus de formation, l'objectif poursuivi par l'Agence régionale pour l'agriculture et l'alimentation (AARA) est de permettre aux OP actives dans le stockage de proximité de jouer pleinement leur rôle au sein du dispositif régional de stockage de sécurité alimentaire, fondé sur la complémentarité et la subsidiarité des trois lignes de défense.

Les systèmes d'information, compris comme une combinaison d'outils permettant la collecte et le traitement de l'information, sont importants pour les OP actives dans le stockage de proximité. En effet, ils permettent à ces OP de :

- – prendre des décisions relatives au fonctionnement de l'organisation. Il peut s'agir des décisions d'achat, de stockage et de vente de grains afin d'augmenter les marges et donc la durabilité de l'organisation ; ou encore des décisions plus stratégiques d'investissement telles que engager des dépenses de réparations au niveau des magasins en mauvais état, utiliser davantage de ressources humaines pour soutenir les groupes identifiés comme étant en difficulté, ou lancer une campagne d'alphabétisation en direction des membres les moins bien formés du comité de gestion (COGES) ;
- – s'adapter aux changements de contexte dans lequel l'OP mène ses activités. La menace de retournement du marché, les cas de non-remboursement de crédit et les problèmes de sécurité sont des risques liés aux activités de stockage. Leur connaissance, grâce aux systèmes d'information, permet aux OP d'anticiper les problèmes avant qu'ils ne s'aggravent ;
- – mieux se coordonner avec les acteurs institutionnels et améliorer ainsi la viabilité de l'organisation. Cette coordination peut porter sur la fourniture par les OP de céréales aux réserves nationales et régionales et aussi, sur les interventions de prévention ou atténuation des crises alimentaires menées par les acteurs humanitaires. Dans les deux cas, disposer d'informations pertinentes et fiables est une nécessité.

## À qui s'adresse ce livret ?

Ce livret s'adresse aux élus et techniciens des OP (unions et fédérations) actives dans le stockage de proximité et au sein desquelles existe un système d'information spécifique. Il s'adresse également aux responsables d'OP qui souhaitent créer un système d'information ou apporter des changements à celui existant.

L'objectif pédagogique général poursuivi par ce livret est que l'apprenant soit capable de comprendre les concepts présentés et de les appliquer à travers la mise en place d'un système d'information spécifique à l'OP. Ceci doit permettre de soutenir les processus de prise de décision, d'améliorer la coordination avec les autres OP et de fournir des informations pertinentes aux membres.

Les objectifs pédagogiques spécifiques sont :

- - comprendre les phases et le travail requis pour recueillir les données dont l'OP a besoin ;
- - être capable d'utiliser les outils nécessaires à la mise en place d'un système d'information spécifique à l'OP ;
- - connaître des outils d'analyse des données et être capable d'utiliser ces outils dans le processus de prise de décision ;
- - savoir déterminer les méthodes et les coûts de la collecte des données relatives à la commercialisation, la gestion interne de l'OP et l'analyse du contexte ;
- - assurer l'accès des femmes à l'information commerciale.

## Comment utiliser ce livret ?

Ce livret vous accompagne à travers des exemples et des exercices pour aider votre organisation à gérer l'information tout au long du cycle, depuis le choix des informations dont vous avez besoin jusqu'à leur utilisation.

Ce livret peut être utilisé dans le cadre d'un cours de courte durée, simulant le cycle complet de l'information, et aussi dans le cadre de l'appui à une organisation qui met en œuvre des changements dans sa façon de gérer l'information.

Pour participer à cette formation, il faut maîtriser l'utilisation de navigateurs Internet, du logiciel Excel® et avoir des notions basiques d'utilisation des smartphones.

## A – Comprendre le cycle de l'information

La gestion de l'information est un processus cyclique comportant six (06) étapes et qui vise à soutenir les processus de prise de décision et les activités d'apprentissage au sein de l'organisation (voir figure n°1).

### Identification des besoins en information

De quelles informations l'organisation a-t-elle besoin pour atteindre ses objectifs ? De quoi a-t-elle besoin pour acheter ou vendre des céréales, pour améliorer les infrastructures ou les capacités de gestion de ses membres ? Quelles sont les capacités et les ressources dont dispose l'organisation pour mettre en œuvre un système d'information ? La relation entre ce qui est nécessaire et ce qui est disponible conduira à un système d'information capable d'améliorer la gestion de l'organisation.

### Collecte des données

Comment sont (ou seront) collectées les informations ? Auprès de quelles sources ? Quelle est le coût de leur collecte ? Est-il intéressant de payer un service privé de recueil des données ? Si la collecte des données est réalisée en interne, comment mener une enquête ?

### Traitement des données

Les données collectées ne peuvent pas être utilisées directement pour améliorer la gestion de l'organisation. Au préalable, il est nécessaire de les traiter, de vérifier qu'elles ne contiennent pas d'erreurs, de les analyser et de transformer les données brutes en informations précieuses.

### Organisation et stockage de l'information

Les informations constituent un actif sensible, dont le stockage doit être sécurisé en tenant compte des règles en vigueur dans chaque pays. Les modalités et le temps de conservation des informations varient selon le support utilisé (en papier ou numérique). Les informations doivent être traitées avec prudence et en respectant toujours la confidentialité.

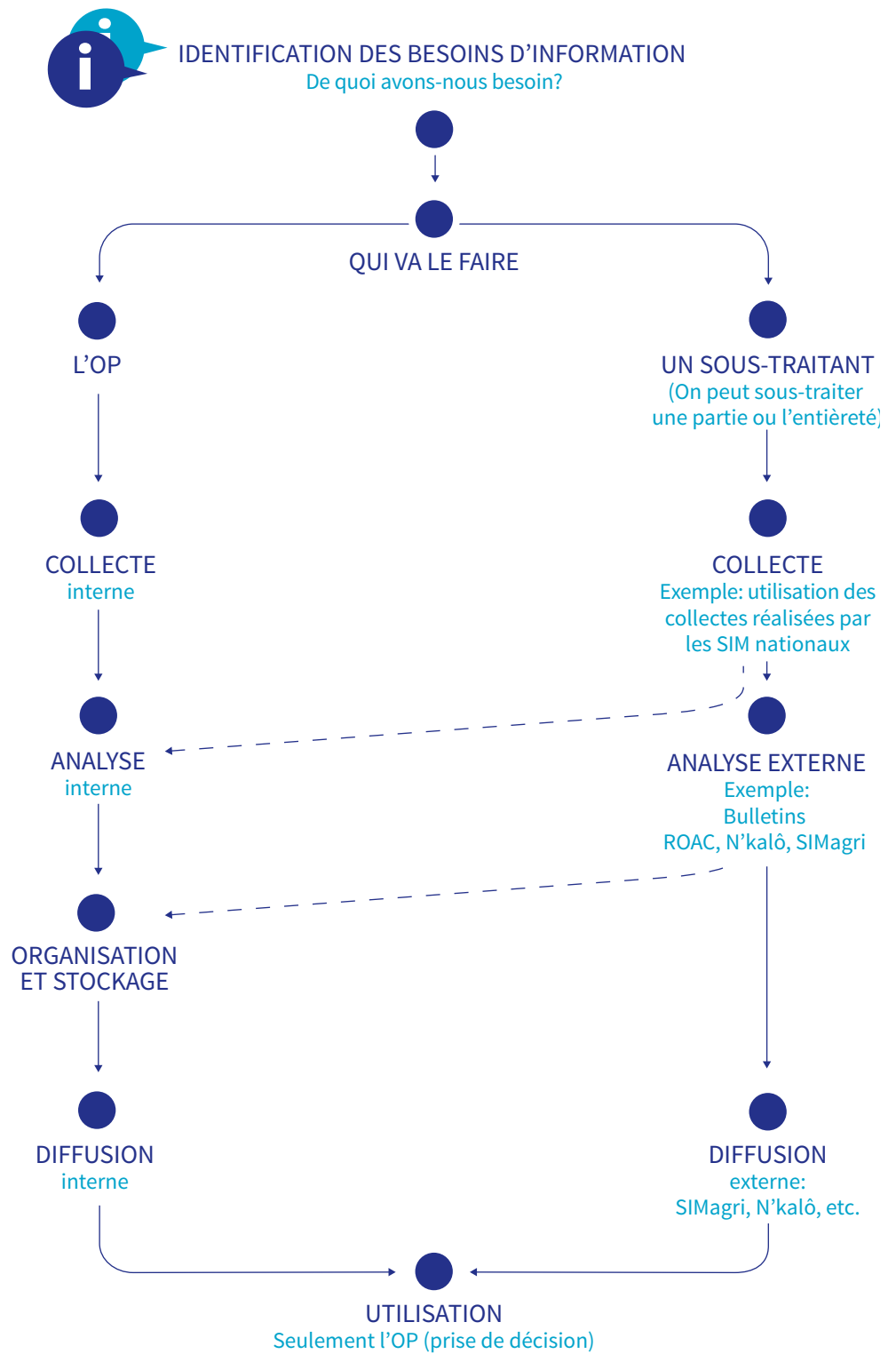
### Diffusion de l'information auprès des utilisateurs

Cette étape concerne le partage de l'information. Quel est le public-cible ? À quelle fréquence faut-il organiser la diffusion ? En utilisant quels canaux de communication ?

### Utilisation de l'information

L'utilisation de l'information est la dernière étape du cycle et traite de la manière dont l'information et les leçons tirées de son analyse sont utilisées par l'organisation pour améliorer la gestion, résoudre les problèmes identifiés et mieux se coordonner avec les autres acteurs.

