



REPUBLIQUE DU BENIN

=====

MINISTERE DE L'AGRICULTURE DE L'ELEVAGE ET DE LA PECHE

=====

PROJET DE MICROFINANCE ET DE COMMERCIALISATION
(**PROMIC**)

*DIFFUSION DES INFORMATIONS COMMERCIALES
EXPERIENCE DU PROMIC*



Présenté par :

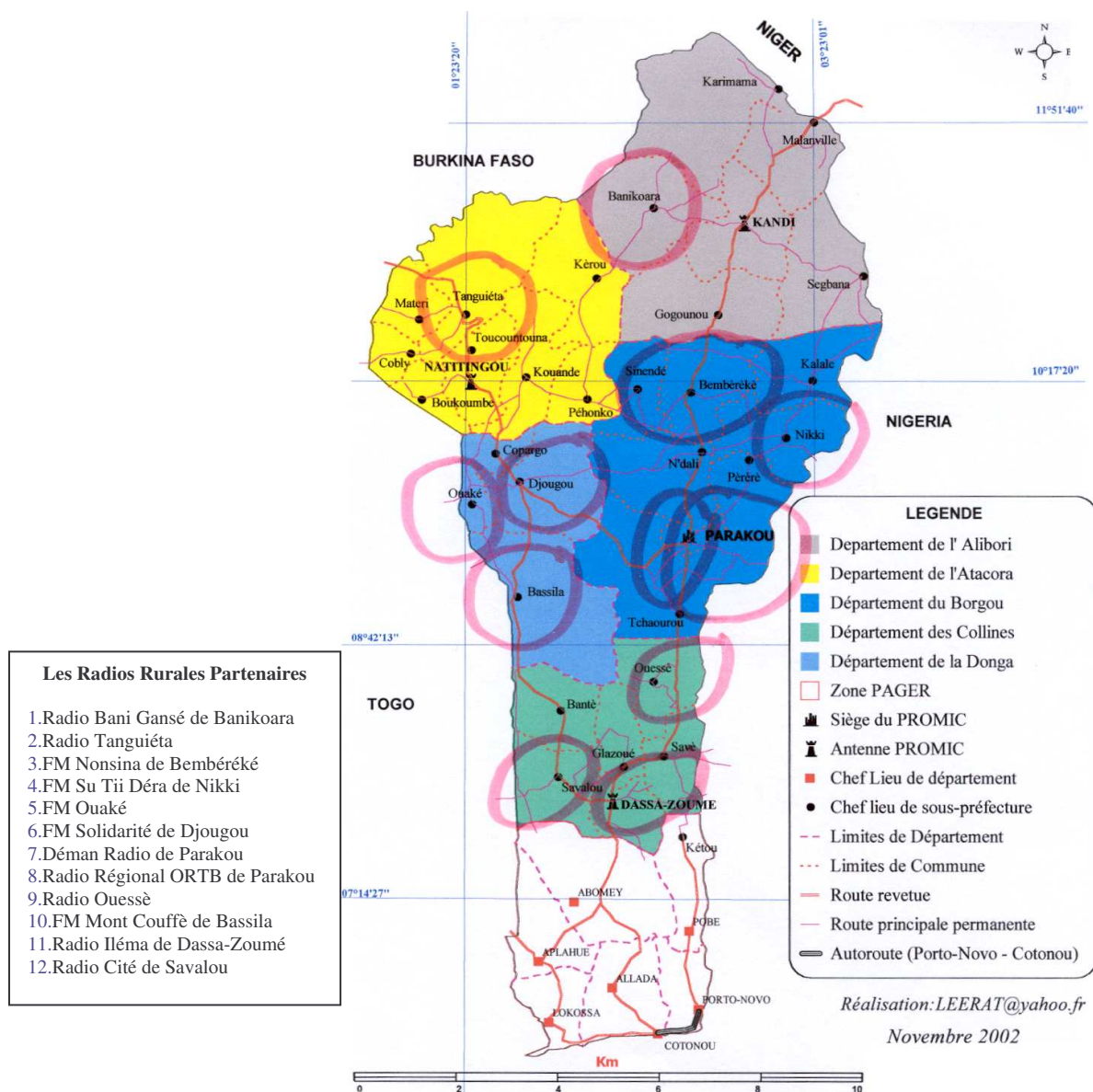
Bio SOUROKOU
bsourokou@yahoo.fr

Juillet 2006

Sommaire

	Pages
Carte de la zone d'intervention du PROMIC et d'implantation des radios partenaires.....	3
Introduction.....	4
I. Objectifs de la diffusion des informations commerciales.....	4
II. Collaboration avec les radios rurales.....	5
III. Les informations diffusées.....	7
IV Etalonnage des unités locales de mesure	99
V. Collecte des informations et convention avec l'ONASA.....	10
VI Impact de la diffusion des informations commerciales par les radios.....	11
6.1 Utilité de la diffusion des prix.....	12
6.2 Inconvénients.....	12
6.3 Période de diffusion des informations commerciales.....	13
6.4 Changement de comportement suite à la diffusion des prix par les radios.....	13
VII Difficultés et suggestions.....	13
Conclusion.....	14
Annexes.....	15
Fiche de diffusion Radio	16
Fiche de travail	17
Fiche Synthèse	19
Etalonnage des unités de mesure locales	21
Contrat de prestation de service avec une radio	22
Contrat de prestation de service avec une r'l'ONASA	26

Carte d'implantation des radios partenaires du PROMIC



INTRODUCTION

Le Projet de Microfinance et de Commercialisation (PROMIC) est financé conjointement par le Fonds International de Développement Agricole (FIDA) et le Gouvernement du Bénin. Il vise à accroître de manière durable les revenus, le bien-être et la participation au développement local des ménages ruraux pauvres et en particuliers les femmes.

Il couvre 85% du territoire national (le Nord Bénin) mais ne compte que 40% de la population.

