

Ministère des Enseignements Secondaire et
Supérieur (MESS)
UNIVERSITE OUAGA 2

Burkina Faso

Unité-Progrès-Justice



**UNITE DE FORMATION ET DE RECHERCHE
EN SCIENCES ÉCONOMIQUES ET DE GESTION (UFR/SEG)**

Année académique 2011-2012

MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

Pour l'obtention de la Maîtrise en Economie et Gestion des Entreprises
d'Economie Sociale et Solidaire (MEGEES)

Thème

**RÔLE DES TIC DANS LE PROCESSUS
COMMERCIAL DES PRODUITS CEREALIERS : CAS
DE LA FEDERATION DES PROFESSIONNELS
AGRICILES DU BURKINA (FEPA/B)**

Présenté par :

PILABRE Fatimata

Directeur de mémoire

Dr sylvestre OUEDRAOGO

Enseignant-chercheur

Université Ouaga II (UFR/SEG)

Décembre 2013

DEDICACES

A ma famille qui m'a toujours soutenu en m'offrant un cadre familial favorable pour mes études, je dédie ce mémoire à votre fraternité sans mesure.

A mon père, merci de m'avoir permis d'aller à l'école et merci pour tes bénédictions et sacrifice consenti pour faire de moi une fille instruite.

A ma maman chérie à qui je dois en partie ma scolarisation. Merci mère pour ton soutien moral et tes bénédictions. Tu as plus que contribué de par tes conseils et tendresse.

Mère, ce travail est dédié à ton Amour.

A tous les organisations paysannes du Burkina Faso qui militent chaque jour pour accroître leur compétitivité sur le marché et améliorer leur condition de vie.

REMERCIEMENTS

Nous adressons nos sincères remerciements à tous ceux qui de près ou de loin ont apporté leur soutien d'une manière ou d'une autre à la réalisation du présent document. Nous remercions particulièrement:

Le **Dr Sylvestre OUEDRAOGO**; notre Directeur de Mémoire qui malgré ses multiples occupations nous a toujours gratifié de ses précieux conseils et nous a énormément consacré de son temps de manière constructive

Le **corps enseignant de l'UFR/SEG de l'Université Ouaga II** pour la formation de qualité reçue tout au long de notre cursus

Tout le personnel de l'**association YAM-PUKRI** pour leurs collaborations et encouragements

Tout le personnel de la **FEPA/B** pour leurs disponibilités lors de nos différentes phases de collecte de données et en particulier **Mr Ismaël NIGNAN** pour nous avoir apporté son soutien lors de la réalisation de l'enquête de terrain dans les unions régionales de la **FEPA/B**

Tout le personnel des trois **UPPA** dont l'union du **PASSORE (CAP)**, l'union du **NAYALA (UGPCER-N)** et l'union du **HOUET (UPPA/H)** pour leur soutien et leur disponibilité lors de la phase de collecte de données.

Nous témoignons notre reconnaissance à tous ceux qui ont apporté leur soutien et des critiques lors de la rédaction du présent document.

MERCI !

SIGLES ET ABBREVIATIONS

AGRA	: Alliance pour la Révolution Verte en Afrique
AMASSA	: Association Malienne pour la Sécurité et la Souveraineté Agricole
APROSSA Alimentaire	: Association pour la Promotion de la Sécurité et de la Souveraineté
CTA	: Centre technique de coopération agricole et rurale
FARA	: Forum pour la Recherche Agricole en Afrique
FEPAB	: Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina
GPS	: Global Positioning System
GSM	: Global System for Mobile
IICD	: Institut International de la Communication et du Développement
OCDE	: Organisation pour la Coopération et le Développement Economique
ONG	: Organisation Non Gouvernementale
OP	: Organisation Paysanne
PAM	: Programme Alimentaire Mondiale
PDA	: Programme de Développement de l'Agriculture
PIB	: Produit Intérieur Brut
SIM	: Système d'Information sur les Marchés
SMIG	: Salaires Minima Interprofessionnels Garantis
SMS	: Service de Messages Courts
SONAGESS	: Société Nationale de Gestion du Stock de Sécurité Alimentaire
TIC	: Technologies de l'Information et de la Communication
UNCB	: Union Nationale des Producteurs de Céréales du Burkina
UNPCB	: Union Nationale des Producteurs du Coton au Burkina
UNPFL	: Union Nationale des Producteurs de Fruits et Légumes
UPPA	: Union Provinciale des Professionnels Agricoles