**FIGURE N°1**  
Cycle de gestion  
de l'information  
par les OP actives  
dans le stockage  
de proximité



## Exercice

### COMPÉTENCE 1

### Comprendre le cycle de gestion de l'information

#### TYPE DE PRATIQUE

Dynamique

#### DURÉE

30 mn

C'est un petit jeu d'équipe. Chaque personne s'identifie à l'une des étapes du cycle de l'information. Trois questions sont proposées pour définir les besoins d'information. Les questions peuvent être :

- > 1. J'ai de l'argent à investir dans mon organisation, à quoi dois-je le dépenser ?
- > 2. J'ai la possibilité de vendre du maïs à la réserve régionale, à quel prix dois-je le vendre ?
- > 3. Mes clients ont besoin d'acheter des aliments pour animaux et se rendent dans l'un de mes magasins. Comment puis-je leur dire si l'endroit où ils vont est adapté ?

Démarche :

- > La première personne sélectionnera une des questions et passera en revue ce qu'elle doit savoir pour y répondre.
- > La deuxième personne devra proposer un moyen d'obtenir l'information.
- > La troisième personne doit expliquer ce qu'elle s'attend à savoir une fois que les données seront disponibles.
- > La quatrième personne doit dire quelles sont les données sensibles et s'il existe des données confidentielles.
- > La cinquième personne doit expliquer pour qui l'information pourrait être intéressante et comment elle devrait être diffusée.
- > Enfin, la sixième personne doit valider le processus et voir si nous pouvons répondre à la question à la fin de l'ensemble du cycle.

Les groupes partagent leur résultat.

## B – Identification des besoins en information d'une OP

L'identification des besoins en information renvoie au repérage des points faibles que l'OP doit améliorer. Il faut noter que les problèmes d'une organisation ne sont pas toujours résolus par l'information et, inversement, que les informations ne sont pas toutes utiles pour résoudre les problèmes identifiés.

Cette section va vous aider à décider quelles sont les informations dont votre organisation aura besoin pour la prise de décision. Afin d'identifier les besoins de l'organisation, il est nécessaire de faire une petite évaluation interne. Voici quelques questions qui pourraient être posées :

- ⋮ – Quel est l'objectif principal de l'organisation ?
- ⋮ – Quelles sont les activités réalisées par l'organisation pour atteindre l'objectif ?
- ⋮ – Parmi les activités réalisées quelles sont celles qui ne fonctionnent pas correctement (non atteinte des objectifs) ?
- ⋮ – Que faudrait-il pour remédier aux problèmes identifiés ?
- ⋮ – Parmi les solutions à mettre en place, lesquelles nécessitent une meilleure information ?

Une bonne identification des informations doit être réaliste, précise et utile. L'information a un coût, en termes de temps des ressources humaines internes ou de paiement à des tiers pour leurs services.

## B.1 Types d'information

L'identification des besoins en information représente une étape clé de la mise en place (puis de l'amélioration) d'un système d'information au sein d'une OP. Elle couvre les trois grands types de données nécessaires au bon fonctionnement des OP actives dans le stockage de proximité : information commerciale, information de suivi interne des activités et information sur le contexte.

Types d'information	Objectifs	Exemples de données
<p><b>Informations commerciales</b> Ce sont les données qui font référence aux marchés d'approvisionnement et de commercialisation de l'OP.</p>	<p>Prise de décision sur les achats et les ventes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Données concernant les opérations d'achat :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Offre disponible</li> <li>- Prix des produits sur les marchés de collecte</li> <li>- Coûts de production</li> <li>- Contacts des acheteurs</li> </ul> </li> <li>&gt; Données concernant les opérations de vente :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prix de vente aux membres de l'OP<sup>1</sup></li> <li>- Prix des produits sur les marchés de vente</li> <li>- Volume et prix de l'aide alimentaire subventionnée</li> <li>- Information sur les appels d'offre des acheteurs institutionnels</li> <li>- Normes exigées par les acheteurs</li> <li>- Contacts des vendeurs</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Informations de suivi interne</b> Ce sont les données qui permettent de caractériser les capacités internes de l'organisation (personnes, infrastructures, ressources etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Planification des activités</li> <li>&gt; Décisions d'investissement</li> <li>&gt; Gestion du réseau des membres de l'OP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilité des aliments stockés</li> <li>- État des infrastructures</li> <li>- Capacités des comités de gestion</li> <li>- Niveaux d'alphabétisation des comités de gestion</li> </ul>
<p><b>Informations sur le contexte</b> Il s'agit d'informations sur des événements extérieurs qui peuvent influencer le fonctionnement de l'organisation.</p>	<p>Adaptation du fonctionnement de l'organisation au contexte, en connaissant mieux ce qui se passe dans la zone d'intervention, au-delà des marchés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Données météorologiques</li> <li>- Jours de marché</li> <li>- Situation sécuritaire</li> <li>- Contexte sociopolitique</li> </ul>

1 Concerne les OP d'approvisionnement groupé.

Chaque type d'organisation a besoin de certaines informations plus que d'autres (par exemple, les OP de commercialisation groupée sont particulièrement intéressées par les informations sur le marché). Cependant, toutes les organisations ont besoin des trois catégories d'informations car elles ont toutes une activité d'achat et de vente, elles gèrent toutes un réseau coopératif et, enfin, elles doivent toutes être conscientes de ce qui se passe autour d'elles.

## INFORMATION COMMERCIALE

Les informations commerciales sont intéressantes pour tous les types d'OP réalisant du stockage de proximité. Elles sont déterminantes pour la prise de décision concernant les achats et les ventes.

Les OP de commercialisation groupée ont besoin d'informations actualisées sur les prix du marché afin de déterminer les prix auxquels acheter et vendre leurs produits, en dégagant des marges suffisantes tout en restant compétitives par rapport à d'autres acteurs.

Exemples des données commerciales dont les OP de commercialisation groupée peuvent avoir besoin :

- ⋮ – prix de vente des produits dans les marchés ;
- ⋮ – nombre et caractéristiques des concurrents sur les marchés ;
- ⋮ – nombre et comportement des intermédiaires dans les opérations de commercialisation ;
- ⋮ – identification des acheteurs.

Les OP d'approvisionnement groupé doivent également connaître les prix des produits et l'offre disponible au moment où elles approvisionnent leurs magasins. C'est également le cas pour les organisations pastorales dont les besoins en informations sur les marchés portent à la fois sur les aliments du bétail et sur les denrées de l'alimentation humaine.

Exemples des données commerciales dont les OP d'approvisionnement groupé peuvent avoir besoin :

- ⋮ – prix de vente des produits de l'OP à ses membres ;
- ⋮ – prix de vente des produits sur les marchés proches de chaque magasin de stockage ;
- ⋮ – disponibilité des produits dans les marchés proches de chaque magasin de stockage ;
- ⋮ – présence de distributions gratuites et de ventes à prix modéré dans la zone d'intervention de l'OP.

## INFORMATION DE SUIVI INTERNE

Les OP sont souvent confrontées à des défis de planification et de gestion de leur réseau de stocks de proximité. Elles rencontrent aussi des difficultés liées à la coordination avec les autres lignes de défense (stocks nationaux, réserve régionale, aide alimentaire internationale). Par exemple, l'arrivée dans la localité d'une aide alimentaire subventionnée peut entraîner des problèmes de mévente, menaçant la pérennité de l'OP active dans le stockage de proximité. Face à ce genre de difficultés, l'OP a besoin de disposer d'informations fiables, fréquemment mises à jour et peu coûteuses. Cela lui permet de prendre des décisions judicieuses en matière d'investissement ou facilite la résolution de problèmes internes ou de conflits.

Les informations de suivi interne sont un besoin commun à tous les types d'OP actives dans le stockage de proximité. Elles concernent :

- – les caractéristiques des magasins: géoréférencement, état du bâtiment, équipement, etc. ;
- – les caractéristiques des comités de gestion (COGES): composition, niveau d'alphabétisation des membres, niveau d'utilisation des outils de gestion par les membres, etc. ;
- – l'état des produits stockés: type de produits, quantité, prix, qualité etc. ;
- – la situation financière: situation de trésorerie; exécution du budget (recettes et dépenses) etc. ;
- – le niveau de réalisation des activités: type d'activités, type de bénéficiaires, nombre de bénéficiaires, etc.

Ces informations de suivi interne sont donc indispensables pour permettre à l'OP de prendre les décisions en vue d'une amélioration de sa gestion. Posséder ces informations permet ainsi à l'union ou à la fédération de mieux savoir ce qui se passe dans chaque magasin, d'être davantage réactives face aux problèmes rencontrés et de planifier au mieux les activités.

Le processus de gestion de l'information doit prendre en compte les besoins et la situation spécifiques des femmes en ce qui concerne l'utilisation des stocks de proximité. Dans cette perspective, les informations minimales à collecter sont: la proportion de femmes parmi les membres des COGES, leur niveau d'alphabétisation, leurs responsabilités dans le COGES ainsi que des données relatives aux denrées spécifiquement produites par les femmes.

## INFORMATION SUR LE CONTEXTE

Lorsque nous parlons d'informations sur le contexte, nous nous référons à des informations à grande portée telles que les données météorologiques ou des informations plus localisées telles que les événements climatiques ou la situation sécuritaire ou sociopolitique à un endroit donné. Dans de nombreux cas, il s'agit d'informations difficilement structurables et évoluant rapidement, ce qui rend difficile leur incorporation dans une enquête périodique.

Ces informations sont utiles pour toutes les OP réalisant du stockage, car elles peuvent éclairer sur le résultat de la campagne agricole ou permettre le calcul des prix d'achat. Elles sont particulièrement importantes pour les organisations pastorales qui fournissent des informations aux pasteurs en déplacement pendant la transhumance.

