

## **Etude de marché**

**« Analyse du système de marché alimentaires et non alimentaires, analyse de la faisabilité de la programmation à travers les transferts monétaires dans les départements de Fouli et Kaya »**

**Province du Lac**

**Rapport de l'étude**



**Juin 2020**

Ezéchiel DINGAMADJI  
Consultant indépendant

## Sommaire

1	Liste des abréviations .....	3
2	Liste des figures et des tableaux .....	4
3	Résumé .....	5
4	Contexte général .....	6
5	Objectifs et approche méthodologique .....	8
5.1.	Objectifs de l'étude .....	8
5.2.	Résultats attendus .....	8
5.3.	Caractérisation des marchés .....	9
5.4.	Approche méthodologique.....	10
6	Principaux résultats .....	10
6.1.	Zone d'étude et population cible.....	10
6.2.	Accès des populations aux marchés.....	12
6.3.	Offre et demande.....	12
6.4.	Intégration des marchés .....	25
6.5.	Enjeu de pouvoir.....	25
6.6.	Facteurs contextuels .....	26
6.7.	Carte des marchés des produits alimentaires et non alimentaires .....	27
6.8.	Impact de la crise sur le système de marché .....	30
6.9.	La capacité d'absorption de la demande des populations affectées par la crise.....	30
6.10.	Faisabilité des transferts monétaires.....	31
6.11.	Choix des filières porteuses .....	34
7	Conclusion .....	37
8	Recommandations.....	38
9	Annexes.....	40
9.1.	Chronogramme de la mission.....	40
9.2.	Questionnaire d'évaluation du marché (produits non alimentaires) .....	41
9.3.	Questionnaire d'évaluation du marché (produits alimentaires) .....	50
9.4.	Grille d'entretien – Focus groupes .....	60
9.5.	Questionnaires adressés aux informateurs clefs .....	70
9.6.	Bibliographies .....	71

## 1 Liste des abréviations

ACF	Action Contre la Faim
AME	Articles Essentiels Ménagers
ANADER	Agence Nationale pour le Développement Rural
BEG	Barh El Gazel
COVID 19	Corona Virus Disease 19
CRT	Croix Rouge du Tchad
EMMA	Emergency Market Mapping & Analysis
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture
FDS	Forces de Défense et de Sécurité
GDT	Groupes de Discussion Thématiques
INSEED	Institut National de la Statistique, des Etudes Economiques et de Démographie
IRC	International Rescue Committee
ITRAD	Institut Tchadien pour la Recherche Agronomique au Tchad
OCHA	Office for the Coordination of Humanitarian Affairs
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PAM	Programme Alimentaire Mondial
PDI	Personne Déplacée Interne
SECADEV	Secours Catholique pour le Développement
SISAAP	Système d'Information sur la Sécurité Alimentaire et d'Alerte Précoce
SODELAC	Société de Développement du Lac
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
TM	Transfert Monétaire

## 2 Liste des figures et des tableaux

**Figure 1** : Marchés enquêtés de la province du Lac.

**Figure 2** : Calendrier saisonnier.

**Figure 3** : Suivi des prix des 10 articles ménagers essentiels (produits non alimentaires) par marchés enquêtés.

**Figure 4** : Suivi des prix des 10 articles ménagers essentiels (produits alimentaires) par marchés enquêtés.

**Figure 5** : Répartition des commerçants interrogés par nombre de produits non alimentaires vendus.

**Figure 6** : Répartition des commerçants interrogés par nombre de produits alimentaires vendus.

**Figure 7** : Répartition des commerçants interrogés par type de produits alimentaires vendus.

**Figure 8** : Répartition des commerçants interrogés par type de produits non alimentaires vendus.

**Figure 9** : Perception de la concurrence par type de marché et produits non alimentaires (Marchés hebdomadaires et marché de Baga Sola).

**Figure 10** : Perception de la concurrence par type de marché et produits alimentaires (Marchés hebdomadaires et marché de Baga Sola).

**Figure 11** : Carte de référence du système de marché AME.

**Figure 12** : Carte de crise du système de marché AME.

**Figure 13** : Evolution du cours de Naira par rapport au CFA (juillet 2019 – juin 2020).

**Tableau 1** : Répartition de l'échantillon de l'étude EMMA dans les zones d'intervention d'IRC.

**Tableau 2** : Prix des produits alimentaires et non alimentaires collectés dans les différents marchés de la zone d'intervention.

**Tableau 3** : Origine des produits non alimentaires et alimentaires.

**Tableau 4** : Perception des risques et leurs mesures d'atténuation.

### 3 Résumé

La province du Lac est sujette depuis 2014 à une crise aiguë suite à la multiplication des exactions commises par le groupe Boko Haram. Les actes de violence commises par ce groupe armé ciblent toutes les personnes, en particulier les civils, et entraînent des déplacements massifs de populations tchadiennes et nigérianes qui fuient les villages frontaliers et les îles pour trouver refuge dans des zones plus sécurisées à l'intérieur de la province du Lac, principalement dans les départements de Foulï, Kaya et Mamdi. Sur le plan interne, la province du Lac qui souffre déjà d'une pauvreté chronique est régulièrement affectée par des risques climatiques (sécheresses et inondations) importants. Ainsi, la vulnérabilité de ces populations et de celles des nouvellement arrivées est fortement aggravée.

Dans le cadre de sa réponse à la situation, IRC vise les populations déplacées et hôtes dans les zones rurales des départements de Foulï et Kaya. Les orientations stratégiques retenues encouragent la mise en œuvre de réponse innovatrice valorisant les capacités locales sans leur porté préjudice à l'instar du transfert monétaire. Une étude EMMA est alors parue indispensable pour appréhender le fonctionnement du marché des articles ménagers essentiels alimentaires et non alimentaires, les effets cumulés des crises sur ce marché, afin d'apporter une intervention la plus pertinente possible pour répondre aux besoins dans sa zone d'intervention.

Néanmoins, alors que la majorité des Transferts Monétaires (TM) dans la province du Lac se focalisent sur l'accès à la nourriture, IRC a commandité une étude se focalisant sur les Articles Ménagers Essentiels afin d'approfondir la compréhension du fonctionnement des marchés des produits non alimentaires et alimentaires dans les départements de Foulï et Kaya et de fournir à IRC des informations clefs concernant les modalités à utiliser dans la province du Lac pour faciliter l'accès aux AME aux populations affectées par la crise sécuritaire (aide en nature, programme de transfert monétaire, soutien du marché, plaidoyer).

Cette étude a été couplée avec l'identification des filières porteuses dans la zone d'intervention afin d'aider IRC à orienter ses actions futures dans cette localité qui abrite tant des PDI et populations hôtes vulnérables. Les filières identifiées sont **le maraîchage (gombo, tomate, oignon et piment) et la filière maïs**. A cela pourrait s'ajouter **la filière artisanale (tissage des nattes en palmier doum et autres) et aussi l'élevage des petits ruminants et les volailles**.

## 4 Contexte général

Pays enclavé de l'Afrique Centrale, le Tchad, à l'instar des pays sahéliens est caractérisé par une vulnérabilité chronique à l'insécurité alimentaire et à la malnutrition due principalement aux variabilités climatiques mais également à un contexte sécuritaire préoccupant au niveau de toutes ses frontières. Cette situation de vulnérabilité structurelle combinée à la crise sécuritaire qui sévit le long de toutes les frontières du pays a engendré des mouvements de populations et une perturbation du fonctionnement des marchés vivriers et manufacturiers qui sont fortement sensibles à la hausse régionale et internationale des prix.

Le bassin du Lac Tchad est hautement vulnérable au changement climatique qui aggrave la désertification et l'assèchement du lac dont son rôle économique est très important pour les 4 pays limitrophes : le Cameroun, le Nigeria, le Niger et le Tchad. Il est depuis plus de 3 ans, le théâtre d'une crise majeure entraînant des déplacements internes de populations, d'importants afflux de réfugiés, de déplacés et de retournés fuyant les attaques et les exactions du groupe armé de Boko Haram. En particulier, les récentes opérations militaires lancées par les Forces de Défense et Sécurité (FDS) contre des groupes armés non-étatiques au Lac à la suite de l'attaque de Boma, ainsi que l'instauration de l'état d'urgence déclarant les départements de Kaya et Fouli comme « zones de guerre », ont provoqué le déplacement de plus de 20 000 personnes des îles vers les terres fermes<sup>1</sup>.

L'impact de cette crise a non seulement affecté l'accès à la nourriture et aux moyens d'existences des communautés hôtes comme déplacés, mais également les systèmes des marchés. A cela, s'ajoutent la restriction des mouvements dans les zones insulaires et la fermeture des frontières à cause de la pandémie du COVID 19 qui ont engendré des bouleversements caractérisés par la hausse des prix de certaines denrées de base, l'arrêt de certaines activités économiques et la perturbation des flux de marchandises.

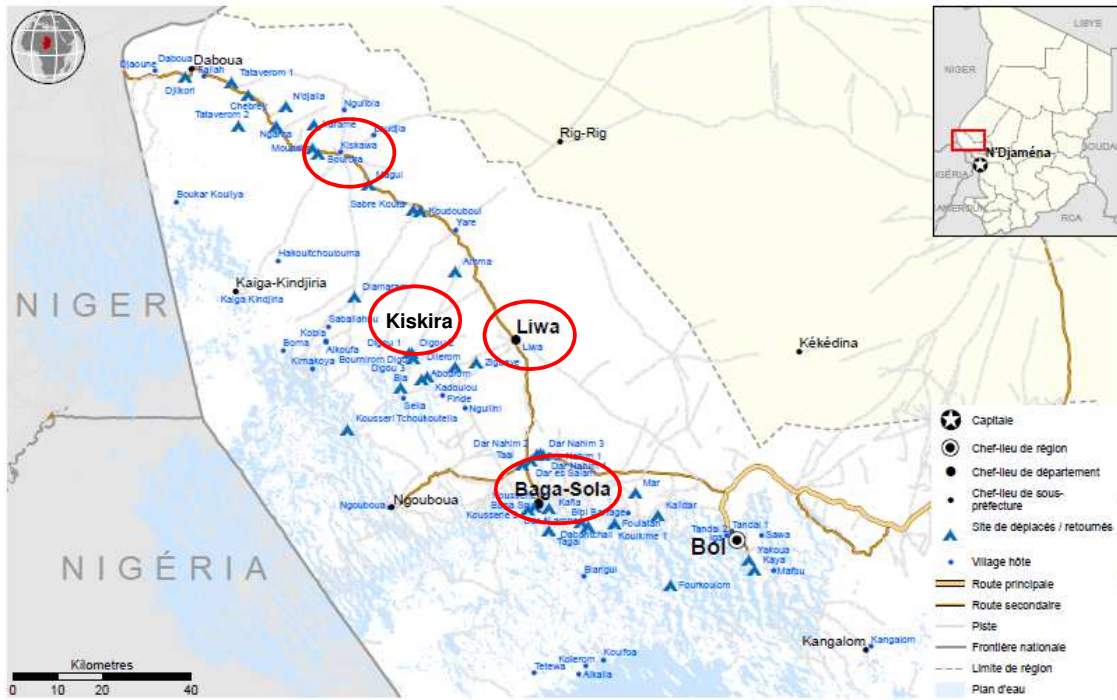
Dans un tel contexte, l'utilisation des transferts monétaires, comme modalité de réponse à la crise a suscité l'intérêt des acteurs humanitaires de la province, qui y ont recours aussi bien pour répondre à des besoins immédiats dans le cadre des réponses humanitaires que sous la forme de filets sociaux dans des programmes de relèvement économique. Néanmoins, pour le moment les programmes de transferts monétaires et de coupons dans la province du Lac servent majoritairement à couvrir des besoins dans les domaines de la sécurité alimentaire, des moyens d'existence, achat des NFI (ustensiles de cuisine et wash), santé et scolarisation des enfants<sup>2</sup>.

International Rescue Committee (IRC), dans le cadre de sa réponse humanitaire au Lac, a décidé de mener une étude de marché dans le cadre du projet SIDA 20202020 pour approfondir la compréhension du fonctionnement des marchés des produits alimentaires et non alimentaires (NFI) dans les départements de Fouli, Kaya, afin de fournir à IRC des informations clefs concernant les modalités pour faciliter l'accès aux populations affectées par la crise sécuritaire (aide en nature : transfert monétaire) et récapitulés le système de marché existant. Cette étude s'est déroulée du 15 au 27 juin 2020 dans les départements de Fouli et Kaya vers la fin du projet et en pleines crises de COVID 19.

### **Figure 1 : Marchés enquêtés de la province du Lac**

<sup>1</sup> OCHA Aperçu de La Situation Humanitaire Au Lac (Tchad), Mai 2020.

<sup>2</sup> Entretiens avec les informateurs clefs



Les frontières et les noms indiqués sur cette carte n'impliquent pas reconnaissance ou acceptation officielle par l'Organisation des Nations Unies.  
 Date de création : 01 juillet 2016 Référence carte : TCD\_MAP\_CarteReferenceLac\_A4L Sources : OCHA, OIM, CDDM, OSM. Commentaires : ocha-chad@un.org www.unocha.org/tchad www.refugees.int

**Légende :**

○ Marchés enquêtés

## 5 Objectifs et approche méthodologique

### 5.1. Objectifs de l'étude

Cette étude de marché vise à faire une analyse sur l'évolution de prix des articles de première nécessité dans les zones pour apprécier l'impact sur le vécu des bénéficiaires. Elle permet de comprendre le fonctionnement, les acteurs, l'environnement, les services, infrastructures et autres déterminants des marchés et aussi d'analyser davantage le niveau de faisabilité des transferts monétaires ainsi que le choix des modalités (combinaison des modalités de transferts) pour servir efficacement les bénéficiaires dans la zone.

De manière spécifique, cette étude permet de :

1. Evaluer la capacité des marchés à supporter une demande additionnelle de produits alimentaires et produits essentiels non alimentaires sans occasionner des risques d'inflation ou de rupture d'approvisionnement (structures de stockage, temps pour réapprovisionner son stock et évolutions potentielles des prix liées à une augmentation de la demande) ;
2. Décrire la structure du marché en termes d'acteurs et d'institutions pour les différentes chaînes d'approvisionnement, les barrières et les contraintes pour entrer sur le marché, maintenir ou augmenter son niveau d'approvisionnement, déterminer que les zones desservies par les marchés, cartographier les transferts monétaires dans les zones étudiées ;
3. Fournir ou collecter les données de prix et développer des scénarios de prix pour les différentes denrées alimentaires utilisées pour développer un panier alimentaire et la valeur de transferts et pour appuyer l'analyse du cout-efficience/cout-efficacité en collaboration avec les autres acteurs humanitaire et le cash working ;
4. Analyser les conditions de la demande des populations affectées: leur accès économique et physique aux marchés locaux - inclure les dynamiques d'inflation des denrées alimentaires et non alimentaires, le pouvoir d'achat etc... ;
5. Analyser les préférences des bénéficiaires sur la modalité de transferts : cash direct, mobile money, coupons etc. en termes de facilité d'utilisation, capacité à gérer des ressources (surtout pour les femmes), accès aux agents des transferts et marches ;
6. Faire une analyse des prix en rapport avec la production agro pastorale des populations des zones enquêtées
7. Examiner les opportunités qu'offre le milieu et favorable à la stratégie d'autonomisation en cours ;
8. Identifier les filières porteuses de la zone ;
9. Etablir des cartes de marché et émettre des recommandations opérationnelles et programmatiques (les zones à cibler, les périodes de l'année et les modalités de transferts les plus appropriées (cash/coupon) tout en spécifiant quels types de soutien sera nécessaire dans un contexte pareil ;
10. Faire une évaluation d'impact à mi-parcours du projet sur chacune des catégories socio-économique des bénéficiaires (Homme, femmes, Jeunes, Très pauvres et pauvres). Quels ont été les avantages et les défis pour de chacun des groupes de bénéficiaires ? Est-ce que le projet était adapté afin de pouvoir combler ces défis.

### 5.2. Résultats attendus

A l'issue de l'étude, les résultats ci-après sont attendus :

- La capacité des marchés à répondre à la hausse de la demande qui pourrait s'élever à plus 145 089 personnes pendant une durée d'une année (durée des projets d'IRC) sans provoquer de distorsions est appréhendée ;

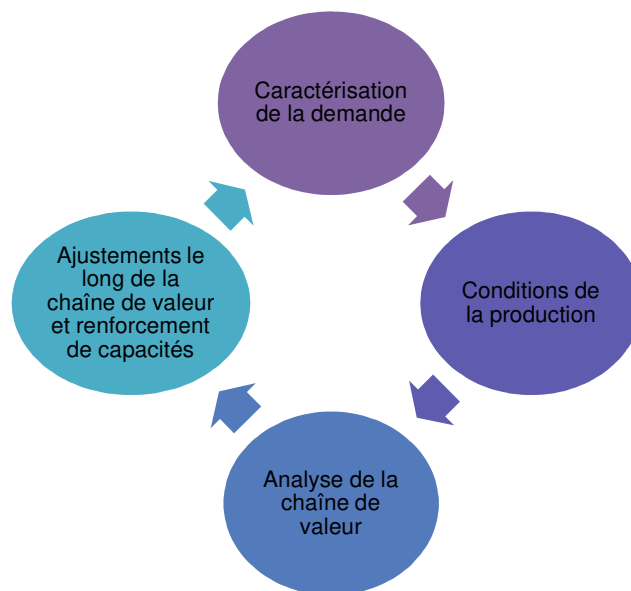


- L'accessibilité physique des marchés est connue (les distances entre les marchés et les chefs-lieux de districts/sous-préfectures) ;
- La carte des marchés clés sélectionnés en situation « normale » et de « crise » ;
- Les relations commerciales entre les différents acteurs sont déterminées ;
- Les principaux indicateurs de suivi des effets du programme sur le marché particulièrement les prix d'au moins de 10 principaux produits sont identifiés ;
- Les facteurs de risque liés au marché pouvant influencer la disponibilité, l'accessibilité et la stabilité sont identifiés à travers la matrice des potentiels risques et les recommandations pour mitiger ces risques ;
- Des recommandations sont proposées pour améliorer le panier des dépenses minimum ;
- L'échelle et les zones géographiques pour la mise en œuvre de transferts monétaires appropriée sont identifiées ;
- Les préférences des bénéficiaires sur la modalité de transferts sont identifiées ;
- Les modalités de transferts monétaires les plus appropriées sont proposées.

### 5.3. Caractérisation des marchés

Si le marché est classiquement défini comme la rencontre de l'offre et de la demande, il est clairement établi par les différents courants de la théorie économique que le marché est une construction ou un ordre social. Les « marchés » n'existent pas en soi, la rencontre de l'offre et de la demande étant un processus social dynamique.

Dans une stratégie de développement économique des filières, l'identification des marchés est un processus idéalement itératif, qui peut être représenté par le schéma suivant :



Autant que possible, l'intervention a essayé d'initier et de transmettre une telle démarche d'itération.

Il faut également prendre en compte l'existence de stratégies d'autoconsommation et d'échanges non monétaires locaux, dits échanges informels (parents, voisins, travailleurs journaliers payés en nature...), comme destination de la production. Cette allocation de la production peut être efficace pour les

producteurs, dans une situation où la population rurale, productrice, a également des besoins, et où les marchés existants répondent parfois avec des prix insuffisamment rémunérateurs.

#### 5.4. Approche méthodologique

L'EMMA (Emergency Market Mapping & Analysis) est une analyse rapide du marché qui permet de comprendre les aspects importants du marché reliés à une situation de crise afin de permettre aux décideurs (bailleurs de fonds, acteurs humanitaires internationaux et locaux, gouvernement) de considérer rapidement une plus large gamme d'interventions pertinentes et de réduire les risques de dysfonctionnement. Les principes de l'EMMA reposent sur l'ignorance optimale et l'imprécision appropriée, afin que les principaux résultats puissent être obtenus en un minimum de temps sur la base d'information pertinentes. Le processus est itératif, et s'appuie sur l'approche du « suffisamment bon ».

Pour cette analyse, l'équipe était constituée d'un consultant national, 10 enquêteurs et l'équipe du projet. Une formation d'un jour a été dispensée aux enquêteurs sur l'appropriation des outils de collecte. Les outils adaptés par la suite ont été finalisés après test sur le terrain dans le marché de Baga Sola.

