

**Ce rapport d'étude est produit à la demande  
de la Coordination Nationale de la Sécurité Alimentaire (CNSA)**

**par  
le GROUPE CJ-CONSULTANTS  
avec la collaboration de  
Roosevelt SAINT-DIC  
Consultant d'appui**

**et par ordre alphabétique,  
Jean Frizbert BELICE  
Marc-Ernst BENJAMIN  
Roosevelt DECIMUS  
Edouard DESRAVINES  
Débalio JEAN JACQUES  
Hervens JEANTY  
Albert JEUDI  
Pierre JEUNE  
Paul MONTROSE  
Roland NOEL  
Jude REGIS  
Max Farah ROCHER**

## **INTRODUCTION**

Le prix d'un produit reste un élément déterminant pour son acquisition. Son étude par rapport au comportement du consommateur devient extrêmement importante. Au niveau du secteur primaire, prioritaire pour notre pays, en raison de son apport à l'économie globale, une carence évidente est constatée en ce qui a trait à l'existence d'une banque de données fiables et actualisées permettant de comprendre les structures de marché, l'évolution de la production agricole et les diverses composantes des prix. Ces statistiques sont pourtant indispensables à toute prise de décision rationnelle car elles demeurent des éléments pertinents en vue d'entreprendre des actions de développement durable et définir les grandes orientations stratégiques du secteur.

La Coordination Nationale de la Sécurité Alimentaire (CNSA), dans ses efforts de rationalisation et de mise en place de structures adéquates pour des actions futures, a commandité une étude auprès du Groupe CJ-Consultants dont la finalité est de permettre un suivi des prix agricoles à partir d'un échantillon raisonné de marchés.

L'objectif général visé consiste à définir un échantillon raisonné de marchés pour faciliter l'établissement d'un dispositif de suivi statistique des prix des principaux produits agricoles.

De manière spécifique, il s'agit de :

- repérer les axes de commercialisation des produits agricoles, c'est-à-dire les orientations dominantes de circulation d'un produit à partir d'une importante zone de collecte de celui-ci ;
- identifier les principaux circuits de commercialisation des produits agricoles en Haïti ;
- analyser les fonctions des différents marchés situés le long des circuits de commercialisation identifiés ;
- repérer, pour chacun des produits retenus, les acteurs-clés de ces marchés, ainsi que les périodes pertinentes de suivi.

En termes clairs, il importe de déterminer à quel endroit (lieu physique et type d'acteur concerné dans le circuit) il est plus représentatif de suivre un produit à un stade donné de sa commercialisation le long d'un axe.

Dans le présent rapport, le lecteur distinguera :

- 1- une description détaillée de la méthodologie utilisée
- 2- une revue sommaire de la bibliographie existante
- 3- un inventaire des dispositifs (actuels ou anciens) de collecte d'informations relatives aux prix des produits agricoles
- 4- les axes et circuits de commercialisation des produits
- 5- une caractérisation des différents types de marchés
- 6- l'échantillon proposé pour le suivi régulier des prix par le MARNDR
- 7- un ensemble de propositions pour la mise en oeuvre du nouveau système de collecte des prix.

## **CHAPITRE I- MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE**

Une méthodologie classique et simple a été utilisée pour la mise en oeuvre de l'étude. Une revue bibliographique a permis de faire un survol des différentes études réalisées antérieurement dans ce domaine, d'approfondir la question et de fixer les paramètres-clés de l'étude. A partir de l'expertise acquise, une fiche a été élaborée pour la réalisation des enquêtes légères. Ces enquêtes ont été effectuées auprès des responsables des bureaux communaux de la Direction Générale des Impôts (DGI), des Mairies, des CASEC (Conseil d'Administration des Sections Communales), des résidents locaux, des marchands, des transporteurs, etc.... Les éléments basiques recueillis ont permis d'actualiser la liste des marchés ruraux par commune et de réaliser les premières esquisses des axes et circuits de commercialisation des produits. Suite aux enquêtes légères, une enquête approfondie par sondage a été conduite sur les différents types de marchés identifiés et a porté principalement sur les opérateurs fonctionnant dans le circuit commercial. Les derniers résultats collectés ont permis d'aboutir à une typologie définitive des marchés sur la base de critères de différenciation préétablis et de reconstituer les grands axes et circuits de commercialisation des produits agricoles.

Outre la concertation constante avec les principaux responsables et le comité de pilotage de la CNSA, la méthodologie générale de l'étude comprend globalement trois grands points essentiels :

### **1.1 Recensement, dépouillement et analyse des informations existantes**

Le but de cette phase de l'étude était de collecter, de traiter et d'interpréter les informations déjà disponibles dans la documentation sur les marchés ruraux en Haïti. Cela a permis de valoriser les travaux accomplis, de savoir un peu plus de la question et d'aider à mettre au point les questionnaires d'enquête. Un résumé de ce qui a été trouvé à cette étape de l'étude est présenté au chapitre II du présent rapport.

### **1.2 Enquêtes**

Après ce premier travail, des informations actualisées ont été recueillies au moyen d'enquêtes. D'une manière générale, une approche par département a été adoptée pour des raisons logistiques. Au niveau de chaque département, un coordonnateur a été désigné en tant que responsable de la conduite de l'étude ; ce dernier étant aidé de deux ou trois enquêteurs chargés de collecter les informations auprès des personnes-ressources, d'abord à l'aide de la fiche d'enquête légère utilisée lors de la première phase de l'étude, ensuite au moyen d'un guide d'enquête approfondie, lors de la seconde phase. Il faut noter que les départements Artibonite et Grand'Anse ont été divisés chacun en deux sous-départements : Bas et Haut-Artibonite pour le département de l'Artibonite, la région des Nippes et la partie Ouest de la Grand'Anse pour le département de la Grand'Anse.

### **1.2.1 Réalisation de l'enquête légère**

#### **a) Méthodologie spécifique**

Dans cette étape de l'étude, pour disposer des premières informations sur les marchés, des entretiens ont été réalisés avec des informateurs particuliers comme les responsables des bureaux communaux de la DGI, des Mairies, des CASEC, des résidents locaux, des marchandes, des transporteurs, etc... Il faut cependant noter que le gros des informations a été surtout fourni par les CASEC, les marchands et les résidents locaux. Cette constatation a permis de mieux orienter la deuxième phase de l'étude, en ce qui a trait aux personnes-ressources à interviewer. Une fiche d'enquête légère a été préparée à cette fin et conçue dans le but de faciliter la collecte de l'ensemble des informations générales sur les marchés ruraux. Pour chaque marché, une fiche a été utilisée, laquelle devait permettre de recueillir des informations relatives aux éléments suivants :

- les marchés ruraux existant en Haïti (liste exhaustive de ces marchés)
- la localisation, le jour et l'horaire de fonctionnement du marché en question
- les principaux produits commercialisés sur le marché (nature, volume, origine et destination de ces produits)
- les catégories d'agents qui interviennent sur ce marché (étude des relations entre les agents, leurs fonctions dans la commercialisation des produits, lieux et périodes de leurs interventions)
- la transaction dominante sur les marchés.

L'objectif concret de cette enquête légère est d'actualiser et de compléter la liste des marchés ruraux du pays, de repérer les principaux axes de commercialisation des produits, d'aboutir à une première reconstitution des circuits de commercialisation des produits et de déterminer les fonctions essentielles des différents marchés.

Cette enquête vise aussi à fournir des éléments d'informations capables de mettre en évidence la diversité des marchés ; ce qui conduit à une première typologie devant guider le choix des marchés à enquêter de manière approfondie.

#### **b) Principaux résultats de l'enquête légère**

Il est important de présenter les résultats de l'enquête légère dans la présente rubrique méthodologique parce qu'ils ont contribué basiquement à la préparation et à l'orientation de l'enquête approfondie.

### **Inventaire des marchés**

Les marchés des neuf (9) chefs lieux de département, de même que ceux de Ouanaminthe, de Saint Marc et de Miragoâne ont été exclus de l'étude en raison de leur caractère urbain et parce que les prix à la consommation au niveau de ces marchés seront suivis par l'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI). Ainsi, pour l'ensemble du pays, un total de Six cent six (606) marchés ruraux a été recensé. La répartition par département de ces 606 marchés est la suivante :

Ouest :	102	Sud :	99
Sud-est :	79	Grand'Anse :	92
Artibonite :	57	Centre :	58
Nord :	35	Nord-est :	33
Nord-ouest :	51		

La liste complète de tous ces marchés est donnée en annexe. Ils sont groupés par commune et, pour chaque marché, la localisation et les principaux jours de fonctionnement sont précisés.

Il faut noter qu'en 1975, l'IICA avait identifié 519 marchés publics en Haïti dont 367 marchés ruraux. Dans le même document, selon une autre typologie, il est question de 426 marchés semi-ruraux.

### **Reconstitution des axes et circuits de commercialisation**

La réalisation de l'enquête légère a permis d'avoir une première connaissance des principaux produits commercialisés sur l'ensemble des marchés du pays. Cette connaissance sera affinée à l'occasion de l'enquête approfondie. Pour chacun des produits sous étude, les axes et les circuits ont été sommairement esquissés.

### **Première typologie**

L'inventaire des marchés, la connaissance des produits qui y sont commercialisés et des différents acteurs intervenant sur ces marchés ont permis de procéder à l'élaboration d'une première typologie des marchés. Ces derniers sont classés en trois catégories :

- marchés de production ou de collecte,
- marchés de regroupement,
- marchés de consommation.

### **Quelques remarques importantes**

Au terme de la première phase de l'étude, les remarques suivantes ont été jugées importantes à formuler.

1°) Certains produits jouant un rôle important dans la vie économique des populations paysannes et ne figurant pas dans la liste de référence proposée pour l'étude ont dû être pris en compte. Parmi ces produits, il faut citer :

- la pistache rencontrée prioritairement dans les régions de Nord-est, Grand'Anse, Centre, Ouest, Nord-ouest, Sud
- la volaille produite dans tout le pays ; mais particulièrement dans les départements du Centre et de l'Ouest
- l'avocat, trouvé abondamment au niveau du Sud-est, du Nord, du Haut Artibonite et du Nord-est

- le rapadou, dérivé de canne à sucre, commercialisé essentiellement dans les régions du Centre et de l'Artibonite, particulièrement à Saint Michel de l'Attalaye.
- 2°) Dans des zones frontalières comme Grand-Bois (Cornillon), Forêt des pins, Orianie, Gros cheval et aussi des régions du Centre, du Sud-est et du Nord-est, certains produits comme le pois congo, le maïs grain, la pomme de terre (Forêt des pins, Orianie), le café, le riz importé,... sont largement commercialisés avec les Dominicains.

De même, au niveau du département du Nord-ouest, la banane plantain, produite à la basse vallée des Trois rivières est considérablement exportée vers les Iles Turques et Nassau.

### **1.2.2 Réalisation de l'enquête approfondie**

#### **a) Méthodologie spécifique**

L'analyse des résultats obtenus lors de l'enquête légère a permis de déterminer un échantillon représentatif de marchés pour la réalisation des enquêtes approfondies. Cet échantillonnage tient compte de plusieurs critères dont :

- la répartition géographique des marchés
- la gamme de produits commercialisés par marché
- le type de marché
- le nombre total de marchés ruraux au niveau du pays

L'échantillon comporte globalement 18% des marchés ruraux. Le nombre de marchés retenus par département varie en principe de 10 à 16 ; exceptionnellement 18 marchés ont été enquêtés dans l'Ouest en raison de l'importance économique de ce département logeant la capitale et du très grand nombre de marchés qu'on y trouve.

Sur les 606 marchés ruraux dénombrés dans tout le pays, 114 ont été ainsi sélectionnés pour la réalisation de l'enquête approfondie. La répartition départementale de ces 114 marchés est la suivante :

Ouest :	18	Sud :	12
Sud-est :	12	Grand'Anse :	16
Artibonite :	16	Centre :	10
Nord :	10	Nord-est :	10
Nord-ouest :	10		

Pour la réalisation des enquêtes, les services des mêmes enquêteurs qui ont travaillé à la première phase de l'étude ont été utilisés. Ces derniers, munis du questionnaire d'enquête préparé à cette fin et dont le contenu est précisé ci-après, ont collecté les informations auprès des opérateurs directs (producteurs, intermédiaires, transporteurs,...).

### **Le Questionnaire**

L'objectif fondamental de ce questionnaire était de permettre la collecte d'informations en renforcement de celles obtenues au cours de la première phase de l'étude. Dans l'ensemble, le questionnaire comporte deux parties essentielles. La première vise les informations qui permettent d'appréhender le marché dans son contexte ou son environnement physique. La seconde partie, par contre, est conçue pour recueillir des informations sur les transactions qui se font sur les marchés ainsi que sur les opérateurs qui réalisent ces transactions. De façon détaillée, le questionnaire a couvert les points suivants :

- les principales productions du voisinage immédiat du marché
- la zone d'influence du marché et les périodes de production
- les conditions agro-écologiques
- les principaux produits agricoles commercialisés
- les conditions de mise en marché
- les différents agents impliqués, leur origine, leurs relations, leurs fonctions, les lieux et la période principale de transaction
- les flux de produits, leur nature, leur forme de présentation, leur origine, leur destination, le volume commercialisé
- la fréquentation des marchés (nombre d'étals, le nombre de personnes présentes, jour principal de fonctionnement)

Au terme de l'enquête approfondie, une double approche est utilisée pour cerner les axes de circulation des produits à travers les différents types de marchés :

- une approche produit faisant ressortir les marchés de production, de regroupement et de consommation ;
- une approche marché mettant en évidence les différents produits commercialisés sur un même marché.