## Exercice

COMPÉTENCE 2	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Comprendre le processus de définition des besoins d'information</b>	Discussion de groupe	30 mn

Cet exercice peut être abordé de deux manières (la personne responsable de la formation peut laisser les participants choisir entre les deux options) : soit les participants travaillent sur des questions concernant leur propre organisation, soit ils travaillent sur une organisation fictive. Dans ce dernier cas, ils peuvent s'appuyer sur les fiches de présentation des OP figurant dans la dernière partie du Mémento. Quelle que soit l'option retenue, les questions à traiter sont les suivantes :

- > Qui décide, au sein de l'organisation, à propos des informations qu'il faut collecter ?
- > Quel doit-être le processus de décision à propos des informations à collecter ?
- > Listez les informations de commercialisation, ou celles de suivi interne ou celles de contexte dont l'organisation a besoin.

Pour mémoire, il faut trouver l'équilibre entre les informations nécessaires et celles qui sont optionnelles. Avoir trop de données rend l'analyse plus difficile et implique un coût important.

## B.2 Quelles sont les capacités dont dispose l'OP ?

Avant de mettre en place un système d'information, les OP doivent savoir de quelles ressources elles disposent. Cela nécessite un état des lieux interne, suivi de l'élaboration d'un plan de développement et d'investissement à moyen terme. Ce plan reflètera le choix effectué par l'OP entre investir dans ses propres capacités (achat d'équipements, formation du personnel), sous-traiter le service à une structure externe ou combiner les deux options.

Il est à noter que les OP qui choisissent d'utiliser des services externes les trouveront rarement à la hauteur de leurs attentes. Pour obtenir un système d'information qui répond entièrement aux besoins de l'OP, il sera toujours nécessaire de recourir, au moins partiellement, à des compétences internes à l'organisation.

Cette analyse du point de départ et des capacités de l'organisation doit être faite en relation avec l'analyse des besoins en information décrite au point précédent. Pour effectuer cette analyse, les organisations doivent répondre à des questions telles que :

- ⋮ – Combien de personnes peuvent être affectées au système d'information ? Quelle quantité de travail celui-ci représente-t-il ? Quelle est la formation des personnes qui seraient affectées au système d'information ?
- ⋮ – Est-ce que l'OP dispose d'ordinateurs et de téléphones portables ?
- ⋮ – Est-ce que l'OP peut consacrer une partie de son budget annuel aux frais de fonctionnement du système (comme les appels téléphoniques aux magasins, ou les visites annuelles pour interviewer les COGES) ?

Et d'autres questions que la direction de l'organisation peut juger nécessaires.

### B.3 Définir ce qui est réalisé en interne et ce qui est confié à des prestataires externes

Après avoir analysé la capacité de l'organisation à développer un système d'information, nous devons voir si certaines des fonctions dont nous avons besoin peuvent être exercées par des structures externes (services qui peuvent être gratuits ou payants).

Quelques exemples :

- – Si nous avons besoin d'informations sur les prix, nous pouvons les collecter par le biais d'une enquête sur les différents marchés de la région, en faisant appel au personnel de notre organisation. Nous pouvons également choisir d'utiliser les données disponibles sur le site web du système d'information sur les marchés (SIM) de notre pays (après avoir vérifié que ces données nous conviennent). Enfin, nous pouvons décider de combiner les deux options.
- – Lorsque nous disposons des données, nous pouvons choisir de les analyser au sein de notre organisation ou acheter les données que des organisations privées proposent avec l'analyse de l'évolution des prix déjà réalisée.
- – Pour ce qui est de la diffusion des informations aux membres de l'organisation, il y a également la possibilité de confier cette tâche à une structure sous-traitante.

Pour choisir entre toutes ces options, il est nécessaire de réaliser une analyse coût-bénéfice. En tenant compte des différents types d'information dont nous avons besoin, il s'agit de comparer les coûts de collecte / traitement / diffusion de l'information lorsque ces tâches sont réalisées en interne à l'organisation et lorsqu'elles sont confiées à des structures externes. À partir de cette analyse, nous définirons précisément ce qui est réalisé en interne et ce qui est sous-traité.

## C – Collecte des informations

Une fois que les OP ont identifié les informations dont elles ont besoin, elles doivent organiser la collecte des données. Le plus souvent, cette collecte est réalisée à travers des enquêtes.

### C.1 Collecte d'informations par le biais d'enquêtes

Les enquêtes permettent d'obtenir des données concrètes et fiables sur de nombreux objets d'étude. Elles sont une excellente technique de recherche, très flexible et pouvant être utilisée avec très peu d'investissement par presque tout type d'organisation.

#### TYPES D'ENQUÊTES

Il est possible de distinguer différents types d'enquêtes en fonction, d'une part, du type de support (papier ou numérique) et, d'autre part, du lieu de réalisation (à distance (par téléphone) ou en face à face).

##### Selon le type de support

#### Enquêtes sur papier

Une petite OP qui, par exemple, ne dispose d'aucune donnée sur son réseau de stocks locaux devrait au moins commencer par des enquêtes annuelles sur support papier. C'est la méthode la plus courante et la plus simple à mettre en œuvre.

Les données obtenues à partir des enquêtes sur support papier doivent être transférées vers un système numérique tel qu'un tableur (Excel® ou autre), ce qui permettra de les exploiter facilement. Cela implique que les informations contenues dans les fichiers soient stockées sur un ordinateur.

#### Enquêtes numériques

Jusqu'à récemment, les OP n'avaient pas d'autres possibilités que de réaliser des enquêtes sur support papier et en face à face. Lorsque la fréquence de collecte est élevée, cette méthode a un coût important, notamment en termes de déplacement car les magasins sont généralement éloignés les uns des autres.

Aujourd'hui, il existe également des outils numériques qui permettent de récupérer directement des données à partir de smartphones ou de tablettes. Les smartphones ou les tablettes remplacent le papier, mais cela ne signifie pas qu'ils sont systématiquement alimentés à distance. Une enquête numérique peut être réalisée en face à face. Par exemple, certaines OP font une enquête numérique en face à face annuellement et l'actualisent par téléphone deux ou trois fois par an.

Remplacer le papier par des outils numériques nécessite un investissement (achat d'équipement, formation du personnel, ...) qui est récupéré sous la forme d'une réduction du temps passé dans la réalisation des enquêtes, d'une diminution des erreurs et d'une meilleure qualité des données. En outre, la baisse du prix des appareils, la disponibilité d'applications gratuites ou très bon marché et la pénétration des réseaux de connexion 3G rendent l'investissement de plus en plus rentable financièrement.

Les outils d'enquête numérique peuvent être utilisés pour collecter toutes sortes d'informations (commerciales, internes ou contextuelles, tant quantitatives que qualitatives). Toutefois, ils ne remplacent pas d'autres sources de données telles que les systèmes d'information géographique nationaux qui continuent à fournir des

informations pouvant être utilisées par les organisations. Les enquêtes numériques doivent être considérées comme un nouvel outil offrant certains avantages<sup>2</sup>.

Parmi les avantages de l'utilisation d'outils numériques pour la réalisation d'enquêtes, les plus importants sont la réduction du temps de collecte et d'analyse des données. En effet, les données sont disponibles pour exploitation dès la fin de l'enquête et le taux d'erreur dans la collecte des données est beaucoup plus faible. Cela a un effet sur la fréquence et l'exhaustivité des enquêtes. En d'autres termes, en obtenant des informations plus rapidement et à moindre coût, nous pouvons interroger plus de personnes et plus souvent pour un coût identique à celui d'une enquête sur support papier.

Une autre chose très intéressante est la disponibilité de nouveaux types de données. Avec les enquêtes numériques, nous pouvons faire la même chose qu'avec les enquêtes sur papier, mais en plus, comme les appareils mobiles sont utilisés comme support pour les questionnaires, il est possible de collecter des données GPS et des données multimédia telles que photographies, vidéos ou enregistrements audio.

### Selon le lieu de réalisation

#### Enquêtes en face à face

Les enquêtes en face à face entraînent des dépenses très importantes en termes de déplacements. Il est vrai que les organisations disposent de plus en plus de personnel sur le terrain (animateurs, enquêteurs de marché ou antennes), ce qui peut réduire les frais de déplacement.

Ce coût de déplacement est indépendant du support utilisé (papier ou numérique) et constitue le coût le plus élevé pour réaliser ce type d'enquête, même si les organisations ont du personnel sur le terrain.

Cependant, les enquêtes en face à face sont nécessaires car elles permettent d'obtenir une grande quantité de données de manière exhaustive, ce qui serait très lourd dans le cas d'enquêtes téléphoniques. De plus, les personnes chargées de la collecte des informations peuvent valider les réponses et compléter les données avec les informations dont elles disposent. De plus, le contact personnel légitime l'organisation devant ses partenaires. Enfin, certains types de données ne peuvent être obtenus que par une enquête en face à face. C'est le cas des coordonnées GPS : le géoréférencement ne peut être obtenu qu'en se déplaçant sur le terrain.

Les enquêtes en face en face ne sont pas très fréquentes. C'est pourtant une nécessité pour le suivi des prix sur les marchés par exemple. Lorsqu'il est utile de collecter un petit ensemble de données, l'enquête en face à face doit être si possible privilégiée. Il faut surtout éviter les grands mouvements d'enquêteurs, qui sont souvent très coûteux.

#### Enquêtes à distance

Les enquêtes à distance sont généralement des enquêtes téléphoniques. Ces enquêtes sont indiquées lorsque des enquêtes fréquentes sont souhaitées et qu'il n'y a pas suffisamment de personnel sur le terrain. Lorsqu'un grand nombre d'enquêtes est prévu, la réalisation d'enquêtes à distance permet d'éviter les frais de déplacement.