La collecte de données a duré 10 jours sur la base d'entretiens avec les informateurs clés, les acteurs du système de marché des biens non alimentaires et alimentaires qui ont été retenus comme produit critique et la population cible du projet dans les zones d'interventions. Des focus groupes ont été organisés auprès des bénéficiaires du projet en tenant compte de l'aspect genre. La mission de terrain s'est déroulée dans les deux (2) départements (Fouli et Kaya) de la zone d'intervention du projet. L'échantillon final est le suivant :

**Tableau 1: Répartition de l'échantillon de l'étude EMMA dans les zones d'intervention d'IRC**

Lieux	Types d'acteurs	Nombre d'entretien
Marchés de Baga Sola, Kiskira, kiskawa et Liwa	Grossistes et semi-grossistes	42
Focus groupes avec les bénéficiaires des sites	Bénéficiaires (hommes et femmes)	09
Entretiens avec les informateurs clés	Services déconcentrés, ONG et agences humanitaires (ANADER, PAM, FAO, CARE, OXFAM, World Vision, ACF, SECADEV, SISAAP, INSEED, CRT, HELP et Concern Worldwide)	14

## 6 Principaux résultats

### 6.1. Zone d'étude et population cible

Le climat autour du lac est chaud et sec, avec des précipitations très variables de 94 à 565 mm par an réparties entre juin et septembre<sup>3</sup>. La rive Sud est plus humide que le Nord. La province du Lac est constituée d'espaces composés de terres inondées (marécages), inondables (îles et rivages) et de « terre ferme » (ou continentale, zone dunaire). Elle comprend deux zones de moyens d'existence. La zone centrale agropastorale à l'Est et la zone agropastorale et de pêche à l'Ouest, cette dernière étant la plus touchée par la crise sécuritaire. Il faut noter que des polders ont été aménagés de manière traditionnelle ou avec des investissements plus conséquents sur le rivage du lac, avec un contrôle de

<sup>3</sup> Source ANADER Lac

l'eau d'irrigation variable. Ces polders représentent des espaces agricoles irrigués à plus haute production.

La province du Lac est relativement productive, et permet une multiplicité de moyens d'existence, à savoir : l'agriculture et le maraichage ; l'élevage ; la pêche ; la vente de bois et la collecte des produits sauvages (chasse/ cueillette) ; le commerce (y compris le petit commerce) et le transport ; l'artisanat et les petits métiers ; le travail journalier agricole et non-agricole ; le travail salarié ; la migration saisonnière ; et les mines (en particulier le natron).

Bien que cette zone se caractérise par une très faible pluviométrie, elle se distingue par ses fortes potentialités agricoles caractérisées par la pratique de 2 à 3 campagnes agricoles annuelles :

- Une campagne pluviale de juin – octobre ;
- Une campagne de contre – saison froide d'octobre – mars ;
- Une campagne de contre – saison chaude de mars – juin.

Les populations cibles de la zone d'étude sont réparties entre Personnes Déplacées Internes (PDI), retournés et population hôtes vulnérables localisées dans les départements de Foulï et Kaya.

Il existe plusieurs types de ménages déplacés sur la zone :

- Les populations qui ont subi des attaques de Boko Haram : ces populations ont tout perdu, des membres de leurs familles ont été tués et leurs villages saccagés.
- Les populations qui ont fui de manière préventive par crainte d'attaques de la part de Boko Haram : ces populations ont pu prendre quelques ressources avec eux, qui s'épuisent progressivement.
- Les populations qui ont été évacuées suite aux demandes du Gouvernement/ de l'armée : ces populations ont pu emmener quelques ressources avec eux.

Le manque de moyens d'existence dans les zones d'accueil pousse un certain nombre de ces ménages à effectuer des mouvements pendulaires quasi quotidien avec leurs villages d'origine afin de générer des revenus ou de la nourriture.

Selon IRC, il existe une légère différence entre les principales activités productives des déplacés internes et des communautés hôtes :

- Les populations hôtes s'investissent principalement dans l'agriculture, le maraichage et la pêche pour les hommes tandis que les femmes sont plus enclines à faire du petit commerce, de l'élevage de case, à l'artisanat (femmes) au transport et/ou la collecte de bois et produits sauvages. L'agriculture demeure l'activité principale des populations-hôtes, suivie de la pêche et du commerce.
- Les déplacés qui ont fuis les Iles du Lac Tchad sont beaucoup plus investis dans la pêche et la transformation du poisson. Avec un accès réduit aux terres cultivables, la pêche reste leur activité principale, suivi du travail journalier, du petit commerce, de la collecte de bois et de paille et de l'artisanat.

Selon les données fournies par OCHA, 299 000 déplacés (PDI et retournés) dans la province du Lac, soit plus de 47% de la population de la province du Lac. Ils sont principalement repartis dans les départements de Foulï et Kaya.

Enfin, la province du Lac représente un carrefour d'échanges avec les pays voisins. Ces échanges ont été fortement réduits du fait de la crise Boko Haram et la pandémie de COVID 19.

## 6.2. Accès des populations aux marchés

L'étude s'est intéressée à l'accès social, physique et financier des bénéficiaires aux marchés dans les départements (Kaya et Fouli). Les bénéficiaires vivant à Kaya s'approvisionnent dans les marchés de Ngouboua (hebdomadaire), Nguéléa (hebdomadaire) et Baga Sola (permanent). Les bénéficiaires de Fouli s'approvisionnement également à Baga Sola, Kiskawa (hebdomadaire), Kiskira (hebdomadaire) ainsi qu'au marché de Liwa (hebdomadaire). L'étude a montré que, dans l'ensemble, les bénéficiaires ont accès aux marchés. Néanmoins, comme indiqué ci-dessous, des barrières financières et sécuritaires réduisent parfois leur accès.

### ▪ Accès social

Les enquêtes réalisées ont indiqué que, dans l'ensemble, les bénéficiaires ont l'accès aux marchés en tenant compte de la distance et des risques sécuritaires, les femmes et les jeunes ont moins tendance à se déplacer dans les marchés les plus lointains.

### ▪ Accès physique

Les bénéficiaires ont la possibilité de se rendre dans les marchés de la province. La contrainte majeure mise en avant par les bénéficiaires venait de la situation sécuritaire et la fermeture des marchés par rapport à la pandémie de COVID 19. En particulier, les bénéficiaires du département de Kaya ont indiqué ne pas pouvoir toujours se rendre au marché de Ngouboua, qui est considéré comme l'un des marchés les moins onéreux et le grenier alimentaire de la province.

### ▪ Accès financier

Les bénéficiaires ont mis en avant les coûts de transports et les prix des produits qui ont augmenté surtout pendant la période de la pandémie de COVID 19 comme la contrainte la plus importante pour accéder aux marchés. Les coûts de transport ont quasiment doublé surtout pour se rendre dans certains marchés. L'interdiction de la circulation de la moto dans cette zone a rendu très difficile l'accès aux marchés pour les bénéficiaires et certains commerçants.

Ces résultats sont conformes à ceux d'autres études de marchés conduites dans la province du Lac lors des dernières années<sup>4</sup>.

## 6.3. Offre et demande

### 6.3.1. La demande

Le groupe cible des consommateurs est constitué principalement des déplacés anciens et nouveaux, retournés ainsi que d'une partie des ménages hôtes vulnérables. Dans le cadre de cette étude, cette population est évaluée à 145 089 personnes. Selon l'ensemble des informateurs clés, de nouveaux déplacements sont à prévoir dans les prochains jours, il s'agit de relocalisation des PDI. Au vu de la dégradation sécuritaire et économique, ces ménages pourront difficilement accéder à l'ensemble des produits du système de marché étudié sans un support extérieur, sachant que l'achat de ces articles représentait déjà une part importante des dépenses des ménages avant l'émergence de Boko Haram. Ils sont donc fortement dépendants de l'aide humanitaire pour s'approvisionner.

Selon le suivi réalisé par IRC<sup>5</sup>, l'achat d'articles d'hygiène représente la deuxième source de dépenses pour la grande majorité des ménages après la couverture des besoins alimentaires. D'autres sources

---

<sup>4</sup> OXFAM, « Résumé EMMA Maïs, Province Du Lac, Tchad » Février 2017.

<sup>5</sup> IRC, « Rapport de Suivi Post-Distribution N°1 Dans 5 Sites de Déplacés de Fouli. Rapport Interne », Décembre 2018.

de dépenses non négligeables sont : le remboursement des dettes et achat d'articles ménagers. Il apparaît clairement de ces statistiques que l'argent reçu par les bénéficiaires d'IRC a principalement été utilisé pour l'amélioration non alimentaire des ménages notamment:

- Les Articles Ménagers : 13% des dépenses pour les femmes et 10% pour les hommes
- Articles d'hygiène: 22% des dépenses pour les femmes et 15% pour les hommes.

Concernant les autres consommateurs, les besoins en AME sont théoriquement moins pressants car ils n'ont pas été affectés par les déplacements mis à part les besoins pour l'hygiène corporelle, le nettoyage des vêtements et la nourriture.

Ceux-ci s'approvisionnent auprès des détaillants et semi-grossistes dans les zones urbaines et au sein des marchés hebdomadaires.

Les zones et marchés proches du Lac, tel que Ngouboua et Tchoukoutalia sont difficilement accessibles par crainte de coupeurs de route ou d'attaques par des membres de groupes armés. Ces marchés sont des pourvoyeurs en produits vivriers tels que le maïs, l'arachide, l'oignon et le gombo. Ces zones ne sont pas accessibles de nos jours à cause de l'insécurité.

### 6.3.2. Calendrier des produits de la zone

De par leur nature, notamment leur durabilité, la majorité des articles du système de marché choisi ne présente pas de variation de la demande en fonction de la saisonnalité. Néanmoins, selon les Groupes de Discussion Thématiques (GDT), certains articles peuvent présenter des variations de prix saisonnières comme présenté dans le calendrier ci-dessous. D'après les populations interrogées, la saisonnalité n'est pas un problème pour la disponibilité, l'offre s'adaptant à la demande ; ce qui est un signe de bonne intégration du marché. La variation des prix en saison des pluies est liée à l'augmentation des coûts de transports dus à la dégradation du système routier. Durant la période de la pandémie de COVID 19, certains articles de première nécessité, les prix ont considérablement augmenté. Cette augmentation est due au non disponibilité des articles et aussi à la fermeture des frontières par les autorités en guise de barrière face à la pandémie de COVID 19. Certains commerçants ont profité de cette opportunité pour hausser les prix des articles.

On constate de manière logique que les bâches sont demandées en saison des pluies tandis que le besoin de couverture se fait plus ressentir pendant la saison sèche froide. Outre la saisonnalité, le statut des ménages impactera fortement la demande. Les ménages déplacés ayant une demande plus forte sur l'ensemble des AME ; la possession de ces articles aura un impact significatif sur la survie et la dignité des membres du ménage.

**Figure 2 : Calendrier saisonnier**

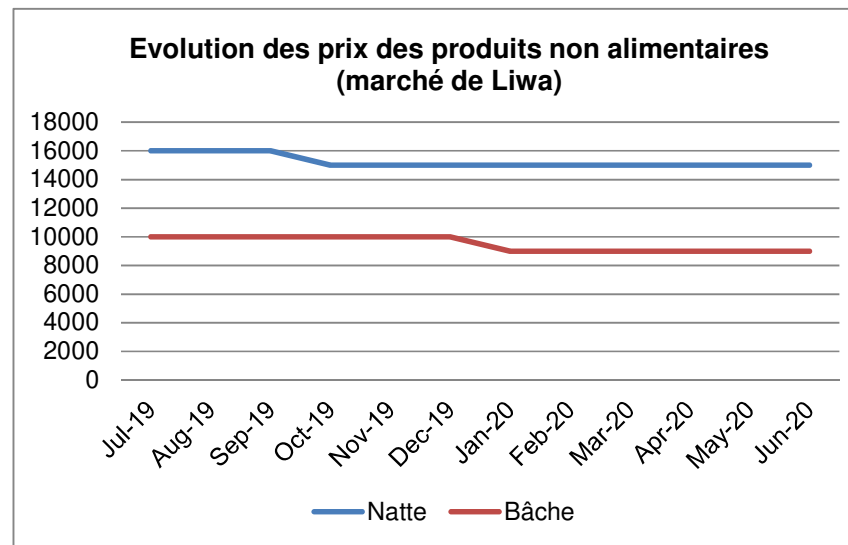
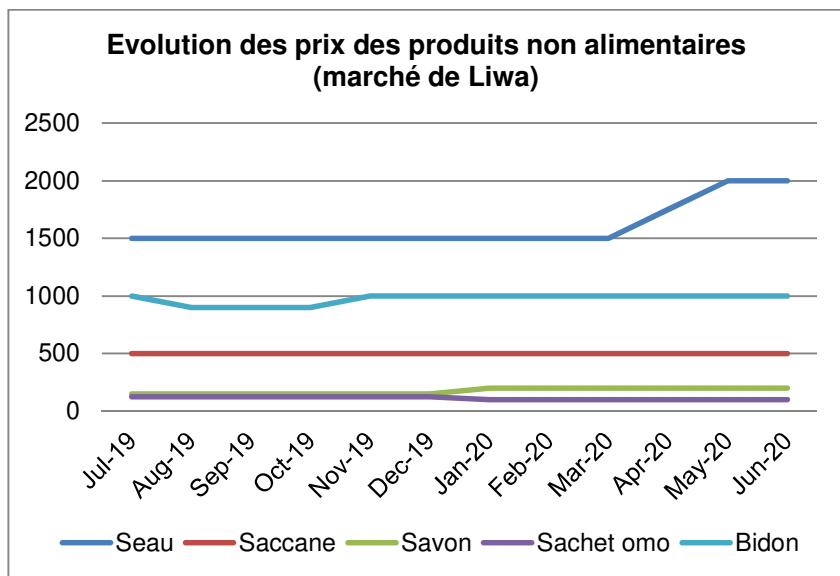
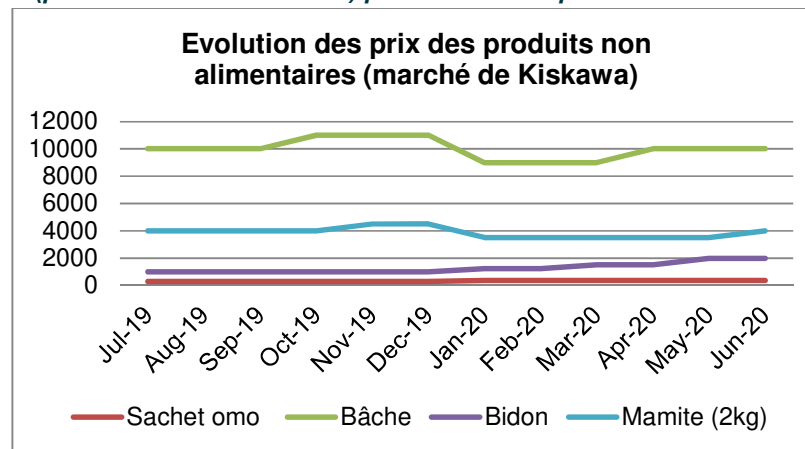
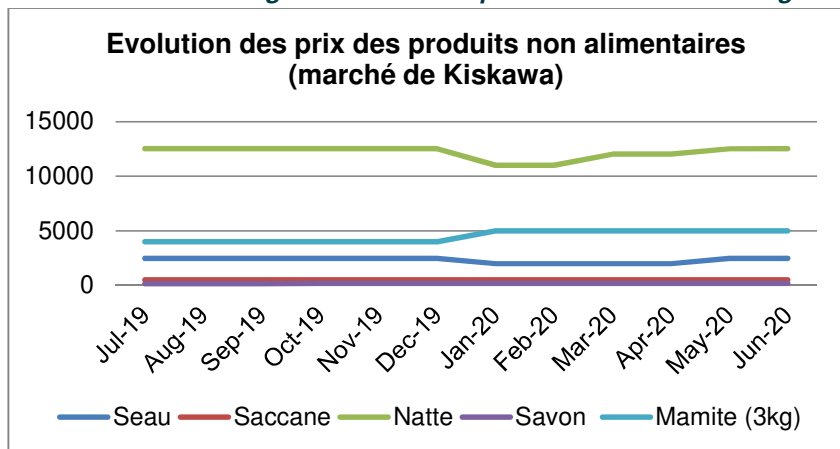
	Oct.	Nov.	Déc.	Jan	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept
Saison	Saison sèche froide					Saison sèche chaude				Saison des pluies		
Période de soudure												
Bâche 4 x 5 m										Forte demande/Prix haut		
Bidon de 20l										Forte demande/ Prix haut		
Couverture	Forte demande/Prix haut											
Seau (10l)										Forte demande/		

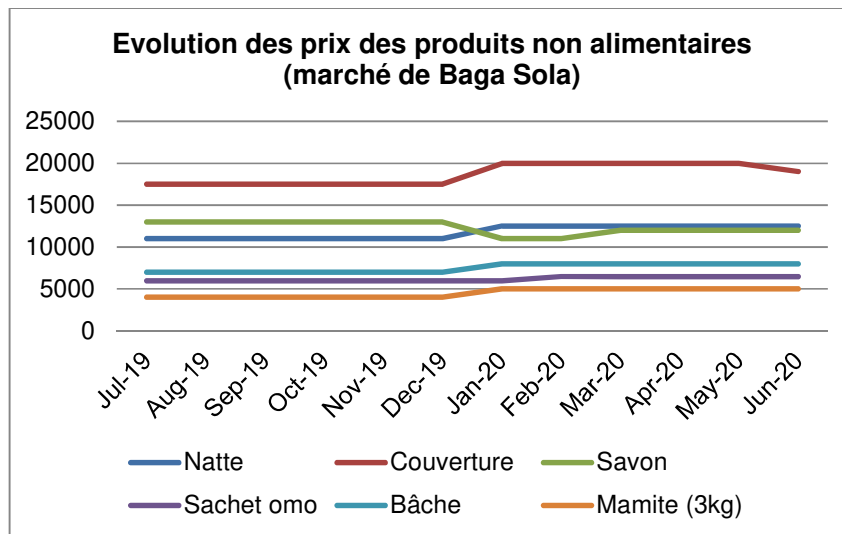
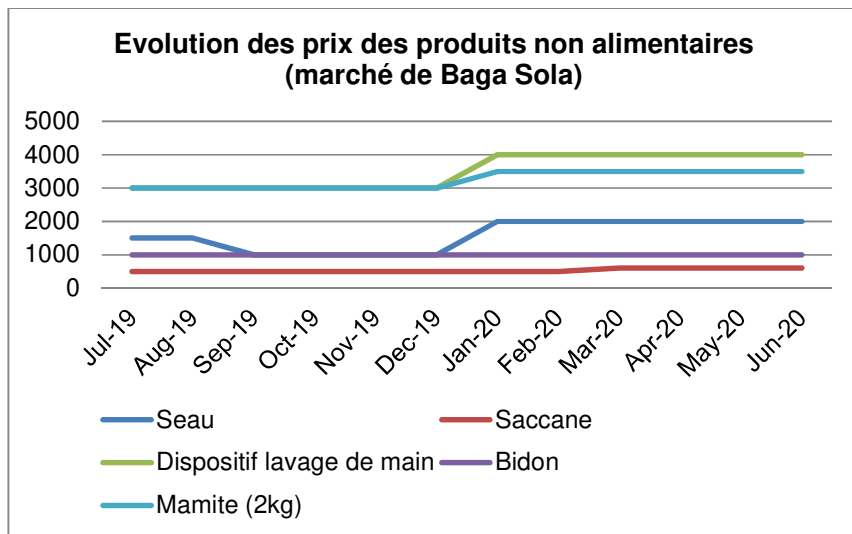
											Prix haut
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------

Le calendrier agricole de notre zone d'étude est celle de la province du Lac. Les activités se font toute l'année grâce à la présence du lac Tchad surtout dans le département de Kaya où les producteurs profitent des bras du lac aménagés ou non aménagés pour produire 3 fois dans l'année. Par contre, dans le département de Foulï, il s'agit de deux campagnes agricoles :

- La campagne pluviale débute essentiellement en juin par les travaux préparatoires et atteint son pic en juillet où les pluies s'installent pour permettre les semis et les travaux d'entretien. Les principales spéculations sont notamment le mil penicillaire cultivé sur sol dunaire et le maïs dans les ouadis. A côté de cela, est associée la production de gombo, de la tomate, de l'oignon, du piment...
- La campagne froide commence en novembre et prend fin en avril. Il faut noter que la préparation du terrain, la mise à disposition des intrants et la préparation des pépinières commencent depuis le mois de septembre. Les principales spéculations sont notamment le maïs et la production maraichère à petite échelle. Cette production est possible dans les zones situées aux alentours des ouadis dont la communauté profite des crues et du retrait des eaux.