LISTE DES SCHEMAS ET DES TABLEAUX

Liste des tableaux

TABLEAU N°1 : SITUATION DES UNIONS DU PROJET D'APPUI A LA COMMERCIALISATION	25
TABLEAU N° 2 : TYPOLOGIE DES SI DES ORGANISATIONS APPLIQUEES AUX ORGANISATIONS PAYSANNES	27
TABLEAU N° 3 : REPARTITION DES ENQUETES SELON LE SEXE	35
TABLEAU N° 4 : REPARTITION DES ENQUETES SELON LE NIVEAU D'INSTRUCTION	36
TABLEAU N° 5 : LA RESPONSABILITE DES ENQUETES	36
TABLEAU N° 6 : CONNAISSANCE EN INFORMATIQUE	37
TABLEAU N° 7 : LE POURCENTAGE D'UTILISATION DES OUTILS TIC	38
TABLEAU N° 8 : L'UTILISATION DES LOGICIELS DE BASE DE DONNEES PAR PROVINCE	38
TABLEAU N° 9 : LES SERVICES TIC UTILISES	39
TABLEAU N° 10 : LES RAISONS D'UTILISATIONS DES TIC	40
TABLEAU N° 11 : LES STRATEGIES DE MINIMISATION DES COUTS D'UTILISATION PAR PROVINCE	40
TABLEAU N° 12 : MAITRISE DES PRIX ET AUGMENTATION DES VENTES	41
TABLEAU N° 13 : MAITRISE DES PRIX PAR PROVINCE	41
TABLEAU N° 14 : L'INCIDENCE DES TIC SUR LE REVENU	42
TABLEAU N° 15 : LA REALISATION D'ACTIVITES EFFICIENTES AVEC L'USAGE DES TIC.....	42
TABLEAU N° 16 : CIRCUIT D'INFORMATION FLUIDE PAR PROVINCE.....	43
TABLEAU N° 17 : LES PRINCIPALES DIFFICULTES RENCONTREES DANS LA DIFFUSION D'INFORMATION	43
TABLEAU N° 18 : CONNAISSANCE EN INFORMATIQUE ET NIVEAU DE SCOLARISATION	44
TABLEAU N° 19 : L'UTILISATION DES OUTILS TIC EN RAPPORT AVEC LE NIVEAU DE SCOLARISATION.....	45
TABLEAU N° 20 : L'UTILISATION DES OUTILS TIC ET LA RESPONSABILITE OU FONCTION	46
TABLEAU N° 21 : L'UTILISATION DES OUTILS TIC EN FONCTION DU SEXE	46
TABLEAU N° 22 : DEGRE D'UTILISATION DES OUTILS TIC PAR LA FEPA/B.....	52

Liste des figures

FIGURE N° 1 EXEMPLE DE CIRCUIT D'INFORMATION A TRAVERS LE PROGRAMME D'APPUI A LA COMMERCIALISATION	33
--	----

Liste des graphiques

GRAPHIQUE N° 1 : LES COURBES DE VENTES CEREALIERES SANS/AVEC L'UTILISATION DES TIC	56
--	----

RESUME

L'usage des TIC dans le secteur agricole ne cesse de s'étendre à travers le monde. Ils sont principalement utilisés dans le processus de production, la collecte des stocks de produits, la diffusion des prix de marchés, le contrôle de qualité des produits et la commercialisation des produits. Au Burkina Faso, des expériences d'utilisations des TIC existent au sein des organisations agricoles. Cependant, l'impact réel de ces applications dans ce secteur a été très peu démontré. Notre travail a consisté à identifier et évaluer les éléments des apports des TIC dans l'activité commerciale au sein de la Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina (FEPA/B). Les données ont été collectées au sein de trois unions provinciales de la FEPA/B dont l'union provinciale du Passoré, l'union provinciale du Nayala et l'union provinciale du Houet ainsi qu'auprès des responsables de programmes de la faitière à Ouagadougou. Les résultats ont montré que les TIC sont utilisés pour des besoins économiques et de manière stratégique de sorte à minimiser les coûts d'utilisation. Il en ressort également que les TIC permettent à l'organisation de façon générale de réduire les dépenses de commercialisation et d'accroître les revenus. Toutefois, l'insuffisance d'information sur les applications, logiciels et les multiples avantages des TIC, justifie leur utilisation à un niveau moins avancé au sein de ces organisations. Ce déficit ne contribue pas efficacement au renforcement de la capacité commerciale. Ainsi, la FEPA/B n'arrive pas à maîtriser les prix de marché et à instaurer un circuit d'information transparent même avec l'usage des TIC. Des efforts restent à développer au niveau de:

- L'organisation des séances de formation du personnel technique en informatique et Internet
- La mise en place d'une plateforme SMS pour la diffusion d'information agricole de manière efficace
- La création d'un site web portail pour promouvoir le marché, les acteurs et les produits.

Mots clés : Rôle des TIC, processus commercial des céréales, efficacité commerciale.

SOMMAIRE

dedicaces	ii
remerciements	iii
sigles et abreviations	iv
liste des schemas et des tableaux	v
resumé	vi
sommaire	vii
Introduction	1
CHAPITRE 1 GENERALITES SUR LES TIC ET LES TRAVAUX EMPIRIQUES	5
1.1 Définition des concepts	5
1.2 Le paysage TIC au Burkina Faso et les applications et/ou expériences d'utilisation .	9
1.3 Contribution des TIC à l'accroissement de l'économie	17
1.4 Les limites du champ des TIC	19
CHAPITRE 2 CADRE METHODOLOGIQUE ET PRESENTATION DE LA FEPAB .	21
2.1 Cadre méthodologique	21
2.2 Présentation de la Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina	28
CHAPITRE 3 PRESENTATION DES RESULTATS DE TERRAIN.....	35
3.1 Les caractéristiques socio professionnelles des enquêtés	35
3.2 Les modes d'utilisation des outils TIC.....	37
3.3 Les variables d'efficacité commerciale.....	41
3.4 Les relations entre les variables	44
CHAPITRE 4 ANALYSE /INTERPRETATION DES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS	48
4.1 La quasi présence des TIC dans le processus commercial de la FEPA/B.....	48
4.2 L'impact des variables socio professionnelles des enquêtés sur l'utilisation des TI	49
4.3 Analyse et interprétation du degré et mode d'utilisation des TIC et de l'efficacité commerciale de la FEPAB.....	51
4.4 Les recommandations et leurs modalités de mise en œuvre	59
conclusion	62
bibliographie	64
Table des matières.....	67
annexe	69

