



FEED THE FUTURE

Initiative des Etats-Unis contre la faim et pour la sécurité alimentaire dans le monde

MALI SUGU YIRIWA, ZONE DU DELTA

Photo: Foire Régionale Agricole à Tombouctou, mars 2022.
©CARE Mali/Sugu Yiriwa.



GUIDE MÉTHODOLOGIQUE D'ORGANISATION DE LA FOIRE RÉGIONALE AGRICOLE, COMMERCIALE ET ARTISANALE



Etapes et outils de la démarche

Août 2022

TABLE DES MATIÈRES

II Sigles et
abréviations

III Contexte et
justification

IV Objectifs global et
spécifiques

V Phases et
démarches

V Phase
préparatoire

VII Phase
d'exécution

IX Phase de suivi post
foire Régionale
Agricole

SIGLES ET ABREVIATIONS

B2B : Business to Business

MPME : Micro, Petite et Moyenne Entreprise

ONG : Organisation Non Gouvernementale

OP : Organisation de Producteurs

PMA : Plateforme Multi-Acteurs

UT : Unité de Transformation

VSLA/AVEC : Association Villageoise d'Épargne et de Crédit

ASCOMA : Association des Consommateurs du Mali

REDECOMA : Regroupement pour la Défense des Consommateurs du Mali

DRCC : Direction Régionale du Commerce et de la Concurrence

SIM : Systèmes d'Information du Marché



Ce guide a été rendu possible grâce au généreux soutien du Peuple Américain par l'intermédiaire de l'Agence des États-Unis pour le Développement International (USAID). Le contenu est la responsabilité de CARE et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'USAID ou du Gouvernement des États-Unis.

I. Contexte et justification :

L'Activité Feed the Future Mali Sugu Yiriwa est un accord de coopération quinquennale financé par l'Agence des États-Unis pour le Développement International (USAID). Elle vise à renforcer la résilience des communautés agricoles et commerciales dans les régions de Mopti et de Tombouctou, grâce à une approche axée sur le marché inclusif, sensible à la nutrition ; et une croissance économique induite par l'agriculture.

Pour améliorer la fourniture des produits et services de qualité aux producteurs, et les micros, petites et moyennes entreprises (MPME) de la zone du Delta, Sugu Yiriwa organise des événements de commercialisation en étroite collaboration avec les leaders communautaires, les services techniques déconcentrés de l'Etat au profit des acteurs du marché – notamment les Organisations de Producteurs Agricoles, les Micro, Petites et Moyennes Entreprises (commerçants céréaliers, unités de transformation agro-alimentaires, fournisseurs d'intrants, institutions de financement etc).

La Plateforme Multi Acteurs (PMA), une entité représentative des différentes corporations des acteurs du système de marché, se donne comme responsabilité de faciliter les échanges dans le domaine de la commercialisation, tendant à promouvoir la vente des produits agro-pastoraux et la facilitation d'accès des acteurs du marché aux services financiers.

Dans le but de promouvoir les activités de commercialisation, la PMA facilite l'organisation des événements comme :

- Les ateliers de mise en relation des acteurs du marché (B2B) pour les intrants agricoles (grandes cultures et cultures horticoles) ;
- Les foires Agricoles ;
- Les bourses régionales aux céréales ;
- Les opérations de ventes promotionnelles de bétail (Ramadan, Tabaski et Maouloud).

Cependant, il a été constaté un déficit relatif à la disponibilité d'outils adéquats pouvant guider l'efficacité et l'efficience de l'organisation et de la conduite de ces événements. En vue de pallier ce déficit et d'attribuer une dynamique durable à l'organisation de ces événements de commercialisation, Sugu Yiriwa – de concert avec d'autres partenaires d'implémentation – a jugé nécessaire de développer un outil pédagogique pouvant guider de manière efficace la tenue de ces événements.

Cet outil servira de document de référence aux acteurs du marché afin de mieux organiser ces activités de foires Régionales Agricoles et d'en assurer une pérennité.



II. Objectif global et spécifiques :

a. Objectif global :

Contribuer au renforcement des capacités des acteurs du marché dans l'organisation et la tenue de la Foire Régionale Agricole, commerciale et artisanale.

b. Objectifs spécifiques :

De façon spécifique, il s'agit de :

- Accompagner les acteurs pour une meilleure compréhension des phases d'organisation et de la tenue de la Foire Régionale agricole.
- Produire des outils pédagogiques pour l'organisation et la tenue de la Foire Régionale agricole, commerciale et artisanale.
- Proposer des conseils pratiques dans l'organisation et la tenue de la Foire Régionale agricole, commerciale et artisanale.