Figure 3 : Suivi des prix des 10 articles ménagers essentiels (produits non alimentaires) par marchés enquêtés





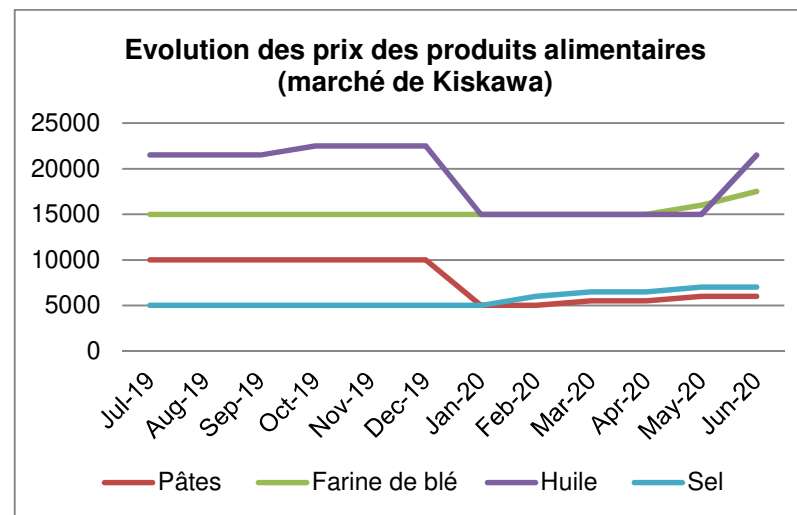
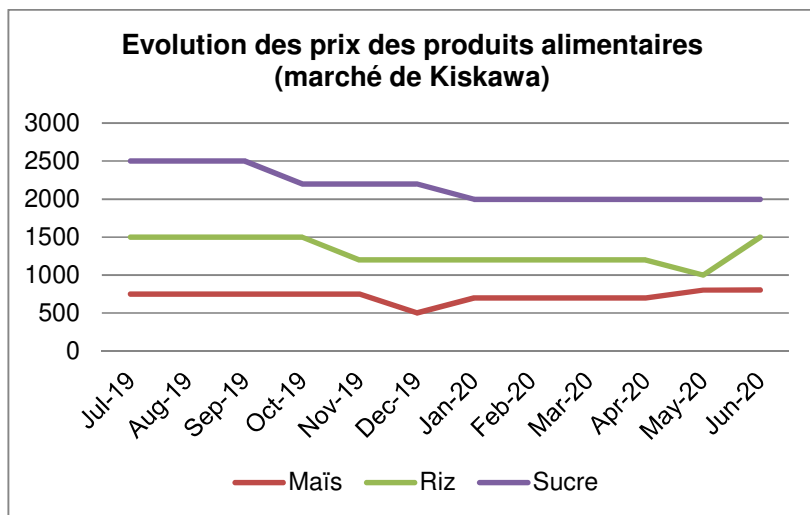
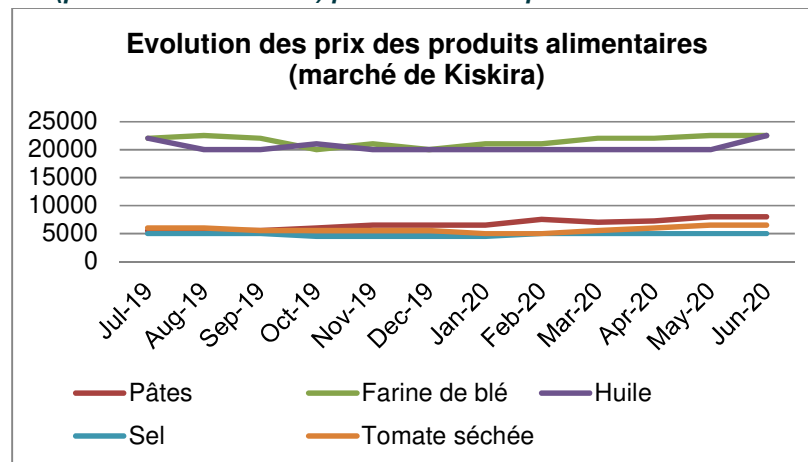
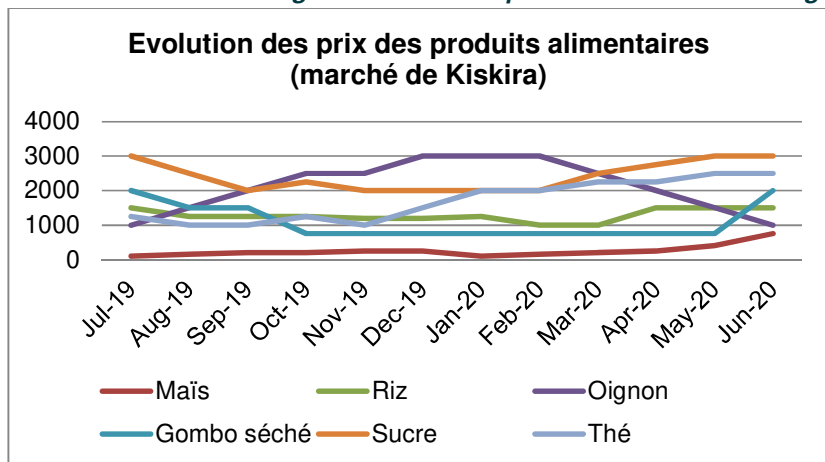
Selon les données collectées sur les marchés de la zone d'étude, les prix ne varient pas de manière significative en fonction de la saisonnalité et sont principalement fixés par les commerçants en fonction du coût d'achat, de transport et des différentes taxes. Cela peut s'expliquer par le fait que ces derniers n'ont que minoritairement changé leurs routes d'approvisionnement et qu'ils sont moins touchés par l'insécurité à l'intérieur de la province. En effet, Bol est la porte d'entrée de la province du Lac.

Il faut noter que certains produits ne sont vendus que lorsque cela est nécessaire. Il s'agit par exemple de la couverture, des bâches et des dispositifs de lavage de mains. La fermeture des frontières en guise de riposte à la pandémie de COVID 19 et la récente attaque des FDS ont perturbé les marchés des produits non alimentaires.

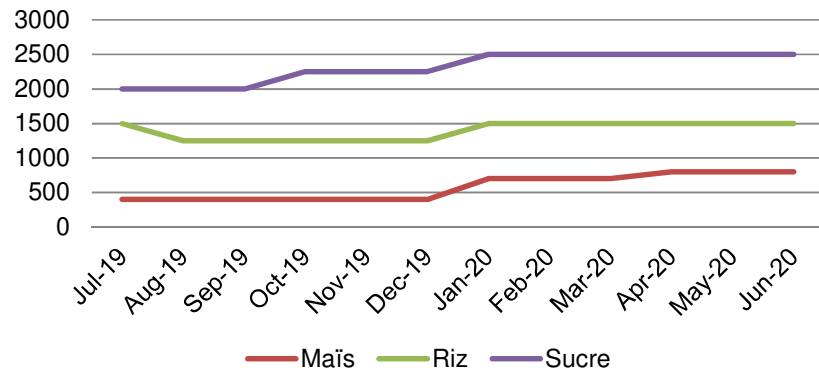
A l'instar du marché des céréales, le marché des biens non alimentaires est bien intégré, les hausses de prix des zones d'importations se répercutant tout le long de la chaîne du marché.



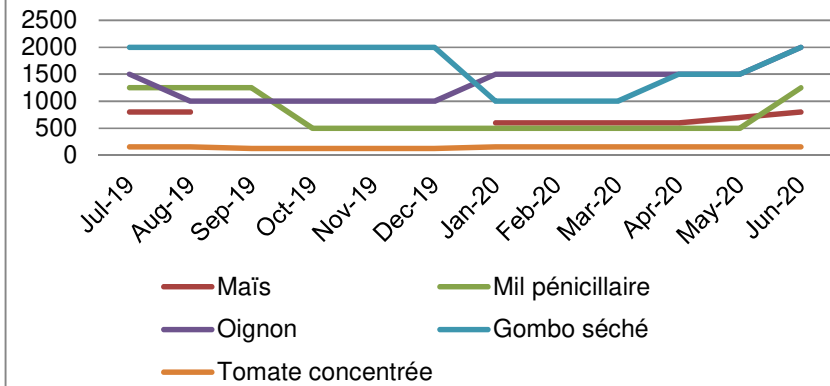
Figure 4 : Suivi des prix des 10 articles ménagers essentiels (produits alimentaires) par marchés enquêtés



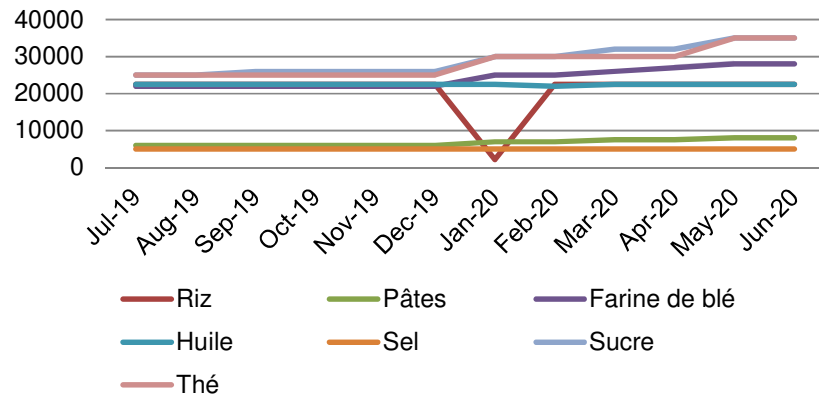
**Evolution des prix des produits alimentaires  
(marché de Liwa)**



**Evolution des prix des produits alimentaires  
(marché de Baga Sola)**



**Evolution des prix des produits alimentaires  
(marché de Baga Sola)**

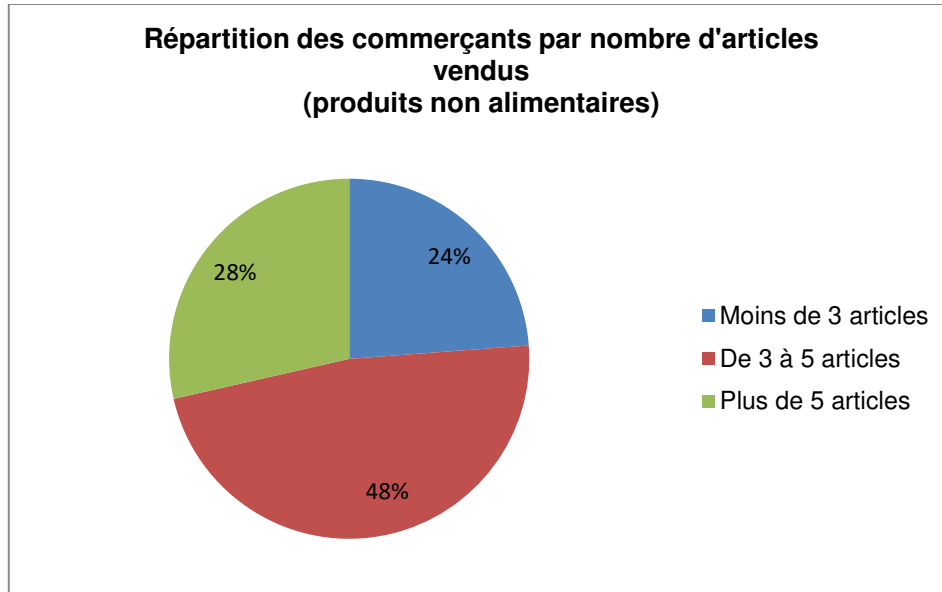


Les produits alimentaires dans les différents marchés de la zone d'étude dépendent plus de l'extérieur, car plus de 60% des produits alimentaires de première nécessité proviennent de l'extérieur. Ils sont plus consommés au détriment des produits non alimentaires. Les prix observés sur les marchés pendant la période de collecte de données ont augmenté selon les opérateurs économiques. Cette augmentation est due à la fermeture de la frontière par les autorités et aussi de la crise sécuritaire (non accès dans les zones de production). Face à cette crise, les commerçants ont augmenté les prix des denrées pour tirer plus de profit.

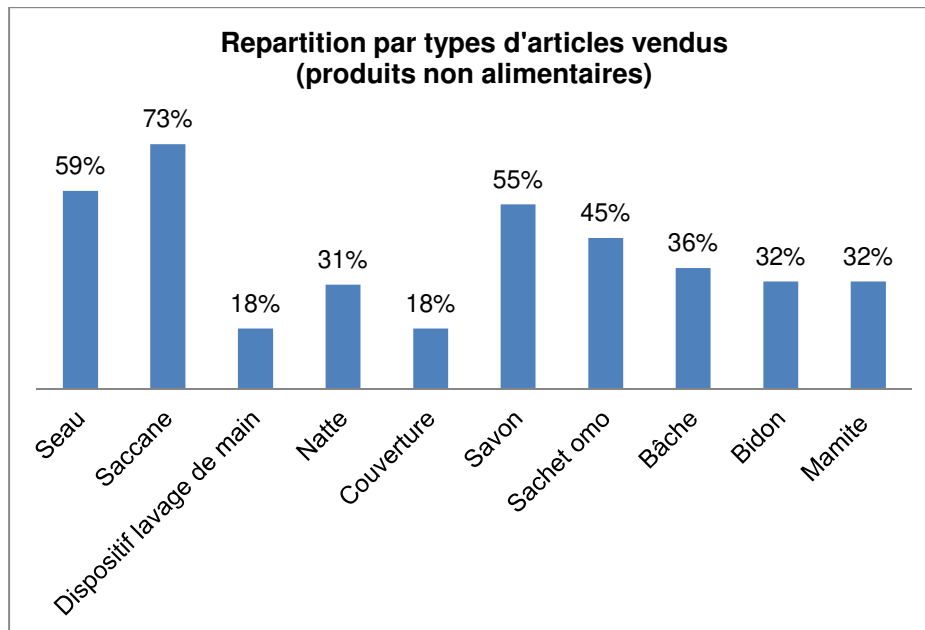
### 6.3.3. L'offre

Les principaux acteurs sont des grossistes, des semi-grossistes et des détaillants. Ils sont présents dans les marchés permanents comme dans les marchés hebdomadaires pour vendre les produits locaux et importés. Le marché des produits alimentaires et non alimentaires se caractérisent par une hétérogénéité des acteurs. Très peu de commerçants vendent l'ensemble des produits concernés et aucun des articles évalués à travers cette étude n'est vendu par une majorité de commerçants.

**Figure 5 : Répartition des commerçants interrogés par nombre de produits non alimentaires vendus**



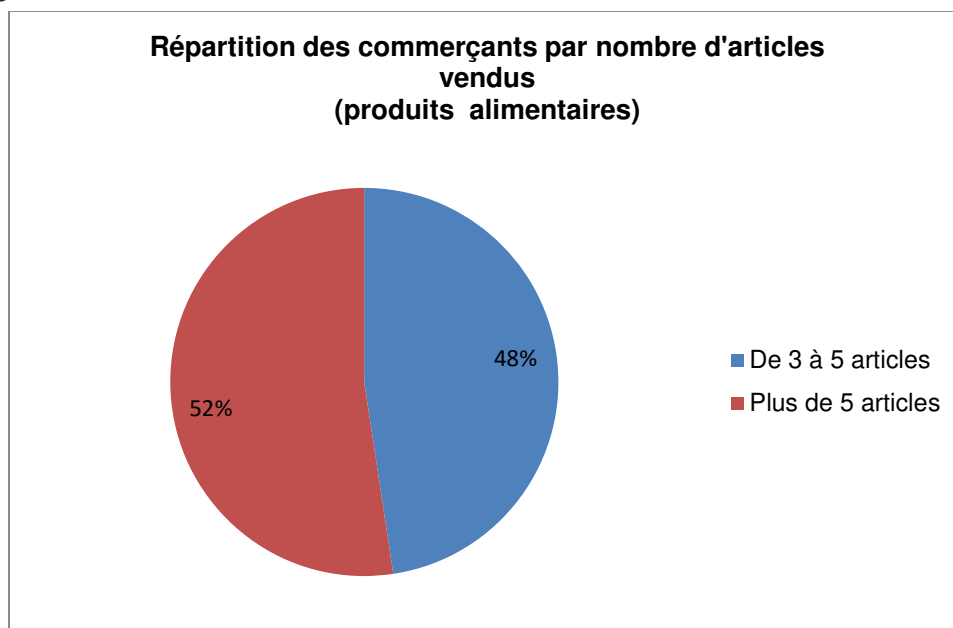
**Figure 6 : Répartition des commerçants interrogés par nombre de produits non alimentaires vendus**



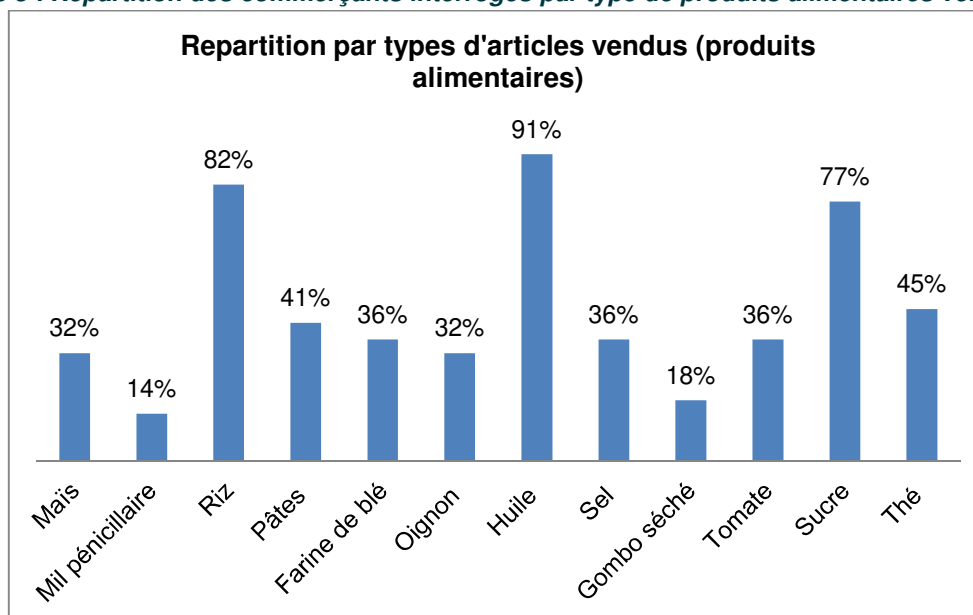
Cette répartition se retrouve des grossistes, des semi-grossistes et des détaillants. Ce qui ne permet pas d'analyser la structure de ce système de marché comme un tout. On constate néanmoins que l'offre de certains articles, tels que les dispositifs lave-main, les couvertures, la natte et les bidons, est plus limitée. Par contre, la bouilloire, le seau, le savon et le détergent (omo) sont assez vendus dans les marchés malgré la fermeture des frontières.

L'enquête s'est déroulée au début de la saison des pluies, l'offre en bache reste élevée.