INTRODUCTION

L'avènement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) représente une mutation pour nos sociétés en ce sens qu'elles permettent entre autres de s'instruire, s'informer, se divertir, ou de communiquer dans de meilleures conditions en supprimant toute notion de distance, de frontière. Partout dans le monde, les usages des TIC ne cessent de s'étendre. De l'agriculture et de la gestion des forêts (traçabilité des bois pour lutter contre le trafic), au contrôle global de l'environnement planétaire, les TIC jouent un rôle considérable. Du commerce, de l'information, en passant par la gestion de multiples bases de données, sans oublier la santé, les TIC ne cessent de prendre une place croissante dans la vie humaine et le fonctionnement des sociétés.¹

Le grand engouement des organisations de la société civile et des institutions internationales dans le domaine TIC et Agriculture témoigne de l'intérêt porté au développement des TIC pour le monde agricole. Ceci dit, que ce soit sur le plan national ou international, on assiste à la montée des forums, des conférences, des colloques et des ateliers d'échange.² Parmi tant d'autres nous pouvons citer le forum régional sur la commercialisation des produits agricoles à travers les TIC organisé par IICD et Burkina NTIC en novembre 2009 au Burkina Faso, la conférence débat sur « les TIC au service du développement rural » organisé par la Fondation pour l'Agriculture et la Ruralité dans le Monde (FARM) en juin 2009 à Paris et la conférence internationale sur les TIC et l'Agriculture organisé par le CTA en novembre 2013 à Kigali.

La contribution des TIC au développement des activités et de l'économie devient un réel facteur pour beaucoup d'auteurs. Selon la Banque Mondiale (2009)³, le secteur des TIC contribue à l'accroissement du Produit Intérieur Brut (PIB) dans un pays comme le Burkina Faso où la part du secteur des télécommunications est passée de 2% en 2000 à 4% en 2007. En 2005, INTELECON et McCarthy Tétrault rapportent que les outils TIC sont des moyens pour réduire les dépenses et accroître le revenu.

Dans le secteur agricole, les écrits montrent que les TIC jouent un rôle considérable dans le processus de production, dans la collecte des récoltes, dans la diffusion des prix, dans le

¹ fr.wikipedia.org/wiki/Technologies_de_l'information_et_de_la_communication, 14/8/12

² Pour les conférences et les forums, voir www.inter-reseaux.org/mots/TIC, www.fondation-farm.org/spip.php?mot14, www.burkina-ntic/reportage-tic-et-agriculture

³ Christine Zhen-Wei Qiang, N°4, Novembre 2009

contrôle de qualité des produits et surtout dans la commercialisation des produits. En effet, il a été rapporté que le service *manobi* au Sénégal envoie aux agriculteurs des informations sur les marchés, sur les récoltes qui les intéressent afin de leur permettre de commercialiser activement, de mieux se décider. Un inventaire (GAKURU, WINTERS & STEPMAN, 2009)⁴ vient compléter le potentiel d'utilisation des TIC en montrant comment en Ouganda des agriculteurs relisent leur conférence par téléphonie mobile. Il existe aussi un système de messagerie vocale via téléphonie mobile qui permet aux agriculteurs d'avoir tous types d'informations. C'est un enregistrement vocal interactif leur favorisant la transmission des informations souhaitées en langues nationales. Un autre modèle a été développé au Kenya, avec le projet "*banana information line*". Le service téléphonique de synthèse de la parole à partir du texte (TTS) fournit aux agriculteurs des informations, en anglais ou en kiswahili, sur la manière de planter, de faire croître et de récolter les bananes.

Le Burkina Faso, avec une large partie de son PIB (16,9% en 2008) provenant du secteur agricole et une activité exercée par une forte densité de sa population (80%)⁵ localisée en milieu rural (70%), n'est toutefois pas en marge de cette révolution technologique des TIC dans ce secteur.

Plusieurs expériences d'utilisation des outils TIC par les organisations faîtières comme la Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina (FEPA/B) ont été rapportées. En 2009, S. OUEDRAOGO dans un rapport pour l'Institut International de la Communication et du Développement (IICD)⁶ sur l'état des lieux des TIC dans les organisations paysannes au Burkina Faso, a montré qu'en matière de visibilité et de marketing des produits agricoles, des efforts ont été enregistrés avec la création des sites web. Le rapport a également évoqué le cas de certaines organisations au Burkina Faso ayant des expériences en matière de promotion et commercialisation des produits à travers les TIC. Le rôle des TIC dans la traçabilité des produits avec l'utilisation du GPS a été également souligné. Des organisations à travers le web trouvent de meilleures techniques de production ou de transformation des produits. Néanmoins, peu d'études mesurent la portée réelle des TIC sur les activités de ces organisations faîtières.