Dans son organisation, les activités du PROMIC se déroulent suivant quatre (04) composantes à savoir :

- Appui aux Associations des Services Financiers (ASF)
- Soutien aux Activités Génératrices de Revenus (AGR)
- Désenclavement des bassins de production et des marchés
- Coordination et gestion du projet

La stratégie d'intervention du PROMIC consiste en un partenariat avec le secteur privé ou public, les organisations paysannes, les organisations non gouvernementales qui exécutent pour le projet les activités sur le terrain. C'est une approche de faire-faire où l'unité de coordination du projet se concentre à la planification, la coordination, le suivi et le contrôle des réalisations.

Au nombre des activités menées par le PROMIC, le présent rapport vise à décrire l'expérience du projet dans la diffusion des informations commerciales, un des volets de la composante AGR. Le rapport abordera :

1. Les objectifs de la diffusion des informations commerciales
2. La collaboration avec les radios rurales
3. Les informations diffusées
4. La collecte des informations et la convention avec l'Office National d'Appui à la Sécurité Alimentaire (ONASA)
5. L'impact de la diffusion des informations commerciales
6. Les perspectives d'avenir de la diffusion des informations commerciales.

I. OBJECTIFS DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS COMMERCIALES

Pour le petit agriculteur, le paysan pauvre et surtout la femme rurale, l'écoulement des produits vivriers détermine ses recettes monétaires agricoles et partout, le revenu et le niveau de vie agricole.

Au Bénin, la recherche des débouchés pour les produits vivriers demeure un facteur limitant non seulement au niveau de la production mais surtout pour le revenu monétaire des ménages agricoles. Pour améliorer cette situation, il s'agira de donner à cette couche vulnérable l'opportunité de vendre sa production agricole vivrière à un prix rémunérateur.

Dans le contexte de libéralisme économique qui caractérise le Bénin depuis



*Une opération de vente de haricot .
Négocié lorsque tous les acteurs sont
mis au même niveau d'information*

plus d'une décennie¹, on note avec satisfaction le développement des marchés locaux où s'opèrent les transactions de produits vivriers.

Parmi les trois principaux acteurs des marchés vivriers que sont les commerçants, les consommateurs et les producteurs agricoles, les derniers demeurent le groupe le moins dynamique.

Du fait de leur inorganisation, ils se retrouvent généralement perdants au terme des échanges commerciaux.

Les commerçants sont de loin le groupe le plus dynamique. Du fait de leur présence sur l'ensemble des marchés de leur localité, ils sont les mieux informés sur les prix, la pénurie ou l'abondance des produits. De plus, leur pouvoir financier d'acheteur leur donne une hégémonie sur les producteurs vendeurs. De part leur maîtrise de gestion des stocks, ils régulent les quantités sur les marchés pour vendre aux consommateurs à un prix avantageux qui leur procure des bénéfices très élevés.

Au total, la diffusion des prix des produits vivriers par le PROMIC se fait pour remédier à cette situation durement ressentie par le groupe cible du projet plus fortement désavantagé que tout autre.

La diffusion des informations commerciales vise l'accès de tous les acteurs (commerçants, producteurs, consommateurs) au même niveau de connaissance des prix des produits agricoles au cours de la semaine pour pouvoir prendre, en toute conscience, la décision de vendre ou acheter, quand vendre ou acheter et à combien vendre ou acheter. La diffusion des prix permet également aux commerçants et aux producteurs de prendre la décision de stocker ou de mettre leurs produits sur le marché pour obtenir un revenu meilleur.

II. COLLABORATION AVEC LES RADIOS RURALES

Le canal choisi pour la diffusion des informations commerciales a été la radio. Ce canal reste de loin le plus approprié pour une population rurale analphabète à près de 90%.

¹ Le Bénin a connu de 1972 à 1989 un régime politique Marxiste avec regard de l'Etat sur les prix.

Le PROMIC a exploité le contexte politique national qui, avec le renouveau démocratique, a libéralisé les ondes et autorisé le développement de la presse privée indépendante au Bénin.

Au Bénin, la liste des radios autorisées et en activité comprend .

- Trois (3) radios du service public
- Neuf (9) radios privées commerciales
- Dix sept (17) radios privées non commerciales
- Cinq (5) radios rurales
- Trois (3) radios de réputation internationale (Africa n°1, RFI et BBC).

La zone d'intervention du PROMIC est couverte² par :

- Une (1) radio du service public
- Zéro (0) radio privée commerciale
- Huit (8) radios privées non commerciales
- Quatre (4) radios rurales locales

Toutes les radios privées et rurales n'émettent qu'en FM³.

Dans le cadre de la diffusion des informations commerciales, le PROMIC a établi une relation de partenariat avec :

- Une (1) radio du service public : Radio Régionale de Parakou
- Sept (7) radios privées non commerciales :⁴
 - Radio Iléma à Dassa-Zoumè
 - Radio Solidarité à Djougou
 - Deema Radio à Parakou
 - Radio Sutii Deera à Nikki
 - Radio Cité Savalou-Culture à Savalou
 - FM Monts Kouffé à Bassila
 - FM Noon-Sina à Bembéréké
- Quatre (4) radios rurales locales
 - Radio rurale locale de Banikoara
 - Radio rurale locale de Ouèssè
 - Radio rurale locale de Tanguiéta
 - Radio rurale locale de Ouaké

² Implantation de la station ou d'un émetteur relais en FM (Modulation de Fréquence).

³ L'émetteur FM couvre un rayon d'environ 50 kilomètres

⁴ La radio FM Oré Oré de Tchetti est située dans une zone enclavée à la frontière du Togo où le PROMIC n'a aucune action. Par ailleurs, cette radio est localisée à 30 km de la radio Cité-Savalou qui est le Chef lieu de la Sous-Préfecture et qui est en partenariat avec le PROMIC.

Le partenariat entre le PROMIC et les radios locales a démarré le 07 septembre 1999 par une réunion de concertation et d'information sur les bases de collaboration en vue de la diffusion des informations commerciales.