**Figure 7 : Répartition des commerçants interrogés par nombre et type de produits alimentaires vendus**



**Figure 8 : Répartition des commerçants interrogés par type de produits alimentaires vendus**



Les produits alimentaires sont assez répandus sur les marchés de la zone d'étude au détriment des produits non alimentaires. L'huile, le riz et le sucre qui sont des produits importés restent les plus répandus dans les différents marchés. Le maïs, le mil et le gombo, produits locaux sont très peu vendus dans la zone. Cette rareté de ces produits s'expliquent par le fait que les grossistes et semi-grossistes n'ont pas accès dans les zones de production à cause de l'insécurité pour alimenter les marchés hebdomadaires. Les prix estimatifs des produits alimentaires et non alimentaires collectées lors de l'enquête sont représentés dans le tableau ci-dessous par marché :

**Tableau 2 : Prix des produits alimentaires et non alimentaires collectés dans les différents marchés de la zone d'intervention**

Produits	Unités de mesure	Prix (marché de Baga Sola)	Prix (marché de Liwa)	Prix (marché de Kiskira)	Prix (marché de Kiskawa)
<b>Produits non alimentaires</b>					
Seau 10l	Unité	1 500 FCFA	2 000 FCFA	2 500 FCFA	2 500 FCFA
Saccane 3 litres	Unité	500 FCFA	500 FCFA	500 FCFA	500 FCFA
Dispositif Lavage de main	Unité	2 500 FCFA			4 000 FCFA
Nattes 3 personnes	Unité	15 000 FCFA	15 000 FCFA	12 500 FCFA	12 500 FCFA
Couverture 2 personnes (4kg)	Unité	17 500 FCFA	20 000 FCFA	17 500 FCFA	20 000 FCFA
Savon 200g (cartons 80)	Unité	12 500 FCFA	12 500 FCFA	12 500 FCFA	12 500 FCFA
Sachet OMO 500g (cartons 36)	Unité	7 500 FCFA	9 000 FCFA	9 000 FCFA	7 500 FCFA
Bâche	Unité	10 000 FCFA	9 000 FCFA	10 000 FCFA	10 000 FCFA
Bidon 25l	Unité	1 000 FCFA	1 000 FCFA	1 250 FCFA	1 000 FCFA
Marmites aluminium N° 2	Unité	3 500 FCFA	3 500 FCFA	4 000 FCFA	4 000 FCFA
Marmites aluminium N° 3	Unité	5 000 FCFA	5 000 FCFA	5 500 FCFA	5 000 FCFA
<b>Produits Alimentaires</b>					
Maïs	Kg	320 FCFA	320 FCFA	300 FCFA	320 FCFA
Mil pénicillaire	Kg	625 FCFA			
Riz	Kg		450 FCFA	750 FCFA	750 FCFA
Pâtes (spaghetti, macaroni)	Sachet de 500g	500 FCFA	500 FCFA	500 FCFA	500 FCFA
Farine de blé	Kg	560 FCFA	350 FCFA	450 FCFA	350 FCFA
Oignon	Kg	800 FCFA	400 FCFA	400 FCFA	400 FCFA
Huile	Litre	900 FCFA	880 FCFA	900 FCFA	860 FCFA
Sel	Sac	278 FCFA	388 FCFA	277 FCFA	388 FCFA
Gombo séché	Kg	1 333 FCFA	1 000 FCFA	1 333 FCFA	1 000 FCFA
Tomate séchée	Kg	666 FCFA	1 000 FCFA	1 000 FCFA	1 000 FCFA
Tomate concentrée	Sachet	150 FCA	150 FCFA	150 FCFA	150 FCFA
Sucre	Kg	700 FCFA	640 FCFA	1 500 FCFA	1 000 FCFA
Thé	Kg	700 FCFA	460 FCFA	1 250 FCFA	750 FCFA

Les principaux acteurs rencontrés lors de l'enquête sont :

- Les grossistes de la zone d'étude sont présents dans les villes de Baga Sola (plus de 20 grossistes) mais aussi dans certaines localités secondaires telles que Liwa et Kiskawa. L'ensemble des produits alimentaires et non alimentaires sont importés des pays limitrophes dont le Nigéria reste la principale source d'approvisionnement, suivi du Cameroun, du Niger et de la Lybie. Plus de ces grossistes agissent aussi en tant qu'importateurs et notamment ceux situés à Fouli et Baga Sola qui commandent directement au Nigeria et le Niger. Les autres passent la commande à N'Djamena, surtout en cette période de la pandémie de COVID 19 d'où les frontières sont fermées. En fonction du nombre d'articles vendus, les

grossistes ont entre 2 et 4 fournisseurs différents. Ils ne disposent de véhicules personnels pour faire entrer les biens au Tchad et s'associent souvent à plusieurs (dont des partenaires basés à N'Djamena) pour contracter un transporteur en charge de ramener les marchandises depuis Maiduguri jusqu'à leurs magasins de stockage. Ce transporteur est aussi en charge de régler les modalités administratives formelles (droits de douane et autres taxes) et informelles (tracasseries).

- Les principaux clients de ces grossistes sont les détaillants des zones urbaines et rurales, les semi-grossistes des zones rurales, et dans une moindre mesure les semi-grossistes des zones urbaines car ils ne vendent que très peu au détail aux particuliers. Depuis la crise BH, ils sont parmi les principaux partenaires des ONGs travaillant dans le secteur. Selon la totalité des informateurs clés, leurs stocks en produits bien que conséquents ne peuvent satisfaire à une demande soudaine et non anticipée (sauf peut-être à Bol ou N'Djamena). Néanmoins, ils arrivent à fournir les quantités demandées en 3 à 4 semaines avec une demande d'acompte. La typologie des clients des grossistes n'a pas changé suite à la récente dégradation de la sécurité.
- Les semi-grossistes diffèrent des grossistes par des capacités de stockage (et d'approvisionnement) moindres. Ils sont présents sur l'ensemble de la zone. Comme les grossistes, ils se ravitaillent directement au Nigéria mais aussi auprès des grossistes de N'Djamena. En cas de commande urgente, ils se réorientent vers les grossistes locaux de Bol et Baga Sola. La durée d'approvisionnement varie entre 2 et 3 semaines pour la plupart des produits.
- Les détaillants s'approvisionnent principalement auprès des grossistes de Baga Sola et de Kiskawa les jours de marché. Les principaux clients sont les ménages de la population hôte et les PDIs. La crise n'a pas fondamentalement changé leurs sources d'approvisionnement ni le nombre de leurs clients. Principalement axé sur la vente de nourriture au détail et autres articles consommables (tels que les savons et les sachets OMO), leur offre en article plus coûteux (couverture, nattes, marmites...) restent très faible. Sachant que leur capacité de stockage et de crédit est limitée, l'élasticité de leur offre en AME reste très limitée. C'est d'autant plus vrai qu'avec la crise de BH, les revenus des populations ont baissé. Les restrictions de mouvements dans certaines zones insulaires ont un impact négatif sur la situation économique et alimentaire des populations hôtes et des personnes en situation de déplacement à travers l'arrêt de certaines activités, la perte de débouchés économiques, la restriction des activités de pêche, la gestion des pâturages...) et la demande a fortement baissé pour ces produits au niveau local.
- Les ONG et agences des nations unies sont aussi des principaux clients des grossistes et semi-grossistes dans la zone d'étude. Selon les différents informateurs clés, la quasi-totalité du support est apportée en nature. Ces organisations s'approvisionnent soit auprès des grossistes de Bol ou de Baga Sola mais pour des raisons de procédures internes mais aussi par manque d'articles au niveau local (notamment les bidons, le sorgho) ont plus souvent recours aux commerçants de N'Djamena. Les délais de livraison sont de l'ordre de 3 semaines à un mois pour réception dans l'une des deux villes de la zone.

**Tableau 3 : Origine des produits non alimentaires et alimentaires**

Produits	Pays d'importation principal		Pays d'importation secondaire	
	Provenance	Via	Provenance	Via
<b>Produits non alimentaires</b>				
Seau	Nigeria	N'Djamena et Niger		
Saccane	Nigeria	N'Djamena et Niger		

Dispositif Lavage de main	Nigeria	N'Djamena et Niger		
Nattes 3 personnes	Nigeria	N'Djamena et Niger	Lybie	Mao
Couverture 2 places	Lybie	Mao	Nigeria	Ndjamenana, Ngouboua & Daboua
Savon 200g	Nigeria	N'Djamena et Niger	Cameroun	Ndjamenana
Sachet OMO (500 g)	Nigeria	N'Djamena et Niger	Cameroun	Ndjamenana
Bâche	Nigeria	N'Djamena et Niger		
<b>Produits alimentaires</b>				
Maïs	Province du Lac			
Mil pénicillaire	Province du Lac			
Riz	Niger	Daboua et Kisakawa	Lybie	Mao
Pâtes	Niger	Daboua et Kisakawa	Lybie	Mao
Farine de blé	Niger	Daboua et Kisakawa	Lybie	Mao
Oignon	Province du Lac et Niger	Daboua et Kisakawa		
Huile	Niger et Nigéria	Daboua et Kisakawa	Lybie	Mao
Sel	Niger et Nigéria	Daboua et Kisakawa		
Gombo séché	Province du Lac			
Tomate locale	Province du Lac			
Tomate concentrée	Nigéria et Cameroun	N'Djamena et Niger		
Sucre	Niger	Daboua et Kisakawa	Lybie	Mao
Thé	Niger	Daboua et Kisakawa	Lybie	Mao

La proximité et la puissance économique du Nigéria en fait le pays moteur de la sous-région du Lac Tchad et de la province du Lac. Le Nigéria est le principal pays d'importation de produits manufacturés ainsi que le débouché principal à l'export des productions locales (natron, céréales, animaux de boucherie...), et ce depuis bien avant l'émergence de Boko Haram. Les commerçants importent aussi du Cameroun via N'Djamena, du Niger et la Lybie certains produits alimentaires et non alimentaires pour satisfaire la demande locale.

La crise récente a eu d'impact sur les capacités d'approvisionnement et de stockage des grossistes. Ceux-ci ne peuvent pas s'approvisionner à cause de la fermeture des frontières et des prix élevés des



produits d'importation. Cette crise a aussi affecté les produits locaux (maïs, gombo séché, tomate séchée) dont les zones d'approvisionnement sont restées inaccessibles à cause du groupe armé et des bandits de chemin.

#### **6.4. Intégration des marchés**

Les marchés de la zone d'étude est fortement lié aux marchés de stockage et de distribution des principaux marchés hebdomadaires (marchés de Liwa, Kiskira et Kiskawa).

L'intégration des marchés dépend de l'existence de flux commerciaux entre différents acteurs. Ainsi, un marché intégré permet d'éviter les pénuries de produits mais répercutent aussi les augmentations de prix d'un marché à l'autre.

Par manque de données de prix collectées concernant les AME sur un temps long sur les différents marchés de la zone, il n'a pas été possible de calculer des degrés d'intégration par produits. Les résultats de cette session sont donc d'ordre qualitatif basé sur les déclarations des commerçants (concernant la variation des prix) et des consommateurs (concernant les pénuries).

Selon les données collectées, le système de marché des AME apparait comme bien intégré. L'ensemble des commerçants estimant pouvoir augmenter leur offre en cas d'augmentation de la demande à travers l'approvisionnement par le Nigéria ou leur relais à N'Djamena. De plus, ils rapportent qu'outre la variation de prix liés au frais de transport, les prix de vente sur les marchés locaux dépendent fortement du prix d'achat que ce soit au Nigeria, au Niger, à Mao ou à N'Djamena. Ainsi une augmentation des prix dans une de ces zones d'approvisionnement, entraine une variation des prix du même ordre aussi bien sur les marchés urbains que ruraux. C'est d'autant plus vrai que la grande majorité des produits proviennent la même source (Nigéria).

Cette intégration se reflète aussi au niveau de la disponibilité en produits. Selon les bénéficiaires et les opérateurs économiques rencontrés, il n'y a pas de pénurie d'AME sur la zone quel que soit la période de l'année et la disponibilité des articles n'est pas un problème. La variation saisonnière des prix étant plus le reflet de l'augmentation des coûts de transports selon eux. La pandémie de COVID 19 et les attaques perpétuées par le groupe armé Boko Haram ont eu des répercussions surtout pour l'approvisionnement dans certaines localités de la province et à l'extérieur à cause de la fermeture des frontières.

Les prix dans les marchés enquêtés pour les produits alimentaires et non alimentaires n'ont pas trop bougés selon les bénéficiaires par rapport à l'année. Durant les 3 derniers mois (avril-juin 20), les commerçants ont profité de la fermeture des frontières pour hausser les prix des produits les plus utilisés (savon, sachet OMO, sucre, thé, sel, riz, farine, maïs, huile).

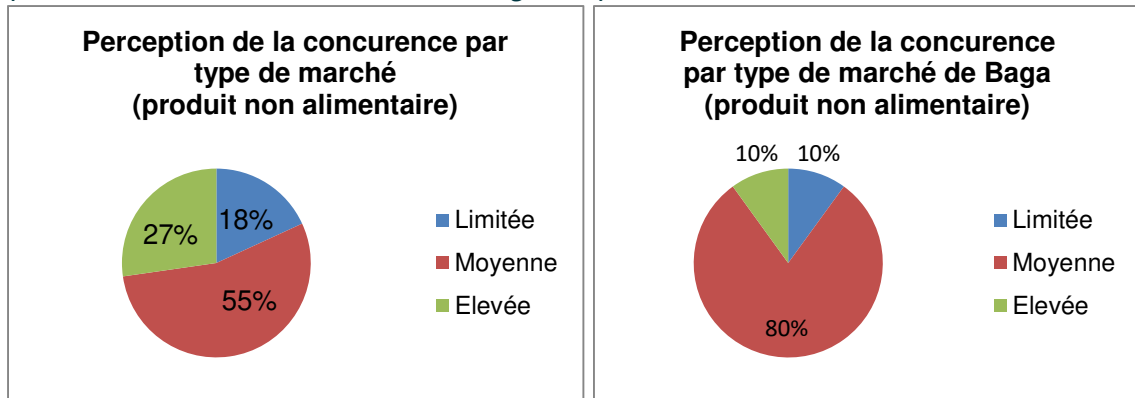
#### **6.5. Enjeu de pouvoir**

Selon l'ensemble des commerçants interrogés, il est facile pour un nouveau commerçant de s'installer sur le marché. Les seules conditions d'accès sont le paiement des différentes taxes (marché, ordure, patente annuelle...), les prix de location et la fourniture des différents papiers administratifs.

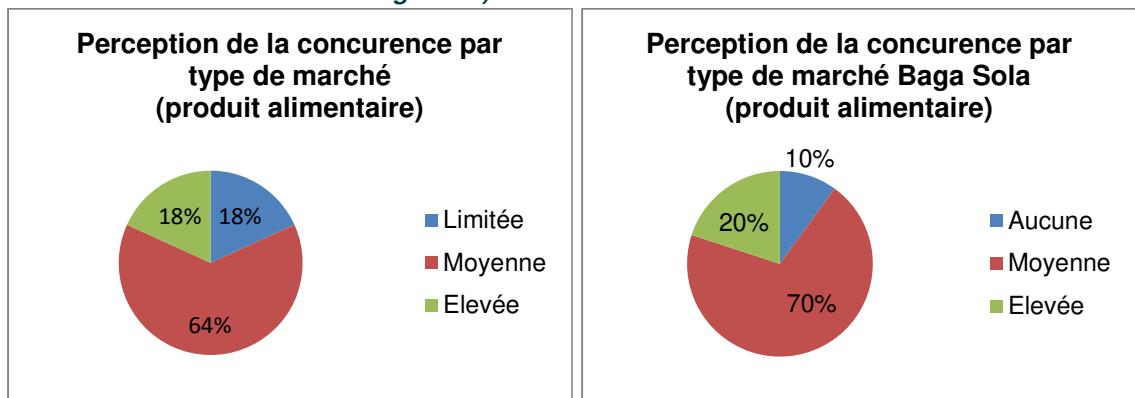
Néanmoins, le point d'inquiétude concerne la possibilité d'entente de prix entre commerçant et le manque de concurrence.. Les autres acteurs du marché n'étant pas complètement dépendant de quelques commerçants locaux pour s'approvisionner.

Le point d'attention concerne le niveau de concurrence au sein du marché. Comparativement au marché de Baga Sola, la perception de la concurrence est moyenne, elle est presque limitée pour les produits non alimentaires et alimentaires.

**Figure 9 : Perception de la concurrence par type de marché et produits non alimentaires (Marchés hebdomadaires et marché de Baga Sola)**



**Figure 10 : Perception de la concurrence par type de marché et produits alimentaires (Marchés hebdomadaires et marché de Baga Sola)**



Selon les commerçants interrogés, le niveau de concurrence reste bas, ce qui peut limiter les possibilités de choix des bénéficiaires et favoriser les risques d'entente en cas de Transferts Monétaires. Il s'agira donc de faire un suivi détaillé suite aux distributions pour s'assurer qu'il n'y ait pas d'augmentation artificielle des prix.

## 6.6. Facteurs contextuels

Les principaux facteurs de risques auxquels font face les commerçants sont:

- L'augmentation de l'insécurité et la pandémie de COVID 19 qui entraîne une hausse des prix des coûts de transports et limite les échanges avec les pays limitrophes (Nigéria, Niger et Lybie) mais aussi à l'intérieur de la province.
- Le pouvoir d'achat des ménages a aussi baissé entraînant une baisse du chiffre d'affaire des commerçants.
- Le risque d'incendie dans les marchés a été évoqué par les commerçants.
- Le manque d'accès au crédit limite aussi la possibilité d'augmenter le chiffre d'affaire.
- Le dernier facteur limitant concerne la fluctuation du Naira. Même si celle-ci n'est pas importante sur une période longue. Pour des commerçants échangeant majoritairement avec le Nigéria, cela limite la planification des achats et l'anticipation des pertes et profits et donc la prise de risque quant au niveau d'importation.

Ces facteurs de risque au niveau global se retrouvent comme facteur limitant l'élasticité de l'offre. C'est particulièrement vrai pour le recours au crédit (à taux zéro) qui n'est accessible qu'à une minorité de commerçants, mis à part quelques grossistes.

### **6.7. Carte des marchés des produits alimentaires et non alimentaires**

Les cartes comprennent 3 zones : a) l'environnement, qui couvre les normes et les règles formelles ou non régissant le système de marché, b) la chaîne de marché couvrant l'ensemble des acteurs du marché du producteur au consommateur et c) les services couvrant les infrastructures et services permettant à la chaîne de marché de fonctionner efficacement. Les cartes ci-dessous montrent l'interaction entre les différents facteurs environnementaux, les différents acteurs de la chaîne et les services. Les chiffres fournis sont ceux issus de la collecte de données, ils doivent être considérés comme des fourchettes plutôt que comme des résultats exacts.

En période normale, le marché des AME dans la zone fonctionne normalement. Les commerçants se ravitaillent facilement en marchandises du Nigeria via le lac Tchad par pirogues. Cette possibilité réduit considérablement certains coûts et tracasseries.

En période de crise, la voie fluviale qui permet de communiquer facilement avec le Nigeria a été interdite par les autorités. Cette situation amène les commerçants à passer par le Niger et cela a impacté considérablement sur les coûts de transport et aussi les tracasseries routières. Ce détour a ralenti l'approvisionnement en articles et a aussi haussé les prix de certains articles manufacturés.