Le nombre de questions à poser doit être réduit, car les enquêtes téléphoniques très longues deviennent trop lourdes. Il est conseillé de collecter les données sous forme numérique au moment de la réalisation des enquêtes.

Ce type d'enquête constitue une option très bon marché et rapide, mais la quantité d'informations qu'il est possible de recueillir est limitée. De plus, il est difficile de valider les réponses obtenues.

---

2 Pour plus de détails, voir « Mémento du stockage de proximité en Afrique de l'Ouest », p. 224.

## Exercice

COMPÉTENCE 3	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Savoir choisir le moment de réalisation des enquêtes de suivi interne et le type (présentiel ou par téléphone) par rapport aux objectifs de l'OP</b>	Discussion de groupe	30 mn

Lisez l'exemple de Viim Baore dans le Mémento (chapitre 6, page 225)

- > Pourquoi pensez-vous que Viim Baore utilise deux types d'enquêtes, l'une annuelle, en face à face, et l'autre pendant la soudure, par téléphone ?
- > Quand et à quelle fréquence pensez-vous que votre organisation pourrait réaliser ces enquêtes si elles étaient toutes en face à face ? Et si les enquêtes étaient téléphoniques ?
- > Faites le lien entre le moment auquel les enquêtes doivent se faire et les objectifs de votre organisation.

## ÉTUDE DES COÛTS

Nous présentons ici une étude des coûts des méthodes de collecte les plus courantes, c'est-à-dire des enquêtes en face à face et des enquêtes à distance. Pour faire les calculs, nous prenons le cas d'une organisation qui doit effectuer des enquêtes dans 100 sites différents.

Nous savons que pour effectuer le travail d'enquête dans un délai raisonnable, le rapport entre les sites à enquêter et les enquêteurs doit être de 20 ou 25 pour 1, c'est-à-dire qu'un enquêteur peut effectuer environ 20 enquêtes en face à face en 15 jours et 20 enquêtes à distance en 5 jours. Il s'agit d'une estimation car d'autres variables entrent en jeu, comme l'état des voies de communication, la distance entre les sites à visiter ou la longueur du questionnaire d'enquête. Le tracé de l'itinéraire de chaque enquêteur est également essentiel pour permettre de mener les enquêtes en temps utile.

### Coût d'une enquête en face à face, quel que soit le support (papier ou numérique)

Les principaux postes de coûts des enquêtes en face à face sont les suivants :

- – Frais de déplacement ; Ce coût est indépendant du support utilisé ;
- – Salaires des enquêteurs. Ce coût est indépendant du support utilisé ;
- – Supports de recueil des informations : fiches d'enregistrement manuel (dans le cas d'enquêtes sur support papier) ou matériel numérique (tablettes ou smartphones) et connexion 3G (dans le cas d'un support numérique). Dans la seconde option, le coût de l'investissement est plus élevé, mais il est compensé par l'absence de coûts de saisie informatique des données ;
- – Salaires des agents techniques en charge de la saisie des données (dans le cas d'une collecte sur support papier) et de leur analyse (dans les deux cas).

En général, une indemnité de déplacement, comprise entre 10 et 15 euros par enquête, est versée aux enquêteurs. Cependant, une compensation doit être versée dans le cas de l'utilisation d'un véhicule personnel (en général, 1,5 euros par enquête). En plus de ces indemnités, il faut compter le salaire des personnes (animateurs de l'OP ou enquêteurs recrutés spécifiquement pour cette tâche). Il faut également prendre en compte le salaire du technicien qui vérifie les travaux réalisés par les enquêteurs.

	Unités	Prix unitaire	Total
Indemnités de déplacement pour enquêtes	100	15 €	1 500 €
Indemnisation pour utilisation d'un véhicule personnel	100	1,5 €	150 €
Fiches d'enquête	100	0,5 €	50 €
Salaires des animateurs	2,5 mois (5 x 15 jours)	300 €	750 €
Salaires des agents techniques	2 mois	500 €	1 000 €
		Total	3 450 €

Ces coûts augmenteraient de manière exponentielle si, au lieu d'avoir des équipes sur le terrain, il était nécessaire d'organiser des missions de l'équipe technique, de payer des per diem et de louer un véhicule. En outre, le temps nécessaire pour réaliser les enquêtes augmenterait considérablement.

Pour les enquêtes au format numérique, il faut ajouter l'investissement en matériel, bien que celui-ci soit à répartir au prorata de la durée de vie des appareils utilisés. Si un smartphone coûte 200 euros et peut être utilisé pendant 4 ans pour réaliser 10 tours d'enquêtes, les frais s'élèvent à 20 euros par téléphone et par tour. Chaque enquêteur aura besoin d'un téléphone ; dans le cas étudié ici, il faudrait acheter 5 téléphones. Les enquêtes numériques ne sont pas très lourdes et peuvent être envoyées à l'aide d'une connexion 3G. Le coût d'un abonnement hebdomadaire ou mensuel est d'environ 10 euros. En résumé, le coût de l'investissement sera d'environ 150 euros, tandis que le temps passé par les techniciens sera jusqu'à deux tiers inférieur.

Au final, le coût des enquêtes en face à face sur support papier ou sur support numérique est assez similaire. Il est un peu moins élevé pour les enquêtes réalisées sur support numérique. Celles-ci donnent également des résultats beaucoup plus rapides. Si le support papier est utilisé, près de 3 mois de travail sont nécessaires pour avoir une analyse des résultats des enquêtes alors que pour les enquêtes sur support numérique, le délai descend à 1 mois.

#### Coût d'une enquête à distance avec support numérique

Ce type d'enquête peut être réalisé par des équipes techniques qui appellent depuis le siège de l'OP ou par des enquêteurs sur le terrain qui effectuent les enquêtes sans avoir à se déplacer en appelant et en remplissant le questionnaire avec leur smartphone.

L'investissement en équipement est moindre si nous le répartissons entre toutes les enquêtes que nous pouvons réaliser. En suivant la logique ci-dessus, nous pensons que les téléphones peuvent être utilisés pendant 4 ans et réaliser jusqu'à 10 enquêtes par an. Si chaque téléphone coûte 200 euros, le coût de son amortissement peut être estimé à 5 euros par enquête.

Comme dans les enquêtes en face à face, les enquêteurs seront rémunérés pour la collecte des données. L'OP devra également payer le crédit pour passer les appels et un forfait hebdomadaire de transfert de données.

	Unités	Prix unitaire	Total
Enquêtes	100	5 €	500 €
Connexion 3G	5	1,2 €	6 €
Crédit téléphonique	5	3 €	15 €
Investissement dans l'équipement.	5	5 €	25 €
Salaires des enquêteurs	1 mois (5 x 5 jours)	300 €	300 €
Salaires des agents techniques	15 jours	500 €	250 €
		Total	1 096 €

Le tableau ci-dessus montre que, dans une enquête à distance, 95% du coût est lié aux salaires. Le coût des appels et du téléchargement de données via la connexion 3G ainsi que l'investissement en équipement s'élèvent à 46 euros.

Le prix par enquête est de 0,46 centime d'euro si nous n'incluons pas les salaires et d'environ 11 centimes d'euro en prenant en compte les salaires.

Il convient de noter que l'OP disposera des données brutes (avant analyse) dans un délai d'environ 5 jours.

Exercice		
COMPÉTENCE 4	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Savoir préparer une enquête et estimer son coût</b>	Travail en groupes	60 mn
<p>Différents groupes sont formés. Ils sont invités à préparer des enquêtes pour obtenir trois types d'informations différentes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Les capacités des COGES, l'état des infrastructures et l'état des vivres par entrepôt.</li> <li>&gt; Les prix du maïs, du sorgho, du riz et de l'arachide sur 25 marchés hebdomadaires situés à proximité des magasins d'une fédération.</li> <li>&gt; La disponibilité des aliments bétail dans le réseau des magasins d'une organisation et leur prix.</li> </ul> <p>Les groupes choisissent une option et proposent une enquête, en précisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Le contenu du questionnaire</li> <li>&gt; Le support de collecte des informations</li> <li>&gt; La chaîne de transmission des informations</li> <li>&gt; La fréquence de collecte des informations</li> <li>&gt; La durée de réalisation des enquêtes</li> <li>&gt; Le coût, y compris l'équipement nécessaire.</li> </ul>		

## C.2 Collecte d'informations produites par des organismes publics et privés

Il existe des sources d'information que nous pouvons trouver prêtes à l'emploi. C'est le cas des systèmes d'information sur les marchés (SIM). Il existe plusieurs SIM publics nationaux et plusieurs SIM privés qui produisent beaucoup d'informations et les mettent à la disposition des OP, soit gratuitement, soit contre paiement.

### INFORMATIONS ACCESSIBLES GRATUITEMENT

Les SIM publics fournissent généralement des informations gratuites. Leur fonctionnement est financé par le budget de l'État, complété par des appuis (dotations financières, assistance technique, équipements...) de partenaires techniques et financiers.

Les informations sont accessibles via les bulletins publiés par les SIM nationaux ou différentes plateformes comme celle partagée par le réseau pastoral RBM.

Exercice		
COMPÉTENCE 5	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Savoir identifier les sources d'information externes</b>	Discussion de groupe	20 mn

**Partie 1**

Vous êtes abonnés à des bulletins de SIM publics ? Connaissez-vous des sources d'informations commerciales publiques ? Partagez-les avec les participants et élaborer ensemble une liste complète. Exemples :

- > <https://sim2g.net/plateformes/>
- > <https://simbniger.cilss.int/>
- > <http://www.maroobe.com>

Dans votre organisation utilisez-vous les données provenant de sources publiques pour compléter votre processus de prise de décision ?