A l'issue de la réunion, le PROMIC s'est engagé à mettre à la disposition des radios des télécopieurs pour la transmission des informations collectées. En vue d'améliorer le professionnalisme du personnel des radios impliquées dans la diffusion des informations commerciales, le PROMIC a financé la formation des animateurs des radios partenaires. Cette formation a été bien appréciée des animateurs parce qu'elle a permis d'améliorer leur capacité professionnelle. Il faut signaler que la quasi-totalité des animateurs des radios rurales ont été recrutés dans le tas parce qu'ils sont fils du terroir et que les promoteurs des radios sont généralement les communautés villageoises.

Chaque radio diffuse les prix des produits vivriers relevés dans les marchés de sa localité ainsi que les prix des marchés caractéristiques que sont le marché international Dantokpa à Cotonou et le marché international frontalier de Malanville⁵.

III. LES INFORMATIONS DIFFUSEES

Les informations diffusées par chaque radio sont contenues dans une fiche de synthèse élaborée par les enquêteurs⁶ du marché.

Elles portent sur les prix moyens de la semaine en cours des principaux produits vivriers de la localité tels que le maïs, le sorgho, le riz (local et importé), l'igname (tubercule), la cossette d'igname, le gari, le manioc en cossette, le haricot/niébé, l'arachide.

Les informations sont généralement diffusées la veille et le jour de l'animation du marché de la localité d'implantation de la radio rurale.

A titre d'exemple, radio Noon Sina de Bembéréké diffuse les informations commerciales les mercredis et jeudis ; jeudi est le jour d'animation du marché de Bembéréké.

La diffusion se fait dans les langues nationales⁷ au niveau de chaque radio. Il faut signaler la très grande diversité de langues nationales au Bénin.

Outre les prix, les radios rappellent les marchés du jour qui s'animent. Les marchés qui s'animent à une périodicité de 4 jours et de 7 jours sont les plus répandus. Les prix diffusés sont donnés en mesures locales.

⁵ Le marché de Malanville s'anime du vendredi à dimanche. Il est fréquenté surtout par les opérateurs économiques du Bénin, du Togo, du Niger et du Nigéria.

⁶ Ce sont les animateurs des ONG partenaires du PROMIC pour la composante AGR.

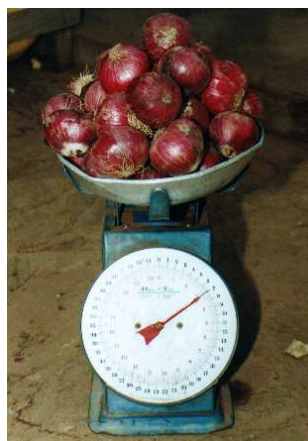
⁷ Langues nationales = dialectes du Bénin ; le français est désigné langue de travail.

En effet, dans les marchés africains, les produits sont généralement exposés par terre ou parfois sur des étalages sans étiquettes de prix. Les transactions se font avec des unités de mesures locales.

- Pour les grains (maïs, sorgho, niébé, riz, etc....), l'usage de récipient standard mais variable suivant les marchés est très courant.
- Pour les tubercules⁸ (ignames, manioc) ou leur cossette⁹, la vente se fait en tas. C'est la mesure la plus abstraite.

Chaque marché dispose d'unités de mesures qui lui est propre. Cependant, certaines mesures telles que le "Tongolo", "le Paï", "le Sogo" se rencontrent dans plusieurs marchés à la fois.

Le PROMIC, en collaboration avec l'Office National d'Appui à la Sécurité Alimentaire (ONASA), effectue par an deux enquêtes d'étalonnage des unités de mesure locale sur l'ensemble de l'observatoire des marchés.



L'étalonnage consiste à déterminer l'équivalence entre l'unité de mesure locale et les unités de mesure internationales tel que le kilogramme ou le litre. L'étalonnage évalue par marché et par produit la valeur en unités internationales de chaque mesure locale. C'est cette opération qui permet une analyse objective des comparaisons d'une part et le suivi de l'évolution des prix à des fins statistiques d'autre part. Elle permet également aux auditeurs de se faire une idée sur l'ordre de grandeur des prix diffusés par les radios.

Pour les produits vendus par tas, l'enquêteur évalue le poids du tas en kg.

Il faut signaler que les enquêtes d'étalonnage sont rendues nécessaires parce que les marchés adoptent deux principes ; suivant la disponibilité du produit, certains marchés conservent la même unité locale de mesure mais font varier à la hausse ou à la baisse le prix de la mesure ; d'autres marchés conservent à une valeur fixe le coût et changent la mesure locale.

A titre d'exemple, le marché de Djougou utilise la Paï pour vendre le maïs toute l'année. Le coût de la mesure du Paï de maïs varie suivant les saisons ; c'est-à-dire la disponibilité du produit sur le marché. Par contre, au marché de Péhunco, le maïs se vend avec deux unités de mesure de capacité différente (le "Kopourou" et le "Bapourou") mais toujours au même prix toute l'année.

⁸ Produit en frais

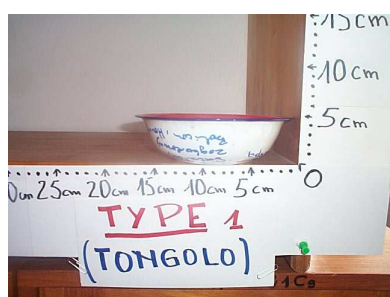
⁹ Tubercule épulché et séché propre à la conservation

En dépit de cette complexité relative du fonctionnement des marchés locaux, les principaux acteurs que sont les commerçants, les producteurs et les consommateurs s'y retrouvent et comprennent parfaitement la diffusion des prix par les radios.

IV ETALONNAGE DES UNITES LOCALES DE MESURE

Dans les marchés ruraux, les produits agricoles sont vendus avec des unités de mesure locales ou en tas. Il est à signaler qu'il y a une grande diversité des unités de mesure. Chaque marché a ses unités de mesure qui lui sont spécifiques. Cependant une même unité de mesure peut être utilisée par un certain nombre de marchés ; il n'existe pas de d'unité de mesure locale utilisée sur l'ensemble de tous les marchés du pays.