Figure 11 : Carte de référence du système de marché AME

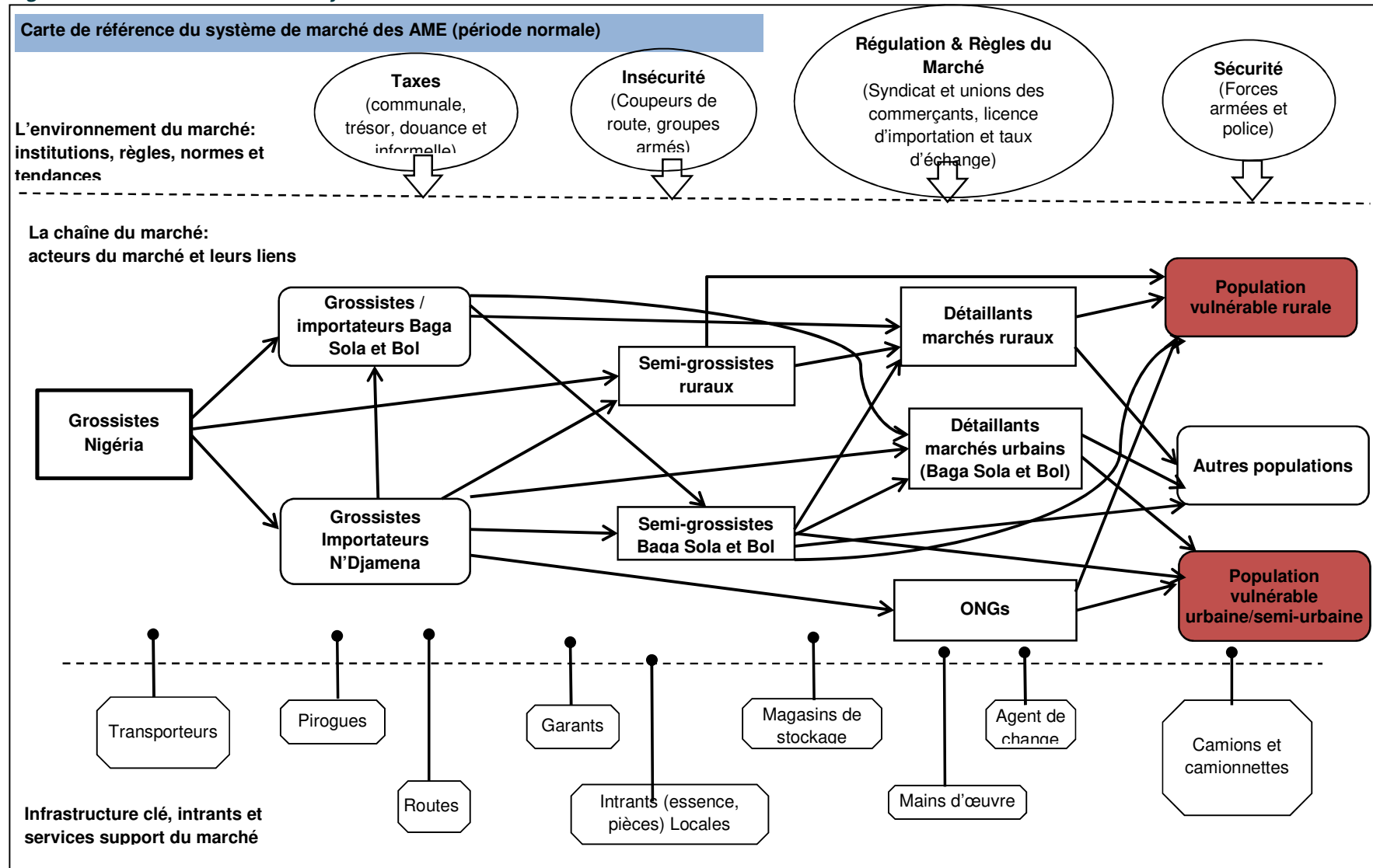
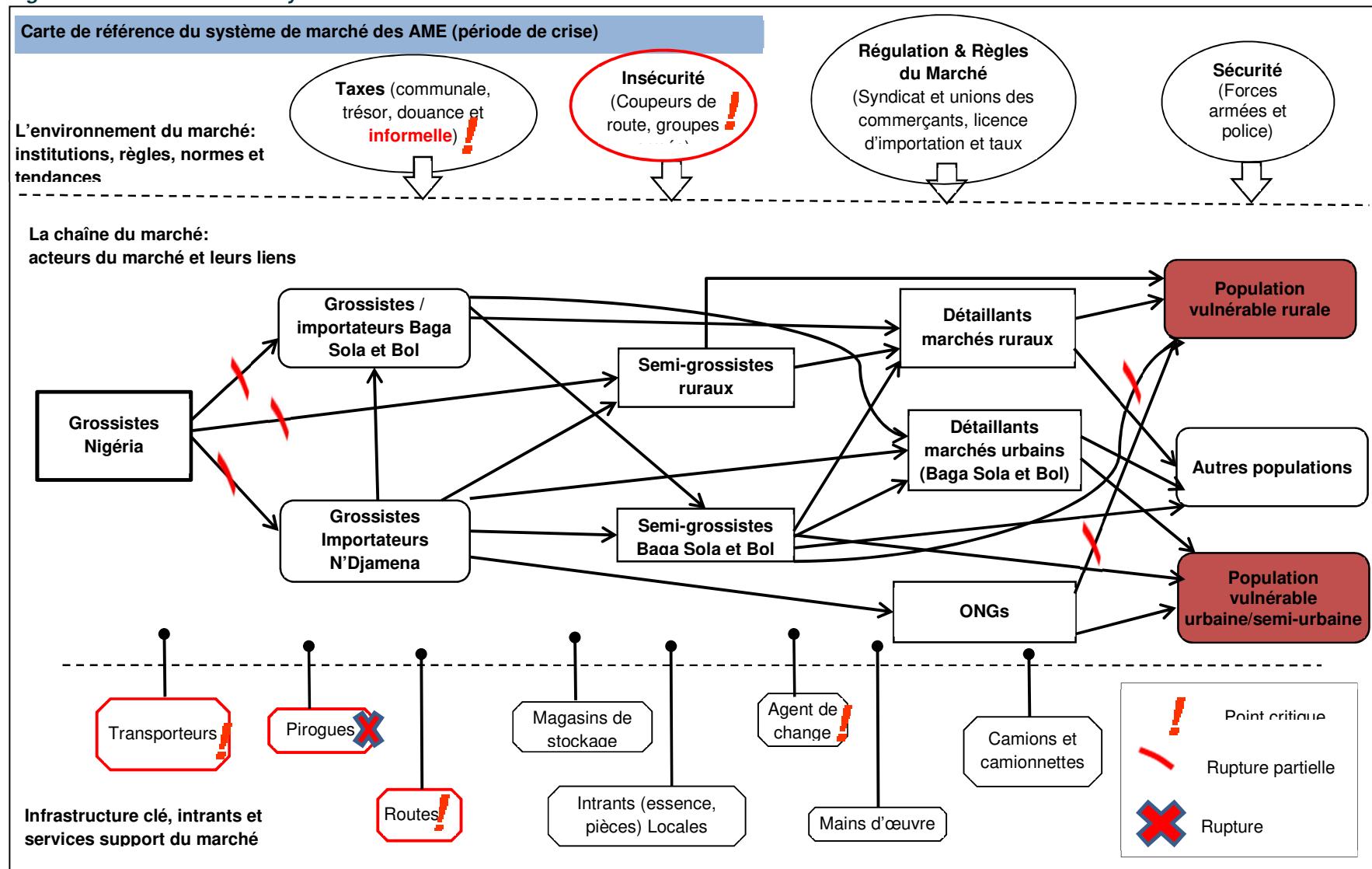


Figure 12 : Carte de crise du système de marché AME



## 6.8. Impact de la crise sur le système de marché

### ▪ La demande

Les crises récentes ont accentué la crise sécuritaire existante depuis 2015. Affectant fortement les sources de revenus des ménages de la province. Elles ont fortement limité la demande en AME, une partie des ménages étant maintenant complètement dépendante de l'aide humanitaire pour répondre à leurs besoins. La distribution d'AME par les ONG a aussi largement contribué à la diminution de la demande considérée comme une cause de la diminution du chiffre d'affaires par une majorité des commerçants interrogés.

### ▪ La crise sécuritaire

La crise sécuritaire récente n'a pas eu d'impact majeur sur le niveau d'approvisionnement du système de marché des Articles Ménagers Essentiels manufacturés en comparaison à la situation telle qu'elle est connue depuis 2015 dans la province du Lac. Elle a intensifié certains des impacts déjà connus, à savoir :

Un surenchérissement des prix des produits dû à l'augmentation des coûts de transports, notamment dans les zones nord de la province (Kaya, Fouli). Les causes de ces surcoûts outre l'effet de la saisonnalité sont liées :

- Changement de route d'approvisionnement en provenance du Nigeria qui augmente le temps de trajet ;
- Diminution du nombre de transporteur prêt à prendre des risques de convoier les produits depuis le Nigéria ;
- Augmentation du nombre taxes informelles à payer liés au fort déploiement des forces armées et policières.

Une diminution du pouvoir d'achat des ménages dû au déplacement et à la perte de tout ou partie de leurs moyens d'existence. Le peu de ressources disponible étant principalement orienté vers l'achat de nourriture.

Une diminution de l'accès au marché et à l'aide humanitaire pour les populations vivant dans les zones proches du Lac Tchad.

Comme la crise sécuritaire, la pandémie de COVID 19 a eu des répercussions sur les échanges économiques de la province. Avec la fermeture des frontières, certains articles importés ont connu des ruptures et les commerçants ont profité de cette opportunité pour hausser les prix.

## 6.9. La capacité d'absorption de la demande des populations affectées par la crise

En l'état actuel, le marché dans son ensemble ne peut pas répondre à la demande. Si l'approvisionnement des marchés hebdomadaires ruraux est difficilement réalisable, les marchés urbains de Baga Sola dans lesquels se trouvent les grossistes de la zone auraient le potentiel pour approvisionner les ménages de la ville ainsi que ceux situés dans les sites de déplacés et alentours (dans un rayon de 5 à 10 km). Les grossistes et semi-grossistes présentent des capacités d'augmentation de l'offre qui permettrait de répondre à une demande ponctuelle dans un délai de deux à trois semaines. Les grossistes et semi-grossistes sont les principaux acteurs de l'approvisionnement en AME sur la zone. Selon les données collectées lors de l'enquête, ils pourraient répondre à la demande de certains articles.

On constate que l'offre pour certains articles ne peut répondre à la demande artificiellement créée par des transferts monétaires.

Au vu du contexte, la demande en AME n'est pas sur une base mensuelle. La demande sur ces articles serait plus sur une base ponctuelle suite à un déplacement ou saisonnière pour les bâches et couvertures. Selon les données collectées et les affirmations des vendeurs, il serait possible d'augmenter de 50% l'offre dans un délai d'un mois. Cette élasticité permettrait de couvrir les besoins de la population cible pour l'ensemble des produits à l'exception probable des bâches, bidons et seau.

Pour les sites proches de Baga Sola, voire le marché de Kiskawa, une approche basée sur transferts monétaires non-restrictifs semble être possible. Les marchés étant bien approvisionnés et plus élastiques que dans les zones rurales.

Pour les marchés ruraux, la capacité de transport entre Baga Sola et les marchés hebdomadaires ainsi que le manque de demande limitent la prise de risque des commerçants itinérants (semi-grossiste) tandis que les détaillants n'ont qu'une capacité limitée à augmenter leur offre. Néanmoins pour des produits d'hygiène corporelle, les marchés ruraux en fonction du nombre de personnes pourraient répondre à la demande s'ils ont l'assurance d'écouler la majorité de leurs stocks de consommables. Un système de coupons marchandises avec le réseau de semi-grossistes itinérants permettrait de répondre à la demande en consommables tels que le savon corporel pour le lavage des habits, le sucre, le thé pour les besoins ponctuels.

## **6.10. Faisabilité des transferts monétaires**

### **6.10.1. Préférences de bénéficiaires concernant la modalité de l'assistance**

#### **▪ Modalité**

Les focus groupes menés lors de la collecte de données ont indiqué que le premier déterminant concernant la préférence de la modalité était la proximité d'un marché. Dans l'ensemble, les bénéficiaires ont indiqué préférer les transferts monétaires en nature afin de choisir eux-mêmes ce qu'ils souhaitent acheter. Ainsi, pour les articles alimentaires, les personnes interrogées ont uniformément indiqué préférer les TM/espèce aux dons en nature, car ceux-ci savaient qu'ils pourraient trouver les articles dont ils avaient besoin dans les marchés locaux. Pour les articles ménagers essentiels alimentaires, les bénéficiaires vivant proches des marchés tels que Baga Sola ont indiqué qu'ils préféreraient recevoir des transferts monétaires en espèces tandis que les bénéficiaires vivant dans des zones plus reculées ont indiqué une préférence pour une distribution en nature car ils ne pensaient pas pouvoir trouver tous les articles dont ils auraient besoin sur leurs marchés locaux. L'autre limitation concerne les coûts de transport jusqu'au marché pour certains articles volumineux.

#### **▪ Accès aux Prestataires de Services Financiers**

Dans tous les focus groupes, au moins entre 70 et 100% des participants ont indiqué pouvoir recevoir des transferts grâce aux opérateurs mobiles facilement. Les seules restrictions nécessaires pour obtenir un transfert de la part des opérateurs mobiles sont d'avoir une pièce d'identité et un téléphone pour accéder au service. Néanmoins, une personne pouvant acheter plusieurs cartes SIM, il est possible d'accéder à une carte SIM sans papier. Ce système a de soucis lorsque le réseau perturbe et les fournisseurs ne disposent pas assez de liquidité pour les échanges crédit-argent aux bénéficiaires.

Concernant les hawala, la majorité des participants ont indiqué ne pas avoir accès à ce service du fait qu'Express Union, seul hawala dans la région, possède uniquement un bureau à Bol. Pour s'y rendre, les bénéficiaires ont indiqué qu'ils auraient besoin de quatre heures de transport et de 5 000 Franc CFA. Néanmoins, les entretiens avec les informateurs clefs ont montré que cet obstacle pouvait être contourné si l'organisation mettant en place les transferts monétaires paye le hawala pour se déplacer sur la zone d'intervention.

Néanmoins, il convient de noter que, selon plusieurs organisations interrogées, les capacités des opérateurs clefs sont limitées et ceux-ci ne sont pas toujours en mesure de prendre en charge les gros volumes de bénéficiaires.

Concernant les mécanismes de distribution, les bénéficiaires ont indiqué une préférence pour les transferts monétaires en direct (de la main à la main) par rapport aux transferts d'argent par téléphonie mobile.

### **6.10.2. Risques perçus des transferts monétaires et mesures d'atténuation**

Les risques identifiés ont évolué et restent les mêmes dans la province du Lac. En raison de l'insécurité chronique dans la province du Lac, toute intervention humanitaire (en nature ou grâce aux transferts monétaires) présente des risques. Selon les perceptions des informateurs clefs interrogés lors de cette collecte de données, il semble que tous les risques identifiés sont spécifiques au contexte de la province du Lac, plutôt qu'à la modalité. De plus, certains informateurs clefs ont mis en avant le fait que certaines mesures d'atténuation des risques pouvaient être mises en place plus facilement pour les programmes de transferts monétaires que pour d'autres types de programmes.

Les ONGs utilisant les transferts monétaires interrogés ont identifié les risques suivants pouvant affecter leurs interventions de transferts :

- **Insécurité**

Les informateurs clefs interrogés ont identifié l'impossibilité d'assurer la sécurité physique des bénéficiaires et des équipes humanitaires comme le risque principal liés aux interventions humanitaires dans la province du Lac et ce, peu importe la modalité utilisée. En effet, comme mis en avant par l'un des informateurs clefs : « tout attroupement de population dans la zone est susceptible de devenir la cible d'attaques terroristes ou de vols, ce qui expose les équipes et les bénéficiaires ». Ainsi les structures déjà implémentées dans la communauté, telles que les hawala ou les commerces locaux en partenariat avec les organisations humanitaires pour effectuer les transferts monétaires ont été considérés comme moins visibles et donc moins dangereux que des convois transportant des espèces. De plus, certains informateurs ont mentionné que lors des distributions d'espèces, les forces militaires pouvaient être conviées afin de prévenir de possibles attaques suicides (notamment filtrer les bénéficiaires sur les sites de distribution), posant ainsi la question du respect des principes humanitaires.

Les informateurs étaient en désaccord sur la question de savoir si les transferts monétaires étaient une modalité plus ou moins risquée que les distributions en nature. Selon certains, l'argent est plus facile à voler que des gros volumes d'assistance en nature. Néanmoins, d'autres ont considéré qu'il était plus facile pour les bénéficiaires de cacher leurs argents que des gros volumes d'assistance en nature et donc que les transferts monétaires étaient moins dangereux que les distributions en nature. Au niveau global, rien ne montre que les transferts monétaires engendrent plus de risques que l'aide en nature. Beaucoup va dépendre du mécanisme de paiement choisi.

Concernant l'évolution de la situation de sécurité depuis juillet 2018, les informateurs ont indiqué qu'il n'y avait pas eu de changement majeur dans les modes de fonctionnement et processus utilisés par les organisations humanitaires dans la province du Lac suite à la dégradation du contexte sécuritaire. Néanmoins, les informateurs ont indiqué que la grande majorité organisations humanitaires ne couvrait plus les besoins des populations dans les îles du Lac, pourtant les plus vulnérables aux attaques et aux bouleversements économiques

- **Détournement, fraude et corruption**

Selon les informateurs clefs interrogés, le risque de détournement, fraude et corruption est le plus important après ceux liés à la sécurité. En particulier, les informateurs ont considéré que ce risque était de plus en plus important du fait de l'augmentation du nombre d'intermédiaires impliqués dans la distribution des transferts monétaires, qui pouvaient être tentés de s'approprier la somme qui leur était confiée ou de n'en donner qu'une partie aux bénéficiaires. De plus, certains informateurs ont indiqué que certains chefs traditionnels pouvaient abuser de leur position et convaincre des bénéficiaires de leur donner une partie du montant qu'ils recevaient, en échange de quoi ils leur promettaient de faire partie de la liste des bénéficiaires.

Certains informateurs ont également indiqué qu'il était possible pour les acteurs humanitaires de commettre des erreurs d'inclusion/exclusion ou de compter deux fois un même bénéficiaire dans un programme de transferts monétaires. Néanmoins, ce risque n'était pas considéré comme spécifique aux transferts monétaires mais plutôt lié au contexte, notamment en raison des mouvements nombreux de populations et du nombre important de bénéficiaires n'ayant pas accès à leurs papiers d'identité.

- **Fluctuation du Naira**



Historiquement, la zone du Lac Tchad utilise la monnaie du Nigéria, pays voisin dont la monnaie a pendant longtemps été considérée comme sûre et stable.

Plusieurs risques liés aux transferts monétaires découlent de l'utilisation du Naira dans la province du Lac. Tout d'abord, le Naira étant une monnaie fluctuante, plusieurs informateurs ont mis en avant le fait que son cours pourrait augmenter brutalement au niveau suite à des incidents souvent liés au contexte sécuritaire sans que les organisations en charge de l'assistance financière n'aient le temps d'adapter le montant des transferts monétaires. Néanmoins, bien qu'il soit fluctuant, le cours du Naira a, durant une année, a été plutôt stable mais elle a commencé à augmenter en mars et maintient son cap jusqu'à nos jours, comme présenté dans la figure ci-dessous. Cette situation devrait donc faire l'objet d'un suivi régulier. Ainsi, basé sur ces observations, plusieurs informateurs clefs ont considéré que le risque de voir les bénéficiaires de la zone perdre une partie significative de leur pouvoir d'achat était limité.

Outre la fluctuation au niveau mondial, l'injection de FCFA dans la zone peut conduire à une déstabilisation du taux de change local en raison d'une demande trop grande, le Naira étant un bien comme un autre, soumis à loi offre/demande. Ainsi, en cas de trop grande insécurité empêchant les changeurs de se réapprovisionner en monnaie Nigériane, le taux peut varier localement de manière significative suite à une distribution de FCFA.

Le second risque lié à la présence du Naira dans la province du Lac est celui de la fluctuation de la commission prise par les agents de change dans certaines localités. En particulier, certains informateurs ont fait part d'une augmentation de la commission des agents de change lorsque la demande en Naira est forte (notamment suite à des transferts monétaires en CFA de la part d'acteurs humanitaires). Certaines personnes interrogées ont certifié que la commission prise par les agents de taux de change (normalement entre 2 et 5% du montant du montant de la transaction) pouvait augmenter jusqu'à 10% dans certaines périodes où la demande en Naira est très forte. En effet, cette commission est une perte sèche pour les bénéficiaires des zones frontalières.

*Figure 13 : Evolution du cours de Naira par rapport au CFA (juillet 2019-juin 2020)*

## Graphiques XE Currency: XAF en NGN

2 Jul 2019 00:00 UTC - 1 Jul 2020 19:52 UTC

XAF/NGN close:0.66581 low:0.59736 high:0.67402



**XE For Business**

### 6.10.3. Mesures d'atténuation des risques identifiés

La table ci-dessous<sup>6</sup> récapitule la liste des mesures d'atténuation mises en place par les ONGs interrogées lors qu'elles utilisent les transferts monétaires. Les mesures d'atténuation varient au sein des ONGs et il se peut certaines de ces mesures se contredisent.

Les codes doivent être compris de la façon suivante :

**Rouge** : Conséquences sérieuses / haute probabilité

**Orange** : Conséquences modérées / probabilité modérée

Gris = pas suffisamment d'information disponibles pour déterminer la gravité des conséquences ou la probabilité.