**Partie 2**

En utilisant les sources de données disponibles dans la liste établie dans la partie 1, essayez de déterminer le prix d'achat et de vente pour 20 tonnes de maïs et 10 tonnes de riz sur les marchés de gros situés à proximité du siège de votre organisation.

Essayez maintenant de déterminer quel serait le prix auquel une famille rurale de la commune où se trouve le siège de votre organisation devrait acheter un sac de 100 kilos de sorgho.

Partagez les données que vous avez utilisées et exposez les conclusions auxquelles vous êtes parvenus, ainsi que les difficultés qui peuvent survenir et les données dont vous pourriez avoir besoin pour affiner les calculs effectués.

## Exercices

COMPÉTENCE 6	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Savoir définir la meilleure combinaison de collecte de données entre des sources internes et externes</b>	Travail personnel	30 mn

Lisez l'encadré de l'USCCPA (Mémento, chapitre 6, page 223).

- > Que pensez-vous de l'expérience de l'USCCPA ? Quelles sont, à votre avis, ses forces et ses faiblesses ?
- > Pensez-vous que votre organisation aurait la capacité de développer un système similaire ?

## INFORMATIONS PAYANTES

Si l'information publique n'est pas suffisante ou si l'organisation n'a pas la capacité de développer son propre système d'information, l'organisation a la possibilité de payer pour des informations privées.

En général, les SIM publics offrent des informations fiables mais, souvent, la fréquence de mise à jour et le niveau de détails de ces informations ne sont pas suffisants pour les OP. Celles-ci, en particulier les OP de commercialisation groupée, ont donc besoin de compléter ce qu'elles reçoivent des SIM. L'OP peut payer des prestataires pour avoir des informations dont elle a besoin, avec des analyses rétrospectives et prospectives. •

Les SIM privés ont été créés au cours des dernières décennies par des ONG et entrepreneurs, comme par exemple Manobi, Esoko ou SIMAgri. La viabilité de ces SIM est basée sur des modèles économiques reposant notamment sur l'adhésion des utilisateurs.

Les entreprises qui développent des SIM privés peuvent fournir des services aux OP. Le coût de ces services peut être moins élevé à court terme que le développement de systèmes propres, mais il sera maintenu pendant toute la durée de vie de l'organisation. Cette option peut être intéressante pour les organisations qui n'ont pas la capacité de développer leurs propres outils et qui ont besoin de solutions rapidement.



VOIR MÉMENTO, CHAPITRE 6, PAGE 237

## Exercice

COMPÉTENCE 7	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Savoir identifier les informations payantes et analyser leur qualité</b>	Discussion de groupe	20 mn

L'organisation utilise-t-elle des informations payantes ? Si ce n'est pas le cas de votre organisation, téléchargez le bulletin du ROAC (<https://roac-wagn.blogspot.com>) ou un autre bulletin de votre connaissance.

- > Les informations présentées dans les bulletins sont-elles suffisantes pour la prise de décision dans votre organisation ?
- > Quelles prévisions peuvent être tirées à partir de l'information disponible ? Par exemple : un retournement du marché, une montée des prix de l'aliment bétail... (adapter la question au moment de la saison).
- > Quel est le degré de fiabilité de ces informations ? Quand faut-il se méfier des informations ?

## INFORMATIONS SUR LE CONTEXTE

Ces informations concernent toutes les informations qui, bien qu'elles ne soient pas nécessairement directement liées à l'activité de l'organisation, peuvent avoir un impact potentiel sur la manière dont les activités sont menées. Le fait de disposer de ces informations peut amener les OP et leurs membres à prendre des décisions qu'ils ne prendraient pas autrement. Toutefois, certaines de ces informations ne peuvent pas être trouvées au sein de l'organisation, par exemple :

- ⋮ - Météo ou événements météorologiques.
- ⋮ - Situation en matière de sécurité.
- ⋮ - Situation sociopolitique.
- ⋮ - Données satellitaires.
- ⋮ - Les jours de marché.

Exercice		
COMPÉTENCE 8	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Savoir identifier et utiliser des informations contextuelles</b>	Travail personnel	20 mn

Recherchez les sources pour les données suivantes :

- > Les alertes météorologiques.
- > Données satellitaires.
- > Informations sur les jours de marché.

Proposez une liste de sources pour chaque type de données.

Discutez de la manière d'intégrer ces informations dans le processus de prise de décision au sein de votre organisation.

## C.3 La collecte de données et l'approche genre

Lors de cette étape de collecte des données, les OP doivent veiller à l'implication des femmes et à l'identification de leurs besoins spécifiques. Une attention particulière doit être portée aux inégalités supplémentaires, entre hommes et femmes, que peut créer le passage aux outils numériques. En effet, les inégalités entre hommes et femmes s'accroissent lorsque de nouvelles pratiques sont mises en œuvre sans prendre en compte les femmes. Par exemple, dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, la proportion de femmes possédant un téléphone portable est 10 % plus faible que celle des hommes. On observe également un écart entre hommes et femmes en matière de dépenses liées à la téléphonie mobile. Les femmes propriétaires de téléphone portable dépensent en moyenne 17 % de moins que les hommes dans les services mobiles<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Source : <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/resources/mobile-gender-gap-report-2019/>

Le passage à des outils numériques pour le suivi des stocks de proximité représente une opportunité pour réduire les écarts entre hommes et femmes en matière d'accès à l'information. En effet, ce passage offre aux acteurs l'occasion d'intégrer les problématiques des femmes dans le système d'information. De plus, le coût des enquêtes diminuant, il n'y a plus d'obstacle (économique en l'occurrence) à élargir la portée des enquêtes aux thèmes intéressant spécifiquement les femmes.

## Exercice

COMPÉTENCE 9	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Savoir incorporer l'approche genre dans les enquêtes et comprendre quelles actions sont envisageables à partir des réponses aux questions posées</b>	Travail personnel	20 mn

Proposez pour votre organisation trois questions sur la situation des femmes à inclure dans l'enquête.

- > Quel type de mesures votre organisation peut-elle prendre pour répondre aux problèmes que l'enquête a mis en évidence concernant les femmes ?
- > Comment faire en sorte que les femmes reçoivent également les informations dont elles ont besoin une fois qu'elles sont diffusées ?

## Exercice

COMPÉTENCE 10	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Tester les enquêtes, y compris l'approche genre</b>	Jeu de rôle	30 mn

Les participants se répartissent les rôles d'enquêteur/trice et de membres des comités de gestion. Ceux-ci doivent montrer les erreurs potentielles dans l'enquête en répondant aux questions de façon imprécise, ambiguë, en donnant différentes unités de mesure non codifiables si l'enquête ne l'a pas précisé, etc. De son côté, l'enquêteur doit chercher à obtenir des réponses les plus précises possibles.

## D – Analyse des données

Les aspects les plus importants de cette étape sont i) la vérification des données, qui conditionne la fiabilité des informations utilisées pour la prise de décisions; ii) l'analyse du processus qui permet de passer de données brutes à une information utile pour l'organisation. Avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information, ces tâches sont de plus en plus automatisées.

### D.1 Vérification des données

Il est important de vérifier les données collectées pour s'assurer de leur qualité et garantir l'utilité de tout le travail. Ne pas vérifier correctement les données est risqué et peut avoir des conséquences très graves. Pour les OP qui doivent améliorer leurs processus décisionnels ou leur gestion, le fait de fonder leurs décisions sur des informations incorrectes ou biaisées peut aggraver leur situation au lieu de l'améliorer. Pour les OP qui partagent également des informations avec d'autres organisations ou leurs bénéficiaires, les effets de la non-vérification des données peuvent avoir un impact négatif sur de nombreuses personnes et des conséquences économiques très lourdes.

Il est de la responsabilité de l'OP de s'assurer que les données collectées, tant pour son usage interne que pour la diffusion à l'extérieur, sont correctes. Les OP doivent promouvoir cette responsabilité auprès de toutes les personnes impliquées dans la collecte et le traitement des données.

Ce processus de vérification a un coût, tant en termes de ressources financières que de temps passé par les personnes qui en sont chargées. Toutefois, cet investissement, outre qu'il est inévitable, est bien inférieur aux coûts que peut entraîner l'utilisation d'informations erronées.

La vérification des données doit être réalisée à différents moments du processus de gestion de l'information. En général, il y a trois moments clés qui peuvent être sources d'erreurs et où vous devez vérifier que les données sont correctes.

#### **Vérification au moment de la collecte d'information.**

Les enquêteurs peuvent commettre des erreurs lors de la saisie de données. Les nouveaux outils numériques, peuvent aider à réduire ce type des erreurs grâce au contrôle du processus de saisie. Il faut que l'OP prévoie une étape de contrôle des questionnaires remplis.

#### **Vérification des données au moment du traitement et de l'analyse**

Si les enquêtes sont réalisées sur papier, il faudra corriger les erreurs pouvant être commises lors de la numérisation des fiches d'enquêtes. La saisie des données sur un fichier informatique est un travail très répétitif pouvant occasionner des erreurs. À cette étape, il est important de vérifier la correction et la cohérence des données saisies.

Si l'OP utilise des données externes, il faut croiser celles-ci avec d'autres sources afin de s'assurer de leur fiabilité.

#### **Vérification avant diffusion**

Avant toute diffusion d'information, une dernière vérification doit être faite par la ou les personne(s) en charge des systèmes d'information au sein de l'OP.

## Exercice

<b>COMPÉTENCE 11</b> <b>Savoir établir une procédure de vérification de données</b>	<b>TYPE DE PRATIQUE</b>	<b>DURÉE</b>
	Travail personnel	30 mn

Proposez des exemples de données qui ont besoin de vérification, parce qu'on y trouve souvent des erreurs.  
Proposez une procédure de vérification de données pour des informations commerciales.