Pour se faire une idée de ces unités utilisées, l'on procède à leur étalonnage. L'étalonnage est le processus qui permet de déterminer pour chaque produit vivrier, la valeur de conversion des unités de mesure locales en unités du système international telles que le kilogramme, le litre etc. A titre d'exemple, 1 tongolo de maïs vaut 0,91 kg, 1 tongolo de gari vaut 0,70 kg.



Pour bien conduire une opération d'étalonnage, l'on doit veiller à :

- L'installation des balances sur des sols plats ; le peson suspendu est souhaitable ;
- Faire une lecture sans le biais optique ;
- Bien régler la tare ;

De façon générale, l'élément le plus déterminant est la manière de faire les mesures, c'est à dire avec ou sans brassées¹⁰.

¹⁰ La brassée est le procédé de mesure qui consiste à se servir de la main et du coude parfois pour faire les mesures à l'achat d'un produit vivrier.

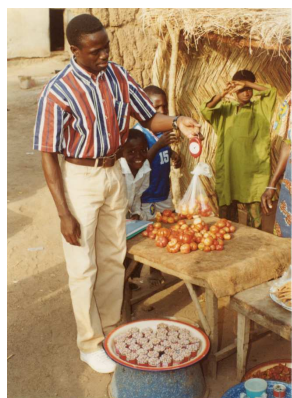
V. COLLECTE DES INFORMATIONS ET CONVENTION AVEC L'ONASA

Dans les marchés ruraux, les prix ne sont pas étiquetés. Chaque consommateur discute le prix avec le vendeur pour retrouver une juste valeur acceptable par les deux opérateurs (commerçant vendeur et consommateur acheteur).

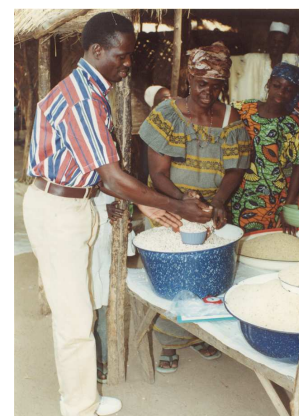
A chaque transaction, il existe ce que l'on appelle le "Premier Prix" et le "Dernier Prix" ou prix de cession. Pour donner le premier prix de vente, le commerçant observe le standing du client (homme ou femme, employé salarié ou paysan, blanc « européen » ou noir « africain »). Tout simplement, le commerçant exploite le fait que certains clients ont la notion de l'ordre de grandeur des prix (les femmes en général) ou qu'ils ont un pouvoir d'achat plus élevé (les européens en général) pour ne pas discuter longuement le rabais du prix.

C'est cette pratique également que la diffusion des informations commerciales vise à corriger en donnant par le biais des radios à l'endroit du grand public, les prix en cours dans la semaine.

L'observatoire du PROMIC comprend vingt quatre (24) marchés où les prix et les flux des produits vivriers sont relevés chaque jour d'animation de marché par un enquêteur. Le choix des marchés a tenu compte de plusieurs facteurs dont les principaux sont :



- L'importance et la nature du marché (marché primaire de collecte, marché secondaire de regroupement, marché terminal de consommation) ;
- Du dispositif (nombre et répartition) des animateurs du PROMIC chargés de faire la collecte des données ;
- De l'implantation des radios rurales dans la zone de couverture du PROMIC.



Mesure de céréale

Le jour d'animation du marché, l'enquêteur relève les prix en se servant d'une fiche de collecte. Il fait trois passages : le matin à l'ouverture du marché, vers midi en période d'animation intense du marché et le soir vers la clôture du marché pour tenir compte de la fluctuation du prix suivant la journée au sein du même marché. Les prix sont relevés auprès de huit différents vendeurs pour tenir compte de la fluctuation par commerçant. A chaque fois l'enquêteur se présente au vendeur de produits et discute le prix comme s'il devait acheter. Il coche sur sa fiche de travail le "dernier prix" accepté par le vendeur. En fin de journée,

l'enquêteur achève le remplissage de la fiche de travail et détermine le prix moyen par produit vivrier. Il est important que le prix retenu et diffusé dans les radios est le mode¹¹ et non la moyenne arithmétique parce que cette dernière pourrait donner des valeurs décimales contestables par les acteurs du marché. La fiche de travail transmise au PROMIC et à l'ONASA, permet de remplir la fiche de diffusion radio transmise à la radio locale par l'enquêteur.



Vue partielle du rayon des vendeuses de beurre de karité

La fiche de travail analyse la tendance du prix (hausse, stable ou baisse) par rapport au dernier marché. Elle mentionne en observation le niveau d'affluence du marché, le flux des principaux produits, la période agricole en cours (semis, récolte, entretien des cultures).

A la fois de chaque mois, l'enquêteur remplit la fiche synthèse pour déterminer le prix moyen par produit pour chaque marché. Il faut signaler ici que le prix du mois est une moyenne arithmétique arrondie au nombre entier.

Dans le cadre de la collecte des données sur les marchés, le PROMIC a établi une convention de collaboration avec l'ONASA (Office National d'Appui à la Sécurité Alimentaire). L'ONASA est un office sous tutelle du Ministère du Développement Rural spécialisé dans le suivi des observatoires des marchés, des prix et des flux des produits vivriers.

Au titre de cette convention, l'ONASA s'engage à porter toute l'assistante technique pour le relevé et le traitement des informations commerciales. Il organise les sessions de formation et de recyclage des enquêteurs de marché et effectue les missions de supervision des enquêteurs sur les marchés. L'ONASA publie les informations sur les marchés à travers son bulletin mensuel le LISA-SAR.¹²

En contre-partie, le PROMIC porte un appui financier à l'ONASA pour l'accomplissement de cette opération.

VI. IMPACT DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS COMMERCIALES PAR LES RADIOS

Au terme d'une année de diffusion des informations commerciales, le PROMIC a organisé de concert avec les radios rurales une évaluation de l'impact de la diffusion des informations.

¹¹ Le mode est la valeur de plus haute fréquence dans une série, ou vulgairement le nombre qui revient le plus souvent que les autres.

¹² Lettre d'Information à la Sécurité Alimentaire et au Système d'Alerte Rapide.