**Tableau 4 : Perception des risques et leurs mesures d'atténuation**

Risque	Sévérité	Probabilité	Mesures d'atténuation actuellement en place
Sécurité (Mettre en danger physique les bénéficiaires et les)			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conduire des évaluations des situations de sécurité avant la distribution</li> <li>▪ Contrôler les entrées et des sorties du site lors de la distribution</li> <li>▪ Convier une garde militaire pour empêcher les attentats kamikazes</li> <li>▪ Déléguer le risqué de la distribution à un agent de paiement ou à une autre organisation</li> <li>▪ S'assurer que les distributions se passent dans des endroits discrets</li> <li>▪ Informer de la distribution le plus tard possible</li> <li>▪ S'assurer de l'acceptation des TM au sein de la communauté avant la distribution</li> </ul>
Détournement, fraude et corruption			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Avoir du personnel de l'organisation présent lors de la distribution ;</li> <li>▪ Adopter une politique stricte en cas de découverte de fraude ;</li> <li>▪ Sensibiliser et impliquer les responsables administratifs afin que les chefs traditionnels ne profitent pas de leur pouvoir pour extorquer des fonds des bénéficiaires ;</li> </ul>
Fluctuation du Naira			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aucune mesure d'atténuation en place pour l'instant parmi les organisations interrogées au Tchad.</li> </ul>

### 6.11. Choix des filières porteuses

L'analyse des filières a été réalisée en partie sur la base des études disponibles et les collectes des données complémentaires auprès des différents acteurs des filières.

<sup>6</sup> Rapport final – Étude du marché des Articles Ménagers Essentiels – Province du Lac Tchad

De plus, l'étude présente les principales filières porteuses dans le secteur agricole et maraîcher qui représentent un pilier prometteur de développement au sein de l'agriculture dans la zone ciblée par l'étude.

Le choix des filières ont été réalisés autour des critères de sélection et de développement suivant :

- Tendance positive de la croissance de la demande des **marchés cibles** ;
- **Débouchés et accès** aux marchés disponibles pour la **commercialisation** ;
- Potentiel donné **d'augmentation de la production** et/ou **d'amélioration** de la productivité ;
- Potentiel **d'ajout de valeur** par l'amélioration de la **qualité** ou par la **transformation**
- du produit ;
- **Avantages** comparatifs par rapport aux produits concurrentiels (produit unique, spécialité de la zone, coûts de production relativement bas, etc.) ;
- Produit important en termes de **rentabilité** pour les acteurs de la chaîne de valeur et en termes de **volume** pour le secteur agricole ;
- **Niveau technologique et managérial** suffisant pour développer davantage la filière ;
- Accès aux **infrastructures** de transformation et de commercialisation ;
- Disponibilité d'une **main d'œuvre qualifiée**, de **services** et **d'intrants** nécessaires ;
- Barrières **d'entrée dans le marché** relativement basses pour les petits producteurs ;
- la filière offre des opportunités de développement pour les **femmes rurales**.

Sur la base de ces critères, nous avons eu à identifier les filières. Il s'agit de :

- **Filière maraîchère : gombo, oignon, tomate et piment**
- **Filière maïs**

#### 6.11.1. Filière maraîchère

**Le gombo** est l'aliment de base préféré de la population et la source de revenus la plus importante pour les ménages, en l'occurrence les femmes. Il existe la variété locale très gluante et appréciée par les consommateurs. Cette variété rustique est cultivée surtout par les femmes avec l'appui des hommes dans les polders et ouadis en 2 à 3 campagnes selon les productrices. La culture est installée après les retraits des eaux dans les bras du Lac et sa production commence après 2 mois de semis et elle s'étire jusqu'à 8 mois de récolte selon l'irrigation sinon elle peut durer entre 2 à 4 mois. La production dans les polders modernes et semi-modernes se fait en 3 campagnes (pluviale, contre saisons chaude et froide).

La variété améliorée a été introduite par la FAO et bien d'autres ONG mais elle n'a pas été appréciée par les productrices ni par les consommateurs de la localité alors elle est rare dans le milieu. Les consommateurs comme producteurs apprécient la variété locale car celle est très gluante et est ancrée dans les habitudes alimentaires de la localité.

Les superficies emblavées sont assez importantes surtout dans les cantons Ngouboua, Kiskira et Nguelea où il existe une forte production et permet de satisfaire la demande locale et des localités voisines. Elles varient entre 1 à 2 ha par ménage. **Le rendement optimal varie entre 6 à 8 tonnes/ha<sup>7</sup>.**

Etant donné que sa production s'étend sur une longue période, les productrices affirment que le gombo est une culture très rentable. Il est vendu en petite quantité en frais alors que la partie importante de la production est transformée (séchage). Son rendement en contre saison est plus important si les fréquences d'irrigation sont respectées. Un sac de gombo frais en contre saison donne 20 coros de gombo séché par contre il est de 11 à 12 coros pour le gombo pluvial.

Dans les bas-fonds et au bord du lac, la nappe d'eau est située à faible profondeur. Ceci permet d'irriguer de nombreuses petites parcelles. **La production de l'oignon** dans le lac constitue une source de revenu monétaire des populations. C'est l'une des cultures de rente pour l'économie nationale. Elle est produite 2 à 3 fois par an mais surtout la forte production est constatée en contre saison sèche froide (décembre à février) dans les cantons Ngouboua, Nguéléa, Kiskira et Kiskawa. La variété d'oignon d'Abéché est la plus répandue. Certaines ONG ont introduit la variété améliorée (violet de Galmi) mais qui n'est pas trop produit de nos jours à cause de l'indisponibilité de semences.

---

<sup>7</sup> Source ANADER Lac

La production reste plutôt traditionnelle est souffre d'une insuffisance en matériels adaptés de production et du manque d'accès aux crédits. Les producteurs souvent endettés bradent la production avant la récolte. Rares sont les producteurs qui utilisent des motopompes comme moyen d'exhaure. La plupart des producteurs utilisent des moyens rudimentaires. Ceci représente un frein au développement de la filière.

Les superficies emblavées sont faibles mais la production est assez importante. Elle est de 17 826 tonnes pour la campagne 2018/2019 contre 4 010 tonnes pour la campagne 2017/2018<sup>8</sup>. La forte production constatée en 2019 est due à l'appui des ONG humanitaires. Il faut noter que **le rendement optimal varie de 10 à 15 tonnes/ha**<sup>9</sup>.

**La production de la tomate** est importante aussi bien pour la tomate fraîche que pour la tomate séchée. Il n'existe pas une statistique disponible sur la production de tomate dans la zone mais il faut noter que la tomate est assez produite comme le gombo en 2 à 3 campagnes. **Son rendement optimal est de 12 à 15 tonnes/ha**<sup>10</sup>. Deux (2) variétés (locale et Roma) sont produites mais la variété locale est assez produite et transformée en tomate séchée. La variété Roma est résistante au pourrissement par rapport à la variété locale. Le vent et la divagation des animaux d'élevage constituent les principaux facteurs qui perturbent le rendement dans la zone. Les producteurs sont obligés d'installer la haie morte à base des épineux et ceci constitue une destruction pour l'environnement.

La filière n'arrive pas à satisfaire la demande en tomate fraîche quand il commence à faire chaud. Les consommateurs se tournent vers la tomate séchée ou concentrée venant du Cameroun ou du Nigéria.

**Le piment** est une espèce adaptée aux conditions climatiques de la province du Lac. Sa production est très développée et répandue dans les départements de Foulï et Kaya. Il est transformé en piment séché en cas de mévente du piment frais. Il existe 2 variétés produites dans la zone. La variété améliorée, appelée Big Sun, introduite par ITRAD au Tchad, de souche sénégalaise, est assez produite dans la zone et consommée en frais comme séché. Le Big Sun ou Tchetté Yemri en arabe, est surtout recherché pour son piquant. Sur un même pied il est possible de récolter le piment avant maturité (vert frais) ou à maturité (rouge frais). La variété locale, plus petite que la variété améliorée est aussi produite mais elle est consommée sous forme de piment séché moulu. La production du piment est une activité menée essentiellement par des hommes mais les femmes interviennent pour la transformation ou la commercialisation. **Son rendement optimal est de 3 à 4 tonnes/ha**<sup>11</sup>.

L'intérêt principal de la culture du piment est sa capacité à produire toute l'année, durant les périodes de soudure pendant lesquelles les revenus sont limités. Mais sa production s'étale juillet à mars dans la zone. Elle pourra se poursuivre mais les récoltes ne sont pas possibles à cause de la sécheresse.

### 6.11.2. Filière maïs

Le maïs représente la 1ère culture vivrière dans la zone de l'étude suivi du mil pénicillaire sur les sols dunaires avec de faible rendement. Sa consommation dans les ménages est presque journalière. Le maïs est l'aliment de base préféré des populations de la province du Lac et la source de revenus des acteurs de la filière. Il permet aux populations de lutter contre l'insécurité alimentaire. Le maïs est une culture à cycle court d'environ quatre mois, conduite en monoculture, sans rotation. Dans les zones où l'eau est la plus disponible, on peut réaliser 2 à 3 saisons par an (avec l'eau des bras du lac ou des ouadis). Le maïs est cultivé dans les bas-fonds, dans les polders (modernes et semi-modernes) grâce aux eaux drainées du lac à travers des canalisations construites par ANADER ex SODELAC et par des motopompes achetées par les producteurs ou distribuées par les ONG. Le maïs est irrigué même lorsqu'il est cultivé en saison pluviale : il est alors semé avant les 1ères pluies et irrigué jusqu'à l'arrivée des pluies. La 2ème saison de maïs a lieu de décembre à avril. La 2ème saison de maïs est moins rentable que la 1ère en raison des coûts de production (notamment irrigation) plus élevés.

Les variétés de maïs cultivées sont des variétés introduites par ANADER ex SODELAC appelées Matafo 1, Matafo 2, CMS 86-02, CMS85-01 et 97TZE EW2C1. Ces variétés sont appréciées par les producteurs et les consommateurs de la localité. Les producteurs produisent eux-mêmes leurs semences à travers la sélection « massale ». Certains se ravitaillent en semences améliorées auprès des producteurs semenciers encadrés par

---

<sup>8</sup> Données ANADER Lac

<sup>9</sup> Source ANADER Lac

<sup>10</sup> Source ANADER Lac

<sup>11</sup> Source ANADER Lac

ANADER ex SODELAC. D'autres encore, achètent leurs semences sur les marchés locaux. Ceci réduit considérablement le rendement malgré la fertilité des sols.

Les superficies emblavées sont assez importantes surtout dans les 2 départements retenus pour l'étude avec une répartition allant de 1,5 à 2,5 ha par exploitant détenu en majorité par les hommes. Le rendement moyen<sup>12</sup> de maïs varie entre 1,1 à 2,7 t/ha. Il est important en contre saison froid (2,4 à 2,7 t/ha) et très faible en contre saison chaude (1,1 à 1,5 t/ha) à cause de l'évaporation et la chaleur.

### 6.11.3. Chaînes de valeur très courtes

Les chaînes de valeur des produits identifiés sont courtes, et caractérisées par un petit nombre d'intermédiaires. Cette situation est notamment due au caractère marginal de la transformation dans la chaîne de commercialisation, et au caractère ouvert de l'espace sahélien, qui met facilement en contact producteurs et commerçant. Sur les différents marchés enquêtés il y a par exemple un seul type de moulin et installés par plusieurs transformateurs destinés à écraser les vivriers en farine, cette activité paraissant très peu rentable. Le séchage des légumes n'est actuellement pas une activité spécialisée, et la conservation est peu reconnue, et pratiquée seulement par les grands commerçants. On y rencontre comme acteurs des chaînes de valeur, les fournisseurs d'intrants, les producteurs, les commerçants et les consommateurs. Pour la plupart des filières, les fournisseurs d'intrants se résument en vendeurs de carburants, outils aratoires et pesticides mais les semences sont produites par les producteurs ou bien des tout-venants présentant des caractéristiques variées et pouvant impactées sur la production.

## 7 Conclusion

Les Transferts Monétaires apparaissent comme pertinents pour couvrir les besoins en AME dans les zones urbaine et péri-urbaines tandis que la distribution en nature dans les zones éloignées des marchés et pour les déplacés récents restent à priori la plus efficace. L'étude a révélé que la crise sécuritaire récente n'a pas fondamentalement modifié la structure du système de marché par rapport à la situation depuis l'arrivée de BH dans la province du Lac en 2015. Celle-ci a néanmoins intensifié certains des aspects déjà connus, tels que l'augmentation des prix des marchandises dû à l'allongement des temps de transports des marchandises, la diminution du pouvoir d'achat, la fermeture des frontières et la diminution de l'accès au marché et à l'aide humanitaire dans certaines zones.

Les données collectées auprès des acteurs du marché confirment les impressions des informateurs clés. Le système de marché des AME ne peut répondre à une augmentation de la demande de l'ordre de 145 089 personnes pour l'ensemble des articles. C'est d'autant plus vrai que l'offre pour ces différents produits est atomisée. Il n'existe pas de commerçants (du grossistes/importateurs aux détaillants) qui proposent l'ensemble de ces produits à la vente. C'est particulièrement vrai pour les bidons, bâches, couverture et seau vendus par un nombre limité de commerçants par contre les articles ménagers essentiels alimentaires sont vendus par plusieurs commerçants et au besoin pourraient couvrir la demande.

Il existe une différence certaine entre la capacité de réponse à la demande aux environs de Baga Sola (où la présence de grossistes permettrait une réponse en cash) et celles des villages localisés en zone rurale moins bien approvisionné (coupons pourrait permettre de répondre à la demande en articles à consommation fréquente). C'est pourquoi le système de marché des AME manufacturés et alimentaires ne peut répondre à une demande additionnelle sans accompagnement. De plus, la nature de certains de ces articles et le contexte de leur utilisation (rapidité de réponse pour des nouveaux déplacés et volume) suggère qu'une approche en nature serait plus rapide et moins contraignante pour les populations éloignées des centres urbains.

Concernant la faisabilité des transferts monétaires dans les départements de Fouli et de Kaya, l'étude a confirmé que les bénéficiaires ont accès à plusieurs marchés hebdomadaires et permanents (Baga Sola) ainsi qu'aux opérateurs téléphoniques toute l'année.

Au vu de ces résultats, il semble que les principales barrières à l'utilisation des transferts monétaires se trouvent dans les zones rurales éloignées des marchés dû à l'accessibilité et aux coûts de transport mais ne sont pas

---

<sup>12</sup> Source ANADER Lac

nécessairement liés à la fonctionnalité des marchés. La fonctionnalité des marchés peut néanmoins être renforcée via des activités d'appui aux marchés.

En outre, la mission a permis d'identifier selon les critères définis, quelques filières dans le secteur agricole. Les produits maraîchers tels que **le gombo, la tomate, l'oignon et le piment** constituent des filières porteuses dans le domaine de maraîchage. Ils sont consommés toute une année et disposent d'une valeur marchande assez importante. Ils sont très appréciés en milieu rural (population hôte, PDIs et réfugiés) comme urbain mais aussi très prisés par les restaurants. Ils sont exportés dans d'autres provinces (Kanem, Hadjer Lamis, BEG, N'Djamena) par les grossistes de la zone.

Ensuite **le maïs** pourrait être appuyé pour rendre disponible le vivrier dans la zone et lutter contre l'insécurité alimentaire car il reste le vivrier le plus consommé dans les ménages.

A cela pourrait s'ajouter des filières artisanales (**fabrication des nattes en palmier doum**) et l'élevage **des petits ruminants** et **des volailles** pour faire face à la demande. Ces filières seraient bénéfiques surtout pour les femmes et les jeunes.

## 8 Recommandations

Les recommandations suivantes ont été élaborées à la suite de cette étude de marché. Celles-ci sont principalement destinées à IRC mais peuvent être utiles à tout autre acteur humanitaire visant à mettre en place des transferts monétaires dans la province du Lac Tchad.

### Recommandation 1 : Modalité à utiliser dans la région pour délivrer des AME

La zone peut être séparée entre zone urbaine (dans des principales villes, accueillant un marché permanent ou hebdomadaire) et les zones rurales. Les différences de caractéristiques en termes d'accès et de disponibilité ne permettent pas une approche globale.

#### En zone urbaine :

- Prévoir dans un premier temps un système de coupon monétaire pour les AME pour les déplacés récents afin de s'assurer de la capacité du marché, notamment pour bidons, nattes, couverture et bâches.
- Effectuer un transfert monétaire en espèce inconditionnel et non-restrictif pour les ménages vulnérables afin de répondre aux besoins en consommables (savon, OMO et denrées alimentaires).

#### En zone rurale :

- Effectuer une distribution en nature d'AME à demande ponctuelle suite à un déplacement pour une meilleure efficacité et limiter les problématiques de transport pour les ménages vulnérables.
- Ajouter pour les savons et OMO au transfert monétaire mensuel en nourriture dans les sites proches des marchés permanents et hebdomadaires (sites « urbains ») dans un premier temps pour bien identifier les modes de consommation et de dépenses.
- Mettre en place un système de coupons marchandises (savon et OMO) avec les semi-grossistes itinérants pour les ménages situés les zones reculées afin de s'assurer de la disponibilité en produits puis étendre à du transfert monétaire en espèce.

### Recommandation 2 : Mécanisme de paiement

Au vu des limites proposées par les opérateurs téléphoniques dans les zones rurales en termes de réseau et de couverture, il serait pertinent de :

- Conserver Express Union dans les zones rurales tant que la couverture en point de retrait est minimale ;
- Faire un plaidoyer commun auprès de Tigo et Airtel pour qu'ils augmentent les capacités et fond

de roulement dans les points de retrait au niveau des zones urbaines.

### **Recommandation 3 : Mitigation des risques**

Au vu des différents risques identifiés, il serait pertinent de :

- S'assurer de la présence de membres de l'organisation lors des distributions ;
- Sensibiliser les hommes et obtenir leur accord pour une distribution ciblé sur les femmes ;
- S'assurer que les coépouses reçoivent un aide dans le cas des ménages polygames.

### **Recommandation 4 : Prise en compte de la Fluctuation du Naira**

- Ajouter le taux de change du Naira et le cout de la commission dans le suivi des prix (à collecter auprès des agents de change) ;
- Intégrer le prix de la commission dans le montant distribué aux bénéficiaires ;
- Prévoir et anticiper une possible mise en place de distribution de coupons au cas où le cours du Naira augmenterait soudainement.

### **Recommandation 5 : Suivi du projet**

- Intégrer le taux de change Naira/FCFA local et la commission prise par les agents de change dans le suivi mensuel ainsi que dans les Suivis Post-Distribution ;
- Intégrer dans le suivi des marchés, les consommables (savon et OMO) et se limiter aux principales et des articles principales céréales (Maïs et riz) et légumineuses (niébé et arachide) consommées.

### **Recommandation 6 : Appuis aux bénéficiaires pour les activités agricoles et élevage**

- Le renforcement des moyens d'existence par le soutien en AGR, le soutien au maraichage et à la production de contre saison et appui à l'élevage ;
- La distribution des intrants aux bénéficiaires les plus vulnérables dans la zone d'intervention pour favoriser la production agricole et booster l'élevage ;
- La promotion des filières porteuses de la zone d'intervention pour créer de l'emploi et les sources de revenus aux populations vulnérables ;
- Le plaidoyer auprès du gouvernement pour le renforcement du système de suivi des prix et de d'alerte précoce.

## 9 Annexes

### 9.1. Chronogramme de la mission

<b>Dates</b>	<b>Lieux</b>	<b>Actions</b>	<b>Equipes</b>
<b>12 juin 2020</b>	N'Djamena	Signature de contrat	IRC et Consultant
<b>15 au 26 juin 2020</b>	Province du Lac	Trajet Aller-retour N'Djamena – Baga Sola Revue documentaire Elaboration des guides d'entretiens (Interviews semi-structurés) Collecte des données.	IRC, Consultant et Enquêteurs
<b>27 au 29 juin 2020</b>	N'Djamena	Analyse et recompilation des informations	Consultant
<b>30 juin au 02 juillet 2020</b>	N'Djamena	Rédaction du rapport provisoire	Consultant



## 9.2. Questionnaire d'évaluation du marché (produits non alimentaires)

### Cadrage de l'étude

#### Objectifs :

- Identifier les capacités des commerçants à répondre à une augmentation de la demande ;
- Identifier les acteurs principaux de la chaîne de marché ;
- Identifier les contraintes auxquelles font face les commerçants pour approvisionner les marchés hebdomadaires.

#### Groupes cibles :

- Grossistes et semi-grossistes des départements de Kaya et Foui, particulièrement ceux qui ont des succursales dans les marchés hebdomadaires ;
- Gros détaillants des marchés hebdomadaires.

#### Lieu et disposition de la rencontre :

- Réunir les participants dans un lieu neutre, favorisant l'expression la plus libre possible sans contraintes ni crainte.