## **b) Présentation des résultats**



Les données recueillies ont été traitées sur EPI INFO (un Logiciel de traitement de données) et les différents résultats sont présentés globalement dans les rubriques suivantes, dont il faut distinguer quatre (4) grandes parties.

- La première partie traite des informations relatives aux différents opérateurs intervenant sur les marchés. Il faut signaler que ces opérateurs fonctionnent à différents niveaux et peuvent être des producteurs, des grossistes, des “Madame Sara”, des consommateurs directs,....
- La seconde partie fait une caractérisation des différents types de marchés (production, regroupement, consommation).
- La troisième partie présente les différents axes et circuits de commercialisation des principaux produits commercialisés sur les marchés du pays.
- La quatrième partie propose un échantillon de marchés à prendre en compte dans le cadre de la mise en place d’un nouveau système de suivi des prix agricoles.

## CHAPITRE II- QUELQUES DÉFINITIONS IMPORTANTES

L'analyse du fonctionnement des principaux opérateurs identifiés sur les circuits et la typologie des marchés exigent l'utilisation de certains concepts et expressions qu'il importe de définir.

### **i) Marché rural :**

Selon certains auteurs, un marché rural est celui qui existe dans une section communale. D'autres définissent le marché rural comme étant celui d'une localité où il n'y a pas de maire. Un troisième groupe enfin pense que le marché rural est celui fonctionnant dans une agglomération dont la population est inférieure à 2500 habitants.

Dans le cadre de cette étude, conformément aux termes de référence proposés, seront considérés comme marchés ruraux tous les marchés du pays, sauf ceux des neuf (9) chefs-lieux de départements et de trois (3) centres urbains (Saint Marc, Miragoâne, Ouanaminthe).

### **ii) Marchés de production :**

On appelle ainsi les marchés situés dans la zone de production d'une ou de plusieurs denrées dont la commercialisation est davantage assurée par les producteurs.

### **iii) Marchés de regroupement :**

Ce sont des marchés sur lesquels les produits dominants retrouvés sont de provenance diverse et vendus surtout par un premier niveau d'intermédiaire (les sara locales) et collectés en grande quantité par les intermédiaires externes à la zone (sara régionale ou urbaine) les acheminant vers les villes. Ces marchés sont situés dans les zones à routes carrossables et sont généralement accessibles aux camions de transport.

### **iv) Marchés de consommation :**

Ce sont des marchés situés dans les agglomérations rurales ou urbaines plus ou moins importantes, sur lesquels les principaux vendeurs sont les Madame Sara urbaines ou régionales et les détaillants, et les acheteurs prioritairement des consommateurs s'approvisionnant en vue d'une utilisation finale des produits achetés.

Ces marchés peuvent être de gros ou de détail selon les niveaux de transaction qui s'y opèrent.

Concernant les types de marchés :

Il est rare cependant qu'un même marché soit de même type pour plusieurs produits dominants. Dans la majorité des cas, un marché spécifique est de production pour un certain nombre de produits ; pour un autre groupe, il peut être de regroupement et enfin de consommation pour d'autres.

Cette classification n'est donc pas statique. Elle varie en fonction des calendriers culturels, et des produits considérés.

Le marché de regroupement peut garder la même spécificité à des périodes différentes et pour des produits différents. De même, il peut changer de type par rapport à un même produit.

### **v) Producteurs :**

Ce sont des agents ayant réalisé eux-mêmes la production des marchandises qu'ils commercialisent directement sur des marchés généralement proches de leurs parcelles.

### **vi) Madan sara :**

Ce sont des intermédiaires commerciaux qui achètent les produits, soit directement des producteurs, soit d'autres intermédiaires et qui les revendent soit directement à des consommateurs, soit à d'autres intermédiaires commerciaux, grossistes ou détaillants.

Il existe plusieurs types de sara, mais dans le cadre de cette étude nous distinguons essentiellement les sara locales, les sara régionales et les sara urbaines, suivant que ces intermédiaires font des transactions entre les producteurs et les marchés ruraux les plus proches, entre plusieurs marchés ruraux ou finalement entre les marchés ruraux et les marchés urbains.

**vii) Grossiste :**

Ce sont des opérateurs qui achètent en gros des produits, les stockent, pour les revendre à d'autres grossistes ou à des détaillants. Ils achètent sur les marchés de production ou de regroupement et alimentent les marchés de consommation.

**viii) Brasseur :**

C'est une catégorie d'intermédiaires commerciaux constitués par des hommes qui, maîtrisant la variation des prix d'un marché à l'autre, assurent la commercialisation des animaux, notamment les bovins et les caprins. Tout comme les sara, les brasseurs peuvent être locaux ou régionaux selon leur champ d'intervention.

**ix) Spéculateur**

Il s'agit d'un agent de commercialisation propre aux circuits de distribution des denrées d'exportation. Il assure la collecte auprès des producteurs, le stockage et la revente aux exportateurs.

**x) Consommateurs :**

Ce sont des agents de queue de circuits qui achètent des produits sur les marchés à des fins de consommation ou d'utilisation finale.

**xi) Axe de commercialisation :**

L'axe de commercialisation d'un produit est la succession des différents points de vente ou lieux de transaction, par où transite le produit depuis la zone de production jusqu'aux marchés de consommation.

**xii) Circuit de commercialisation :**

Il se définit comme une chaîne d'opérateurs entretenant des relations les uns avec les autres et exerçant des fonctions spécifiques aux différentes étapes de la commercialisation

### **CHAPITRE III- REVUE BIBLIOGRAPHIQUE SOMMAIRE**

L'essentiel des documents existants relatifs à la commercialisation agricole en Haïti sont ceux produits par l'Institut Interaméricain des Sciences Agricoles (IICA) à travers son projet Intégré "Analyse et Diagnostic du Système de Commercialisation Interne des Produits Agricoles en Haïti" réalisé dans le cadre de son Programme hémisphérique de commercialisation, inauguré en 1973.

Plus d'une quinzaine d'études sur la commercialisation agricole ont été réalisées entre 1973 et 1975 dans le cadre de ce projet de l'IICA, sous la direction de Jerry LAGRA et de Verdy DUPLAN, Co-coordonnateurs du projet.

Cette longue et importante série d'études aborde essentiellement les thèmes suivants :

- a) Le système global de commercialisation des produits agricoles en Haïti ;
- b) La production et la commercialisation de certains produits ou groupes de produits stratégiques comme le haricot, les légumes, le sisal, les fruits,... ;
- c) La fabrication des matériels d'emballage ;
- d) Le système de transport des marchandises agricoles vers les grandes villes et particulièrement en direction de Port-au-Prince ;
- e) L'analyse du système de taxation des produits agricoles dans les marchés haïtiens ;
- f) Les prix des produits agricoles dans les marchés haïtiens. Ce sujet est particulièrement intéressant pour la présente étude dans la mesure où à travers ce thème l'IICA a mis en évidence les institutions publiques collectant sur les marchés les informations relatives à la commercialisation des produits agricoles, ainsi que leur méthode de travail. Ce thème particulier de la série d'études sous analyse devient très important parce que permettant d'évaluer et de comprendre ce qui a été fait antérieurement pour mieux aborder la mise en place d'un nouveau système de collecte d'informations de marchés ;
- g) Les activités commerciales dans les zones rurales ;
- h) Les unités de mesure (et leurs équivalences) et les emballages utilisés dans le cadre de la commercialisation des produits agricoles ;
- i) La commercialisation des intrants agricoles en Haïti ;

j) L'inventaire des marchés publics d'Haïti

Cette étude sur les marchés publics fait une double typologie des marchés d'Haïti les classant soit en marchés urbains et en marchés ruraux, soit en marchés régionaux, en marchés semi-ruraux et en marchés urbains. Elle fait ressortir également les caractéristiques générales des marchés d'Haïti sous les aspects types de couverture, nombre de personnes fréquentant les marchés, principaux modes de transport, état des routes... Une liste relativement complète des marchés est présentée avec leurs principaux jours de fonctionnement respectifs et leur localisation. Cette étude sur les marchés publics d'Haïti est importante parce qu'inventoriant et décrivant en détails les marchés et proposant une connaissance assez fine des marchés ruraux avant même de tenter d'établir leurs spécificités propres.

Production et Système de Commercialisation de Denrées Agricoles, Transports des Produits Agricoles, Taxation, Emballages, Prix Agricoles, Unités de Mesure, Commercialisation des Intrants Agricoles, Inventaire et Description des Marchés,...tout y est ou presque : cette série d'études de l'IICA couvre de manière pertinente et très détaillée de nombreux aspects de commercialisation des produits agricoles en Haïti, et bien que vieille d'un quart de siècle, elle constitue un ensemble de références sûres en matière de commercialisation agricole en Haïti et est d'autant plus importante que très peu de documents se rapportant à ce thème ont été produits entre-temps.

En dehors de ces études de l'IICA, il existe le document "Cartographie Thématique d'Haïti" préparé par la Secrétairerie d'Etat du Plan en 1983 et dont le thème 7 traite des Centres Urbains et des Marchés. Au fait , ce document tente de faire une typologie des agglomérations sur la base de deux critères (le nombre d'habitants et leur densité à l'unité de surface) et reprend en l'actualisant la liste des marchés publics d'Haïti proposée par Jerry LAGRA dans le document No 16 de la série de l'IICA : "Les marchés publics d'Haïti", Novembre 1975.

"Paysans, Systèmes et Crises" Tome II consacre un chapitre au système de commercialisation des produits agricoles, Ce document produit en 1993 par le groupe SACAD et la FAMV apporte beaucoup de détails et de précisions relatifs à la description et au fonctionnement du système, présente les circuits de distribution de produits agricoles ainsi que les différents opérateurs qui y interviennent. Néanmoins, il fait encore référence aux études de l'IICA, particulièrement celles concernant les prix, le transport des marchandises agricoles et les marchés publics et met l'emphase sur un nombre restreint de produits comme les vivres, les légumes ou particulièrement le café dont la commercialisation fait l'objet d'une étude spéciale. De plus, les illustrations proposées se rapportent essentiellement à la Plaine d'Aquin, et à la région des Nippes (Plateau de Rochelois, Vallée de Fonds des Nègres, Miragoâne, Petite Rivière...) et de ce fait les conclusions et tendances dégagées, bien qu'apparemment semblables aux observations faites dans d'autres régions, ne sont pas forcément généralisables à l'ensemble du pays.

Les bulletins mensuels ou trimestriels de l'IHSI, ainsi que ceux publiés dans le temps par le Ministère du Commerce et de l'Industrie, l'Institut Haïtien de Promotion du Café et des Denrées d'Exportation (IHPCADE), l'Institut de Développement Agricole et Industriel (IDAI) et le Service National de la Commercialisation Agricole (SENACA) constituent des sources relativement importantes de documentations relatives aux informations de marchés. Ils contiennent particulièrement des séries de prix plus ou moins complètes susceptibles d'être valablement utilisées à l'occasion d'études concernant l'offre, la demande ou les variations des prix des produits agricoles.

Tout compte fait, la plupart des documents traitant de la commercialisation des produits agricoles haïtiens ayant été produits après 1975 sont inspirés de la série d'études de l'IICA constituant jusqu'à date l'essentiel de la documentation disponible en la matière.

## **CHAPITRE IV- DISPOSITIFS ANCIENS ET ACTUELS DE COLLECTE D'INFORMATIONS DE MARCHES**

Elles sont peu nombreuses, les institutions qui assurent la collecte des données sur les prix, l'offre et la consommation des produits agricoles en Haïti. Les institutions qui ont travaillé ou travaillent encore dans ce sens sont, pour l'essentiel : l'IHSI, l'IHPCADE, l'IDAI, le Ministère du Commerce, le SENACA, la DDA du Centre ainsi que quelques projets tels la CARE Plus, le SISA et le Pisano.

L'Institut Haïtien de Statistiques et d'Informatique (IHSI) a son bureau central à Port-au-Prince. On y trouve une section de statistiques agricoles qui collecte systématiquement des informations relatives aux prix des produits agricoles sur les marchés urbains depuis 1948. Il convient de signaler que jusqu'à présent, si on ne tient pas rigoureusement compte des retards relatifs dans la parution des bulletins périodiques et du fait que certaines données techniques concernant les productions agricoles provenant d'autres institutions de collecte et susceptibles d'être entachées d'imprécision sont carrément et fidèlement rapportées, l'IHSI constitue la plus importante institution du pays disposant d'informations régulières relatives aux prix agricoles et à leurs variations dans le temps. Pour la collecte des données brutes, des agents sont placés un peu partout dans le pays. Les informations collectées se rapportent surtout aux prix à la consommation sur les principaux marchés urbains du pays. En ce qui concerne l'offre et la demande de ces produits, les données fournies par l'IHSI sont plutôt des estimations faites à partir des superficies emblavées, des rendements référentiels, de la population du pays et aussi des besoins individuels théoriques pour chacun de ces produits.