### Jeu du téléphone cassé

L'animateur prépare un texte dans ce style (pas exactement le même, les participants n'ont pas à le connaître) :

*Omer a dit à Abdoulaye que demain il avait une invitation avec Aissatou, la petite amie du frère de Karim, et que s'il voulait y aller, il devrait parler à Hamidou pour le faire figurer sur la liste que Fatoumata a.*

Le texte est remis à une personne de chaque groupe, qui le transmet oralement à son voisin. Lorsque la dernière personne est atteinte, le nombre d'erreurs commises par le groupe est compté.

Au final, le résultat est partagé. De quelle manière pourrait se vérifier la qualité de la transmission ?

## D.2 Analyse et visualisation des données

L'analyse des données consiste à ordonner, structurer et donner une signification à la masse de données collectées. Cependant, ce processus n'est pas seulement l'application mécanique d'une série d'étapes, il comporte également une dimension d'interprétation (ou déduction) des données obtenues.

Par exemple, l'analyse des données de prix permet de détecter les changements de tendance au cours de l'année, tels qu'un retournement de marché. Autre exemple : le croisement des informations géographiques avec des informations sur l'état des infrastructures peut révéler où se trouvent les magasins qui ont besoin de réparations.

Les outils de visualisation sont très importants et très utiles pour l'analyse des données et aident à l'interprétation des informations produites. Parmi les outils de visualisation, nous présentons ici les tableaux, les graphiques et diagrammes, les infographies, les cartographies numériques et les panneaux *Business Intelligence*.

### TABLEAUX

Les tableaux sont le moyen le plus simple de représenter les données pour l'analyse. L'objectif de la disposition en tableaux est de faciliter la représentation des données et leur compréhension. Il n'est pas nécessaire d'utiliser toutes les données pour composer un tableau.

Les tableaux peuvent être composés avec les informations relatives à un seul indicateur parmi tous ceux qui ont été collectés avec l'objectif de pouvoir comprendre comment cet indicateur se comporte et comment il décrit la réalité.

Collecte ID	Marché	Localité	Pays	Espèce	Catégorie	État	Prix	Date Saisie
ML0227-07-2020B1	Kayes NDy	Kayes	MALI	Taureau	BOVINS	Gras	450.000	27/07/2020
ML0227-07-2020B1	Kayes NDy	Kayes	MALI	Vache	BOVINS	Moyen	250.000	27/07/2020
ML8127-07-2020B1	Bamako	Bamako	MALI	Ovin mâle jeune	OVINS	Moyen	65.000	27/07/2020
ML8127-07-2020B1	Bamako	Bamako	MALI	Ovin mâle adulte	OVINS	Gras	110.000	27/07/2020

## GRAPHIQUES ET DIAGRAMMES

Les graphiques sont un outil visuel qui permet de comprendre les données d'un seul coup d'œil. Ces outils sont très utiles car ils sont capables de condenser dans un tableau une grande quantité de données qu'il serait difficile d'analyser.

En outre, leur utilisation correcte peut aider à détecter des dysfonctionnements organisationnels ou des problèmes éventuels et à effectuer des analyses de tendances et de projections. Ils sont très utiles pour partager des informations et pour pouvoir expliquer le fonctionnement de l'organisation.

**FIGURE N°2**  
Exemples de graphiques et diagrammes

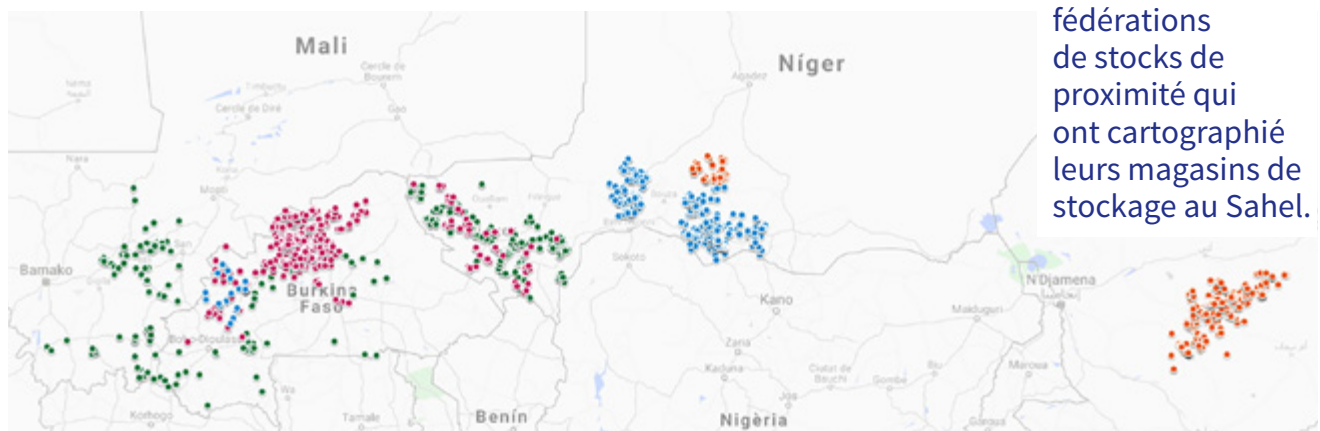


Source: [theunspokenpitch.com](http://theunspokenpitch.com), modifié par les auteurs.

## CARTOGRAPHIES NUMÉRIQUES ET SYSTÈMES D'INFORMATION GÉOGRAPHIQUE (SIG)

L'analyse géographique consiste à visualiser les informations directement sur une carte. Pour ce faire, il est nécessaire de recueillir des données GPS au moment des enquêtes.

L'objectif est de pouvoir représenter et analyser des informations associées à un territoire, en reliant des bases de données avec des cartes. Visualiser les données sur une carte permet une représentation intuitive des résultats, ce qui facilite la résolution de problèmes complexes de planification et de gestion.



**FIGURE N°3**  
Quelques fédérations de stocks de proximité qui ont cartographié leurs magasins de stockage au Sahel.

Source : les auteurs.

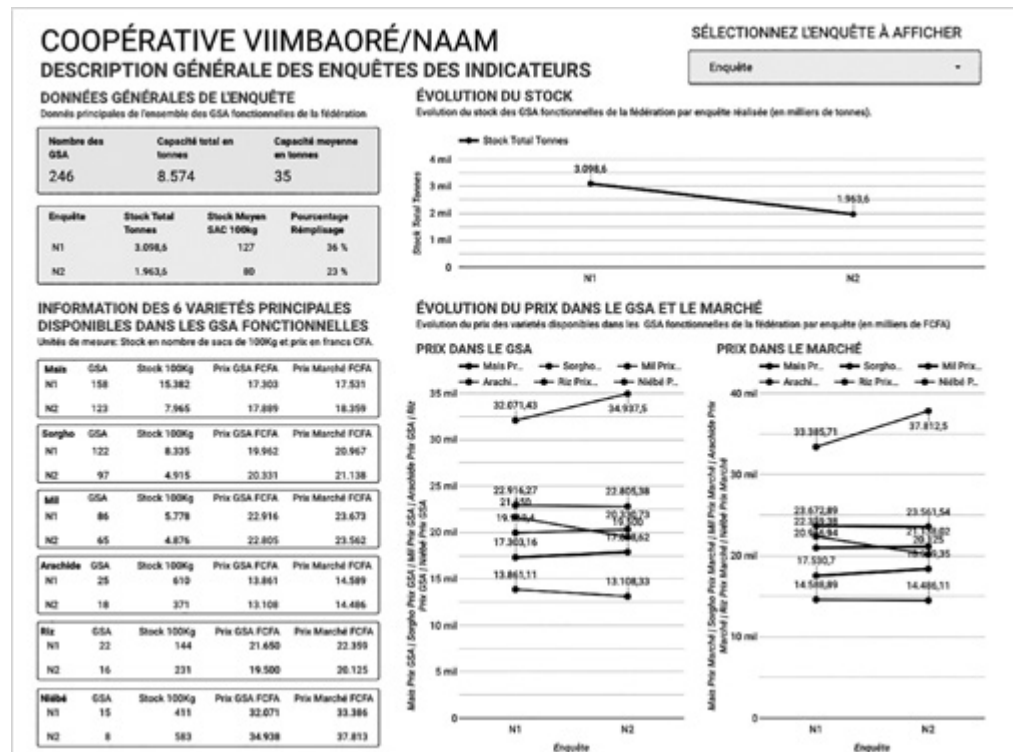
## PANNEAUX BUSINESS INTELLIGENCE :

Les panneaux Business Intelligence mettent en relation différentes sources de données, mises à jour périodiquement et alimentant un ensemble de tableaux et graphiques. Ces panneaux permettent aux utilisateurs d'interagir, en définissant eux-mêmes les types de graphiques ou tableaux qui répondent à leurs besoins.

Si ces panneaux sont utiles pour l'analyse des données, ils constituent également un outil très efficace pour présenter des données et pour créer des rapports interactifs. Parmi les meilleures options et les plus connues, on peut trouver Power BI® et Google Data Studio®.

En cliquant sur le lien <http://bit.ly/3bBWbvF>, vous pouvez accéder à un exemple de Power BI® montrant la concentration de bétail et le statut d'engraissement des animaux.

**FIGURE N°4**  
 Panneau Business Intelligence pour l'analyse d'information de Viim Baore (Burkina Faso)



## Exercice

<b>COMPÉTENCE 12</b>	<b>TYPE DE PRATIQUE</b>	<b>DURÉE</b>
<b>Savoir analyser les données et savoir les présenter d'une façon compréhensible</b>	Travail personnel	60 mn

> Allez sur le site « système d'information de 2<sup>ème</sup> génération sur les marchés » (<https://sim2g.net/plateformes/>).