#### Grille d'entretien

##### Introduction (5 min)

Mot de bienvenue, expliquer votre venue et les objectifs de la rencontre, expliquer les règles de conduite (rôle du modérateur, confidentialité, aucune mauvaise réponse, parler un à la fois), Questions pour « briser la glace » : présentation des participants et questions liées à l'étude.

##### Questionnaire (30 min- 40min).

##### Conclusion en (5 min) :

- Résumant ce qui a été dit et demander si tout le monde est d'accord avec ce récapitulatif. En cas de doutes dans vos notes, demander confirmation.
- Demandant aux participants leurs impressions par rapport à cette session.
- Remerciant tout le monde pour leur attention et leur participation et répondant aux questions s'il y en a.

#### Introduction

<b>Date de l'enquête</b>		<b>Lieu de l'enquête</b>	
<b>Nom de l'enquêteur</b>		<b>Type de marché</b> <i>(Permanent / hebdomadaire)</i>	
<b>Nom du commerçant</b>		<b>Contact du commerçant</b>	
<b>Type de commerçant</b> <i>(Importateur / / grossiste /semi-grossiste, antenne locale de semi-grossiste ou grossiste, détaillants)</i>		<b>Point GPS</b>	

<p><b>Je m'appelle ..... je fais partie d'une équipe ..... Nous menons une enquête sur une étude des marchés dans la province du Lac. Je souhaiterai vous poser des questions sur les marchés. Vos réponses seront traitées de manière anonyme. Avez-vous des questions ? Pouvons-nous commencer maintenant ?</b></p>			
Oui		Non	

### Aspects généraux du commerce

1. **Quels sont les principaux types de produits que vous vendez ? (Plusieurs réponses possibles)**

Seau	Saccane	Dispositif Lavage de main	Nattes 3 personnes	Couverture
Savon	Sachet OMO	Bâche	Bidon 20l	Marmites 2 & 3

2. **Depuis combien de temps êtes-vous installé sur ce marché ?**

De 6 à 12 mois      plus de un an      Plus de deux ans

3. **Combien de commerçants sur ce marché ont des commerces similaires aux vôtres (taille, capacité de stockage, nombre de clients, type de biens vendus) ?**

4. **Quel est votre perception de la compétition sur ce marché sur ces produits vendus ?**

Aucune      Limitée      Moyenne      élevée      Trop forte

### Approvisionnement

#### Sources d'approvisionnement ?

5. **Pour vous approvisionner en biens Non alimentaires, combien de fournisseur avez-vous avant crise ?**

6. **Où étaient-ils situés (plusieurs réponses possibles) ?** sur le marché, Ndjama, Nigeria, Massakory, Bol, Niger, Lybie, Cameroun, Liwa, Baga Sola, Ngouri, Mao, autres, précisez...

7. **Quels types de fournisseur (plusieurs réponses possibles) ?** Importateur, grossistes, semi-grossiste, usine directement

8. **Pour vous approvisionner en biens Non alimentaires, combien de fournisseur avez-vous actuellement ?**

9. **Où sont-ils situés (plusieurs réponses possibles) ?** sur le marché, Ndjama, Nigeria, Massakory, Bol, Niger, Lybie, Cameroun, Liwa, Baga Sola, Ngouri, Mao, autres, précisez...

10. **Quels types de fournisseur (plusieurs réponses possibles) ?** Importateur, grossistes, semi-grossiste, usine directement

11. Quelles sont vos principales données d'approvisionnement pour les produits que vous vendez ? Quelle évolution entre Juillet 2019 et maintenant (ne mentionnez que les produits mentionnés en réponses à la question 1) ?

		Produit 1	Produit 2	Produit 3	Produit 4
Fréquence d'approvisionnement (en semaine)	Juillet 2019				
	Maintenant				
Volume d'approvisionnement (Kg/MT) par semaine	Juillet 2019				
	Maintenant				
Durée d'approvisionnement (jours)	Juillet 2019				
	Maintenant				

### Crédit

Ici le choc correspond à la période liée la dégradation sécuritaire, c'est-à-dire avant Novembre 2019. Prenez Juillet 2019

12. Quels étaient les modes de paiement auprès de vos fournisseurs avant le choc ? (plusieurs réponses possibles) à crédit uniquement Comptant uniquement Les deux

13. Si crédit, Quel est la somme maximale que vous pouvez empruntez avant le choc ? \_\_\_\_\_ FCFA

14. Depuis le choc, est-ce que cette somme a évolué? pareil augmentée Diminuée

15. Si changement depuis le choc, pourquoi ?

16. Si crédit, Quel est le délai actuel de remboursement du crédit ? \_\_\_\_\_ jours

17. Si crédit, Depuis le choc, est-ce que ce délai a ? resté stable augmenté Diminué

18. Si changement depuis le choc, pourquoi ?

### Transport

19. Comment les marchandises sont-elles amenées jusqu'à votre stock ? (Plusieurs réponses possibles)

Propre véhicule ? Transporteur privé ? Transporteur du fournisseur, autres (précisez)

20. Quel est le coût de transport actuellement pour un camion 7t sans remorque ? (Faire des propositions de provenance en fonction des pays d'approvisionnements de la question 6)

Nigeria		Niger		Lybie	
Cameroun		Ndjamena		Bol	

Ngouri		Mao			
--------	--	-----	--	--	--

21. Comment les coûts de transport ont-ils évolués depuis le choc ?      Augmenté      stable  
diminué

22. S'il y a eu de changement dans le coût du transport, quels facteurs ont y contribué? (Plusieurs réponses possibles)      Insécurité      Diminution du nombre de transporteurs  
tracasserie      Coût du fuel      Autres, précisez

23. Si augmenté, quels sont les zones d'approvisionnement qui ont été les plus touchés ?  
(Plusieurs réponses possibles)

Nigeria      Niger      Lybie      Cameroun      Ndjamena      Au  
sein de la province du Lac      Autres, précisez

24. Comment le coût de vos transactions commerciales a évolué entre avant et après la crise ?  
Augmenté      Diminué      les deux      stable

25. Quels sont les raisons de ce changement ? (Plusieurs réponses possibles)

Prix du carburant      Prix des produits de base      Insécurité      Coûts des  
transporteurs      taxes commerciales      tracasserie      Autres (précisez)

### Stockage

26. Où stockez-vous généralement votre stock (plusieurs réponses possibles) ? Stock privé (hors boutique)      Au sein du commerce      stock collectif      stock municipal/villageois  
autres, précisez

27. Quelles sont les quantités de produits de base clés que vous avez actuellement en stock et quelle est la différence avec les quantités que vous stockez habituellement à cette époque de l'année (ne précisez que les produits mentionnés en réponse à la question 1) ?

Produits	Quantité en stock actuellement	Par rapport à l'année dernière, est-ce	Raison de cette différence (le cas échéant) Si la réponse est <i>plus</i> ou <i>moins</i>
Seau 10l		Plus, Moins Pareil	
Saccane		Plus Moins Pareil	
Dispositif Lavage de main		Plus Moins Pareil	
Nattes 3 personnes		Plus Moins Pareil	
Couverture 2 personnes (4kg)		Plus Moins Pareil	
Savon 200g (cartons 80)		Plus Moins Pareil	
Sachet OMO 500g (cartons 36)		Plus Moins Pareil	

Bâche		Plus Moins Pareil	
Bidon 20l		Plus Moins Pareil	
Marmites aluminium		Plus Moins Pareil	

**28. Etes-vous toujours en mesure d'obtenir les produits de base clés auprès de vos sources habituelles depuis le choc récent?** Oui Non

**29. Si non, pourquoi ?**

**30. Si non, Quels produits sont particulièrement touchés par cette problématique (plusieurs réponses possibles) ?**

Seau      Saccane      Dispositif Lavage de main      Nattes 3 personnes      Couverture  
Savon      Sachet OMO      Bâche      Bidon 20l      Marmites 2 & 3

**31. Quelle est votre stratégie de réponse, pour maintenir votre approvisionnement ?**

**32. Existe-t-il d'autres fournisseurs fiables auxquels vous pouvez acheter les produits de base clés ?** Oui Non

**33. Si oui, où (Plusieurs réponses possibles) ?**

Sur le marché, Ndjamena, Nigeria, Massakory, Bol, Niger, Lybie, Cameroun, Liwa, Baga Sola, Ngouri, Mao, autres, précisez...

**Demande**

**34. Qui sont vos 3 principaux types de clients ? (classez par importance)**

1. Grossistes/Semi-grossistes des marchés permanents ou Détaillants des marchés permanents
2. Grossistes/Semi-grossistes des marchés hebdomadaires ou détaillants des marchés hebdomadaires
3. Client du marché local ou Client des marchés hebdomadaires (vente en direct aux populations de ces marchés).

**35. Quel pourcentage de vos ventes parmi vos clients ?**

Client 1: \_\_\_\_\_%

Client 2: \_\_\_\_\_%

Client 3: \_\_\_\_\_%

**36. Si marché hebdomadaire, combien d'autres commerçants tels que vous sont présents sur ces marchés ?**

**37. Si marché hebdomadaire, quels marchés desservez-vous dans la zone ?**

38. **Si marché hebdomadaire**, est-ce que votre boutique est accessible à tout le monde hommes, femmes, PDIs, hôtes... ? oui non

39. **Si non, pour qui** (Plusieurs réponses possibles) ? hommes, femmes, PDIs, hôtes...

40. **Si Non, pourquoi**

41. **Quelles sont les quantités que vous écoutez sur ces marchés hebdomadaires généralement en une semaine ?**

Nom du produit de base	Quantité (mettre les unités)		Si changement, expliquer pourquoi ?
	Quantité Juillet 2019	Quantité Maintenant	
Seau 10l (pc)			
Saccane (pc)			
Dispositif Lavage de main (pc)			
Nattes 3 personnes (pc)			
Couverture 2 places (4kg)			
Savon 200g (cartons 80)			
Sachet OMO 500g (cartons 36)			
Bâche			
Bidon 20l			
Marmites aluminium			

42. **Les clients des marchés hebdomadaires achètent-ils plus ou moins de produits de base clés depuis le choc ?** Plus, Moins, pas de changement

43. **Si plus, Quel produits sont particulièrement touchés** (plusieurs réponses possibles) ?

Seau      Saccane      Dispositif Lavage de main      Nattes 3 personnes      Couverture  
 Savon      Sachet OMO      Bâche      Bidon 20l      Marmites 2 & 3

44. **Si plus, pourquoi ?**

45. **Si moins, pourquoi ?**

Manque de disponibilité en local en raison de l'insécurité, moins de disponibilité au niveau des fournisseurs, baisse de la demande, pas de crédit aux consommateurs, manque de revenus des consommateurs, baisse de la qualité, autres, précisez...

46. **Si moins, quels produits sont particulièrement touchés** (plusieurs réponses possibles) ?

Seau      Saccane      Dispositif Lavage de main      Nattes 3 personnes      Couverture  
 Savon      Sachet OMO      Bâche      Bidon 20l      Marmites 2 & 3

47. **Considérez-vous qu'il y ait une saisonnalité de la demande pour ces produits ?**  
 Oui Non

48. Si saisonnalité, quel produit sont particulièrement touchés (plusieurs réponses possibles) ?

Seau            Saccane            Dispositif Lavage de main            Nattes 3 personnes            Couverture  
 Savon            Sachet OMO            Bâche            Bidon 20l            Marmites 2 & 3

49. Si saisonnalité, quel mois la demande est-elle haute ?

50. Si saisonnalité, quel mois la demande est-elle basse ?

**Crédit**

51. Faites-vous des crédits à vos clients des marchés hebdomadaires ? Oui Non

52. Si oui, à quel pourcentage de clients ? sous quelles conditions ?

	Pourcentage de client ?	Quelles conditions et type de clients ?
Juillet 2019		
Maintenant		
Si différent, pourquoi		

53. Si crédit actuellement, le nombre de client a-t-il:            augmenté,            Diminué,            est resté stable

54. Si crédit actuellement, le montant des crédits a-t-il :            augmenté            Diminué            est resté stable

55. Si le nombre de client ou le montant a évolué, pour quelles raisons ?

**Elasticité de l'offre**

56. Si la demande de produits de base clés devait augmenter sur les marchés hebdomadaires, est-ce que vous pourriez répondre à une augmentation de la demande de 50% ? Oui Non

57. Si oui, en combien de temps ? \_\_\_\_\_ semaines

58. est-ce que vous pourriez répondre à une augmentation de la demande de 100% ? Oui Non

59. Si oui, en combien de temps ? \_\_\_\_\_ semaines

60. Si vous avez la capacité d'augmenté à 100%, Quel est le maximum d'augmentation que vous pourriez atteindre ? tripler            quadrupler            quintupler            plus

61. Si vous pouvez augmenter, quelle stratégie mettriez-vous en place pour y parvenir ? (Plusieurs réponses possibles)

Demande supplémentaire            au fournisseur habituel            Augmentation du crédit            diversification des fournisseurs            location de stockage supplémentaire,            location de véhicule supplémentaire,            autres précisez

62. Y a-t-il des produits qui poseraient plus de problème que d'autres ? Oui non

63. Si oui, lesquels (*plusieurs réponses possibles*) ?

Seau	Saccane	Dispositif Lavage de main	Nattes 3 personnes	Couverture
Savon	Sachet OMO	Bâche	Bidon 20l	Marmites 2 & 3

64. Quels sont les 3 principaux facteurs qui pourraient limiter votre capacité d'augmenter votre offre en biens non alimentaires

- a. Facteur 1 :
- b. Facteur 2 :
- c. Facteur 3 :

65. Comment ces facteurs pourraient-ils être réglés

- a. Facteur 1 :
- b. Facteur 2 :
- c. Facteur 3 :

66. Pensez-vous que le prix que vous devez payer changerait si vous deviez augmenter la quantité de produits de base clés que vous commandez à vos fournisseurs ? oui Non

67. Si oui, et pourquoi ?

68. Si oui, quels produits seraient plus touchés que d'autres ? (*plusieurs réponses possibles*) ?

Seau	Saccane	Dispositif Lavage de main	Nattes 3 personnes	Couverture
Savon	Sachet OMO	Bâche	Bidon 20l	Marmites 2 & 3

#### Environnement du marché & Risques

69. Est-ce que de nouveaux commerçants peuvent s'installer facilement sur le marché ?

Oui Non.

70. Si non, expliquez

71. Quelles sont les conditions d'entrée sur le marché pour un nouveau commerçant ?

72. Pour que votre activité fonctionne, quels sont les services les plus importants que vous devez payer ou qui sont gratuits (*à titre d'exemples : taxes d'entrée en ville, taxe de marché, collecte d'ordures...*) ?

Service	Gratuit ou payant

73. Qui fixe les prix des principaux produits vendus (*plusieurs options possibles*) ?

Offre demande Association de commerçants discussion entre commerçants  
Gouvernement chacun en fonction de ces coûts d'achat et de transport Autres, précisez





### 9.3. Questionnaire d'évaluation du marché (produits alimentaires)

#### Cadrage de l'étude

##### Objectifs :

- Identifier les capacités des commerçants à répondre à une augmentation de la demande ;
- Identifier les acteurs principaux de la chaîne de marché ;
- Identifier les contraintes auxquelles font face les commerçants pour approvisionner les marchés hebdomadaires.

##### Groupes cibles :

- Grossistes et semi-grossistes des départements de Kaya et Fouli, particulièrement ceux qui ont des succursales dans les marchés hebdomadaires ;
- Gros détaillants des marchés hebdomadaires.

##### Lieu et disposition de la rencontre :

- Réunir les participants dans un lieu neutre, favorisant l'expression la plus libre possible sans contraintes ni crainte.

##### Grille d'entretien

##### Introduction (5 min)

Mot de bienvenue, expliquer votre venue et les objectifs de la rencontre, expliquer les règles de conduite (rôle du modérateur, confidentialité, aucune mauvaise réponse, parler un à la fois), Questions pour « briser la glace » : présentation des participants et questions liées à l'étude.

##### Questionnaire (30 – 40 min)

##### Conclusion en (5 min) :

- Résumant ce qui a été dit et demander si tout le monde est d'accord avec ce récapitulatif. En cas de doutes dans vos notes, demander confirmation.
- Demandant aux participants leurs impressions par rapport à cette session.
- Remerciant tout le monde pour leur attention et leur participation et répondant aux questions s'il y en a.

##### Introduction

<b>Date de l'enquête</b>		<b>Lieu de l'enquête</b>	
<b>Nom de l'enquêteur</b>		<b>Type de marché</b> ( <i>Permanent / hebdomadaire</i> )	
<b>Nom du commerçant</b>		<b>Contact du commerçant</b>	
<b>Type de commerçant</b> ( <i>Importateur / / grossiste /semi-grossiste, antenne locale de semi-grossiste ou grossiste, détaillants</i> )		<b>Point GPS</b>	

<p><b>Je m'appelle ..... je fais partie d'une équipe ..... Nous menons une enquête sur une étude des marchés dans la province du Lac. Je souhaiterai vous poser des questions sur les marchés. Vos réponses seront traitées de manière anonyme. Avez-vous des questions ? Pouvons-nous commencer maintenant ?</b></p>			
Oui		Non	

### Aspects généraux du commerce

**1. Quels sont les principaux types de produits que vous vendez ? (Plusieurs réponses possibles)**

Maïs                    mil pénicillaire                    riz                    pâtes (spaghetti, macaroni...)                    farine de blé  
 oignon                    huile                    sel                    gombo (frais et séché)                    tomate (fraîche, séchée et concentrée),                    sucre                    thé

**2. Depuis combien de temps êtes-vous installé sur ce marché ?**

De 6 à 12 mois                    plus de un an                    Plus de deux ans

**3. Combien de commerçants sur ce marché ont des commerces similaires aux vôtres (taille, capacité de stockage, nombre de clients, type de biens vendus) ?**

**4. Quel est votre perception de la compétition sur ce marché sur ces produits vendus ?**

Aucune                    Limitée                    Moyenne                    élevée                    Trop forte

### Approvisionnement

#### Sources d'approvisionnement ?

**5. Pour vous approvisionner en biens alimentaires, combien de fournisseur avez-vous avant crise ?**

**6. Où étaient-ils situés (plusieurs réponses possibles) ?**

Sur le marché, Ndjamena, Nigeria, Massakory, Bol, Niger, Lybie, Cameroun, Bol, Liwa, Baga Sola, Ngouri, Mao, autres, précisez...

**7. Quels types de fournisseur (plusieurs réponses possibles) ?**

Importateur, grossistes, semi-grossiste, usine directement

**8. Pour vous approvisionner en biens alimentaires, combien de fournisseur avez-vous actuellement ?**

**9. Où sont-ils situés (plusieurs réponses possibles) ?**

Sur le marché, Ndjamena, Nigeria, Massakory, Bol, Niger, Lybie, Cameroun, Bol, Liwa, Baga Sola, Ngouri, Mao, autres, précisez...