Il faut souligner aussi les efforts de collecte de prix entrepris par l'Institut Haïtien de Promotion du Café et des Denrées d'Exportation (IHPCADE) depuis 1950 ayant conduit à l'établissement de listes de prix sur 25 ans pour 106 produits ; ainsi que ceux de l'Institut de Développement Agricole et Industriel (IDAI) devenu par la suite Banque Nationale de Développement Agricole et Industriel (BNDAI) depuis 1965, ou du Ministère du Commerce et de l'Industrie à partir de 1974. Mais les deux dernières tentatives ont été très timides.

Les activités de collecte de prix de l'IHPCADE, de l'IDAI et du Ministère du Commerce ont graduellement diminué avec la création en 1976 du Service National de la Commercialisation Agricole (SENACA) et ont finalement été complètement arrêtées.

L'expérience du SENACA semble avoir été l'une des plus pertinentes entreprises par l'Etat haïtien en matière de collecte de prix agricoles et mérite d'être mieux connue.

Le SENACA a été créé en Juin 1976. Au fait, il s'agit de la matérialisation d'une des recommandations fondamentales du projet "Analyse et Diagnostic du Système de Commercialisation Interne des Produits Agricoles en Haïti" de l'IICA qui, à la suite de sa série d'études sur la commercialisation agricole en Haïti, proposait la création au sein du Ministère de l'Agriculture d'un service appelé à s'occuper de la collecte des informations de marchés. Le SENACA fut d'abord rattaché à la Division de l'Agriculture, puis à la Division Economie Rurale et Statistique. Les activités du SENACA étaient coordonnées par un Chef de service aidé d'un Assistant-Chef de service et se réalisaient à travers les trois sections du service :

- a) Commercialisation des céréales,
- b) Commercialisation des produits périssables,
- c) Informations de marchés.



Dans la pratique, il n'y avait pas de cloisonnement entre les sections réalisant un travail intégré.

Dans chacun des 22 districts agricoles du Pays, le SENACA plaça un représentant régional dont les attributions spécifiques ont été ainsi définies :

- collecter les informations de marchés et principalement les prix des produits agricoles, avec la participation des agents techniques du MARNDR, des agents du Ministère du Commerce ou de l'IDAI ;
- suivre les activités de collecte d'informations de marchés des agents des autres institutions impliquées ;
- recueillir les formulaires remplis et les transmettre au Bureau Central du SENACA.

Ce représentant fait des calculs de prix moyens hebdomadaires pour chaque produit et sur chaque marché ;

La transmission des données est garantie grâce à un abonnement à un chauffeur (camion ou autobus régulier) auquel le représentant confie chaque semaine (chaque lundi) les questionnaires qui sont ainsi acheminés au Bureau central. Ceux de Jérémie sont transmis par un bateau les déposant à l'Administration Portuaire Nationale à Port-au-Prince où un délégué du SENACA les récupère.

La collecte des prix constitue une activité permanente pour le représentant régional du SENACA qui en plus participe occasionnellement aux enquêtes spéciales (études de marchés publics, évaluation des pertes post récolte, organisation de la commercialisation agricole,...).

Un premier niveau de traitement des informations brutes est assuré dans les districts par les représentants eux-mêmes et consiste en des calculs de moyennes de prix. Il dispose ainsi d'une première information de base pour des décisions de terrain. Un deuxième niveau de traitement est réalisé au niveau central. Les prix sont relevés tous les jours sur quatre marchés de Port-au-Prince : Croix des Bossales, Vallières, Salomon, Nirvana. Les moyennes des prix journaliers pondérés sont publiés tous les soirs à la radio (Radio Nouveau Monde, Radio Haïti Inter, Radio Métropole) et dans les journaux (les quotidiens le Nouveau Monde et le Nouvelliste).

Pour le reste du pays le SENACA publie :

- un bulletin mensuel faisant état des prix moyens par département sur les marchés urbains, régionaux et ruraux, définissant les grandes tendances et établissant un indice des prix agricoles à partir duquel il est permis de suivre les variations
- un bulletin trimestriel reprenant sous forme agrégée les données mensuelles faisant des calculs de moyennes trimestrielles, dégagant les tendances des prix de divers produits et présentant une explication et une analyse des variations.

Ce service dont les activités ont été suspendues en 1983 paraît avoir été efficace et d'une très grande utilité.

- a) Il rend disponible des informations de marchés et particulièrement des séries de prix pour différents produits.

- b) Les radios et journaux publient ces informations avec une grande régularité,
- c) Des agences internationales utilisent et réclament souvent les bulletins,
- d) Ces bulletins sont régulièrement utilisés dans le cadre d'études sur les marchés ou sur la commercialisation des produits agricoles,
- e) Les cadres du SENACA sont souvent sollicités pour prendre part à des études importantes sur les marchés par exemple, dans la perspective de la mise en oeuvre de projets de développement,
- f) Les bulletins du SENACA aident souvent à rationaliser certaines décisions de planification,
- g) Enfin, les publications du SENACA sont utilisées par le système politique pour prendre le pouls de la situation socio-politique du Pays en période difficile.

De l'avis d'anciens cadres du SENACA, ce service tant utile a été pourtant brusquement suspendu en 1983, par un simple avis signé d'un Ministre prenant une décision hautement politique. Mais l'expérience du SENACA, bien que relativement brève, est riche en arguments pertinents pour tout projet de mise en place d'un nouveau système de collecte d'informations de marchés.

Il est très important de signaler (serait-ce une garantie de viabilité et de pérennité ?) que le SENACA a été financé de 1976 à 1981 par l'ACDI à hauteur de 500.000 dollars américains, et que le Gouvernement haïtien garantissait les salaires des employés. A partir de 1978, en plus des salaires des cadres nationaux, l'Etat haïtien fournissait une contre partie de 600.000 Gourdes par année pour le fonctionnement du service.

Le Système Intérimaire d'Information sur la Sécurité Alimentaire (SISA), en anglais IFSIS (Interim Food Security Information System) a été créé en 1994 par l'USAID et se proposait de fournir des données précises et opportunes relatives à la sécurité alimentaire en suivant de manière régulière l'évolution des prix des produits alimentaires de base sur les principaux marchés du pays et en permettant la compréhension de l'accès des populations rurales à la nourriture ainsi que du contexte économique dans lequel évoluent ces populations. En ce sens, un bulletin trimestriel dont le premier numéro est sorti en avril 1996 a été publié et a connu quatre (4) parutions avant l'arrêt des activités du SISA en septembre 1996.

Les travaux de la CARE et du PISANO s'observent au niveau du département du Nord-ouest. Depuis 1995, la CARE a initié un système de collecte d'informations au niveau de certains marchés du département. L'objectif principal de ce système est de suivre l'évolution des prix de quelques céréales notamment le maïs et le sorgho commercialisés sur les marchés locaux communément utilisés par les paysans du Nord-ouest comme semences. Le système vise aussi le contrôle des flux de ces produits sur les marchés dans le but de disposer d'indicateurs fiables permettant de prévoir les périodes de déficit céréalier au niveau local.

Le PISANO (Projet Intégré de Sécurité Alimentaire dans le Nord-Ouest) basé à Jean Rabel, collecte les prix depuis Juin 1996. Des informations sont continuellement collectées sur les marchés de Lacoma, de Jean Rabel et de Mare Rouge. Le but visé est la mise en place à moyen terme d'une banque de données fiables permettant ainsi de disposer régulièrement des informations sur les principaux indicateurs de marchés.

La CARE PLUS intervient au niveau du département de la Grand'Anse dans la collecte des informations de marchés. L'institution conduit un programme de suivi et de contrôle de la production agricole et de la commercialisation des produits. Les résultats ne sont pas jusqu'ici accessibles au grand public.

La DDAC (Direction Départementale Agricole du Centre) essaie timidement de collecter quelques informations dans le domaine agricole. La collecte n'étant pas systématique.

## **CHAPITRE V- CARACTERISATION DES MARCHES**

Cette étude porte sur les marchés ruraux et en distingue trois grands types dont les caractéristiques générales sont définies dans la présente rubrique. Les données chiffrées sont essentiellement d'ordre qualitatif et il convient de les apprécier en tenant compte des limitations qu'on leur connaît généralement. Il faut convenir que compte tenu de la dynamique même des éléments constituant les marchés, l'extrapolation des résultats de l'enquête à l'ensemble des marchés s'avère un exercice délicat. En outre, il faut noter que certaines mesures effectuées au niveau des marchés pourraient être entachées d'une relative imprécision. Tout compte fait, les réunions de staff et les activités en atelier permettant l'intégration des équipes départementales ont permis de corriger certains biais éventuels et de dégager les principales caractéristiques des différents types de marchés telles que présentées dans ce chapitre.

A ce niveau, il est intéressant de rappeler que les trois types de marchés présentés ici ont été déjà clairement définis dans le chapitre II du présent rapport et que la classification proposée, basée essentiellement sur le suivi d'un produit déterminé à différents stades de sa commercialisation, n'est pas figée. Ainsi, selon les produits considérés, la fonction d'un marché est appelée à changer et, pour un petit nombre de produits différents, un même marché peut revêtir les caractéristiques de plus d'un type. Ceci met en évidence les limites d'une telle classification privilégiant une approche produit, mais a l'avantage de faciliter le suivi d'un produit et de ses prix sur différents marchés.

### **A. Les Marchés de Production**

Ils sont localisés dans les zones de production et se retrouvent essentiellement en montagne sèche ou humide et en plaine sèche. Ils sont principalement fréquentés par des producteurs commercialisant les denrées générées dans leurs propres parcelles. Il s'agit généralement de marchés non couverts ou partiellement couverts. Dans ce dernier cas, la couverture est faite de tôle ou plus souvent de paille. La grande majorité des vendeurs étalent leurs produits à même le sol. Les principales voies d'accès sont des sentiers à travers lesquels les producteurs transportent les marchandises à dos d'homme. L'accès à ces marchés est difficile en temps de pluie.

### **B. Les Marchés de Regroupement**

Ce sont des marchés d'accès facile généralement situés le long ou au carrefour de routes carrossables en tout temps et retrouvés en plaines irriguées ou sèches et montagnes humides. Ils peuvent être totalement sans couverture ou comporter en certains endroits des tonnelles fixes couvertes de tôles ou de paille et les vendeurs étalent leurs produits principalement à même le sol. Ils sont essentiellement fréquentés par des intermédiaires assurant la collecte et le groupage des produits. De nombreux camions et pick up assurent le transport des marchandises à destination ou à partir de ces marchés. Ils fonctionnent généralement les samedi, mardi, vendredi ou jeudi.

### **C. Les Marchés de Consommation**

Ils sont localisés dans des agglomérations relativement importantes (villes, bourgs ou villages). Ils se distinguent ainsi des autres types de marchés ruraux et s'apparentent davantage à des marchés urbains. Ils fonctionnent officiellement les jeudi, mercredi, samedi ou vendredi mais en fait des opérations de moindre importance s'y effectuent tous les jours. La durée moyenne de fonctionnement journalier y est plus longue que sur les autres types. Ils sont les lieux de transactions par excellence des consommateurs. Ils peuvent comprendre en certains endroits des tonnelles en tôles ou en paille sous lesquelles sont étalés plus de produits de quincaillerie que de denrées agricoles. Ils sont approximativement de même taille que les marchés de production et sont généralement reliés à des routes carrossables et accessibles en tout temps.

*Les renseignements supplémentaires relatifs à la caractérisation des marchés sont détaillés dans des tableaux présentés en annexe.*

*Globalement, en dehors des spécificités liées à chaque type et définies précédemment, les marchés ruraux présentent des similitudes flagrantes par rapport à un certain nombre de paramètres considérés :*

- *Ils sont généralement sans couverture et quelquefois partiellement couverts ;*
- *Quand il y a une couverture, elle est nécessairement en tôles ou en paille, quelque soit le type de marché,*
- *Les marchandises sont généralement étalées à même le sol dans tous les marchés, même si on peut aussi y rencontrer des tonnelles fixes ou mobiles couvertes de paille.*

## **CHAPITRE VI- AXES ET CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES HAITIENS**

### **6.1 Les produits**

Les produits pris en compte dans le cadre de cette étude sont essentiellement ceux figurant sur la liste de référence fournie par la CNSA. A la suite de l'enquête légère, l'organisme exécutif a proposé l'intégration d'un certain nombre d'autres produits dont la valeur économique dans certaines zones ne fait pas de doute. L'arachide, le rapadou, les volailles et l'avocat ont été ainsi pris en compte.

Certains produits jouissent d'une très grande distribution à travers tout le pays, dépassant les limites des aires de production, des départements, ou même les frontières nationales ; d'autres, par contre, sont commercialisés sur des espaces régionaux restreints ou tout simplement consommés dans les zones de production mêmes.