⁴ FARA : inventaire des services d'information agricoles novateurs utilisant les TIC

⁵ Rapport général sur le Ministère de l'Economie et des Finances, 2011

⁶ S OUEDRAGO, 2009

Ainsi, dans le souci d'évaluer les effets de l'utilisation des TIC par les organisations paysannes dans la commercialisation des produits agricoles; ce mémoire de recherche a été orienté sur : « *rôle des TIC dans le processus commercial des produits céréaliers: cas de la FEPA/B* ».

Dans l'optique de mieux construire l'objet de l'étude, une question générale se pose;

L'utilisation des TIC dans la commercialisation des produits céréaliers permet-elle à la FEPA/B d'accroître ses performances commerciales?

Les questions secondaires:

- Quel est le mode d'utilisation des TIC dans l'activité commerciale des produits céréaliers de la FEPA/B ?
- la FEPA/B bénéficie-t-elle de performance commerciale dans l'utilisation des TIC pour la commercialisation des produits céréaliers ?

L'objectif général est d'identifier les éléments d'apports des TIC dans l'activité commerciale de la FEPA/B

Les objectifs spécifiques de cette étude sont:

- Analyser le mode d'utilisation des TIC dans le processus commercial de la FEPA/B;
- Identifier les performances commerciales de la FEPA/B dans l'utilisation des TIC.

Hypothèse principale :

Les expériences d'utilisations des TIC dans le domaine agricole au Burkina Faso montrent que les outils et services TIC offrent un certain nombre d'avantages pour une meilleure commercialisation des produits agricoles. La FEPA/B, une Organisation Paysanne du Burkina Faso utilise également les TIC dans son processus commercial. C'est dans ce sens que nous avons formulé l'hypothèse suivante :

Les expériences de la FEPA/B dans l'utilisation efficace des TIC lui permettent d'accroître son efficacité commerciale.

Cette efficacité d'utilisation sera vérifiée à travers le degré et le mode d'utilisation des TIC et aussi à travers le renforcement de capacité commerciale.

Hypothèses secondaires:

- La FEPA/B possède un mode d'utilisation économique des TIC dans l'activité commerciale des céréales ;

— L'utilisation des TIC permet à la FEPA/B d'accroître son efficacité commerciale.

La possession d'un mode d'utilisation économique des TIC sera vérifiable par les indicateurs tels les types d'outils et services TIC utilisés, les raisons d'utilisation et la présence de stratégies de minimisation des coûts d'utilisation.

L'accroissement de l'efficacité commerciale par l'utilisation des TIC se fera par la maîtrise des prix de marchés, l'augmentation des forces de vente, l'augmentation du revenu et la possession d'un circuit d'information commerciale fluide.

L'intérêt de cette étude est académique; elle nous permettra d'avoir des connaissances sur la manière d'utilisation des TIC dans le monde agricole. De manière contributive, les résultats de cette étude pourront être utilisés pour la formulation d'un projet de renforcement des capacités commerciales de la Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina. A défaut, la structure elle-même pourra utiliser ces données pour le renforcement de capacités de ses acteurs.

Cette étude est articulée autour de quatre (04) chapitres. Le premier chapitre aborde les éléments sur la généralité des TIC et les travaux empiriques. Le second présente le cadre méthodologique et la structure d'étude. Le troisième chapitre, expose les résultats de l'étude. Le dernier chapitre comporte l'analyse et l'interprétation des données ainsi que des recommandations faites à la structure d'étude pour une efficacité dans l'usage des TIC au sein de son processus commercial.

CHAPITRE 1 GENERALITES SUR LES TIC ET LES TRAVAUX EMPIRIQUES

Le secteur TIC et Agriculture est un domaine où interviennent plusieurs concepts à caractère polysémiques. Pour mieux cerner les concepts utilisés dans le cadre de ce mémoire, il est essentiel de les clarifier. Le paysage TIC au Burkina Faso ainsi que les usages possibles et expériences d'utilisation des TIC feront également l'objet de ce chapitre. Il est aussi question de présenter les travaux empiriques sur la contribution des TIC à l'accroissement de l'économie. Les aspects limitant l'utilisation des TIC seront mentionnés dans cette partie.

1.1 Définition des concepts

Cette étude abordant la relation entre les outils des TIC et les activités commerciales des produits agricoles dans les milieux ruraux, il est important de maîtriser la sémantique des différents termes utilisés autour de ces deux concepts essentiels.

1.1.1 Définition des termes informatiques

Les termes informatiques abordés ici incluent les TIC, l'Internet, la téléphonie mobile, le système de gestion de base de données et le web 2.0. De manière générale, ces termes sont souvent polysémiques et leurs définitions ont évolué avec le temps et parfois harmonisées par certaines institutions labélisées. Des tentatives de définition de ces termes ont été abordées et elles se présentent comme suit:

— Définition TIC

En 1998, l'Union Européenne et la France ont défini le secteur des TIC sous la forme d'une liste d'activités recouvrant trois filières. Ainsi, pour l'Union Européenne, les TIC, font référence à plusieurs paramètres dont l'informatique qui se rapporte à la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui incluent les réseaux et donc l'Internet, et enfin l'électronique.

Tout comme les autres définitions des TIC, l'Organisation pour la Coopération et le Développement Economique (OCDE) définit également le secteur des TIC à travers les domaines

d'activités. Les TIC comprennent les secteurs manufacturiers et des services qui facilitent la transmission, le stockage et le traitement de l'information par des moyens électroniques.