> Cliquez sur le site de votre pays. Cliquez sur la colonne de gauche « outils et données » et choisissez les produits agricoles. Si dans le pays choisi, cela ne fonctionne pas, choisissez un autre pays (il s'agit seulement d'avoir des données pour les analyser).

> Téléchargez la page en Excel®.

> Ouvrez le fichier Excel® et insérez un filtre dans la première ligne. Choisissez un produit avec le filtre.

> Analysez les données figurant dans le tableau :

- Quelle est la tendance d'évolution des prix ? Faites un graphique pour le montrer.
- Est-ce que vous observez des anomalies notables, telles que des hausses ou des baisses anormales (dans des lieux et à des moments précis) ? Quelle pourrait en être la cause ?
- Comparez les prix de l'année dernière avec ceux des années précédentes. Que peut-on en déduire ? Quelles sont les similitudes et les différences dans le comportement des prix ?

# E – Organisation et stockage de l'information

## E.1 Où stocker l'information ?

Les informations constituent un actif sensible, dont le stockage doit être sécurisé en tenant compte des règles en vigueur dans chaque pays.

Les modalités de conservation des informations varient selon le support utilisé. Dans le cas d'enquêtes réalisées sur support papier, les fiches d'enquête doivent être rangées et mises en sécurité au siège de l'OP. Elles doivent être conservées aussi longtemps que l'organisation en a besoin mais pas davantage.

Si les données collectées sont au format numérique, plusieurs cas peuvent se produire :

- L'information est collectée à l'aide d'un outil numérique (un logiciel sur le téléphone mobile qui n'enregistre pas les données sur son propre serveur) et les étapes suivantes du cycle sont effectuées sur les ordinateurs de l'OP. Dans ce cas, une fois utilisées, les données peuvent être sauvegardées sur des disques durs externes, gardés au siège de l'OP.
- L'information est collectée avec un outil numérique (exemple: Kobo Toolbox). Pour utiliser les services fournis par l'outil, les données doivent être gardées dans le serveur associé à cet outil. Il est alors nécessaire de s'assurer que cet outil est conforme à la réglementation du pays en matière de protection des données, qu'il n'utilise pas les données sans autorisation de l'OP et qu'il permet la suppression des données si nécessaire. Une bonne pratique consiste à sauvegarder toutes les informations sur des disques durs externes, conservés au siège de l'OP.
- Les informations peuvent être stockées dans le « nuage », dans des services tels que OneDrive®, Dropbox®, Google drive® etc. Une attention particulière doit être apportée au contrôle de l'accès à ces services, en utilisant des mots de passe sécurisés.
- Les informations sont collectées par une entreprise qui fournit le service. Dans ce cas, les informations se trouveront sur les serveurs d'une entreprise privée. Il faut alors être vigilant sur les mêmes points que dans le cas précédent. Des copies de sauvegarde des données doivent être demandées à l'entreprise et conservées au siège de l'OP.

### Exercice

COMPÉTENCE 13	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Maîtriser les éléments-clés d'une politique de stockage des données</b>	Discussion plénière	20 mn

- > Où sont stockées les informations dans votre organisation ? Sont-elles stockées sur des serveurs propres à l'OP ou externes ?
- > Comment l'information stockée est-elle structurée ?

## E.2 Veiller à la protection des données personnelles

Les OP utilisant des données sensibles ou privées doivent se conformer à la loi sur la protection des données en vigueur dans leur pays. Certaines des données collectées peuvent être sensibles pour les organisations ou contenir des informations personnelles privées. Pour cette raison, les informations doivent être traitées avec prudence et en respectant toujours la confidentialité. L'accès aux données sensibles doit être correctement contrôlé.

L'importance de la protection des données est renforcée par les situations d'insécurité et de terrorisme que connaissent de nombreuses régions d'Afrique de l'Ouest. Dans la région du Sahel au Burkina Faso, des groupes radicaux ont déjà empêché, par la contrainte, des activités telles que le warrantage qu'ils jugent inappropriées.

Les OP traitent des informations très sensibles. De nombreuses organisations réalisent la géoréférencement des entrepôts. Le partage de ces informations avec les organismes publics peut être intéressant pour améliorer la coordination. Cependant, il peut être risqué de rendre ces informations publiques, car elles peuvent être utilisées avec de mauvaises intentions. Il en va de même pour les informations personnelles concernant les membres des COGES ou les bénéficiaires des actions menées par l'OP.

### Exercice

#### COMPÉTENCE 14

#### Connaître les normes en matière de protection des données

#### TYPE DE PRATIQUE

Discussion plénière

#### DURÉE

20 mn

#### Discussion :

- > Cherchez en ligne les normes de protection de l'information personnelle dans votre pays. Quelles informations doivent être protégées ? <https://www.afapdp.org/documents/biblio#https://www.strategies.fr/actualites/medias/4036394W/-25-pays-d-afrique-sur-54-ont-une-loi-sur-la-protection-des-donnees-.html>
- > Échangez avec vos collègues sur les différentes façons de stocker l'information et à propos des lois de protection de données.

## F – Diffusion de l'information

### F.1 Partage des informations avec les membres de l'OP

Une OP peut recueillir un large éventail d'informations sur le fonctionnement de ses magasins, sur les marchés locaux ou sur le contexte. Ces informations sont utiles aux dirigeants pour améliorer le fonctionnement de l'OP. Mais certaines d'entre elle peuvent également être utiles aux bénéficiaires des actions de l'OP.

Dans certaines zones, les populations rurales qui font des achats dans les magasins des OP ont manifesté le souhait de disposer des informations sur les prix et la disponibilité d'aliments dans les magasins des OP des villages voisins. Ceci améliorerait leur accès à l'alimentation. La réponse à cette demande est en train de se mettre en place dans le cadre d'un projet au Niger.

Le partage d'informations est particulièrement important dans le cas des banques d'aliments bétail (BAB). Par rapport aux systèmes d'approvisionnement groupé, les BAB doivent prendre en compte le fait que les pasteurs se déplacent et ne se trouvent donc pas nécessairement au même endroit que les stocks d'aliment du bétail. Outre les informations relatives à ces stocks, les éleveurs transhumants ont également besoin d'informations qualitatives sur la disponibilité des pâturages et de l'eau, l'état des routes praticables, la présence ou le risque de conflits, etc. La période clé pour la diffusion de ces informations est celle de la transhumance et de la soudure pastorale, c'est-à-dire entre février et juin.

Exercice		
COMPÉTENCE 15	TYPE DE PRATIQUE	DURÉE
<b>Savoir quelles informations diffuser et par quels moyens</b>	Discussion plénière	20 mn

Analyse de l'expérience de CRUS (Burkina Faso)

Au Burkina Faso, le Conseil Régional des Unions du Sahel (CRUS), membre du Réseau Billital Maroobe (RBM), est chargé de mettre en œuvre un projet de suivi des stocks de proximité d'aliments bétail. L'objectif de ce projet pilote est de fournir des informations sur la disponibilité des aliments bétail aux pasteurs en déplacement dans les zones d'intervention. Il comporte 3 étapes.

Lire la présentation de ce projet pilote dans le Mémento (chapitre 6, page 232) et discuter de ses forces et faiblesses. Puis aborder les questions suivantes :

- > Comment distinguer les informations qui seront diffusées : i) à l'extérieur de l'organisation, ii) uniquement aux membres, iii) pas du tout ?
- > Quelles sont les méthodes de diffusion utilisées dans votre organisation ?
- > Est-ce qu'il y a des méthodes numériques que votre organisation a incorporées ces dernières années ?

## F.2 Partage des informations avec des organisations étatiques en vue d'une meilleure coordination

Les institutions chargées de la sécurité alimentaire (systèmes d'informations sur les marchés, systèmes d'alerte précoce, réserves nationales, ministères, etc.) sont également des utilisateurs potentiels des informations de gestion collectées par les OP engagées dans le stockage de proximité. L'accès à ces informations leur permettrait d'améliorer leurs plans d'actions tout en réduisant les risques d'impact négatif sur les OP. Ce partage d'informations entre OP et acteurs humanitaires doit être effectué pendant la soudure agricole (entre juin et septembre); une actualisation mensuelle est souhaitable.

<b>Exercice</b>		
<b>COMPÉTENCE 16</b> <b>Savoir déterminer qui doit diffuser quel type d'information</b>	<b>TYPE DE PRATIQUE</b>	<b>DURÉE</b>
	Discussion plénière	20 mn
<p>Les participants doivent définir le mode de diffusion de plusieurs types d'informations, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Les numéros de téléphone des membres.</li> <li>&gt; le niveau des stocks à la fin de la campagne.</li> <li>&gt; l'état des pâturages.</li> </ul> <p>Pour chaque type d'information, il est demandé de réfléchir aux questions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; a. Quel mode de diffusion des informations :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- i. Public ?</li> <li>- ii. Restreint ? Avec les membres de l'OP. Avec des organisations étatiques.</li> </ul> </li> <li>&gt; b. Quels moyens de diffusion ?             <ul style="list-style-type: none"> <li>- i. SMS ?</li> <li>- ii. Site web ?</li> <li>- iii. Téléphone, etc.</li> </ul> </li> </ul>		

## G – Que retenir de ce livret ?

- Toutes les OP doivent prévoir dans leurs plans d'actions, la mise en œuvre d'un système de gestion de l'information, qu'il s'agisse de systèmes basés sur des fiches papier ou sur des outils numériques. Parfois, un système d'information peut être aussi simple qu'un groupe WhatsApp.
- La mise en œuvre d'un système de gestion de l'information devrait d'abord servir le bon fonctionnement de l'OP, puis ensuite améliorer la coordination entre les structures de sécurité alimentaire locales, nationales et régionales.
- Les systèmes de gestion de l'information doivent s'adapter aux besoins et aux capacités des OP afin de garantir l'atteinte de leurs objectifs. Cependant, il n'existe pas un système de gestion de l'information parfait qui puisse répondre à tous les besoins de toutes les OP.
- Les organisations doivent effectuer une analyse interne afin d'identifier les domaines prioritaires dans lesquels la mise en place d'un système de gestion de l'information leur serait vraiment utile. Cette analyse doit permettre de déterminer quel type de système d'information serait le plus pertinent pour l'OP.
- Les systèmes de gestion de l'information ne fonctionnent pas dès la première minute. Il faut du temps pour que les outils s'adaptent aux réalités des organisations et, réciproquement, pour que les équipes apprennent à les utiliser. Il ne s'agit pas d'un investissement ponctuel mais continu pendant une période plus ou moins longue. Pour cette raison, le montant de cet investissement doit être le minimum nécessaire pour obtenir un système de gestion de l'information répondant aux objectifs de l'organisation.
- Concernant les informations commerciales et les informations sur le contexte, les OP doivent décider si elles vont les obtenir par leurs propres moyens, si elles vont externaliser cette fonction ou si elles vont combiner les deux modalités.