Pour des raisons pratiques, bien que par principe des considérations spécifiques soient faites pour chaque produit séparément, certaines denrées seront approchées par groupe ou famille de produits. Ainsi les légumes et les mangues seront présentés par groupes, même si la pomme de terre et la mangue francisque seront prises en compte individuellement en raison de leur importance économique. De même, les tubercules, les citrus et les volailles, constituant des familles de produits substituables seront présentés par groupes.

### **6.2 Les marchés**

Dans cette étude, il est question essentiellement de marchés physiques, c'est-à-dire, lieux de rencontre des vendeurs et des acheteurs. Par rapport aux trois (3) types de marchés définis au chapitre II, la saisonnalité des cultures et la variabilité des systèmes de production induisent une dynamique au niveau des marchés ruraux pouvant facilement passer d'un type à un autre. Un même marché peut aussi revêtir les caractéristiques de plus d'un type.

Les caractéristiques fondamentales des marchés de regroupement font que la plupart de ces marchés ne sont pas appelés à changer de statut (catégorie ou type) dans le temps. Ils regroupent généralement une très importante gamme de produits. Ils sont fréquentés par un grand nombre de personnes et particulièrement des opérateurs importants en terme de transactions (volume de marchandises et niveau de capital). La qualité et la multiplicité des voies d'accès ainsi que la situation topographique généralement modérée de ces marchés en font un point de rencontre privilégié et important pour de nombreux opérateurs.

Enfin, certains marchés s'apparentant sur les axes à des marchés de regroupement ne sont en fait que des marchés de transit puisqu'aucune transaction commerciale n'y est réellement effectuée et que les produits ne font que changer de moyens de transport. Jérémie en est un exemple pour de nombreux produits.

### **6.3 Les opérateurs**

Les producteurs, les consommateurs et les intermédiaires intervenant entre ces deux premiers groupes sont les opérateurs essentiels considérés dans cette étude. Les différents types d'intermédiaires sont définis au niveau du chapitre II.

D'une manière générale, des fonctions spécifiques sont liées à un type d'opérateur, même s'il intervient sur les circuits de différents produits. Cependant, il peut arriver qu'un même opérateur remplisse des fonctions supplémentaires absorbant celles d'un autre intermédiaire ou qu'il change de statut selon le produit considéré ou le marché où il se trouve.

Les produits périssables et les denrées exportables circulent généralement sur des circuits courts. Les premiers sont commercialisés par des sara locales. Les autres font l'objet de transactions locales (zones de production) et sont acheminés directement aux ports d'exportation. Très peu d'opérateurs interviennent sur ces circuits.

Il faut noter enfin qu'un même opérateur remplissant les mêmes fonctions peut changer d'appellation dépendamment du produit concerné et/ou de la région considérée.

#### **6.4 Produits et types de marchés**

Comme nous l'avons souligné antérieurement, il est intéressant d'observer un même produit sur différents types de marchés. Par conséquent, l'étude des prix devra nécessairement porter sur tous les types de marchés. En ce sens, il est présenté dans les tableaux ci-après les principaux produits par rapport aux différents types de marchés (production, regroupement et consommation).

Remarque :

Bien que les marchés urbains n'aient pas été étudiés, ils demeurent de grands centres de consommation qu'il faudra nécessairement prendre en compte dans la collecte des prix à la consommation.



## **6.5 Présentation des axes et des circuits de commercialisation des produits**

Pour l'ensemble des produits concernés par la présente étude, les principaux axes de commercialisation sont décrits et présentés sous forme de cartes, en considérant pour tout le pays, la circulation des produits en partant des principales zones de production jusqu'aux centres de consommation.

Les circuits de commercialisation sont ensuite présentés par produit sous forme de tableaux comportant quatre colonnes : la première colonne concerne la chaîne d'opérateurs ou acteurs intervenant dans la commercialisation, la seconde colonne, leur fonction aux différentes étapes de cette commercialisation ; la troisième, le lieu et la quatrième, la période de chacune de ces étapes.

En principe, un circuit particulier devrait être établi pour chaque axe de circulation d'un produit. Mais, en raison de la multiplicité des axes pour un même produit et de la similitude des circuits et des fonctions des opérateurs qui y interviennent, un circuit moyen traduisant la réalité commune des axes est proposé par produit.

### **6.5.1 Les Axes et les Circuits de commercialisation du riz local**

- **Axes**

En Haïti, le riz est cultivé dans plusieurs régions. Cependant, la Vallée de l'Artibonite reste la zone de production rizicole par excellence. Viennent ensuite les plaines de Torbeck et de Saint Louis du sud (Sud), de Saint Raphael (Nord) et de Maribaroux (Nord-est).

Le riz produit dans l'Artibonite circule sur les principaux axes suivants :

- Vallée Artibonite →L'Estère→Cap Haïtien
- Vallée Artibonite →L'Estère→Trou du Nord
- Vallée Artibonite →L'Estère→Ouanaminthe
- Vallée Artibonite →L'Estère→Gonaïves
- Vallée Artibonite →Pont Sondé→Port-au-Prince
- Vallée Artibonite →Pont Sondé→Saint Marc

Le riz produit dans les autres zones circule généralement à l'intérieur des départements respectifs de production.

- **Circuits**

Le riz est commercialisé généralement dans le cadre de deux types de circuits :

- un circuit court observé dans les zones de consommation locale ou dans les marchés les plus proches des centres de production. On y trouve les producteurs, les sara locales, les détaillants, les consommateurs.
- un circuit long avec les mêmes opérateurs mentionnés ci-dessus, et en plus les sara régionales et urbaines.

**Circuit No. 1a :** Circuit-type du Riz local (circuit long)

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Stockage -Mise en marché par sac	Les marchés du Bas Artibonite, Bas Limbé, Poteau (Torbeck), Solon, Saint Raphael	Mars, Juin, Décembre
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Transport -Etuvage -Décorticage -Revente aux sara régionales ou urbaines	"	Toute l'année
Sara régionale ou urbaine ↓	-Achat aux sara locales -Transport -Revente aux détaillants	L'Estère, Pont Sondé, Desdunes, Saint Louis du Sud, Saint Raphael	"
Détaillant	-Achat aux sara régionales ou urbaines -Revente aux consommateurs	Saint Marc, Gonaïves, Cap, Ennery, Plaisance, Gros morne, Trou du Nord, Ouanaminthe, Léogane, Petit Goave, Cayes	"

**Circuit no. 1b Un exemple de circuit court pour le riz local**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Sotckage -Mise en marché par sac	Les marchés du Bas Artibonite, Bas Limbé, Poteau (Torbeck), Solon.	Mars, Juin, Décembre
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Transport -Etuvage -Décorticage -Revente aux détaillants	"	Toute l'année
Détaillants ↓	-Achat aux sara locales -Transport -Revente aux consommateurs	Saint Marc, Gonaïves, Cap, Ennery, Plaisance, Gros Morne, Trou du Nord, Léogane, Petit Goâve, Cayes.	Toute l'année

## 6.5.2 Les Axes et les circuits de commercialisation du riz importé

- **Axes**

Le riz importé, rencontré au niveau de tous les marchés du pays, arrive par sept (7) grands ports du pays, ouverts au commerce extérieur. Ce sont : Port-au-Prince, Petit Goave, Miragoane, Gonaïves, Cap Haïtien, Fort Liberté et Port de Paix. Ce riz stocké dans de grands dépôts circule à l'échelle régionale sur ces axes principaux :

Port-au-Prince → Jacmel

Port-au-Prince → Jérémie

Port-au-Prince → Mirbalais

Port-au-Prince → Hinche

Port-au-Prince → Cayes

Miragoâne → Cayes

Miragoâne → Port-au-Prince

Petit Goâve → Aquin

Petit Goâve → Jacmel

Cap Haïtien → Ouanaminthe

Cap Haïtien → Capotille

Port-de-Paix → Jean Rabel

Il faut en outre noter qu'une grande partie du riz arrivé par le Cap Haïtien et Fort Liberté va directement en République dominicaine en passant par Ouanaminthe.

- **Circuits**

Le circuit du riz importé est très long. Les différents opérateurs identifiés sont les importateurs, les grossistes, les sara régionales, les sara locales, les détaillants et les consommateurs.

### Circuit No. 1c : Circuit-Type de commercialisation du Riz importé

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Importateur ↓	-Importation -Mise en vente (en gros) au port ou aux magasins -Mise en depot	Port-au-Prince Cap Haïtien Fort Liberté Port de Paix Gonaïves Saint Marc Petit Goave Miragoane	Toute l'année
Grossiste ↓	-Achat aux importateurs -Transport -Stockage court -Revente aux sara urbaines et /ou régionales	"	"
Sara régionale et/urbaine ↓	-Achat aux grossistes -Transport -Revente aux sara locales	Sur tous les marchés de regroupement	Toute l'année
Sara locale ↓	-Achat aux sara urbaines ou régionales -Revente aux détaillants et :ou consommateurs	Sur tous les marchés du pays, en particulier sur les marchés de production	Toute l'année
Détaillant	-Achat aux sara locales -Revente aux consommateurs	Sur tous les marchés	Toute l'année

### 6.5.3 Les Axes et les Circuits de commercialisation du Maïs

- **Axes**

Le maïs est la production basique du Pays. Cependant, la production varie en importance d'une zone à une autre. De façon prioritaire, le maïs circule sur 14 axes principaux :

- Ferrier → Cap Haïtien → Port-au-Prince
- Ferrier → Cap Haïtien → L'Estère
- Jean Rabel → Port-au-Prince
- Jean Rabel → Saint-Marc

- Port Margot → Limbé → Port-au-Princeq
- Bayonnais/Poteau → l'Estère→ Port-au-Prince
- Desdunes/La Chapelle/Verrettes → Pont Sondé→ Port-au-Prince
- Desdunes/La Chapelle/Verrettes → Pont Sonde → Saint Marc
- Maïssade/Belladère → Mirebalais→ Port-au-Prince
- Cornillon/Fonds Verrettes/Belladère→ République Dominicaine
- Cayes Jacmel/Bainet/Marbial→ Port-au-Prince
- Les Anglais → Cayes→ Port-au-Prince
- Kans (Plaine des Cayes)→ Fond des Nègres→ Petit Goave
- Abricot/Moron/Chambellan/Dame Marie → Jérémie→ Port-au-Prince
- **Circuits** La commercialisation du maïs s'organise selon trois grands types de circuits :
  - un circuit court dépassant les frontières haïtiennes avec les producteurs, les sara locales et les sara dominicaines
  - un autre circuit court avec les producteurs, les sara locales, les détaillants et les consommateurs
  - un circuit long où l'on trouve outre ces derniers opérateurs les sara régionales et urbaines

**Circuit No. 2 a : Circuit de commercialisation du Maïs**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par marmite	Tous les marchés de production	Toute l'année
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Transport -Revente aux sara régionales	Sur les marchés de production et de regroupement	Toute l'année
Sara régionale ou urbaine ↓	-Achat aux sara locales -Stockage court -Transport -Revente aux détaillants	Sur les marchés de regroupement et les marchés urbains	"
Détaillant	-Achat aux sara régionales ou urbaines -Revente aux consommateurs	Tous les marchés	"

**Circuit No 2b : Circuit du Maïs, produit dans les zones frontalières**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par marmite	Tous les marchés de production des zones frontalières	Avril, Septembre, Décembre
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Transport -Revente aux sara dominicaines	Sur les marchés des zones frontalières du centre, du Nord-est et du Sud-est	"
Sara dominicaine	-Achat aux sara locales -Transport -Mise sur le marché dominicain	"	"

**6.5.4 Les Axes et les Circuits de commercialisation du Petit mil**

Le Petit mil est surtout cultivé dans les zones de montagne et de plaine sèches. En général, c'est un produit d'autoconsommation. Néanmoins, quelques grands axes sont relevés à travers le pays.

- \*Jean Rabel → Port-de-Paix → Gonaïves
- \*Pignon/Dondon/Ranquitte/La Victoire → Saint Raphael → Hinche
- \*Mirebalais → Port-au-Prince
- \*Petite Rivière de Nippes → Violet → Port-au-Prince
- \*Plaine d'Aquin → Fond des Nègres → Port-au-Prince
- \*Dory/Maniche → Cayes → Irois/Anse d'Hainault
- \*Dory/Maniche → Cavaillon → Port-au-Prince

- **Circuits**

Le petit mil est commercialisé dans le cadre d'un circuit court faisant intervenir trois opérateurs : les producteurs, les sara locales, les consommateurs

**Circuit No 3 : Circuit de commercialisation du Petit mil**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par marmite	Tous les marchés de production	Généralement toute l'année mais plus intense en Janvier-Mars
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Transport -Revente aux détaillants	Sur tous les marchés du pays	Surtout en hiver et au printemps
Détaillant	-Achat aux producteurs ou aux sara locales -Revente aux consommateurs	Tous les marchés	"

**6.5.5 Les Axes et les Circuits de commercialisation du Haricot (noir et rouge)**

- **Axes** Les principaux axes de commercialisation du haricot sont les suivants :

\*Anse d'Hainault/Dame Marie → Port-au-Prince

\*Chambellan/Moron/Abricot → Jérémie

\*Pestel/Beaumont→Cayes→Port-au-Prince

\*Les Anglais →Cayes→ Port-au-Prince

\*Rendel → Port-à-Piment →Cayes/Port-au-Prince

\*Camp-Perrin/Ducis/Chantal → Cayes → Port-au-Prince

\*La vallée → Dade→ Muzac→ Port-au-Prince

\*Marbial → Lafond → Jacmel → Port-au-Prince

\*Peredo → Marigot (Savane Dubois) → Cayes Jacmel → Jacmel → Port-au-Prince

\*Orianie/Gros cheval → Forêt des pins → Port-au-Prince

\*Capotille/Acul des Pins →Ouanaminthe → Fort Liberté/Cap Haïtien



- **Circuits**

Le haricot présente la plus grande variabilité des types circuits allant du plus court au plus long faisant intervenir ainsi tous les opérateurs, du producteur au consommateur.