La méthodologie s'est basée sur les jeux radiophoniques, le micro-troittoir, le courrier des auditeurs, les tables rondes ou débats radiophoniques avec comme invités les cibles privilégiées (commerçants, producteurs, consommateurs).

Les principaux thèmes d'évaluation ont porté sur :

- L'utilité de la diffusion des prix
- Les inconvénients de la diffusion
- Les périodes (jours et heures) souhaitées par les auditeurs pour la diffusion des prix
- Les changements de comportement constatés au niveau des commerçants, des producteurs et des consommateurs suite à la diffusion des prix
- Les suggestions des auditeurs sur la collecte des prix et leur diffusion.

6.1 Utilité de la diffusion des prix

A l'unanimité, tous les enquêtés et les participants aux débats radiophoniques ont estimé que la diffusion des informations sur les prix est utile. Elle permet aux producteurs et aux consommateurs de se faire une idée des coûts avant les transactions. Cette connaissance avant la transaction permet de discuter au mieux le prix et d'acheter ou de vendre de façon équitable. La connaissance des prix en cours dans la région empêche aux commerçants toutes spéculations ou toutes formes d'abus.

Selon les commerçants (surtout les grossistes), la diffusion des prix permet d'identifier le marché d'écoulement propice pour la période. Elle permet également de disposer des informations pour pratiquer la régulation des stocks dans les marchés afin de vendre à un prix avantageux.

6.2 Inconvénients

Seuls les commerçants ont trouvé d'inconvénients à la diffusion des prix par les radios. Les discussions sur les prix avec les producteurs lors des approvisionnements sont devenues plus hardues.

Par ailleurs, un regard sur l'ensemble des trois acteurs (consommateurs, producteurs, commerçants) fait ressortir que les producteurs sont tentés de vendre plus cher que d'ordinaire. En effet, avec la connaissance des prix sur les marchés secondaires de regroupement et les marchés terminaux de consommation, les producteurs sont tentés de relever leurs prix de vente au niveau de leur village où il n'y a que des marchés primaires de collecte. Il faut signaler que le prix dans un marché primaire de collecte doit être plus bas que dans un marché secondaire de regroupement qui à son tour doit être plus bas que celui d'un marché terminal de consommation. Entre ces différents niveaux, il faut intégrer au prix de vente des commerçants, les

charges de transport, de reconditionnement, de tracasserie policière, d'avarie et des risques.

Signalons que les différents débats organisés au niveau des radios ont permis d'applanir ces genres de tiraillement et amené les producteurs à plus de raison.

6.3 Période de diffusion des informations commerciales.

Tous les auditeurs ont souhaité la diffusion des informations commerciales aux heures de grande écoute. Pour les paysans, il s'agit du matin (tôt entre 6 heures et 7 heures) et du soir vers 19 heures.

Les jours préférés sont la veille et le jour d'animation du marché de la localité.

Cependant, si cela était possible, les trois catégories cibles n'ont pas d'objection à la diffusion des prix tous les jours de la semaine. Malheureusement, les radios rurales n'ont que quelques heures d'antenne par jour.

6.4 Changement de comportement suite à la diffusion des prix par les radios.

Dès le démarrage de l'opération, les consommateurs et les producteurs ont manifesté leur joie de s'informer alors que les commerçants estimaient qu'il s'agissait d'une démarche à leur encontre. Ils ont tenté en vain de discréditer le système en diffusant de fausses rumeurs tendant à dire que les relevés de prix dans les marchés s'effectuent à des fins fiscales que devraient payer les paysans et les vendeurs détaillants dans les marchés.

Une fois encore, des campagnes de sensibilisation ont été menées avec le concours des radios pour expliquer les objectifs et le bien-fondé de l'opération.

A ce jour, la diffusion des informations commerciales par les radios est devenue un produit très apprécié. Elle a relevé le niveau de dynamisme des producteurs en particulier au sein des acteurs du marché.

VII. DIFFICULTES ET SUGGESTIONS

La difficulté majeure à l'organisation de la diffusion des informations commerciales est liée à l'inefficacité du réseau de communication téléphonique au Bénin. Le système de diffusion des prix des marchés de l'ensemble de la zone de couverture du PROMIC est basé sur les échanges par fax pour transmettre les fiches de relevé des prix.

Chaque radio diffuse directement les prix relevés par l'enquêteur de sa localité. La fiche de relevé des prix déposée par l'enquêteur est faxée par la radio au siège du PROMIC à Parakou pour la centralisation.

La mauvaise qualité des liaisons téléphoniques empêche régulièrement la transmission des relevés entre la radio et le PROMIC d'une part et le feedback des synthèses des prix des marchés vers chacune des radios d'autre part. On espère une amélioration avec l'installation du réseau de fibre optique en cours au Bénin.

Les autres difficultés essentielles concernent le sous-équipement (insuffisance ou vétusté des appareils tels que les enregistreurs) et le faible niveau de formation technique du personnel des radios rurales. Il est souhaitable que le PROMIC dispose de plus de moyen pour porter un appui financier substantiel aux radios.

CONCLUSION

Les radios rurales sont des radios de proximité spécialisées dans la diffusion des informations relatives au monde rural. Elles émettent exclusivement en modulation de fréquence, donc sont dotées d'un fort confort d'écoute.

Il y a plus de temps d'antenne en langue nationale qu'en français, ce qui permet à son auditoire généralement analphabète de suivre la quasi-totalité des émissions.

Tous ces atouts donnent aux radios rurales un avenir certain. De ce fait, elles constituent un partenaire dont la collaboration permettra la synergie de développement avec tous les acteurs du monde rural. C'est cette logique que le PROMIC exploite entre autres pour améliorer le revenu agricole des producteurs par la diffusion des informations commerciales.

ANNEXES



FICHE DE DIFFUSION RADIO



OFFICE NATIONAL D'APPUI A LA
SECURITE ALIMENTAIRE
(ONASA)

PROMIC
Tél : 23 61 36 13 Fax : 23 61 36 22

Tel : 21 33 15 02 Fax : 21 33 02 93

RELEVÉ DES PRIX DES PRODUITS VIVRIERS SUR LES MARCHES PERIODIQUES

Mois : ...Février 2002.....