**10. Quels types de fournisseur (plusieurs réponses possibles) ?**

Importateur, grossistes, semi-grossiste, usine directement

**11. Quelles sont vos principales données d'approvisionnement pour les produits que vous vendez quelle évolution entre Juillet 2019 et maintenant (ne mentionnez que les produits mentionnés en réponses à la question 1) ?**



**22. S'il y a eu de changement dans le coût du transport, quels facteurs ont y contribué?  
(Plusieurs réponses possibles)**

Insécurité      Diminution du nombre de transporteurs      tracasserie      Coût du fuel  
Autres, précisez

**23. Si augmenté, quels sont les zones d'approvisionnement qui ont été les plus touchés ?  
(Plusieurs réponses possibles)**

Nigeria      Niger      Lybie      Cameroun      Ndjamena      Au  
sein de la province du Lac      Autres, précisez

**24. Comment le coût de vos transactions commerciales a évolué entre avant et après la crise ?**

Augmenté      Diminué      les deux      stable

**25. Quels sont les raisons de ce changement ? (Plusieurs réponses possibles)**

Prix du carburant      Prix des produits de base      Insécurité      Coûts des  
transporteurs      taxes commerciales      tracasserie      Autres (précisez)

**Stockage**

**26. Où stockez-vous généralement votre stock (plusieurs réponses possibles) ?**

Stock privé (hors boutique) Au sein du commerce      stock collectif      stock  
municipal/villageois      autres, précisez

**27. Quelles sont les quantités de produits de base clés que vous avez actuellement en stock et quelle est la différence avec les quantités que vous stockez habituellement à cette époque de l'année (ne précisez que les produits mentionnés en réponse à la question 1) ?**

Produits	Quantité en stock actuellement	Par rapport à l'année dernière, est-ce	Raison de cette différence (le cas échéant) Si la réponse est <i>plus</i> ou <i>moins</i>
Maïs		Plus Moins Pareil	
Mil pénicillaire		Plus Moins Pareil	
Riz		Plus Moins Pareil	
Pâtes (spaghetti, macaroni)		Plus Moins Pareil	
Farine de blé		Plus Moins Pareil	
Oignon		Plus Moins Pareil	
Huile		Plus Moins Pareil	
Sel		Plus Moins Pareil	

Gombo (frais et séché)		Plus Moins Pareil	
Tomate (fraîche, séchée et concentrée)		Plus Moins Pareil	
Sucre		Plus Moins Pareil	
Thé		Plus Moins Pareil	

**28. Etes-vous toujours en mesure d'obtenir les produits de base clés auprès de vos sources habituelles depuis le choc récent?**

Oui Non

**29. Si non, pourquoi ?**

**30. Si non, Quels produits sont particulièrement touchés par cette problématique (plusieurs réponses possibles) ?**

Maïs mil pénicillaire riz pâtes (spaghetti, macaroni...) farine de blé  
oignon huile sel gombo (frais et séché) tomate (fraîche, séchée et concentrée)

**31. Quelle est votre stratégie de réponse, pour maintenir votre approvisionnement ?**

**32. Existe-t-il d'autres fournisseurs fiables auxquels vous pouvez acheter les produits de base clés ?**

Oui Non

**33. Si oui, où (Plusieurs réponses possibles) ?**

Sur le marché, Ndjamena, Nigeria, Massakory, Bol, Niger, Lybie, Cameroun, Liwa, Baga Sola, Ngouri, Mao, autres, précisez...

**Demande**

**34. Qui sont vos 3 principaux types de clients ? (classez par importance)**

1. Grossistes/Semi-grossistes des marchés permanents ou Détaillants des marchés permanents
2. Grossistes/Semi-grossistes des marchés hebdomadaires ou détaillants des marchés hebdomadaires
3. Client du marché local ou Client des marchés hebdomadaire (vente en direct aux populations de ces marchés).

**35. Quel pourcentage de vos ventes parmi vos clients ?**

Client 1: \_\_\_\_\_%

Client 2: \_\_\_\_\_%

Client 3: \_\_\_\_\_%

36. **Si marché hebdomadaire**, combien d'autres commerçants tels que vous sont présents sur ces marchés ?

37. **Si marché hebdomadaire**, quels marchés desservez-vous dans la zone ?

38. **Si marché hebdomadaire**, est-ce que votre boutique est accessible à tout le monde hommes, femmes, PDIs, hôtes... ?

Oui non

39. **Si non**, pour qui (Plusieurs réponses possibles) ?

Hommes, femmes, PDIs, hôtes...

40. **Si Non**, pourquoi

41. **Quelles sont les quantités que vous écoutez sur ces marchés hebdomadaires généralement en une semaine ?**

Nom du produit de base	Quantité (mettre les unités)		Si changement, expliquer pourquoi ?
	Quantité Juillet 2019	Quantité Maintenant	
Maïs			
Mil pénicillaire			
Riz			
Pâtes (spaghetti, macaroni)			
Farine de blé			
Oignon			
Huile			
Sel			
Gombo (frais et séché)			
Tomate (fraîche, séchée et concentrée)			
Sucre			
Thé			

42. **Les clients des marchés hebdomadaires** achètent-ils plus ou moins de produits de base clés depuis le choc ?

Plus, Moins, pas de changement

43. **Si plus**, Quel produits sont particulièrement touchés (plusieurs réponses possibles) ?

Maïs mil pénicillaire riz pâtes (spaghetti, macaroni...) farine de blé  
oignon huile sel gombo (frais et séché) tomate (fraîche, séchée et  
concentrée) sucre thé

44. **Si plus**, pourquoi ?

45. **Si moins**, pourquoi ?

Manque de disponibilité en local en raison de l'insécurité, moins de disponibilité au niveau des fournisseurs, baisse de la demande, pas de crédit aux consommateurs, manque de revenus des consommateurs, baisse de la qualité, autres, précisez...

46. **Si moins**, quels produits sont particulièrement touchés (plusieurs réponses possibles) ?

Maïs                    mil pénicillaire                    riz                    pâtes (spaghetti, macaroni...) farine de blé  
 oignon                    huile                    sel                    gombo (frais et séché)                    tomate (fraîche, séchée et  
 concentrée)

**47. Considérez-vous qu'il y ait une saisonnalité de la demande pour ces produits ?**

Oui    Non

**48. Si saisonnalité, quel produit sont particulièrement touchés (plusieurs réponses possibles) ?**

Maïs                    mil pénicillaire                    riz                    pâtes (spaghetti, macaroni...) farine de blé  
 oignon                    huile                    sel                    gombo (frais et séché)                    tomate (fraîche, séchée et  
 concentrée)

**49. Si saisonnalité, quel mois la demande est-elle haute ?**

**50. Si saisonnalité, quel mois la demande est-elle basse ?**

**Crédit**

**51. Faites-vous des crédits à vos clients des marchés hebdomadaires ?                    Oui    Non**

**52. Si oui, à quel pourcentage de clients ? sous quelles conditions ?**

	Pourcentage de client ?	Quelles conditions et type de clients ?
<b>Juillet 2019</b>		
<b>Maintenant</b>		
<b>Si différent, pourquoi</b>		

**53. Si crédit actuellement, le nombre de client a-t-il ?**

Augmenté                    Diminué                    est resté stable

**54. Si crédit actuellement, le montant des crédits a-t-il ?**

Augmenté                    Diminué                    est resté stable

**55. Si le nombre de client ou le montant a évolué, pour quelles raisons ?**

**Elasticité de l'offre**

**56. Si la demande de produits de base clés devait augmenter sur les marchés hebdomadaires, est-ce que vous pourriez répondre à une augmentation de la demande de 50% ?**

Oui    Non

**57. Si oui, en combien de temps ? \_\_\_\_\_ semaines**

**58. Est-ce que vous pourriez répondre à une augmentation de la demande de 100% ?**

Oui    Non

**59. Si oui, en combien de temps ? \_\_\_\_\_ semaines**



**60. Si vous avez la capacité d'augmenté à 100%, Quel est le maximum d'augmentation que vous pourriez atteindre ?** *tripler quadrupler quintupler plus*

**61. Si vous pouvez augmenter, quelle stratégie mettriez-vous en place pour y parvenir ? (Plusieurs réponses possibles)**

Demande supplémentaire au fournisseur habituel Augmentation du crédit diversification des fournisseurs location de stockage supplémentaire, location de véhicule supplémentaire, autres précisez

**62. Y a-t-il des produits qui poseraient plus de problème que d'autres ?**

Oui Non

**63. Si oui, lesquels (plusieurs réponses possibles) ?**

Maïs mil pénicillaire riz pâtes (spaghetti, macaroni...) farine de blé oignon huile sel gombo (frais et séché) tomate (fraîche, séchée et concentrée)

**64. Quels sont les 3 principaux facteurs qui pourraient limiter votre capacité d'augmenter votre offre en biens non alimentaires**

- a. Facteur 1 :
- b. Facteur 2 :
- c. Facteur 3 :

**65. Comment ces facteurs pourraient-ils être réglés**

- d. Facteur 1 :
- e. Facteur 2:
- f. Facteur 3 :

**66. Pensez-vous que le prix que vous devez payer changerait si vous deviez augmenter la quantité de produits de base clés que vous commandez à vos fournisseurs ?**

Oui Non

**67. Si oui, et pourquoi ?**

**68. Si oui, quels produits seraient plus touchés que d'autres ? (plusieurs réponses possibles) ?**

Maïs mil pénicillaire riz pâtes (spaghetti, macaroni...) farine de blé oignon huile sel gombo (frais et séché) tomate (fraîche, séchée et concentrée)

### **Environnement du marché & Risques**

**69. Est-ce que de nouveaux commerçants peuvent s'installer facilement sur le marché ?**

Oui Non.

**70. Si non, expliquez**

**71. Quelles sont les conditions d'entrée sur le marché pour un nouveau commerçant ?**

**72. Pour que votre activité fonctionne, quels sont les services les plus importants que vous devez payer ou qui sont gratuits (à titre d'exemples : taxes d'entrée en ville, taxe de marché, collecte d'ordures...) ?**

Service	Gratuit ou payant

**73. Qui fixe les prix des principaux produits vendus (plusieurs options possibles) ?**

Offre demande      Association de commerçants      discussion entre commerçants  
Gouvernement      chacun en fonction de ces couts d'achat et de transport Autres,  
précisez

**74. Quels sont les 3 principaux risques pour votre commerce au vu de la situation actuelle ? et comment faites-y face ?**



#### 76. Remarques de l'enquêteur

*Merci pour le temps que vous nous avez accordé. Y a-t-il d'autres que vous souhaitez ajouter ? Avez-vous des questions ?*

#### 77. Remarques de l'enquêteur

*Merci pour le temps que vous nous avez accordé. Y a-t-il d'autres que vous souhaitez ajouter ? Avez-vous des questions ?*

### 9.4. Grille d'entretien – Focus groupes

#### Généralités

#### Objectifs :

- Identifier les principaux produits dont les populations ont besoin et la saisonnalité de la demande
- Identifier le niveau d'accès aux marchés des populations et leurs contraintes
- Identifier les préférences des bénéficiaires en termes de modalités et mécanismes de paiement

#### Groupes cibles :

- Réunir 8-12 personnes pour une rencontre de 35 à 45 minutes
- Faire des groupes de discussions différenciés entre:
  - o Hommes hôtes
  - o Femmes hôtes
  - o Hommes déplacées/réfugiées
  - o Femmes déplacées/réfugiées

#### Lieu et disposition de la rencontre :

- Réunir les participants dans un lieu neutre, favorisant l'expression la plus libre possible sans contrainte ni crainte.

- La disposition des personnes en cercle est de rigueur. Si deux personnes s'opposent habituellement, il est nécessaire de les placer proche l'une de l'autre et surtout pas en vis-à-vis.

### Grille d'entretien

**QUE DES QUESTIONS OUVERTES, PAS DE REPONSES PAR « OUI » ou « NON »**

#### Introduction (5 min)

Mot de bienvenue, expliquer votre venue et les objectifs de la rencontre, expliquer les règles de conduite (rôle du modérateur, confidentialité, aucune mauvaise réponse, parler un à la fois), Questions pour « briser la glace » : présentation des participants et questions liées à l'étude.

#### Discussion sur le sujet (30 – 40 min) :

Liste de questions non exhaustive, trame à adapter selon les situations. **S'il y a des divergences de points de vue au sein, du groupe en termes de réponses**, notez les rapports approximatifs pour chaque choix de réponse.

#### Conclusion en (5 min):

- Résumant ce qui a été dit et demander si tout le monde est d'accord avec ce récapitulatif. En cas de doutes dans vos notes, demander confirmation.
- Demandant aux participants leurs impressions par rapport à cette session.
- Remerciant tout le monde pour leur attention et leur participation et répondant aux questions s'il y en a.
- Attendant que tout le monde parte avant de partir.
- Collectant tout le matériel utilisé, rangeant et nettoyant l'endroit

#### Prise de note / compte rendu

Date de l'entretien :		Village/Site/quartier (si pertinent)	
Département		Sous-Préfecture	
Nbre d'autorités locales (évaluer le risque de biais)		Nombre de participant(e)s : _____ Hommes _____ femmes	



## Accès au marché

### 3. Dans quel marché allez-vous acheter les produits dont vous avez besoin ?

Marché (lieu)	Type de marché ( <i>hebdomadaire/jour permanent</i> )	Produits disponible localement	Type de commerçants où vous faites vos achats ( <i>détaillants, représentant des grossistes, semi-grossistes, particuliers</i> )

### 4. Comment se fait l'accès au marché ? quelle distance ? moyen de transport et coût ?

Marché	Distance	Moyen de transport habituel	Temps de trajet	Moyen de transport disponible	Coût	Accessible toute l'année, si non, quelle période et pourquoi ?

5. Y a-t-il des contraintes particulières pour accéder à ces différents marchés ? pour les hommes ? pour les femmes ? pour les Déplacés/Réfugiés ? Si oui, lesquels et comment faites-vous pour limiter l'impact de ces contraintes ?

Marchés	Type de populations touchées (PDI, hommes, femmes, jeunes...)	Contraintes	Mesure pour limiter l'impact de ces contraintes



## Accès aux services financiers

6. Quels sont, par ordre d'importance, les prestataires de services financiers (compagnie téléphonique, hawalla, banques...) formels et informels les plus souvent utilisés par la communauté ?

Type de prestataire de services financier (compagnie téléphonique, hawalla, banques...)	Documents nécessaires pour accéder à ces services (passeport, carte d'identité, avec l'aide d'un garant, etc. Notez les moyens d'identification les plus couramment utilisés)	Proportion des ménages touchés par le choc a accès à ces services ? Tous les ménages (100 %), une majorité (75 %), la moitié (50 %), une minorité (25 %), aucun (0%).	
		Avant	après
1.			
2.			
3.			
4.			

7. Quelles étaient les conditions d'accès à ces services financiers sur les deux dernières années?

Nom (Tigo, Express Union, ...)	Emplacement	Distance	Moyens de transport les plus courants pour y accéder	Temps de trajet	Coût pour s'y rendre

--	--	--	--	--	--

8. Les ménages sont-ils en mesure d'accéder à ces services en ce moment ? (Indiquez OUI ou NON pour chacun des quatre services les plus couramment utilisés et, si la réponse est NON, expliquez POURQUOI.)

Service Financier	Oui/non	Si, non pourquoi ?

9. Que pensez-vous de services financiers ? Examinez les problématiques liées à l'accès physique, à la facilité d'utilisation, à la sécurité, aux frais, aux services fournis, etc.

Service Financier	Points forts	Points faibles	Piste d'amélioration	Utilisation par ONGs/service étatiques (Oui ou non)

--	--	--	--	--

**Utilisation de l'argent ?**

**10. Quel pourcentage de ménages parmi vous change l'argent reçu en Naira ?**

**11. Est-ce que le change du CFA en Naira représente une contrainte (un problème) ? Si oui, lequel ?**

**12. Au sein des ménages, qui décide de l'utilisation des ressources et de l'argent?**

**13. Dans le cas de ménage polygame, la réponse ci-dessus change-t-elle?**

**14. Les hommes et les femmes utilisent-ils l'argent disponible de façon différente? De quelle manière ?**

**15. Quelle serait la forme de l'aide idéale selon vous (coupons, espèce, nature)? Et pourquoi?**

	% de préférence	Raison du choix
Coupons		

Nature		
Espèce		

**16. Comment préféreriez-vous recevoir de l'argent? (mobile money, distribution directe, etc.)**

**17. Qui au sein du ménage devrait recevoir les espèces/coupons et pourquoi?**

**18. Qui au sein du ménage devrait recevoir l'aide en nature ?**

**19. Et si le ménage est polygame?**

***Merci pour le temps que vous nous avez accordé. Y a-t-il d'autres que vous souhaitez ajouter ? Avez-vous des questions ?***

**Commentaires des énumérateurs**

## 9.5. Questionnaires adressés aux informateurs clefs

### Présentation

IRC a commissionné un consultant indépendant afin de conduire une étude de marché sur la zone du Lac Tchad.

L'entretien durera 45 minutes et les informations données seront gardées confidentielles (eg. aucun nom ou détail permettant de vous identifier ne seront inclus dans le rapport). Les données récoltées lors de cet entretien ne seront jamais communiquées à un autre organisme qu'IRC.

*Les questions de ce questionnaire seront adaptées à la fonction et l'organisation de la personne interrogée.*

### Information générale

Nom :

Fonction :

Organisation :

Adresse email :

### Questions d'introduction

1. Quelle est votre position au sein de votre organisation ?
2. Où votre organisation opère-t-elle exactement ? (*Utiliser une carte afin de voir précisément les zones d'intervention*)
3. Auprès de quel type de population (hôtes et PDIs) en sites/au sein des villages ?

### Programme

4. Quels types de programmes sont mis en place sur la zone ?
5. Utilisez-vous des transferts monétaires ?
6. Si oui, pour combien de personnes ? pour couvrir quel besoin ?
7. Si oui, quel a été le rationnel pour le choix de votre modalité (i.e. cash direct, mobile money, coupons) ?
8. Avez-vous conduit une étude afin de connaître la préférence des bénéficiaires concernant la modalité de l'assistance ? Si oui, quels ont été les résultats principaux ?
9. Quels agents et moyens de paiement utilisez-vous ? Sur quelle base avez-vous fait votre choix ?

### Impact de la dégradation sécuritaire sur le programme

10. Avez-vous opéré des changements sur le programme suite à la dégradation du contexte sécuritaire depuis fin Décembre 2019 / Début Janvier 2020 ? Si oui, lesquels ?
11. Quel a été l'impact de la crise sécuritaire sur l'approvisionnement des marchés (en particulier sur la zone de Fouli et Kaya) ?
12. En dépit des contraintes de sécurité, les produits de base arrivent-ils bien sur les marchés où les déplacés s'approvisionnent (en particulier entre Baga Sola/Bol et les marchés hebdomadaires près des camps) ?

### Risques des TM dans la province du Lac

13. Selon vous, quels sont les risques principaux liés à la mise en place d'un programme de TM dans la province du Lac ?
14. Nous avons identifié les risques suivants (auxquels nous ajoutons les risques que vous avez mentionnés). Pourriez-vous indiquer lesquels sont selon vous les plus probables et/ou graves ?

Risques	Conséquence	Probabilité	Gravité
Fluctuation du Naira			

Déplacements de populations			
Corruption			
Question des papiers d'identité			
Fermeture des frontières			
Augmentation du coût des transports/denrées			
Conséquences néfastes sur le genre/relations de pouvoir			
Autre			

15. Quels mécanismes de mitigation avez-vous mis en place pour diminuer l'importance et la probabilité de ces risques ? En particulier, sur la question de la fluctuation du Naira, quels outils de monitoring du marché avez-vous créés ?
16. IRC envisage d'augmenter son nombre de bénéficiaires pour atteindre 160 000 bénéficiaires dans la zone du Lac (pour environ 380 000 déplacés au total). Quels sont selon vous les risques d'une telle augmentation à pouvoir absorber cette augmentation ? Auriez-vous des leçons apprises à nous communiquer suite à votre propre expérience ?
17. Pensez-vous que les marchés, notamment locaux sont en capacité de prendre en charge les besoins de plus de la moitié des populations affectées par l'insécurité alimentaire ?
18. Quelle coordination existe-t-il sur les risques liés aux transferts monétaires entre acteurs humanitaires ?

### **Minimum Expenditure Basket (MEB) & mécanismes de filets sociaux**

*Cette section est en particulier destinée aux membres du CWG*

19. Comment fonctionne le MEB au Tchad ? Existe-t-il une coordination entre les acteurs humanitaires à son sujet ?
20. Quels sont les débats actuels autour de son contenu ? Que devrait-il contenir selon vous ?
21. Le MEB est-il différent pour les déplacés internes et les communautés hôtes ? devrait-il être différent en fonction de la saison ?
22. Existe-t-il un système de filets sociaux au Tchad ? si oui, quelle coordination entre l'état et les organisations humanitaires ?

### **Conclusion**

23. Y'a-t-il un sujet que je n'ai pas abordé dont vous souhaiteriez parler ?

Avez-vous des documents à me recommander ou des personnes qu'il serait intéressant que je contacte afin d'avoir des informations complémentaires pour mener cette étude ?

### **9.6. Bibliographies**

1. Les documents relatifs à la prévention de COVID 19.
2. Etude de marché et analyse de chaînes de valeur prometteuses dans le sud et l'est du Tchad, AFC Consultants International, Mars 2014 ;
3. Etude Chaîne de Valeur, Lac, CARE 2018 ;
4. Etude Chaîne de Valeur, Lac, RESILAC 2019 ;

5. Rapport thématique sur les filières en agriculture irriguée au Sahel, AFC Consultants International, avril 2015 ;
6. Etude du marché des articles ménagers essentiels, IRC, Juin 2019.