**Circuit No.4 : : Circuit de commercialisation type du Haricot**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché	Toutes les zones de production	Avril-Octobre- Décembre
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Revente aux sara régionales	Les marchés de production	"
Sara régionale et/urbaine ↓	-Achat prioritairement aux sara locales -Transport -Revente aux détaillants	Les marchés de production, de regroupement et de consommation	Toute l'année
Détaillant	-Achat aux sara régionales et urbaines -Revente aux consommateurs	Surtout dans les marchés de consommation (des bourgs, faubourgs et villes)	Toute l'année

### 6.5.6 Les Axes et les Circuits de commercialisation du Pois Congo (vert)

- **Axes**

Le Pois Congo se retrouve un peu partout dans le pays, en particulier dans les zones de production du petit mil où ils sont en général cultivés en association. La commercialisation concerne surtout le pois congo vert. Séché, il fait plutôt l'objet d'autoconsommation dans les ménages. De plus, on n'observe pas de grands axes pour ce produit ; les transactions étant faites de préférence au niveau de chaque département, autrement dit dans les marchés les plus proches des zones de production pour un département donné.

Les principaux axes identifiés sont :

\*Saint Michel/Marmelade/Grosmorne/Ennery → L'Estère→ Gonaïves/Saint-Marc

\*Limonade/Ranquite/La Victoire → Saint Raphael → Cap Haïtien

\*Gros Marin/Dory/Maniche → Camp-Perrin/Cavaillon →Cayes/Port-au-Prince

Il convient enfin de signaler que la majorité du pois congo produit dans le Nord-est et le Plateau central est vendu aux Dominicains qui viennent l'acheter dans les zones de production.

- **Circuits**

Le circuit de commercialisation du pois congo vert est essentiellement constitué des producteurs, des sara locales et consommateurs.

**Circuit No.5 : Premier type de circuit du Pois congo vert**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
---------	-----------	-------	----------

Producteur ↓	-Production -Mise en marché par sac	Sur les marchés de production du pays	Janvier- Février
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Revente aux sara régionales ou directement dans les centres urbains	Sur les marchés ruraux et urbains du pays	"
Sara régionale ↓	-Achat à plusieurs sara locales -Transport -Revente aux détaillants	Les marchés de regroupement et les centres urbains	"
Détaillant	-Achat aux sara -Revente aux consommateurs	Les grands centres urbains	"

**Circuit No.5b : Circuit de commercialisation du Pois congo vert des zones frontalières**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par sac	Sur les marchés frontaliers de l'Ouest et du Centre	Janvier- Février
Sara dominicaine	-Achat aux producteurs -Transport vers la Dominique	Cornillon Belladère Lascahobas Thomassique St Pierre	"

### 6.5.7 Les Axes et les circuits de commercialisation de la Banane

- **Axes**

La banane plantain est cultivée en importance au niveau de six départements du pays. les principaux axes de commercialisation sont les suivants :

- \*Saint Louis du Nord → Port-de-Paix → Nassau/Bahamas
- \*Jean Rabel → Bassin Bleu → Port-au-Prince
- \*Limonade/Limbé/Port Margot → Cap/Port-au-Prince
- \*Limonade → Cap Haïtien → Iles Turques
- \*Chambellan/Moron/Marfranc → Jérémie → Port-au-Prince
- \*Arcahaie → Cabaret/Titanyen → Port-au-Prince
- \*Fauché/Dufort → Port-au-Prince

- **Circuits**

En général, le circuit de commercialisation de la banane plantain est long. On y rencontre les producteurs, les sara locales et régionales, les détaillants, les consommateurs.

**Circuit No. 6a : Premier type de circuit de la Banane**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par régime ou par douzaine de régimes	Jean Rabel, Bassin bleu, Saint Louis du Nord, Port Margot, Bas Limbé, Limonade, Arcahaie, Cabaret, Fauché, Marfranc, Abricot, Roseau	Toute l'année
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Vente aux détaillants	Titanyen Cabaret Dabonne Dufort Jean Rabel Limonade	Toute l'année
Détaillant	-Achat aux sara locales et/ou aux producteurs -Revente aux consommateurs	Sur les marchés de consommation	"

### Circuit 6 b : Circuit de commercialisation de la Banane du Nord-ouest

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par régime ou par douzaine	Jean Rabel, Bassin bleu, Saint Louis du Nord, Port Margot	Toute l'année
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Vente ou aux exportateurs	Jean Rabel	Toute l'année
Exportateur	-Achat aux sara locales et ou aux producteurs -Transport -Exporte à Nassau ou aux îles turques	Port de Paix Cap Haïtien	"

### 6.5.8 Circuits de commercialisation de la Pomme de terre

#### \*Axes

La pomme de terre est surtout produite dans l'Ouest et **le Sud-est du Pays**. Dans l'Ouest, elle est réalisée à Kenskoff, Fermathe, Orianie, Forêt des Pins, Boucan Chatte, Gros Cheval. Dans **le Sud-est Thiotte et Seguin sont les principales zones de production**. L'essentiel de la production est distribué à travers tout le Pays à partir de Port-au-Prince. Une grande partie de la production des Forêts des Pins et de Orianie va directement en République Dominicaine.

Les grands axes de commercialisation de ce produit sont :

- \*Fermathe/Kenskoff → Port-au-Prince → Autres marchés du Pays
- \*Forêt des Pins/Seguin → Port-au-Prince → Autres marchés du Pays
- \*Forêt des Pins/Orianie → République Dominicaine

- **Circuits**

L'organisation de la commercialisation de la pomme de terre se fait sur la base de deux types de circuits :

- un premier circuit court mettant en relation les producteurs, les sara locales et les sara dominicaines
- un deuxième circuit long faisant intervenir les producteurs, les sara locales, les sara régionales, les détaillants et les consommateurs

**Circuit No 7 a : Circuit long Type de la Pomme de terre**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par sac	Orianie Forêt des pins Kenskoff Fermathe Seguin Thiotte Salagnac	Toute l'année
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Revente aux sara régionales	"	"
Sara régionale	-Achat aux sara locales ou aux producteurs -Transport -Revente aux grossistes ou aux détaillants	Forêt des pins Orianie Kenskoff Croix des bossales	"
Grossiste ↓	-Achat aux sara régionales -Revente aux détaillants	Croix des bossales	"
Détaillant	-Achat aux sara régionales et/ou grossistes -Transport -Revente aux consommateurs	Les marchés de consommation	"

### Circuit No 7 b : Un exemple de circuit court de la Pomme de terre

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par sac	Orianie Forêt des pins Seguin Thiotte	Toute l'année
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Revente aux sara dominicains	"	"
Sara dominicaine	-Achat aux producteurs prioritairement et aux sara locales -Transport vers la Dominique	Forêt des pins Orianie	"

### 6.5.9 Les Axes et les Circuits de commercialisation des vivres alimentaires

- Axes**

Les vivres alimentaires du genre igname, patate, manioc jouent un rôle important dans la consommation de la population haïtienne, notamment la population rurale. L'organisation de la commercialisation se fait dans des blocs bien spécifiques où ces cultures prédominent. Aussi, distingue-t-on quatorze principaux axes de commercialisation :

- \*Perches → Terrier Rouge → Trou du Nord → Cap Haïtien → Port-au-Prince
- \*Port Margot/Borgne → Limbé → Cap Haïtien
- \*Grande Rivière/Dondon/Plaisance/Pilate → Cap Haïtien/Port-au-Prince
- \*Gros Morne → l'Estère → Port-au-Prince
- \*Gros Morne → Port-de-paix
- \*Tombe Gateau/Meiller → Petit Goave/Port-au-Prince
- \*Belle-Anse → Mapou → Bodarie → Thiotte → Forêts des Pins → Fonds Verrettes → Port-au-Prince
- \*La Montagne/Marbial/Lafond → Jacmel → Port-au-Prince
- \*Bainet → Blockauss → Bodin → Saint Etienne → Port-au-Prince
- \*Lhomond/L'Asile → Fond des Nègres → Petit Goave/Port-au-Prince
- \*Lhomond/L'Asile → Cayes
- \*Rendel/Les Anglais → Cayes → Port-au-Prince
- \*Anse d'Hainault/Irois/Dame Marie → Port-au-Prince
- \*Chambellan/Roseau/Abricot → Jérémie → Port-au-Prince

- **Circuits**

Le circuit de commercialisation est très court. Il met en relation les producteurs, les sara locales ou régionales et les consommateurs.

**Circuit No.8 : Circuit moyen de commercialisation des Vivres alimentaires (Tubercules)**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Transport -Mise en marché	Les zones de production du Nord, du Nord- est, du Sud, de la Grand' Anse	Surtout en hiver et printemps(pour l'igname) Toute l'année pour les autres tubercules
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Transport vers les villes -Revente aux détaillants ou aux consommateurs	Sur les marchés de production	"
Détaillant	-Achat aux sara locales et/ou aux producteurs -Revente aux consommateurs	Sur les marchés de consommation	"

### 6.5.10 Les Axes et les Circuits de commercialisation des Légumes

- **Axes**

Les plus grands centres de production de légumes se trouvent dans les départements de l'Ouest (Région de Kenskoff, Forêts des Pins), du Nord (Saint Raphael), du Sud-est (Seguin, Thiotte) et de la Grand'Anse (Salagnac). Les principaux axes de commercialisation sont alors les suivants :

- \*Kenskoff et environs → Port-au-Prince →Principales villes du Pays
- \*Saint Raphael → Cap Haïtien
- \*Saint Raphael → Hinche
- \*Saint Raphael → Port-au-Prince
- \*Seguin/Thiotte → Jacmel/Port-au-Prince
- \*Salagnac → Port-au-Prince
- \*Salagnac → Fonds des Nègres →Cayes



**\*Circuits**

De façon générale, le circuit des légumes est court et fait intervenir deux intermédiaires : les sara locales et/ou les sara régionales, les détaillants.

**Circuit No.9 : Circuit de commercialisation des Légumes**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par panier ou par sac	Koto, Gode, Dimisseau, Kenskoff, Orianie, Boucan Chatte, Seguin, Thiotte, Cap rouge, Bas Artibonite, Saint Raphael, Salagnac	Toute l'année
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Transport -Revente aux sara régionales ou dans les centres urbains avoisinants	"	Toute l'année
Sara régionale ↓	-Achat aux sara locales -Revente aux détaillants	Kenskoff, Pétion ville, Forêt des pins, Saint Marc, Saint Raphael, Fonds des nègres	"
Détaillant	-Achat aux sara régionales -Revente aux consommateurs	Tous les marchés	"

### 6.5.11 Les Axes et les Circuits de commercialisation du Café

#### \*Axes

Ce produit, qui pendant longtemps, représentait l'essentiel des exportations haïtiennes, a régressé, par suite de sa substitution par les cultures vivrières. Néanmoins quelques grandes zones de production subsistent rigoureusement. On les trouve notamment dans le Nord et le Nord-est, le Sud-est et la Grand'Anse. Ainsi le café circule sur les 8 principaux axes suivants :

- \*Dondon/Pilate/Plaisance → Cap Haïtien → Etranger
- \*Carice/Mont Organisé → Ouanaminthe → Dominique
- \*Cap Rouge/Thiotte/Cayes Jacmel → Jacmel → Port-au-Prince → Etranger
- \*Beaumont/Roseau/Pestel/Corail → Jérémie → Port-au-Prince → Etranger
- \*Beaumont → Port-au-Prince → Etranger
- \*Baradères → Port-au-Prince → Etranger
- Baptiste/Savanette → Port-au-Prince → Etranger
- Ducis /Chantal/Camp Perrin → Cayes → Port-au-Prince → Etranger

- **Circuits**

Sur le circuit de commercialisation on trouve les opérateurs suivants : les producteurs, les collecteurs, les spéculateurs et les exportateurs.