MARCHE :Dassa Zoumé.....

DEPARTEMENT : ...Collines.....

STADE - FILIERE :

DETAILLANT : /...X.../

FCFA : /...X...../

DATE D'OBSERVATIONS : /...../

PRODUITS	MODE DE CONDITIONNEMENT OU UNITE MESURE LOCALE (UM)	VARIETE OU QUALITE	PRIX	TENDANCE		
				Hausse	Stable	Baisse
Maïs	Chaga	Blanc	3500	X		
Sorgho rouge	Chaga	Rouge	3500	X		
			3000		X	
Riz		Local	ND			
		Importé	ND			
Farine de Blé			ND			
			ND			
Igname	Kg	Ordinaire	95		X	
		à Piler	100		X	
Igname Cossette	Kg		ND			
Gari	Chaga	Ordinaire	3500			X
		Fin	ND			
Manioc						
Manioc Cossette	Chaga					
Patate						
Haricots	Chaga	Blanc	6000	X		
		Rouge	4000	X		
Pois d'Angole						
Vouandzou	Chaga	Blanc	9000	X		
Arachide Coque	Chaga		2000		X	
Arachide Décortiquée		Petit Grain				
		Gros Grain				
Huile d'arachide						
Huile de palme						
Huile de palmiste						
Escargot						
Tomate						
Piment						
Ananas						
Farine cossette manioc						
Tapioca						

Manioc																	
Gari	<i>chaga</i>		Ordinaire		3500	3500	3500	3500	4000	4000	3500	3500	3500	X			
			Fin		ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND				
Manioc cossette	Kg				ND	2500	2500	2500	2500	2000	2500	2300	2500				X
Farine de cossette manioc																	
Tapioca																	
Haricot	<i>chaga</i>		Blanc		4000	4000	4000	4000	5500	5500	6000		4000	X			
			Rouge		3000	3000	3000	3000	3500	3500	4000		3000			X	
Taro																	
Pomme de terre																	

NB : TYPE DE MESURE : (1) = sans brassée ; (2) = une brassée ; (3) = deux brassées

QUALITE : (1) = propre ; (2) = peu propre ; (3) = malpropre

Date de Réception du Centralisateur : /...../

Date de Transmission de l'Enquêteur : /...../

Date de Transmission du Centralisateur : /...../

Voie de Transmission : Secteur : Taxi : Tierce :

Nom et Signature de l'Enquêteur : /...../

COMMENTAIRES

Marché bien animé avec une forte affluence des commerçants venus de Bohicon et de Glazoué.

Manioc																	
Gari	<i>chaga</i>		Ordinaire		4000	4000	4000	3500	4000	4000	3500		3850	X			
			Fin		ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND					
Manioc cossette	Kg				ND	25	25	25	25	20	25		25	X			
Farine de cossette manioc																	
Tapioca																	
Haricot	<i>chaga</i>		Blanc		4000	4000	4000	4000	5500	5500	6000		4710	X			
			Rouge		3000	3000	3000	3000	3500	3500	4000		3290	X			
Taro																	
Pomme de terre																	

NB : TYPE DE MESURE : (1) = sans brassée ; (2) = une brassée ; (3) = deux brassées
QUALITE : (1) = propre ; (2) = peu propre ; (3) = malpropre

Date de Réception du Centralisateur : /...../

Date de Transmission de l'Enquêteur : /...../

Date de Transmission du Centralisateur : /...../

Voie de Transmission : Secteur : Taxi : Tierce :

Nom et Signature de l'Enquêteur : /...../

COMMENTAIRES

Durant le mois, on peut noter une bonne animation du marché. Avec la commercialisation du coton, le pouvoir d'achat des producteurs s'est amélioré, ce qui entraîne une légère hausse des prix.

Etalonnage des Unités Locales en fonction des trois types de mesures

Produit = MAÏS

Densité = 810 gramme/litre

Volume en litre

UNITES de MESURE	VO	PO	V1	P1	V2	P2
YOROUKOU 1	2,43	1,97	2,81	2,28	3,12	2,53
POME	3,37	2,73	3,58	2,90	4	3,24
AGOUE	3	2,43	3,2	2,59	3,88	3,14
YOROUGOU	3,25	2,63	3,75	3,04	4	3,24
PAÏ	3,93	3,18	4,15	3,36	4,56	3,69
SOGOLO	7,3	5,91	7,42	6,01	8	6,48
YEBESSI	7	5,67	7,37	5,97	7,9	6,40
Petit SOGO	1,55	1,26	1,9	1,54	2,17	1,76
DJOGLEDO	5,12	4,15	5,5	4,46	6	4,86
AWOCHOBE	1,87	1,51	2,12	1,72	2,62	2,12
OTOKA 1	2	1,62	2,5	2,03	2,62	2,12
BOL JAUNE	1,4	1,13	1,8	1,46	2,45	1,98
TONGOLO 1	1,12	0,91	1,8	1,46	2,45	1,98
ADJANDJAN	5,12	4,15	5,85	4,74	6,1	4,94
IKE	5,43	4,40	5,87	4,75	6,25	5,06
ABOTOCA	4	3,24	4,28	3,47	5,06	4,10
KE	3,9	3,16	4,4	3,56	5	4,05
AYEWA	3,2	2,59	3,85	3,12	4,25	3,44
TONGOLO 2	1,4	1,13	1,9	1,54	2,25	1,82
OTOKA 2	3	2,43	3,2	2,59	3,88	3,14
EBERE	5,9	4,78	6,52	5,28	7,25	5,87

V0 et PO = Mesures sans Brassée

V1 et P1 = Mesure avec 1 Brassée

V2 et P2 = Mesure avec 2 Brassées

REPUBLIQUE DU BENIN

MINISTERE DE L'AGRICULTURE DE L'ELEVAGE ET DE LA PÊCHE

***PROJET DE MICROFINANCE ET
COMMERCIALISATION***

PROMIC

BP : 555 Tél : (229) 61-36-13 Fax (229) 61-36-22

PARAKOU

CONTRAT DE PRESTATION DE SERVICE

/2002/MAEP/PROMIC/DP/CF/AA du

PRESTATAIRE : RADIO SOLIDARITE FM (Djougou)