Cette variabilité sémantique du terme TIC rend sa définition plurielle et non-statique. C'est une sphère très large qui intègre un ensemble de technologies dont le dénominateur commun serait le numérique. En effet, avec le numérique, les sciences de la communication, de l'information et de la télécommunication se sont fusionnées pour donner naissance aux TIC.

Dans le présent document, nous retiendrons le téléphone mobile, l'ordinateur, l'Internet, la radio et les logiciels de gestion de bases de données comme outils des TIC.

— Définition de l'Internet

L'Internet est un réseau informatique créé grâce à l'interconnexion de réseaux et d'ordinateurs⁷. Selon certains sites web⁸, l'Internet est un système d'interconnexion de machines, utilisant un ensemble standardisé de protocoles de transfert de données.

— Définition de téléphonie mobile

La téléphonie mobile est définie comme un moyen de communication par téléphone sans fil. Elle est basée sur la radiotéléphonie c'est-à-dire la transmission de la voix à l'aide des ondes radioélectriques d'une fréquence comprise entre 900 et 1800 MHZ ou/et compris entre 850 et 1900 MHZ⁹.

— Définition d'un système de gestion de base de données

Selon Antoine CORNUEJOLS¹⁰, un système de gestion de base de données est un logiciel de haut niveau permettant aux utilisateurs de structurer, d'insérer, de modifier et de rechercher de manière efficace des données spécifiques au sein d'une grande quantité d'informations, stockées sur des mémoires secondaires et partagées de manière transparente par plusieurs utilisateurs.

De manière plus simple, Richard GRIN¹¹ dira qu'un système de gestion de base de données est un logiciel qui permet d'interagir avec une base de données. Pour cet auteur, une base de

⁷ www.dicodunet.com/définition/Internet, 4/9/13

⁸ fr.wikipedia.org/wiki/Internet, 4/9/13

⁹ fr.wikipedia.org/wiki/Téléphonie_mobile, 4/9/13

¹⁰ Antoine CORNUEJOLS (2009-2010) AgroParis tech, 121 p

¹¹ Richard GRIN, version 2.1.5/12/2000, page 1-22

données est un ensemble structuré de données enregistrées dans un ordinateur et accessibles de façon sélective par plusieurs utilisateurs.

— **Définition du web et web 2.0**

Le web de façon générale est un service de l'Internet. Sur le site de l'internaute¹², le web est un système hypertexte utilisant le protocole http (HyperText Transfer Protocol) permettant de visiter des pages sur le réseau internet. Cependant, le web2.0 est défini comme la forme la plus simple du web. L'expression web 2.0 désigne l'ensemble des techniques, des fonctionnalités et des usages du World Wide Web qui ont suivi la forme originelle du web, en particulier les interfaces permettant aux internautes ayant peu de connaissances techniques de s'approprier les nouvelles fonctionnalités du web. Cette définition est partagée par Raphael Grolimund (2011), qui stipule que le web2.0 permet à tout internaute de devenir producteur d'information, en plus d'être consommateur et sans la moindre connaissance en programmation. Il compte parmi les services du web2.0, YouTube, face book, tweeter, blogs, LinkedIn In, Viadeo, net log, Google et Wikipédia.

1.1.2 Définition des termes commerciaux

Par équivalence aux précédents concepts relatifs aux TIC, il a été défini dans ce sous-volet, les termes appropriés au commerce comme la commercialisation, le processus commercial, l'efficacité commerciale, l'asymétrie d'information et activité efficiente utilisés dans les pages.

— **La commercialisation**

La commercialisation est l'action de faire entrer dans le circuit de distribution un produit commercial¹³. Kohler (1992, cité par Patience Mpanzu BALOMBA) définit la commercialisation comme étant le processus managérial destiné à approvisionner en produits ou en services les consommateurs qui en ont besoin et qui désirent s'engager dans les échanges à travers un réseau de commerce.

Dans le cadre de cette étude, le terme « commercialisation » se traduit comme la mise sur le marché ou la mise en vente des produits.

¹² www.linternaute.com/dictionnaire/définition

¹³ <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/commercialiser/17496,5/9/13>

— **Le processus commercial**

Le processus commercial est constitué de l'ensemble des étapes qui vont de la création de l'offre commerciale jusqu'à la livraison du produit (Philippe de la Houplière, 2007). Pour cet auteur, le processus de vente commence d'abord par l'analyse des besoins du prospect identifié, se poursuit par la définition du produit adapté à ces besoins, la détermination du prix et délai, la rédaction du devis et la prise de commande. Ensuite, vient la préparation des commandes. Enfin, on a la livraison d'un produit conforme aux attentes du client.

Le processus commercial dans la présente étude consiste d'abord ; à la détermination du marché et à la recherche du prix de marché pour fixer le prix de vente. Ensuite, suit l'étape de la collecte de stocks et la gestion des stocks pour respecter les normes de qualité. Enfin, vient boucler l'étape de livraison qui consiste à acheminer ou à remettre sur place la commande.

— **L'efficacité commerciale**

Dans un rapport de LD expertise (2010), « être efficace » serait de produire des résultats escomptés et réaliser des objectifs fixés, par exemple dans les domaines de la qualité, de la rapidité et des coûts.

L'efficacité commerciale dans le cadre de notre étude fait référence à la maîtrise des prix, à l'augmentation des ventes, l'augmentation du revenu et à la fluidité de l'information à travers l'utilisation des TIC.