**Circuit No.10 : Circuit de commercialisation du Café**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché en livre ou en marmite	Thiotte, Cap rouge, Corail, Pestel, Chantal, Plaisance du sud, Beaumont, Marmelade, Borgne, Anse à foleur	Octobre-Décembre
Acheteur local ↓	-Achat aux producteurs pour les spéculateurs régionaux et urbains -Transport	"	"
Spéculateur régional et urbain ↓	-Financement de la collecte -Stockage -Transport -Revente aux exportateurs	Dans les zones urbaines	"
Exportateur	-Achat aux spéculateurs régionaux et urbains -Vente sur marché mondial	Surtout à Port-au-Prince et au Cap-Haïtien	Toute l'année

Il faut signaler l'existence d'un circuit court particulier pour le café "Haitian Blue" mettant directement en relation des producteurs nationaux et des distributeurs américains. Le Haïtian Blue, un mélange de café de Beaumont et des hauteurs de Jacmel est produit par des groupements de producteurs formant des associations elles-mêmes réunies en fédération. Un premier niveau de préparation du café est réalisé par les groupements vendant un café "parche" à la fédération qui en assure la préparation finale ainsi que l'exportation et renvoie pratiquement une ristourne de 100% aux producteurs. Ce système fonctionne depuis 1994 et intègre 12 associations de Beaumont et 10 de Jacmel. La fédération exporte annuellement quatre (4) containers de 333 sacs de 100 livres vendus à 5 distributeurs américains dans le cadre d'un contrat de 5 ans au prix de 2 dollars US la livre. Ce système éliminant les intermédiaires et suivi par des cadres de l'IICA se propose de s'ouvrir à d'autres associations et à d'autres régions pour atteindre dix (10) containers par année.

**6.5.12 Les Axes et les Circuits de commercialisation du Cacao**

- **Axes**

Le cacao devient de plus en plus rare en Haïti. On trouve quelques poches de production dans le Plateau central, le Nord et la Grand'Anse. Il circule sur 3 axes principaux :

\*Lascahobas → Port-au-Prince

\*Grande Rivière du Nord/Borgne/Port Margot → Cap Haïtien → Etranger

\*Dame Marie/Anse d'Hainault/Irois → Port-au-Prince

- **Circuits**

Le Circuit de commercialisation du Cacao fait intervenir les producteurs, les spéculateurs et les exportateurs

### **6.5.13 Les Axes et les Circuits de commercialisation du Vétiver**

- **Axes**

Les racines du vétiver servent à la préparation de l'huile qui est exportée pour être utilisée en parfumerie. Leur commercialisation s'observe uniquement dans le Sud et le Sud-est où il existe encore quelques usines d'extraction. Ce produit circule sur 3 axes principaux :

\*Port Salut/Laurent → Usine Cayes → Etranger

\*Port Salut/Laurent → Port-au-Prince → Etranger

\*Platon Désira/La Pierre → Jacmel → Port-au-Prince → Etranger

- **Circuits**

Le circuit de commercialisation du vétiver est très court. Un contact direct est établi entre les producteurs et les usines. Exceptionnellement on y rencontre des collecteurs.

### **6.5.14 Les Axes et les Circuits de commercialisation de la Mangue Francisque**

- **Axes**

La mangue francisque représente actuellement l'un des produits d'exportation du Pays. Elle est retrouvée en abondance au niveau de trois départements du pays (l'Ouest, le Centre et l'Artibonite). Contrairement aux zones sus-citées, la production des autres zones sert surtout à la consommation locale.

Ce fruit circule sur 3 axes principaux :

\*Arcahaie/Plaine du Cul de sac/Léogane → Port-au-Prince → Etranger

\*Thomonde/Maïssade/Mirebalais → Port-au-Prince → Etranger

\*Gros Morne/Ennery/Saint Michel de l'Attalaye → Port-au-Prince → Etranger

- **Circuits**

Le circuit de commercialisation est généralement court. On y trouve essentiellement les producteurs, les exportateurs, parfois des collecteurs.

**Circuit No.11 : Circuit de commercialisation de la Mangue Francisque**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché local et/ou vente aux exportateurs	Plaine du cul de sac, Arcahaie, Gonaïves, Ennery, Gros morne, Thomonde, Hinche, Maïssade, Mirebalais	Avril à juin
Exportateur	-Achat aux producteurs -Transport -Stockage -Triage, calibrage -Mise en caisse -Exportation	Port-au-Prince	Avril à Juillet

**6.5.15 Les Axes et les Circuits de commercialisation des autres variétés de mangues (Corne, Blanc, Baptiste)**

- **Axes**

La production de ces variétés de mangues est surtout concentrée dans le Nord (Plaisance, Limbé, Ranquite, La Victoire), l'Ouest (Petit Goave) et le Centre (Hinche, Thomonde, Maïssade). Bien qu'elles soient des produits de consommation locale, les passagers empruntant la route nationale no 2 s'approvisionnent en mangues Corne au niveau de la deuxième plaine de Petit Goâve, alors que ceux empruntant la route nationale No 1 montrent un engouement particulier pour les variétés Baptiste et Blanc.

Généralement ces variétés de mangues sont embarquées vers Port-au-Prince à partir des zones de production par l'intermédiaire des sara locales ;

- **Circuits**

Compte tenu de son caractère périssable, le circuit est très court. Y interviennent seulement les producteurs, les sara locales et les détaillants.

### 6.5.16 Les Axes et les circuits de commercialisation des Citrus

- **Axes** Les citrus (orange, chadèque, citron, mandarine) circulent sur 6 axes principaux :

- \*Bahon/Grande Rivière du Nord/Plaisance/Pilate → Port-au-Prince
- \*Mare Rouge/Anse à Foleur/Saint Louis du Nord → Jean Rabel/Port-de-Paix Bassin Bleu
- \*Gros Morne/Ennery → L'Estère → Port-au-Prince
- \*Tombe Gateau/Violet → Port-au-Prince
- \*Cap Rouge/Seguin/... → Jacmel/Port-au-Prince
- \*Pestel/ Corail/Roseaux → Jérémie →Port-au-Prince

- **Circuits**

Les producteurs, les sara locales et les détaillants sont les principaux opérateurs qui interviennent sur le circuit de commercialisation de ces produits.

**Circuit No 12 Circuit de commercialisation des Citrus**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Producteur ↓	-Production -Mise en marché par sac	Tout le Sud-est, Petit Goave	Novembre à Février
Sara locale ↓	-Achat aux producteurs -Transport -Revente aux sara régionales et/ou directement au niveau des grandes villes	"	"
Sara régionale ↓	-Achat prioritairement aux sara locales -Transport -Revente aux détaillants	Tout le Sud-est Tom Gateau Petit Goave	"
Détaillant	-Achat aux sara régionales -Revente aux consommateurs	Carrefour Croix des bossales	"

### **6.5.17 Les Axes et les Circuits de commercialisation des Produits d'élevage (Gros et menu bétail)**

- **Axes**

Le système d'élevage est généralement dépendant du système de culture. Il occupe une place importante dans le système de commercialisation des produits agricoles. Ainsi 12 principaux axes sont identifiés :

- \*Limonade/Bahon/La Victoire → Saint Raphael → Cap Haïtien
- \*Port Margot/Plaisance/Pilate → L'Estère → Port-au-Prince
- \*Ferrier/Terrier Rouge → Trou du Nord → Ouanaminthe
- \*Ferrier/Terrier Rouge → Cap Haïtien
- \*Jean Rabel/La Coma/Mare Rouge → Chansolme → Port-de Paix
- \*Gros Morne → Chansolme → Port-de-Paix
- \*Gros Morne/Poteau → L'Estère → Port-au-Prince
- \*Arcahaie/Titanyen/Forêt des Pins → Croix des Bouquets → Port-au-Prince
- \*Ducis → Cayes → Carrefour → Port-au-Prince
- \*Aquin → Fond des Nègres → Carrefour → Port-au-Prince
- \*Bonbon/Chambellan/Moron → Jérémie
- \*Irois/Dame Marie → Port-au-Prince

- **Circuits**

Le circuit de commercialisation des produits d'élevage peut être considéré comme le circuit le plus long. Mis à part les appellations qui changent, les opérateurs interviennent différemment par rapport aux produits agricoles. on y rencontre : les éleveurs, les brasseurs locaux, les brasseurs régionaux, les bouchers, les détaillants et les consommateurs. Le circuit No 13 qui suit vaut pratiquement pour toutes les espèces commercialisées.

### Circuit No 13 : Circuit-Type de commercialisation des produits d'élevage

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Paysan ↓	Mise en marché par tête	Partout dans le pays	Toute l'année
Brasseur ↓	-Achat aux paysans -Revente sur les marchés de la zone à des revendeurs	Surtout dans la Grand'Anse, le Sud, le Sud-est	"
Revendeur régional ↓	-Achat aux paysans ou aux brasseurs -Transport -Revente aux bouchers	"	"
Boucher ↓	-Achat aux revendeurs -Abattage des animaux -Revente aux détaillants	Presque dans tous les marchés	"
Détaillant	-Achat aux bouchers -Revente aux consommateurs	Dans tous les centres urbains	"

#### 6.5.18 Les Axes et les circuits de commercialisation des Produits de pêche (Cas du poisson)

- **Axes**

Les activités de pêche sont menées dans toutes les zones côtières du Pays. Cependant, elles sont plus importantes dans les régions du Nord-ouest, de l'Artibonite, de l'Ouest, du Sud-est, du Sud et de la Grand'Anse. Ces produits, en particulier le poisson, circulent sur 9 axes principaux :

- \*Jean Rabel/Lacoma/Mare Rouge → Port-de-Paix
- \*Anse Rouge → Gonaïves/Saint Marc/Port-au-Prince
- \*La Gonave → Montrouis/Port-au-Prince
- \*Belle-Anse/Anse à Pitre → Marigot → Jacmel
- \*Belle-Anse/Anse à Pitre → Thiotte → Forêt des Pins → Fonds Verrettes → Port-au-Prince
- \*Ile à Vache/ Morancy/Côte Sud → Cayes → Port-au-Prince
- \*Irois/Dame Marie/Anse d'Hainault → Cayes
- \*Dame Marie/Ainse d'Hainault → Port-au-Prince
- \*Corail/Pestel → Jérémie → Port-au-Prince



- **Circuits**

La commercialisation du poisson s'organise sur la base d'un circuit qui fait intervenir quatre opérateurs : les pêcheurs, les sara locales et régionales, les détaillants et les consommateurs.

**Circuit No.14 : Circuit moyen de commercialisation des Produits de pêche**

ACTEURS	FONCTIONS	LIEUX	PERIODES
Pêcheur ↓	-Réalisation Pêche -Vente aux détaillants (sur les rivages)	-Les zones côtières -les principaux bourgs et villes du pays	Toute l'année
Acheteur local ↓	-Achat aux pêcheurs -Séchage -Revente aux acheteurs régionaux ou aux consommateurs	"	"
Acheteur régional ↓	-Achat aux acheteurs locaux -Transport -Revente aux détaillants	Les zones de pêche Les grandes villes	"
Propriétaire de chambre froide ↓	-Achat aux pêcheurs -Congélation -Revente aux consommateurs locaux ou aux restaurants	Les zones de pêche Les grandes villes	"
Détaillant/ Restaurant	-Achat aux acheteurs régionaux -Revente aux consommateurs	Les grandes villes	"

### 6.5.19 Les Axes et les Circuits de commercialisation de l'Arachide

- **Axes**

L'arachide est cultivée dans tous les départements du Pays. Cependant c'est au niveau des régions du Nord-est, du Nord-ouest, du Plateau central, de l'Ouest, du Sud et de la Grand'Anse que la production est plus importante. Les principaux axes identifiés sont les suivants :

- \*Capotille → Ouanaminthe → Cap Haïtien/Port-au-Prince
- \*Jean Rabel/Bassin Bleu → Port-de-Paix → Nassau
- \*Jean Rabel → Port-au-Prince
- \*Bassin Bleu → L'Estère
- \*Thomassique → République Dominicaine
- \*Thomassique → Hinche/Port-au-Prince
- \*Tom Gateau → Jacmel/
- \*Tiburon → Cayes → Port-au-Prince
- \*Irois → Cayes → Port-au-Prince
- \*Anse d'Hainault → Chambellan → Jérémie → Port-au-Prince

- **Circuits**

Deux types de circuits sont observés pour l'arachide. D'abord, un circuit court mettant en relation les producteurs, les sara locales, les consommateurs. Ensuite un circuit long mettant en relation les producteurs, les sara locales, les sara régionales, les détaillants et les consommateurs.

### **6.5.20 Les Axes et les Circuits de commercialisation de l'Avocat**

- **Axes**

Le caractère périssable de l'avocat, ajouté aux problèmes de transport font qu'on n'en trouve que des axes très courts. Autrement dit, la consommation d'avocat est surtout locale et la commercialisation dépasse rarement les limites départementales. Néanmoins, certaines zones telles le Sud-est en général et Fond des Nègres alimentent directement Port-au-Prince.

Il circule donc sur les axes suivants :

- \*Régions du Sud-est → Port-au-Prince

- \*Gros Morne → Port-au-Prince

- \*Fond des Nègres → Port-au-Prince

- **Circuits**

L'avocat est généralement à l'état vert et mûre commercialisé dans le cadre d'un circuit faisant intervenir quatre opérateurs : les producteurs, les sara locales, les détaillants et les consommateurs.