Avril 2002

ENTRE

Le Projet de Microfinance et de Commercialisation (PROMIC)
 Ci-après dénommé COMMANDITAIRE, et représenté par son Directeur d'une part,

ET

La radio rurale locale

- ◆ Dénomination : ***RADIO SOLIDARITE FM***
- ◆ Adresse : ***BP : 135 DJOUGOU***
- ◆ Téléphone : ***80-01-95 / 80-11-29***
- ◆ Fax : ***80-15-63***

Ci-après désigné par le vocable PRESTATAIRE, et représenté par ***Daouda TAKPARA, Président du Comité de Gestion*** d'autre part,

Il a été arrêté et convenu ce qui suit :

Article 1 : OBJET DU CONTRAT

Le PRESTATAIRE s'oblige à fournir des prestations de services ayant pour objet la diffusion des informations commerciales. A ce titre, il est chargé de :

- Assurer la diffusion régulière, (la veille de la tenue du marché de *Djougou*), des prix des produits vivriers collectés par des enquêteurs de marché. Cette diffusion se fera dans les langues suivantes : ***Dendi, Yom et Lokpa.***
- Assurer l'échange de ces informations d'une part avec l'ONASA, Superviseur de l'opération et d'autre part avec les autres radios locales signataires de contrat avec le PROMIC.

Article 2 : DOCUMENTS CONTRACTUELS

- ◆ Le présent contrat est régi par les conditions décrites dans le Manuel d'Exécution du PROMIC, applicables aux intermédiaires et relatives aux prestations de services.
- ◆ Le PRESTATAIRE accepte d'être lié par les termes et conditions stipulés dans les documents ci-après qui, en cas de contradiction, primeront les uns par rapport aux autres selon l'ordre suivant :
 - a) Le présent contrat
 - b) Le rapport de la réunion de concertation entre le PROMIC et les Radios Rurales

c) Le Manuel d'Exécution du PROMIC.

- ◆ L'ensemble des documents qui précèdent constitue le contrat entre le Prestataire et le PROMIC. Ce contrat remplace et annule le contenu de tout autre négociation et/ou accord oral ou écrit se rapportant à l'objet du présent contrat.

Article 3 : OBLIGATIONS DU PROMIC

- a) Le PROMIC, seul ou en collaboration avec l'ONASA, veille à ce que les enquêteurs locaux transmettent à la radio, les fiches de relevé des prix des produits vivriers de la semaine en cours.
- b) Le PROMIC, seul ou en collaboration avec l'ONASA, veille à ce que les autres radios rurales adhérentes à la convention de diffusion des informations commerciales transmettent les prix de la semaine en cours relevés dans leurs localités respectives.
- c) Le PROMIC, seul ou en collaboration avec l'ONASA, veille à ce que l'enquêteur de Malanville transmette régulièrement par semaine les prix relevés au marché de Malanville.
- d) Le PROMIC veille à ce que l'ONASA transmette régulièrement par semaine les prix relevés aux marchés DANTOKPA (Cotonou) et OUANDO (Porto-Novo).
- e) Le PROMIC fournit à la Radio Rurale au titre des prestations de service une somme forfaitaire de **TROIS CENT CINQUANTE HUIT MILLE (358 000) F CFA** correspondant aux frais de fax, de déplacement sur les marchés et de correspondances avec le PROMIC et l'ONASA et d'acquisition d'un appareil enregistreur MARANTZ.

Article 4 : OBLIGATIONS DU PRESTATAIRE

- a) *Le Prestataire est tenu de diffuser les informations commerciales reçues dans les langues précitées au moins une fois par semaine ;*
- b) Le prestataire devra transmettre les relevés de prix du marché de *Djougou* pour diffusion au PROMIC régulièrement et par semaine.
- c) Le prestataire est tenu de rendre fonctionnel le télécopieur en permanence. En cas de difficultés, il est tenu d'informer le PROMIC des dispositions alternatives.

Article 5 : ENTREE EN VIGUEUR

- ◆ Le présent contrat d'un an renouvelable expire le 31 décembre 2002.
- ◆ Tous les délais figurants au présent contrat sont impératifs pour les prestations convenues.

- ◆ Toute modification du présent contrat nécessitera un avenant signé par les représentants habilités du prestataire et du PROMIC.
- ◆ Le contrat peut être résilié à tout moment par l'une quelconque des parties, à charge pour celle qui en prend l'initiative d'en aviser l'autre trois (03) mois à l'avance.

Article 6 : DROIT DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT

Le présent contrat est exempté de tout droit de timbre et d'enregistrement.

Article 7 : CONTESTATION – LITIGE

En cas de contestation entre les deux parties, résultant de l'interprétation, de l'application ou de l'exécution du présent contrat, chacune des deux parties fera tous les efforts souhaités en vue d'aboutir à un règlement à l'amiable. A défaut d'arrangement à l'amiable, les parties recourront à l'arbitrage. Enfin, les tribunaux habilités de la République du Bénin siégeant à Parakou connaîtront du différend en cas d'échec de la procédure arbitrale.

En foi de quoi, les soussignés dûment habilités ont accepté de signer le contrat au nom des parties contractantes aux lieu et date indiqués ci-dessous.