## H – Pour aller plus loin

**Afrique Verte International, (2017).** *PSA spécial n°200 : aperçu des bulletins et systèmes d'information sur les marchés agricoles mis en œuvre par les membres d'AVI - analyse graphique de l'évolution des prix des céréales au Sahel de 2001 à 2017*; décembre 2017, 19 pages <https://cutt.ly/rwlV8iM>

**CTA, (2015).** *Systèmes d'information sur les marchés agricoles en Afrique*. Série de 12 fiches d'information publiée en 2015 par le CTA, en collaboration avec le Conseil des céréales de l'Afrique de l'Est (EAGC) et l'IFDC. Réf fiche n°1 : [www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Cote\\_Ivoire\\_SIM\\_ANOPACI\\_2007.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Cote_Ivoire_SIM_ANOPACI_2007.pdf)

**Dabalen, A. & al, (2016).** *Mobile phone panel surveys in developing countries: a practical guide for microdata collection* (English). Direction in development. Washington, D.C.: World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/877231468391801912/Mobile-phone-panel-surveys-in-developing-countries-a-practical-guide-for-microdata-collection>

**David-Benz H., Egg J., Galtier F., Rakotoson J., Shen Y. & Kizito A., (2012).** *Les systèmes d'information sur les marchés agricoles en Afrique sub-saharienne, de la première à la deuxième génération*, Focales, juin 2012, 146 pages [www.afd.fr/sites/afd/files/imported-files/14-Focales.pdf](http://www.afd.fr/sites/afd/files/imported-files/14-Focales.pdf)

**David-Benz, H., Egg, J., Galtier, F. & Subervie, J., (2014).** *Les systèmes d'information sur les marchés agricoles dans les pays en développement : nouveaux modèles, nouveaux impacts*. Cah Agric, vol. 23, n8 4-5, juillet-octobre 2014, pp. 245-258 [www.cahier-sagricultures.fr/articles/cagri/pdf/2014/04/cagri2014234-5p245.pdf](http://www.cahier-sagricultures.fr/articles/cagri/pdf/2014/04/cagri2014234-5p245.pdf)

**Inter-réseaux, CTA, (2008).** *Les Systèmes d'Information de Marché (SIM) : Des dispositifs efficaces pour une meilleure transparence des marchés ?* 11 pages [www.inter-reseaux.org/IMG/pdf\\_SIM.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf_SIM.pdf)

**Rowntree, O., (2019).** *The Mobile Gender Gap Report 2019*. GSMA Connected Women Programme. <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2019/03/GSMA-Connected-Women-The-Mobile-Gender-Gap-Report-2019.pdf>

**Satterlee, E. & al, (2015).** *US Global Development LAB: Paper to Mobile Data Collection Manual*. US Global Development: Paper to Mobile Data Collection Manual. [https://www.fhi360.org/sites/default/files/media/documents/Paper\\_to\\_Mobile\\_Data\\_Collection\\_Manual\\_1.0.pdf](https://www.fhi360.org/sites/default/files/media/documents/Paper_to_Mobile_Data_Collection_Manual_1.0.pdf)

**Weber, M.T., Donovan, C., Staatz, J.M. & Dembélé, N. N., (2005).** *Directives pour créer des systèmes d'information des marchés durables en Afrique avec de forts partenariats public-privé*, Michigan State University (MSU), novembre 2005, 5 pages. <https://drive.google.com/file/d/0B3ssRODnmSPIVUZpNmlpWTNMWWc/edit?usp=sharing>

## I – Liste des sigles

<b>ARAA</b>	Agence régionale pour l'agriculture et l'alimentation
<b>BAB</b>	Banque d'aliments bétail
<b>CEDEAO</b>	Communauté économique des États d'Afrique de l'Ouest
<b>COGES</b>	Comité de gestion
<b>CRUS</b>	Conseil Régional des Unions du Sahel
<b>ONG</b>	Organisation non-gouvernementale
<b>OP</b>	Organisation de producteurs
<b>RBM</b>	Réseau Billital Maroobé
<b>ROAC</b>	Réseau ouest-africain des céréaliers
<b>RRSA</b>	Réserve régionale de sécurité alimentaire
<b>SIM</b>	Système d'information sur les marchés
<b>USCCPA/BM</b>	Union des sociétés coopératives pour la commercialisation des produits agricoles de la Boucle du Mouhoun (Burkina Faso)

## J – Glossaire

<b>Banque d'aliments bétail (BAB)</b>	Organisation communautaire de base qui achète, stocke et revend les aliments destinés à nourrir les animaux.
<b>Cartographie</b>	Action qui a pour but la conception et la réalisation de cartes, de dessins ou de schémas. Elle peut par exemple permettre de représenter la localisation géographique de magasins de stockage sur un territoire donné. Une cartographie peut également intégrer des éléments non géographiques, comme la capacité de stockage, la quantité de stock disponible ou encore la composition du comité de gestion des magasins représentés.
<b>Enquêtes numériques</b>	Enquêtes réalisées avec des outils numériques (smartphones, tablettes). Elles remplacent les enquêtes sur papier et peuvent être réalisées à distance ou en face à face.
<b>Géoréférencement</b>	Utilisation des coordonnées géographiques (latitude, longitude) pour localiser un magasin (ou un autre objet) sur une carte.
<b>Retournement du marché (ou des prix)</b>	Situation dans laquelle le prix des céréales durant la période de soudure est plus bas que le prix au moment de la récolte précédente.
<b>Soudure (agricole si rien n'est spécifié)</b>	Période qui sépare la fin de la consommation de la récolte de l'année précédente (épuisement des réserves des greniers) de la récolte suivante.
<b>Soudure pastorale</b>	Période critique pour les éleveurs, entre la fin de la saison sèche chaude et le début des pluies, caractérisée par une rareté des pâturages, du fourrage et des points d'eaux.
<b>Warrantage</b>	Mécanisme financier par lequel un producteur agricole ou une organisation paysanne (OP) obtient un prêt par la mise en gage (ou « nantissement ») d'un stock de produits agricoles peu périssables (mil, sorgho, riz, maïs, sésame, gombo, arachide, etc.) susceptibles de conserver leur valeur.

**D**epuis 2012, l'Afrique de l'Ouest est dotée d'une Stratégie régionale de stockage de sécurité alimentaire basée sur la complémentarité de trois lignes de défense: les stocks de proximité gérés par des groupements ou des organisations coopératives, les stocks nationaux de sécurité alimentaire gérés par les États et, enfin, la Réserve régionale de sécurité alimentaire (RRSA). Cette dernière est mise en œuvre par la CEDEAO à travers l'Agence régionale pour l'agriculture et l'alimentation (ARAA).

Les stocks de proximité jouent un rôle majeur dans la prévention et la gestion des crises cycliques et conjoncturelles, dans l'approvisionnement du marché et dans la reconstitution des stocks nationaux et régionaux de sécurité alimentaire. Face aux risques et vulnérabilités, les organisations de producteurs (OP) actives dans le stockage de proximité sont appelées à jouer plus efficacement leur rôle de première ligne de défense face à l'insécurité alimentaire et nutritionnelle.

Avec l'appui de la CEDEAO, ces organisations et leurs réseaux régionaux ont impulsé, d'une part, la production de référentiels régionaux basés sur la capitalisation des bonnes pratiques et, d'autre part, la conception et le déploiement d'un cursus de formation destinés aux gestionnaires des stocks de proximité. L'objectif de ces deux actions est de contribuer à améliorer les performances des OP actives dans le stockage de proximité afin qu'elles puissent jouer pleinement leur rôle dans le dispositif régional de stockage de sécurité alimentaire, fondé sur la complémentarité et la subsidiarité des trois lignes de défense.

Les livrets de l'apprenant de niveau régional constituent l'un des outils du cursus de formation. Ils sont destinés à des personnes (élus et techniciens d'OP, experts indépendants...) qui disposent déjà de connaissances de base en matière de stockage de proximité. Ces personnes vont bénéficier de formations, organisées à l'échelle de l'espace CEDEAO, sur un ou plusieurs des thèmes couverts par les livrets. Puis, à leur tour, elles animeront, dans leur pays, des sessions de formation destinées à des responsables (élus ou techniciens) d'OP actives dans le stockage de proximité. Lors de ces sessions de niveau national, les formateurs pourront utiliser les livrets de l'apprenant de niveau régional après adaptation, si nécessaire, aux réalités de leur pays.

---

L'ensemble des publications de la CEDEAO sur le stockage de proximité sont disponibles sur le site de l'ARAA : [www.araa.org](http://www.araa.org)