### **6.5.21 Les Axes et les circuits de commercialisation du Rapadou**

- **Axes**

Le Rapadou, produit dérivé de la Canne à sucre provenant d'ateliers artisanaux, est essentiellement fabriqué au niveau de quatre zones du Pays : Pignon, Maïssade, Thomonde et Saint Michel de l'Attalaye. Il circule sur 6 axes principaux :

- \*Pignon → Hinche → Port-au-Prince
- \*Pignon → Cap Haïtien
- \*Pignon → République Dominicaine
- \*Maïssade/Thomonde → Port-au-Prince
- \*Saint Michel → Ennery/ Gonaïves
- \*Saint Michel → L'Estère

- **Circuits**

Les circuits courts observés pour ce produit sont faits essentiellement de producteurs, de détaillants et de consommateurs.

### **6.5.22 Les Axes et les Circuits de commercialisation de la Volaille**

- **Axes**

Les poulets fermiers sont élevés dans tout le Pays, mais les régions de l'Ouest et du Centre sont réputées les plus riches en volaille. La consommation est surtout locale et ne dépasse pas les limites départementales, exception faite de la volaille du Plateau Central. Les axes les plus importants sont :

- \*Plateau Central → Port-au-Prince
- \*Cornillon → Port-au-Prince
- \*Petit Goâve → Port-au-Prince

- **Circuits**

Ce produit est commercialisé dans le cadre d'un circuit mettant en relation les éleveurs, les sara locales et les consommateurs.

Quant aux poulets industriels, la plus grande partie est produite dans un très petit nombre de fermes spécialisées de Port-au-Prince d'où ils sont commercialisés sous deux formes :

- les poulets congelés que les consommateurs achètent par livre aux super-marchés ;
- les poulets sur pattes vendus par unité dans les marchés de consommation par des détaillantes s'approvisionnant aux fermes productrices.

## **CHAPITRE VII- CHOIX D'UN ECHANTILLON POUR LE SUIVI REGULIER DES PRIX**

### **7.1 Les fondements du choix**

La présente rubrique se propose de faire le point, conformément à l'objectif principal de l'étude, sur une proposition d'échantillon de marchés pour le suivi régulier des prix agricoles sur l'ensemble du pays. Avant tout, il est important de préciser la méthodologie adoptée pour faire ce choix.

Les marchés seront désignés de sorte que, pour un produit donné, on puisse aisément suivre les prix sur les trois types de marchés préalablement définis. Autrement dit, il sera possible de suivre un produit de sa zone de production aux lieux de consommation, en passant éventuellement par les grands centres de regroupement de ce produit. De plus, étant donné le nombre relativement restreint de marchés retenus, le choix est fait de façon à permettre le suivi sur un même marché, des prix de plusieurs produits, soit à un moment déterminé sur une longue période et d'observer les variations des prix sur plusieurs marchés. Enfin, le choix doit permettre de suivre intégralement les prix pour tous les produits qui ont fait l'objet de cette étude.

Ainsi, les critères pris en compte dans l'établissement de l'échantillon sont les suivants :

- les différents types de marchés
- la répartition géographique des marchés
- la représentativité des produits commercialisés
- le nombre de produits rencontrés simultanément sur un même marché
- l'importance des marchés en ce qui a trait à leur taille et à leur fréquentation
- la prise en compte des marchés frontaliers.

### **7.2 L'échantillon proposé**

Se basant sur les critères mentionnés plus haut, on retient sur les 606 marchés ruraux un échantillon de 59 marchés :

- 27 marchés de production (permettant de couvrir l'ensemble des grandes zones de production) où les prix à la production seront relevés ;
- 18 marchés de regroupement (nécessaires pour intégrer les principaux centres de regroupement) ;

- 14 marchés de consommation où les prix à la consommation seront recueillis. Ce nombre restreint est ainsi choisi en raison de la prise en compte éventuelle des 12 centres urbains de consommation suivis de l'IHSI.

La répartition de ces marchés dans les neuf (9) départements du Pays est la suivante :

Nord :	6	Artibonite :	6	Sud :	7
Nord-est :	6	Centre :	7	Sud-est :	6
Nord-ouest :	6	Ouest :	8	Grand'Anse :	7

La liste complète des 59 marchés est présentée dans les tableaux des pages suivantes. Dans le premier tableau, la première colonne situe les marchés au niveau départemental les marchés, la seconde colonne fournit les noms des marchés retenus, la troisième colonne, le type auquel appartient chaque marché et la quatrième colonne, les produits dont on pourra suivre les prix sur ces différents marchés.

Dans le deuxième tableau, la première colonne présente le produit concerné, la deuxième colonne situe au niveau départemental les marchés sur lesquels les prix des produits seront suivis, les autres colonnes, les noms et types de marchés retenus.

Au fait, il s'agit des mêmes informations présentées dans deux tableaux dont l'un privilégie une entrée marché et l'autre une entrée produit.

**Tableau No I Echantillon de Marchés à retenir dans le dispositif de suivi des prix**

<b>Département</b>	<b>Marchés</b>	<b>Type</b>	<b>Produits à suivre</b>
CENTRE	Thomonde	Production	Haricot, Rapadou, Arachide, Maïs, Petit mil, Pois congo, Mangue F.
	Maïssade	"	Maïs, rapadou, pistache, volaille
	Cerca La Source	"	Pois congo, pistache, maïs, haricot
	Cerca Cavajal	Regroupement	Pois congo, haricot, arachide
	Nan Kass	"	rapadou, pois congo, maïs, Sorgho, haricot, poisson
	Mirebalais	Consommation	Riz importé, haricot, petit mil, maïs, citrus
	Belladère	"	riz local, haricot, maïs, riz importé, petit mil, légumes
NORD-OUEST	Bassin Bleu	Production	Banane, pois, maïs, arachide, produits d'élevage
	Anse à Foleur	"	Café, cacao, vivres alimentaires, citrus
	Jean Rabel	"	Banane, pois, maïs, vivres alimentaires, arachide, menu et gros bétail, volaille, poisson
	Mare Rouge	Regroupement	Cacao, banane, maïs, vivres alimentaires, volaille, poisson
	Beauchamp	Consommation	café, cacao, légumes, citrus, vivres alimentaires, poisson
	Saint Louis du Nord	"	Pois, maïs, banane, café, arachide, vivres alimentaires, volaille, poisson

Département	Marchés	Type	Produits à suivre
ARTIBONITE	Poteaux	Production	Petit mil, haricot, mangue, maïs, riz local, légumes
	Gros morne	"	Pois congo, citrus, mangue, avocat
	Anse Rouge	"	Petit mil, poisson
	l'Estère	Regroupement	Riz local, Légumes, produits d'élevage, produits de pêche, citrus, mangue, rapadou
	Nan Paul	Regroupement	Maïs, Petit mil, Produits d'élevage, citrus, vivres, haricot, mangues
	Pont Sondé	Regroupement	Riz local, légumes, maïs, banane, vivres, produits d'élevage
NORD-EST	Mont Organisé	Production	Riz local, haricot, café
	Ferrier	"	Riz local, légumes, bétail
	Les Perches	"	Pois congo, maïs, légumes, haricot, vivres, arachides
	Trou du Nord	Regroupement	Maïs, vivres, pois congo, arachides
	Capotille	Consommation	Arachides, pois congo, haricot
	Terrier Rouge	"	Pois congo, bétail
NORD	Grande Rivière	Production	Banane, citrus, café, vivres alimentaires
	Limonade	"	Banane, maïs, légumes, haricot, vivres, poisson
	Plaisance	"	Haricot, légumes, citrus, café, vivres alimentaires, mangues
	Port Margot	"	Banane, pois congo, vivres
	Saint Raphael	Regroupement	Maïs, riz local, haricot, pois congo, petit mil, produits d'élevage, mangue
	Limbé	"	Banane, maïs, vivres, mangue

Département	Marchés	Type	Produits à suivre
OUEST	Arcahaie	Production	Banane, mangue francisque, porcins, poisson
	Courette	"	Maïs, haricot, pois congo, bovins, volaille
	Kenskoff	Regroupement	Légumes, pomme de terre, bovins
	Forêt des Pins	"	Légumes, pomme de terre, café, tous les grains, produits d'élevage
	Violet	"	Banane, petit mil, volaille
	Croix des Bouquets	Consommation	Ris importé, maïs, haricot, Légumes, produits d'élevage, volaille
	Marianie	"	Produits d'élevage(bovins)
	Petit Goâve	"	Maïs, petit mil, riz importé, citrus, produits de pêche. banane
SUD-EST	Seguin	Production	Légumes, pomme de terre
	Thiotte	"	Légumes, café
	Bodarie	"	Vivres alimentaires, produits d'élevage
	Blockauss	Regroupement	Légumes, citrus, haricot, maïs, pois congo, petit mil, vivres alimentaires
	Carrefour Georges	"	Pois congo, petit mil, maïs, vivres alimentaires, produits d'élevage, volaille
	Belle-Anse	Consommation	Riz, vivres alimentaires, maïs, petit mil, pois congo, citrus, poisson



Département	Marchés	Type	Produits à suivre
SUD	Les Anglais	Production	Maïs, vivres alimentaires, haricot, pois congo
	Sainton	"	Petit mil, pois congo, maïs, vivres, citrus, produits d'élevage
	Camp-Perrin	"	Haricot, café, vivres
	Kans	"	Maïs, produits d'élevage
	Ducis	Regroupement	Maïs, haricot, riz local, vivres, produits d'élevage
	Cavaillon	Consommation	Maïs, haricot, riz importé, vivres alimentaires, poisson, légumes
	Port Salut	"	Vétiver, poisson, petit mil, maïs, haricot, vivres
GRAND'ANSE	Grand Vincent	"	Banane, arachide, vivres, café, cacao
	Chambellan	"	Café, cacao, vivres, maïs
	Léon	Regroupement	Haricot, maïs, vivres, café, poisson
	Beaumont	"	haricot, maïs, café, produits d'élevage
	Fonds des Nègres	"	Maïs, légumes, petit mil, pois congo, banane, vivres alimentaires, produit d'élevage, avocat
	Prévilé	Consommation	Maïs, haricot, vivres alimentaires
	Petite Rivière de Nippes	Regroupement	Vivres, riz local, haricot, citrus, pois congo, banane

**Tableau No II Echantillon de marchés selon les produits**

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Riz local	Centre			Belladère
	Artibonite	Poteaux	L'Estère, Pont Sondé	
	Nord		St Raphael	
	Nord-est	Ferrier, Mont Organisé		
	Sud-est			Belle Anse
	Sud		Ducis	

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Riz importé*				
Maïs	Centre	Thomonde, Maïssade, Cerca La Source	Nan Kass	Mirebalais, Belladère
	Nord-ouest	Bassin Bleu, Jean Rabel	Mare Rouge	St Louis du Nord
	Artibonite	Poteaux	Nan Paul, Pont Sondé	
	Nord-est	Les Perches	Trou du Nord	
	Nord	Limonade	St Raphael, Limbé	
	Ouest	Courette	Forêt des Pins	Petit Goâve
	Sud-est		Carrefour George	Belle Anse
	Sud	Les Anglais, Sainton, Kans	Ducis	Cavaillon, Port Salut
	Grande Anse	Chambellan	Léon, Beaumont, Fond des Nègres	Prévilé

\* Ce produit, venant de l'extérieur, se rencontre au niveau de tous les marchés du Pays. Son prix peut être suivi sur tous les marchés choisis pour le riz local. Ceci permettra d'analyser les phénomènes de concurrence.