Fait à Parakou, le

Pour le PROMIC,

Pour RADIO SOLIDARITE FM,

Le Directeur Le Contrôleur Financier, Le Pdt Comité Gestion, Le Chef station,

Bio SOUROKOU Daman CHALLA Daouda TAKPARA Sarè SAYO

REPUBLIQUE DU BENIN

MINISTERE DE L'AGRICULTURE DE L'ELEVAGE ET DE LA PÊCHE

PROJET DE MICROFINANCE ET COMMERCIALISATION

PROMIC

BP : 555 Tél : (229) 61-36-13 Fax (229) 61-36-22

PARAKOU

CONTRAT DE PRESTATION DE SERVICE

/2003/MAEP/PROMIC/Co/RF/AA du

PRESTATAIRE : *Office National d'Appui à la Sécurité
Alimentaire (ONASA)*

Mars 2003

ENTRE

Le Projet de Microfinance et de Commercialisation (PROMIC), ci-après dénommé «COMMANDITAIRE» et représenté par son Coordonnateur d'une part,

ET,

L'Office National d'Appui à la Sécurité Alimentaire (ONASA) dénommé PRESTATAIRE et représenté par son Directeur, d'autre part,

Il a été convenu et arrêté ce qui suit :

Article 1 : OBJET DU CONTRAT

Le PRESTATAIRE s'oblige à fournir des prestations de services ayant pour objet l'amélioration de l'accès et de la diffusion des informations commerciales. A ce titre, il est chargé de :

- *Faire collecter et suivre les informations sur prix et le flux des produits vivriers au niveau des principaux marchés de la zone du PROMIC et de quelques marchés caractéristiques nationaux ;*
- *aider à la diffusion de ces informations commerciales par les radios locales rurales en Français et dans les principales langues nationales ;*
- *faire afficher des informations par le biais des enquêteurs des observatoires de marchés.*

Article 2 : DOCUMENTS CONTRACTUELS

- *Le présent contrat est régi par les conditions décrites dans le manuel d'exécution du PROMIC, applicables aux intermédiaires et relatives aux prestations de service.*
- *Le PRESTATAIRE accepte d'être lié par les termes et conditions stipulés dans les documents qui, en cas de contradiction, primeront les uns par rapport aux autres selon l'ordre suivant :*
 - a) *Le présent contrat*
 - b) *L'offre financière de l'ONASA discutée et acceptée par le PROMIC*

Article 3 : DUREE

La durée de la prestation de service est d'un (1) an renouvelable. Le présent contrat qui prend effet pour compter du 1^{er} janvier 2003 arrivera à expiration le 31 décembre 2003.

Article 4 : OBLIGATIONS DU PRESTATAIRE

- Le PRESTATAIRE est tenu d'informer le PROMIC des partenaires qu'il a retenu pour la mise en œuvre des activités ainsi que les modalités de leur collaboration.
- Le Prestataire devra fournir toute l'assistance technique et administrative nécessaire à l'exécution satisfaisante des prestations dans les délais requis.
- Le Prestataire devra recycler les enquêteurs sur les techniques de collecte, d'étalonnage et autres techniques capables d'améliorer leurs prestations de service.
- Le Prestataire devra effectuer un suivi périodique des enquêteurs.
- Le Prestataire devra assurer le traitement des informations et la diffusion dans les bulletins d'information.
- Le Prestataire déclare et garantit l'exactitude de tous les renseignements et données fournis au PROMIC

Article 5 : OBLIGATIONS DU PROMIC

Le PROMIC mettra à la disposition du PRESTATAIRE tous les renseignements nécessaires à l'accomplissement de la mission. Il facilitera tous les contacts indispensables à la bonne exécution des objectifs assignés. Il paiera le montant de l'offre financière retenue d'accord parties sur présentation de la facture par le PRESTATAIRE.

Le PROMIC organisera les formations et l'ONASA sera responsable de la partie technique.

Article 6 : MONTANT DES PRESTATIONS

Le montant des prestations s'élève à *quatre millions neuf cent quatre vingt dix neuf mille neuf cent soixante cinq (4 999 965) Francs CFA* et couvrira le recyclage, la rémunération des enquêteurs, la communication, le suivi des enquêteurs, les frais de mission des formateurs et les frais d'équipements.

Article 7 : FORCE MAJEURE

Aux fins du présent contrat, force majeure signifie tout événement qui est au-delà du contrôle raisonnable d'une partie et qui rend impossible l'exécution par une partie de ses obligations ou qui la rend si difficile qu'elle peut être raisonnablement considérée comme impossible dans de telles circonstances. La force majeure comprend, sans toutefois s'y limiter, les cas suivants : guerres, émeutes, tremblements de terre, incendies, explosions, inondations et

autres bouleversements climatiques, grève, lock-out et autres actions revendicatrices qui relèvent du pouvoir de la partie invoquant de la force majeure.

Le manquement d'une partie à remplir ses obligations contractuelles ne sera pas considéré comme une rupture de contrat dans la mesure où un tel manquement résulte d'un cas de force majeure.

Une partie placée dans un cas de force majeure doit notifier à l'autre partie un tel cas de force majeure dans les plus brefs délais qui ne sauraient en aucun cas dépasser sept (7) jours suivant l'apparition de l'événement et apporter la preuve de la nature et la cause de cet événement et doit de la même façon notifier dans les plus brefs délais un retour à des conditions normales.

Pendant la période où elle est dans l'incapacité d'exécuter les prestations à la suite d'un cas de force majeure, la rémunération du Consultant sera suspendue jusqu'au retour à des conditions normales.

Article 8 : RESILIATION

Si des événements indépendants de la volonté du PRESTATAIRE rendaient l'exécution de ses prestations délicates au point de compromettre leur bonne exécution, il pourrait demander la résiliation du contrat.

Le contrat peut être résilié à tout moment par l'une quelconque des parties à charge pour celle qui en prend l'initiative d'en aviser l'autre à l'avance.

Article 9 : DROIT DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT

Le présent contrat est exempté de tout droit de timbre et d'enregistrement.

Article 10 : CONTESTATION ET ARBITRAGE

Tout litige ou différend survenant entre les deux parties dans le cadre du présent contrat doit faire l'objet d'un règlement amiable.

Cependant, tout litige qui ne trouverait pas une solution à l'amiable fera l'objet d'un recours devant les tribunaux compétents siégeant à Parakou.

En foi de quoi, les parties ont conclu le présent contrat et y ont apposé leurs signatures.

Fait à Parakou, le 31 mars 2003.

Pour le **PROMIC**

Lu et approuvé par

Le Coordonnateur Le Responsable Financier

Le Directeur de l'ONASA

Bio SOUROKOU

Daman CHALLA

Bouraima Tairou GNA