I. Audience pour ce guide :

Le guide est destiné aux acteurs impliqués dans les activités de commercialisation des produits agro-pastoraux, commerciaux et artisanaux à savoir :

- Les acteurs du marché représentant les organisations de producteurs, les unités de transformation agro-alimentaires, les commerçants, les fournisseurs d'intrants, les artisans, les institutions financières ; l'ASCOMA, le REDECOMA, etc.
- Les collectivités territoriales.
- Les services techniques de l'Etat.
- Les représentants des partenaires techniques et financiers (ONG, Projets/Programmes, agences, etc.)

II. Phase et démarches :

1. Phase préparatoire :

Cette phase comporte les points suivants :



Démarches méthodologiques

- Elaborer les termes de référence (TDR) et le budget de l'évènement.
- Organiser des rencontres de planification avec les différents acteurs impliqués (PMA/Acteurs de marché, services techniques, et autres personnes ressources...) pour statuer sur la date, la durée et le lieu de l'évènement avec toutes les commodités (accessibilité, électricité, eau courante, latrines etc).
- Elaborer un plan d'actions pour guider l'organisation de la Foire Régionale avec des niveaux de responsabilité et des échéances clairement définies.
- Identifier et valider les thématiques pour les présentations.
- Mettre en place de façon participative des commissions et sous-commissions d'organisation.
- Elaborer la liste des participants et des invités (ou partenaires stratégiques).
- Tenir les rencontres d'information des autorités administratives et politiques pour obtenir leur adhésion à l'organisation de l'évènement.
- Identifier et démarcher les sponsors au moins un mois avant l'évènement, pour qu'ils puissent saisir l'opportunité de visibilité de leurs activités.
- Mobiliser les organisations paysannes, les transformateurs/transformatrices agro-alimentaires, les commerçants, les artisans, les fournisseurs d'équipements agricoles.



Démarches méthodologiques (suite)

- Elaborer et adopter un planning de rencontre pour le suivi de l'organisation.
- Identifier un GIE pour s'occuper de l'assainissement des lieux.
- Prévoir la sécurité du site (Audit sûreté, société de gardiennage, Police et Protection Civile).
- Partager l'information sur les prix des produits céréaliers des SIM (OMA, SIMAgri, Senekela, DRCC, etc...) et des collectes sur le marché avec les producteurs avant la tenue de la foire.
- Confectionner des stands en fonction des demandes.
- Elaborer et valider les outils de collecte pour les ventes des produits/Equipements agricoles et artisanaux.
- Elaborer un plan de suivi des préparatifs de la foire.
- Préparer une campagne médiatique autour de l'évènement : la production et la diffusion des spots et bandes annonces à travers les stations de télévision et de radio ainsi que les médias sociaux (Facebook/Twitter/Instagram/WhatsApp).
- Préparer les supports de visibilité de l'évènement : la confection des banderoles, les kakemonos, les T-shirt, les casquettes.
- Distribuer les lettres d'information et d'invitation aux partenaires.
- Assurer le suivi-évaluation du plan d'action de la foire



Durée

- Au moins un (1) mois



Acteurs/Actrices

- Les acteurs du marché représentant les organisations de producteurs, les transformateurs/transformatrices agro-alimentaires, les commerçants, les artisans, l'ASCOMA, le REDECOMA.
- Les collectivités territoriales.
- Les services techniques de l'Etat.
- Les représentants des partenaires techniques et financiers (ONG, Projets/Programmes, Agences, etc).



Méthodologie

- Réunions en présentiel et/ou en visioconférence.
- Présentations Power Point (PPT).
- Appels téléphoniques de suivi.



Outils

- Les termes de référence (TDR), le budget, l'agenda, les projets de discours, les messages de communication, etc.
- Un plan d'actions, des lettres d'information et d'invitation.
- Les fiches de collecte des données statistiques (achats, ventes et participants).



Résultats attendus

- Toutes les mesures nécessaires et appropriées pour l'organisation des foires agricoles auront été envisagées.
- Une communication soutenue et adéquate aura été effectuée pour sensibiliser et mobiliser les communautés agricoles et commerciales – ainsi que les consommateurs.
- Tous les acteurs influents sont mobilisés.



Conseils pratiques

- Prendre en compte la représentativité des différents acteurs du marché et les aspects du genre dans la mise en place des commissions et sous commissions.
- Choisir une période favorable pour l'organisation de la Foire : de préférence les mois de février - Mars.
- Encourager les acteurs/actrices du marché à vendre à des prix promotionnels.
- Utiliser des matériaux durables pour les stands.