— **Activité efficiente**

Le terme efficience est défini comme : « mesure du rapport entre les biens produits ou les services livrés et les ressources utilisées. Ce rapport est établi en fonction du niveau de services requis (qualité des services) » (SCT Québec, 2002, P.27)¹⁴. Dans le même ordre d'idée, Siegfried HANHART dans un support de cours¹⁵ définit l'efficience en termes de relation entre les moyens mis en œuvre et les résultats obtenus. Selon Jacques LEPLAT dans : « *Les habiletés cognitives dans le travail* » en 1989, une activité sera dite d'autant plus efficiente qu'elle permettra d'atteindre à moindre coût (énergie et cognitif) le même niveau d'efficacité.

¹⁴ Cité par Caroline LAROCHELLE dans un colloque sur les résultats, efficacité et efficience, novembre 2006, page 1-25

¹⁵ Les systèmes de formation et leur contexte : enjeux politiques et économiques des systèmes éducatifs, code 742003, année universitaire 2013-2014, pages 1-11

A l'issue de ces définitions, nous retiendrons qu'une activité efficiente est celle dont la réalisation est efficace en rapport avec l'utilisation d'un moyen ou ressource à moindre coût (prix et énergie).

— **Asymétrie d'information**

Selon d'Alain Herscovici cité par Stiglitz (2003, P15), il y a asymétrie d'information lorsqu'un agent ou un groupe d'agents détient des informations qui ne seront pas révélées aux autres agents qui interviennent sur le marché. Pour le Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS), il y a asymétrie d'information lorsqu'au cours d'un échange ou d'un contrat, certains participants disposent d'informations pertinentes que les autres n'ont pas.

A l'issue de ces deux définitions, l'asymétrie d'information est pour nous, la détention ou la transformation de l'information par les acteurs. C'est-à-dire, la dénaturation du poids informationnel d'un point à un autre.

1.2 Le paysage TIC au Burkina Faso et les applications et/ou expériences d'utilisation

Le paysage TIC au Burkina Faso sera présenté à travers les politiques gouvernementales, les différents opérateurs téléphoniques, le parc d'utilisateurs TIC et les fournisseurs internet. Les types d'usage TIC dans le domaine bancaire, commercial et agricole seront aussi présentés. Les applications et expériences d'utilisations des TIC seront également mentionnées.

1.2.1 Le paysage TIC au Burkina Faso

Le gouvernement burkinabé dans sa stratégie de lutte contre la pauvreté a élaboré une politique nationale de promotion et de vulgarisation des TIC pour le développement.

Dès 1968, le pays s'est doté d'une structure chargée de gérer le réseau et les services de télécommunication. Le gouvernement burkinabé, conscient de l'importance et de l'enjeu que représente pour le pays la maîtrise de l'outil informatique, a procédé à la création du Centre National de Traitement de l'Information (CENATRIN) en 1970 et mis en place un service d'accès Internet à l'attention du grand public en 1977. Dans tous les domaines d'activités, l'intégration des TIC devient un phénomène incontournable pour le gouvernement burkinabé. Avec la politique nationale de promotion et de vulgarisation des TIC pour le développement,

on assiste à la création de programmes tels que le “e-gouvernement”, le “e-santé”, le “e-agriculture”, le “e-éducation”.

Les années 1990 marquent un tournant important dans le secteur des TIC avec le début de la libéralisation partielle. On a donc permis aux privés d’ouvrir des télécentres privés, ce qui n’était pas possible auparavant. Deux opérateurs de téléphonie mobile privée s’installent à partir de 1996 et le pays est connecté au réseau Internet à la faveur de la conférence France-Afrique de la même année.

Parmi ces opérateurs téléphoniques, la société de Télécommunication Mobile du Burkina (TELMOB) a pu s’installer en 1996. L’arrivée des autres opérateurs (TELECEL et CELTEL devenu AIRTEL) en 1999 et 2001 a permis d’accroître sensiblement le nombre d’abonnés, la couverture nationale ainsi que la baisse des prix de communication. Depuis 2001, les trois opérateurs mobiles Global System for Mobile communications (GSM ; norme numérique de seconde génération pour la téléphonie mobile) se partagent le marché de la téléphonie mobile au Burkina Faso. Au 31 décembre 2011, l’ensemble des opérateurs mobiles totalisait un parc de 7 682 100 abonnés, soit une croissance annuelle nette de 1 194 250 et relative de 34,58% par rapport à l’année précédente (ARCEP, 2011)¹⁶. La télé-densité mobile s’établit ainsi à 47,28 lignes pour 100 habitants. En décembre 2012, ce parc d’abonnés enregistre 9 976 105 utilisateurs, ce qui correspond à une télé-densité mobile de 59.45 téléphones pour 100 habitants (ARCEP, 2012)¹⁷.

De part sa politique d’intégration des TIC pour le développement, le pays a enregistré en début de l’année 2000 un effectif de 10 000 ordinateurs. Cet effectif a triplé depuis la fin de l’année 2000, pour passer à 30 000 unités (IICD, 2007)¹⁸. Le nombre d’abonnés à Internet était de 340 025 à la date du 31 décembre 2011 contre 28 741 en 2010, soit une croissance de 1 083,06%. Mais, le parc des utilisateurs effectifs d’Internet via les réseaux de téléphonie mobile était estimé à 594 498 à la date du 31 décembre 2012 contre 308 526 en 2011 (ARCEP, 2012).