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Petit mil	Centre	Thomonde	Nan Kass	Mirebalais Belladère
	Artibonite	Poteaux, Anse Rouge	Nan Paul	
	Nord		St Raphael	
	Ouest		Violet	Petit Goâve
	Sud-est		Blockauss, Carrefour George	Belle Anse
	Sud	Sainton		Port Salut
	Grande Anse		Fond des Nègres	

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Haricot	Centre	Thomonde	Cerca Cavajal, Nan Kass	Mirebalais, Belladère
	Nord-ouest	Bassin Bleu Jean Rabel		St Louis du Nord
	Artibonite	Poteaux	Nan Paul	
	Nord-est	Mont Organisé, Les Perches		Capotille
	Nord	Limonade, Plaisance	St Raphael	
	Ouest	Courette	Forêt des Pins	Croix des Bouquets
	Sud-est		Blockauss	
	Sud	Les Anglais, Camp-Perrin	Ducis	Cavaillon, Port- Salut
Grande Anse	Chambellan	Léon, Beaumont,	Prévilé	
		Petite Rivière		

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Pois Congo	Centre	Cerca la Source, Thomonde	Cerca Cavajal, Nan Kass	
	Artibonite	Gros morne		
	Nord-est		Trou du Nord	Terrier Rouge, Capotille
	Nord	Port Margot	St Raphael	
	Sud-est		Blockauss, Carrefour George	Belle Anse
	Sud	Les Anglais, Sain-ton		
	Grande Anse		Fond des Nègres, Petite Rivière	
Banane	Nord-ouest	Bassin Bleu, Jean Rabel	Mare Rouge	St Louis du Nord
	Artibonite		Pont Sondé	
	Nord	Limonade, Grande Rivière, Port Margot	Limbé	
	Ouest	Arcahaie	Violet	Petit Goâve
	Grande Anse	Grand Vincent	Fond des Nègres, Petite Rivière	
Pomme de terre	Ouest		Kenskoff, Forêt des Pins	
	Sud-est	Seguin		

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Tuber- cules	Nord-ouest	Anse à Foleur, Jean Rabel	Mare Rouge	Beauchamp, St Louis du Nord
	Artibonite		Pont Sondé	
	Nord-est	Perches	Trou du Nord	
	Nord	Grande Rivière, Limonade, Plaisance		
	Sud-est	Bodarie	Blockauss, Carrefour George	Belle Anse
	Sud	Les Anglais, Sainton, Camp-Perrin	Ducis	Cavaillon, Port Salut
	Grande Anse	Grand Vincent, Chambellan	Léon, Fond des Nègres, Petite Rivière	Prévilé
Légumes	Centre			Belladère
	Nord-ouest			Beauchamp
	Artibonite	Poteaux	L'Estère, Pont Sondé	
	Nord-est	Ferrier, Les Perches	Trou du Nord	
	Nord	Limonade, Plaisance		
	Ouest		Kenskoff, Forêt des Pins	Croix des Bouquets
	Sud-est	Seguin, Thiotte	Blockauss	
	Sud			Cavaillon
	Grande Anse		Fond des Nègres	

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Café	Nord-ouest	Anse à Foleur		Beauchamp, St Louis du Nord
	Nord-est	Mont Organisé		
	Nord	Grande Rivière Plaisance		
	Ouest		Forêt des Pins	
	Sud-est	Thiotte		
	Sud	Camp-Perrin		
	Grande Anse	Grand Vincent Chambellan	Léon	
Cacao	Nord-ouest	Anse à Foleur	Mare Rouge	Beauchamp
	Grande Anse	Chambellan Grand Vincent		
Vétiver	Sud	Port Salut		
	Sud-est		Carrefour George	
Mangue Francis- que	Centre	Thomonde		
	Artibonite	Poteaux, Gros morne	Nan Paul	
	Ouest	Arcahaie		
Autres Mangues (Corne, Blanc)	Centre	Thomonde, Maïssade		
	Nord	Plaisance	Limbé	
	Ouest			Petit Goâve



Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Produits d'élevage	Nord-ouest	Bassin Bleu Jean Rabel		
	Artibonite		L'Estère, Nan Paul, Pont Sondé	
	Nord-est	Ferrier		Terrier Rouge
	Nord		St Raphael	
	Ouest	Courette	Kenskoff, Forêt des Pins	Croix des Bouquets
	Sud-est	Bodarie	Carrefour George	
	Sud	Sainton, Kans	Ducis	
	Grande Anse		Beaumont, Fonds des Nègres	
	Centre		Nan Kass	
	Nord-ouest	Jean Rabel	Mare Rouge	Beauchamp, St Louis du Nord
	Poisson	Artibonite	Anse Rouge	L'Estère
Nord		Limonade		
Ouest		Arcahaie		Petit Goâve
Sud-est				Belle Anse
Sud				Cavaillon, Port Salut
Grande Anse			Léon	

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation	
Citrus	Centre			Mirebalais	
	Nord-ouest	Anse à Foleur		Beauchamp	
		Gros morne	L'Estère, Nan Paul		
	Nord	Grande Rivière, Plaisance			
	Ouest			Petit Goâve	
	Sud-est		Blockauss	Belle Anse	
	Sud	Sainton			
	Grande Anse		Petite Rivière		
	Arachide	Centre	Cerca la Source, Thomonde, Maïssade		
		Nord-ouest	Bassin Bleu Jean Rabel		St Louis du Nord
Nord-est		Perches	Trou du Nord	Capotille	
Grande Anse		Grand Vincent			
Avocat		Artibonite	Gros morne	L'Estère	
	Sud-est	Bodarie		Belle Anse	
	Grande Anse		Fond des Nègres		

Produit	Département	Marchés de Production	Marchés de Regroupement	Marchés de Consommation
Rapadou	Centre	Thomonde, Maïssade	Nan Kass	
Volaille				
	Centre	Maïssade		
	Nord-ouest	Jean Rabel	Mare Rouge	St Louis du Nord
	Ouest	Courette	Violet	Croix des Bouquets
	Sud-est		Carrefour George	

## **VIII- PROPOSITIONS POUR LA MISE EN OEUVRE DU NOUVEAU SYSTEME**

### **8.1 Objectif et Principe**

L'échantillon de marchés retenus devrait permettre au MARNDR d'établir un nouveau système de suivi de prix des produits agricoles devant contribuer à résoudre le problème de carence de données sur la commercialisation de ces produits. Il devrait aussi faciliter la collecte de données sur les différentes catégories de produits commercialisés à différents niveaux de commercialisation : prix producteur, prix grossiste et prix consommateur. Le choix permettra enfin de suivre la variation des prix d'un produit dans l'espace et dans le temps.

### **8.2 Les contraintes**

Certaines subtilités susceptibles de biaiser les informations à collecter méritent d'être signalées :

- Il existe des produits pour lesquels un même marché peut être de production à une certaine époque et de consommation à d'autres. Il importe donc de bien identifier les périodes de collecte des prix suivant qu'on veut avoir des données à la production ou à la consommation.
- Les marchés étant généralement très dispersés et difficiles d'accès, on devra utiliser dans ce nouveau système un nombre important d'agents pour la collecte des prix.

### **8.3 La collecte de l'information**

La qualité et la fiabilité des données qui seront collectées dépendront en grande partie des institutions qui assureront le suivi. Pour cela il est requis un personnel bien entraîné pour la collecte des prix, pouvant prendre en compte les différentes spécificités de la commercialisation des produits agricoles. En conséquence, le dispositif institutionnel devra s'organiser de la façon suivante :

Une équipe centrale légère au niveau du MARNDR disposant de matériels adéquats de dispositifs informatiques et de ressources financières suffisantes.

Un Coordonnateur départemental devant assurer le suivi régulier des opérations de terrain en y apportant les correctifs nécessaires. Elle devra également veiller à la bonne organisation de la collecte des informations au niveau des départements en les faisant subir un premier niveau de traitement avant de les acheminer au Bureau central.

Des énumérateurs ayant la responsabilité de collecter directement les informations sur les marchés

Pour la réalisation des enquêtes sur les marchés, les cadres de terrain doivent être munis de fiches d'enquête adaptées préparées par la coordination permettant de collecter toutes les informations relatives aux types de marchés, aux produits qui s'y trouvent, aux différents opérateurs qui y interviennent et aux prix pratiqués.

L'opération essentielle à effectuer sur les marchés consiste en la collecte des prix pour les produits agricoles stratégiques. Cependant, d'autres informations supplémentaires comme les rendements des cultures, les surfaces cultivées, pouvant faciliter l'analyse ultérieure des prix devraient être aussi collectées.

Les équipes de terrain effectueront des enquêtes sur les marchés régulièrement tous les jours de marché, et la fin de chaque semaine, les cellules départementales recevront les

fiches d'enquête effectueront les premiers travaux de traitement. Les fiches et les tableaux des indicateurs calculés seront acheminés à la structure centrale chaque semaine. A ce niveau, les données subiront les traitements requis pour être publiées. Il faudra tenir compte de la moyenne mensuelle des prix pour chaque produit. Une publication mensuelle doit être envisagée.

A cette fin, la moyenne des prix sera calculée pour chaque type de marché et pour chaque département aux fins de comparaison. Les résultats obtenus seront diffusés de manière à être accessibles aux institutions et personnes désireuses de s'en servir en vue de prise de décisions importantes concernant des secteurs divers.

## EN GUISE DE CONCLUSION

L'étude que voilà permet de constituer et d'actualiser la liste des marchés ruraux, de les catégoriser et de caractériser les différents types identifiés. Elle prend en compte également les principaux produits faisant l'objet de commercialisation sur ces marchés, les principaux axes de circulation de ces produits ainsi que les agents ou opérateurs réalisant les transactions sur les marchés.

L'importance relative et le fonctionnement de chaque agent sur les circuits de différents produits sont mis en évidence.

Les axes et circuits de commercialisation font état des multiples mouvements ou parcours des produits sous l'impulsion des différents opérateurs.

Un échantillon raisonné d'une soixantaine de marchés largement représentatif de l'ensemble est proposé dans la perspective de la collecte des prix des produits agricoles commercialisés sur ces marchés aux trois (3) niveaux : production, regroupement et consommation.

Concernant les opérateurs, il faut noter le rôle prépondérant que joue la "Madan sara" sur tout le territoire national, en ce qui a trait à la distribution des produits agricoles à travers les trois (3) types de marchés étudiés et l'importance de la **fonction de liaison** qu'elle assure entre les marchés de production ou de regroupement (achat, groupage, transport) et ceux de consommation (revente à des semi grossistes, à des détaillans ou plus rarement à des consommateurs).

Il est aisé de comprendre que les grandes villes constituent les principaux lieux de consommation des denrées agricoles vers lesquels convergent pratiquement les principaux axes de commercialisation.

Port-au-Prince s'impose, de toute évidence, comme le plus important centre de consommation des produits agricoles comme le montrent les cartes présentant les axes de circulation des produits acheminés en grande partie vers la capitale. Par contre, un petit nombre de produits, à l'instar du riz importé qu'on retrouve pratiquement sur tous les marchés ou de la pomme de terre, part de Port-au-Prince vers les autres villes et les villages.

Les marchés de regroupement jouent un rôle essentiel dans la distribution des produits agricoles parce que constituant le trait d'union entre les lieux de production et ceux de consommation et parce que témoins des interventions de presque tous les opérateurs identifiés sur les circuits des produits agricoles. Ils méritent ainsi une attention spéciale dans le cadre de l'organisation de la collecte des prix et devraient nécessairement être valorisés pour le relevé des **prix grossistes**.

En tout état de cause, les centres urbains qui n'ont pas été considérés dans le cadre de cette étude ne peuvent point être laissés de côté à l'occasion de la collecte et du traitement des prix à la consommation. La CNSA devra :

ou les intégrer à l'échantillon en les ajoutant à la liste des marchés de consommation retenus, réduite à dessein ;

ou bien étudier les modalités d'une coopération avec l'IHSI en vue d'une gestion commune des informations prélevées sur ces marchés permettant d'éviter toute duplication ou contradiction.

Au terme de ce rapport, il importe de formuler les réserves qui suivent :

- Cette étude est fondamentalement qualitative. Elle ne quantifie pas les flux, n'aborde pas les prix pratiqués, n'utilise globalement pas de paramètres numérisables dans la conduite des analyses.

- Elle porte sur environ une vingtaine de produits. Néanmoins beaucoup d'autres denrées ne figurant pas sur la liste de référence occupent une place relativement importante dans la vie économique des ruraux dans certaines zones et mériteraient également d'être suivis. Il en est ainsi, par exemple, de l'échalotte, du gingembre, du mirliton et de l'aubergine (qui ne sont pas pris en compte dans la rubrique Légumes), de la canne-à-sucre ou du charbon de bois...

Pour mieux comprendre la formation des prix agricoles notamment au niveau de la consommation, des enquêtes spéciales devraient être menées sur :

- les systèmes de transport des marchandises agricoles
- le comportement des intermédiaires (sara de Port-au-Prince, sara régionale, sara locale et détaillant)
- le rôle et le fonctionnement des dépôts au niveau des centres de regroupement et de consommation
- les différentes unités de mesures utilisées dans les transactions.

Le présent document reste une référence importante mettant à la disposition des autorités compétentes un grand nombre d'informations de base susceptibles d'être valorisées à l'occasion d'interventions sur les marchés ruraux pour la collecte des prix agricoles ou la connaissance de ces marchés, mais aussi lors de prises de décisions concernant le développement ou l'orientation des productions agricoles.

## **BIBLIOGRAPHIE**

- DARPOUX Robert et ROUSSEL Maurice.- Marchés et Prix agricoles. Ed. J.B. Baillère, Paris, 1972. 248p.
- DUPLAN Verdy et LAGRA Jerry.- Transport des produits agricoles vers Port-au-Prince. 1975. 91p.
- FAMV/SACAD.- Paysans, Systèmes et Crises. (Tome II). 1993
- GIRAULT et LAGRA.- Caractéristiques structurelles de la commercialisation interne des produits agricoles en Haïti. 1975. 53p.
- IRAM.- Identification d'un Système d'information sur les produits alimentaires en Guinée. (Rapport provisoire). 1992
- LAGRA et alliés.- Prix des produits agricoles dans les marchés haïtiens. 1975. 50p.
- LAGRA Jerry et alliés.- Les marchés publics d'Haïti. 1975. 97p.
- LAGRANCE Louis.- La commercialisation des produits agricoles et agro-alimentaires. Editions J.B. Baillère. Paris. 1989.
- LELONG Pierre.- Les marchés agricoles. Que sais-je ? PUF  
Secrétairerie d'Etat du Plan/BDPA. Cartographie thématique d'Haïti. 1983
- TARDIEU Jean François.- Entre bords de mer et marchés ruraux. Contribution théorique à l'étude du commerce agricole haïtien. Areytos, Port-au-Prince. 1980.
- TOURNIER Jean.- Les bases économiques et humaines de l'activité agricole. Ed. J.B. Baillère, Paris.