2. La phase d'exécution :

Cette phase indique les points suivants :



Démarches méthodologiques

- Accueillir et installer les invités.
- Installer les acteurs dans leurs stands respectifs.
- Organiser la cérémonie d'ouverture des travaux de la foire (allocutions, discours de lancement, coupure du ruban symbolique etc).
- Procéder à l'exposition et à la vente promotionnelle des produits dans les stands.
- Assurer l'assainissement des lieux à travers un GIE.
- Assurer la sécurité du site (société de gardiennage, police et protection civile).
- Procéder à la présentation des thématiques validées.
- Collecter les résultats des transactions.
- Procéder à l'animation artistique quotidiennement.
- Assurer la couverture médiatique de la foire.
- Evaluer les activités de la journée.
- Faire la synthèse des résultats de la foire.
- Présenter les résultats de la foire à l'auditoire.
- Procéder à la clôture officielle de la foire.



Durée

- Au plus une semaine (1).



Acteurs/ Actrices

- Les acteurs du marché représentant des corporations des organisations de producteurs.
- Les transformateurs et transformatrices agro-alimentaires.
- Les commerçants, les artisans, les associations de consommateurs.
- Les collectivités territoriales.
- Les services techniques de l'Etat.
- Les représentants des partenaires techniques et financiers (ONG, Projets/Programmes, Agences, etc) .



Méthodologie

- Accueil et installation des invités.
- Cérémonie d'ouverture.
- Visite des stands, transactions commerciales.
- Remplissage des fiches de participants.
- Collecte des données de transaction.



Outils

- Agenda de la foire.
- Fiches de collecte des données.
- Fiches de participants.



Résultats attendus

- L'accès des producteurs à des opportunités de marché diversifiées, inclusives et profitables aura été amélioré.
- Les transactions de vente des produits agropastoraux auront été satisfaisantes.
- Le revenu des producteurs/éleveurs aura été augmenté.
- Des liens de partenariats durables entre différents acteurs de marché auront été créés.







Conseils pratiques

- Expliquer aux acteurs (offreurs et demandeurs) les objectifs visés par la foire.
- Planifier un Week end dans la période de déroulement de la foire.
- Respecter les mesures barrières anti COVID-19.



3. La phase de suivi post foire Régionale Agricole :

Cette phase comporte les éléments suivants :

 <p>Démarches méthodologiques</p>	<ul style="list-style-type: none">• Expliquer aux acteurs (offreurs et demandeurs) les objectifs visés par la foire.• Planifier un Week end dans la période de déroulement de la foire.• Respecter les mesures barrières anti-COVID-19.
 <p>Durée</p>	<ul style="list-style-type: none">• Au plus une (1) semaine.
 <p>Acteurs/ Actrices</p>	<ul style="list-style-type: none">• Les acteurs du marché/PMA représentant des corporations des organisations de producteurs.• Les transformateurs et formatrices agro-alimentaires.• Les commerçants, les artisans, les associations de consommateurs.• Les collectivités territoriales.• Les services techniques de l'Etat.• Les représentants des partenaires techniques et financiers (ONG, Projets/Programmes, Agences, etc.)
 <p>Méthodologie</p>	<ul style="list-style-type: none">• Rencontres en présentielle.• Fiches de collecte des transactions.• Liste des participants.• Rapport/Synthèse de la foire.
 <p>Outils</p>	<ul style="list-style-type: none">• Agenda de la foire.• Fiches de collecte des données.• Fiches de participants.



Résultats attendus

- Des séances de revue après action (AAR) auront été tenues en vue de générer des leçons pour améliorer les prochains évènements.
- Les recommandations issues des séances de revue après action auront été formulées et suivies



Conseils utiles

- Evaluer le travail de chaque commission.
- Conserver toutes les adresses utiles des acteurs.



USAID
DU PEUPLE AMERICAIN



FEED THE FUTURE


Initiative des Etats-Unis contre la faim et pour la sécurité alimentaire dans le monde

MALI SUGU YIRIWA, ZONE DU DELTA

© Feed the Future Mali Sugu Yiriwa, Zone du Delta.

 Care International au Mali, bureau de Sévaré, zone château rue 110, porte 368, BP : 1766, Sévaré-Mopti.

www.feedthefuture.gov

 (+223) 21 42 03 52.

 Numéro de redevabilité et de plaintes : 888 77 10 75 75.