Selon le rapport de l’ARCEP en 2011, le pays dispose d’une dizaine de fournisseurs d’accès à Internet réellement actifs dont CENATRIN, FASONET, LIPTINFOR, RIVER TELECOM ,

¹⁶ Rapport ARCEP 2011

¹⁷ Rapport ARCEP 2012

¹⁸ S OUEDRAOGO, août 2007

NETACCESS ,DELGI, ZCP, IPSYS, ASD TECHNOLOGIES, CFAO TECHNOLOGIE, A-LINK , E-PROCESS, GIGANET

Les TIC, depuis leur avènement au Burkina Faso, ne cessent de gagner du terrain et de se révéler comme de véritables outils capables d'atteindre les objectifs économiques et sociaux.

1.2.2 Les types d'usages des outils TIC

Le téléphone portable est de loin l'outil des TIC le plus utilisé. En effet, avec l'évolution, le téléphone portable peut afficher une multitude d'applications et répond convenablement aux besoins des utilisateurs quel que soit leur position géographique. En 2009, Hannah BEARDON¹⁹ dans son étude sur les téléphones mobiles au service du développement montre à travers des exemples d'applications dans divers pays, comment les téléphones portables jouent un rôle prépondérant dans le développement des micro-finances, dans le domaine de l'agriculture, et dans le commerce etc. Ce rapport présente des exemples d'applicabilité et de l'usage des téléphones mobiles dans bien de domaines variés en fonction des besoins et du contexte.

— Domaine bancaire

Le système M-Pesa au Kenya permet d'envoyer de l'argent, de faire des virements à travers le service SafariCom sans avoir un compte bancaire. Il suffit que le service soit installé sur le SIM et le téléphone portable. En Ouganda, la plate-forme de services bancaires mobiles de MAP international relie les clients non desservis et sous desservis au secteur bancaire formel. Dans un article paru en Juillet 2012, HENRY BOLI²⁰ nous informe sur l'existence d'un système de transaction financière via les téléphones mobiles. En effet, dans le souci de rendre les services financiers accessibles en milieu rural et partant accroître le taux de bancarisation, AIRTEL Burkina lance le système "*airtel money (m-ligdi)* " en collaboration avec ECOBANK, comme la solution de monétarisation mobile. Le système permet aux utilisateurs d'acheter des biens, de régler des factures, de transférer de l'argent, etc. Il convient de noter que bien avant ce système d'Airtel, le groupe INOVA offrait déjà aux particuliers et aux institutions des services de paiements et de transactions électroniques variés.

¹⁹ Rapport PLAN 2009

²⁰ <http://zoodomail.com/spip.php?article2057>

— Domaine agricole et commercial

Dans le domaine agricole et commercial, plusieurs exemples de cas pratiques sur l'usage des TIC en Afrique existent. C'est le cas de *manobi* au Sénégal qui envoie aux agriculteurs des informations sur les marchés, sur les récoltes qui les intéressent afin de leur permettre de commercialiser activement, et de mieux se décider. Une autre étude vient compléter le potentiel d'utilisation des téléphones mobiles en montrant comment en Ouganda des agriculteurs font leur conférence par téléphonie mobile. Il existe aussi un système via téléphonie mobile qui permet aux agriculteurs d'avoir tous types d'informations une fois qu'ils appellent ils sont automatiquement reliés à un enregistrement vocal interactif qui les guide pour qu'ils obtiennent des informations voulues en langues nationales (GAKURU, WINTERS & STEPMAN)²¹. Il existe également dans cette étude une panoplie de services d'informations agricoles novateurs avec les téléphones mobiles. Toujours au Kenya, avec le projet banana information line, le service téléphonique de synthèse de la parole à partir du texte (TTS) fournit aux agriculteurs des informations en anglais ou en kiswahili sur la manière de planter, faire croître et récolter les bananes. L'alliance des familles pour le développement et la coopération (FADECO) en Tanzanie permet aux agriculteurs d'avoir des informations agricoles à travers le système de messagerie électronique. Les téléphones portables sont également importants dans le marché du bétail. Dans le processus de recherche d'informations sur le marché du bétail de Fada N'gourma (Burkina Faso), 90% des enquêtés ont privilégié le téléphone portable comme outil de communication. Cet usage est limité à la communication vocale et seulement 20% utilisent la fonction SMS (BAKYONO, 2007)²². Cette étude a notamment mentionnée l'existence d'un besoin réel de supports adaptés pour la collecte et la diffusion des informations au profit des acteurs du marché du bétail.

1.2.3 Les applications et les expériences d'utilisation des TIC dans le domaine agricole au Burkina Faso

Les applications et les avantages des TIC pour le monde agricole seront présentés. Les expériences d'utilisation des TIC dans le domaine agricoles dans le cadre du Burkina Faso seront aussi citées.

