

# Temps forts

Le CIAT en Afrique

N° 12  
Juin 2003

Les Temps forts présentent les résultats des travaux de recherche menés en Afrique par le CIAT et ses partenaires et les conséquences

## La recherche d'opportunités commerciales en faveur des agriculteurs des zones urbaines et périurbaines de Kampala

L'urbanisation rapide que l'on observe dans de nombreux pays sub-sahariens a conduit à une reconnaissance accrue de la contribution de l'agriculture urbaine et périurbaine à la sécurité, à l'emploi, à la génération de revenus, ainsi qu'à la gestion productive des ressources sous-exploitées. A Kampala, capitale de l'Ouganda, l'agriculture urbaine est une pratique répandue tant à l'intérieur des limites de la ville que dans les quartiers périurbains. La ville compte 1,2 million d'habitants et connaît un taux annuel de croissance démographique de 3,9% (recensement de 2002). Cette croissance rapide se traduit par une large expansion des marchés de produits agricoles. Nombre de ces marchés offrent des avantages comparatifs aux producteurs et aux transformateurs localisés à l'intérieur ou à proximité de la ville.



Regroupement des informations sur les marchés.

Dans le cadre de l'initiative menée à l'échelle du système du CGIAR sur l'agriculture urbaine et périurbaine (qui a contribué au financement de cette étude), un projet visant à renforcer et promouvoir les systèmes agricoles urbains a été lancé en 2002, en tant que composante d'une proposition sur l'amélioration de la sécurité alimentaire et des conditions de vie des populations urbaines pauvres à Kampala. Le projet comportait différents volets : 1) l'étude des conditions de vie et des systèmes de production; 2) l'évaluation des opportunités commerciales; 3) L'évaluation du milieu scolaire comme acteur possible en matière de vulgarisation et de distribution de semences; et 4) les questions liées à la santé.

### Objectifs du volet commercial

Ce volet visait à :

- 1) Identifier, à Kampala, les débouchés commerciaux pour les produits agricoles déjà produits ou susceptibles d'être produits par les agriculteurs urbains et périurbains.
- 2) Recueillir et analyser les informations sur les conditions d'achat de la gamme des produits identifiés.

### Etapas de l'étude de marché rapide

- 1) Evaluation urbaine rapide sur une base participative en vue d'établir le profil socio-économique et institutionnel.
- 2) Etude de marché rapide permettant de définir les opportunités s'offrant aux produits existants ou potentiels.
- 3) Evaluation des options les plus prometteuses pour les agriculteurs urbains et périurbains.

## **Classement des entreprises et des produits par ordre de priorité**

A partir de l'évaluation urbaine rapide, on a recensé et classé par ordre d'importance les entreprises présentant le plus grand intérêt pour les agriculteurs urbains et périurbains.

## **Définition des stratégies à adopter dans la conduite de l'étude de marché**

Afin de classer les alternatives de croissance, on a eu recours à la matrice « produits/croissance du marché », instrument de planification des études de marché, qui a permis de dégager les stratégies suivantes :

- Définir les catégories de produits agricoles dont la demande est en forte hausse.
- Identifier les produits agricoles pour lesquels la demande excède la capacité d'approvisionnement.
- Etudier les tendances de la demande pour les produits agricoles présentant à l'heure actuelle un intérêt pour les agriculteurs urbains et périurbains.
- Etudier les tendances de la demande au regard des produits alternatifs de plus grande valeur.

Sur une liste de contrôle des commerçants et entreprises agricoles figuraient les supermarchés (grands/petits), les marchés de fruits et légumes, les petits magasins et kiosques, les fabricants de produits alimentaires et les hôtels.

## **Résultats clés**

- Les produits représentant la plus importante source de revenus à Kampala sont la volaille (poulets de chair et œufs), le lait, le porc, les fruits (mangue, avocat, jaquier, pawpaw), le cocoyam, les champignons et les légumes à feuilles.
- En dépit des exigences formulées par certains lieux de vente, la plupart des produits livrés n'ont été que peu, ou pas, améliorés par les agriculteurs.
- S'agissant le plus souvent de produits de valeur et de nature périssable, le capital limité et la capacité insuffisante d'entreposage représentaient des obstacles majeurs à la production et à la commercialisation.

## **Conclusions**

- La demande en produits alimentaires est en hausse – des opportunités existent.
- La production par les agriculteurs urbains est restreinte – le recours à l'organisation paysanne est-elle une solution adéquate ?
- Concurrence relative : les prix de la volaille, des fruits et des champignons sont compétitifs, mais ceux du lait et du porc ne le sont pas.
- On observe différents niveaux de capital humain et social chez les agriculteurs urbains et périurbains – cela peut avoir des implications au niveau de la création d'entreprises.
- Les conditions fixées par les acheteurs sont strictes – il est nécessaire de mettre en place des services d'appui.

## **Recommandations**

- 1) Pour obtenir un résultat au niveau des conditions de vie, l'apport d'un appui intégré aux agriculteurs urbains et périurbains s'impose.
- 2) Renforcer les capacités locales en vue de fournir :
  - des informations sur les marchés
  - des opportunités de microfinance
  - des services techniques et des conseils aux entreprises
  - un cadre juridique favorable.

## **Les prochaines étapes**

Nos projets, définis en collaboration avec le Conseil municipal de Kampala, qui a formé un partenaire actif dans le déroulement de cette activité, sont les suivants :

- Instaurer un mécanisme permettant aux agriculteurs d'accéder aux informations sur les marchés et de les utiliser, de manière à faciliter leur prise de décision sur les produits à privilégier.
- Faciliter la sélection et la mise en place d'entreprises agricoles intégrées viables.
- Appuyer les efforts fournis par les groupements paysans en vue d'établir des relations de travail avec les détaillants et les grossistes, de façon à optimiser les débouchés commerciaux qui s'offrent à leurs produits.



**Pour plus d'informations, s'adresser à :**  
**Elly Kaganzi**  
[e.kaganzi@cgiar.org](mailto:e.kaganzi@cgiar.org)

**CIAT**  
**Africa Coordination**  
**Kawanda Agricultural**  
**Research Institute**  
**P.O. Box 6247**  
**Kampala, Uganda**

**Téléphone :**  
**+256(41)567670**

**Fax :**  
**+256(41)567635**

**Courriel :**  
[ciat-uganda@cgiar.org](mailto:ciat-uganda@cgiar.org)

**Site web :**  
[www.ciat.cgiar.org](http://www.ciat.cgiar.org)