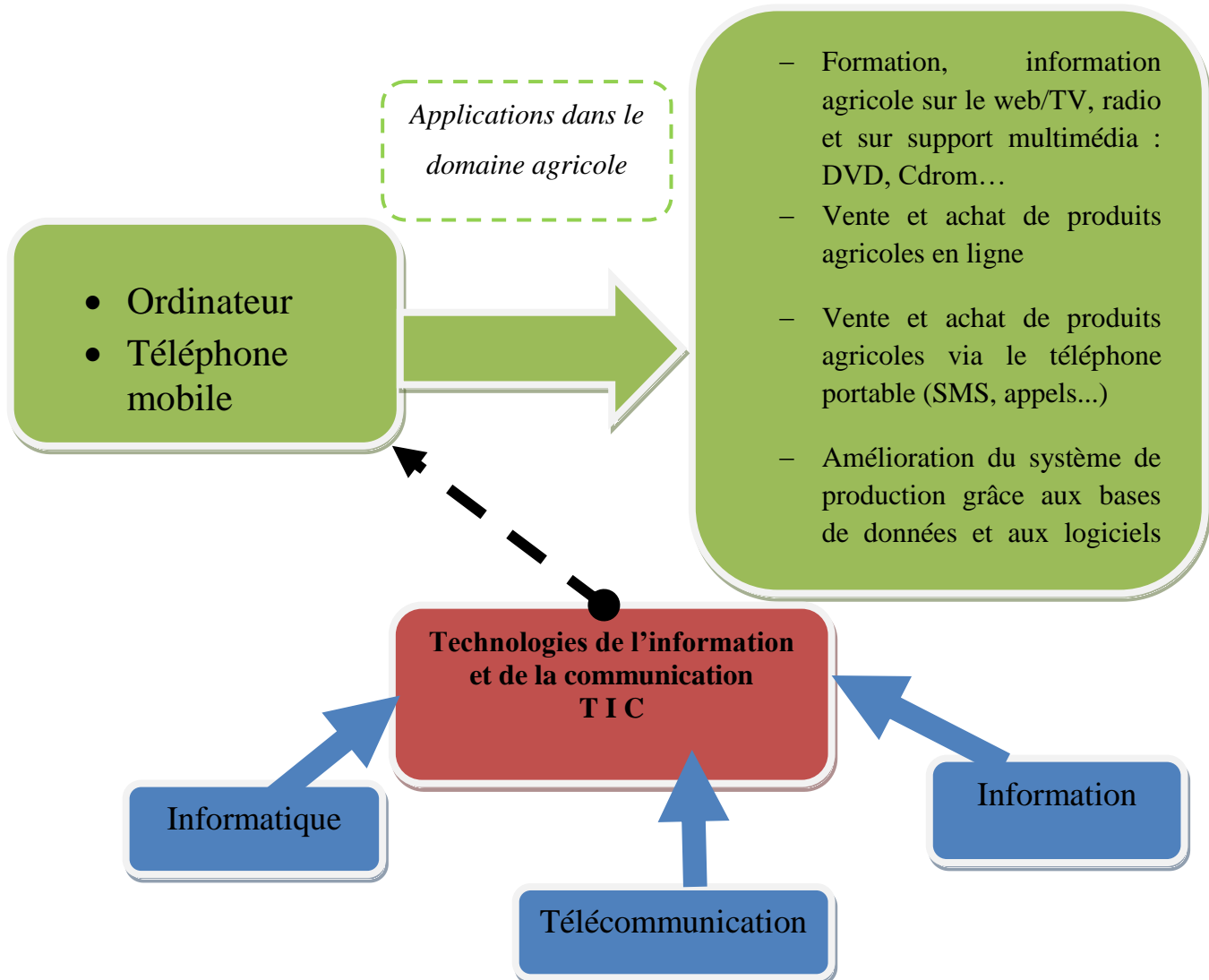
²¹ FARA, 2009

²² Charles Lovis Bakyono, 2007

Les outils TIC font l'objet de plusieurs applications dans le monde agricole. Leur utilisation, le partage d'information, les négociations commerciales (possibilité d'achat-vente en ligne) et les besoins de formation sur les technologies agricoles.

Le schéma ci-dessous est un descriptif mettant en évidence la relation entre diverses applications possibles dans le milieu agricole

Figure n°1: Aperçu synthétique des TIC dans le domaine agricole



Source : Adapté de OUEDRAOGO. S, IICD 2009

D'une façon générale, dans le domaine agricole, les TIC sont utilisées pour la diffusion d'information sur les prix et les stocks agricoles, la visibilité et le marketing des produits, la

traçabilité et la certification des produits, les échanges et le partage d'expérience entre les producteurs.

De manière explicite, leurs intérêts peuvent se mesurer à deux niveaux. D'une part, elles facilitent l'accès à l'information (limitant le temps et brisant les barrières d'espace), favorisant ainsi la sensibilisation des producteurs sur les différentes techniques culturales, les possibilités de ventes et achats de produits agricoles en ligne ou à travers le téléphone portable (SMS, appels,...). D'autre part, elles peuvent contribuer énormément à l'amélioration du système de production grâce aux logiciels de gestion de bases de données et aux logiciels de gestion d'exploitation agricole.

Au-delà de ces applications et ces avantages d'utilisation des TIC pour le monde agricole, il convient de recenser les expériences d'utilisations dans le cadre du Burkina Faso.

La diversité des acteurs dans le domaine des TIC pour le développement du secteur agricole est en vogue au Burkina Faso. Parmi ces acteurs, nous pouvons citer les organisations faitières, le Centre national de documentation agricole, la Direction de vulgarisation agricole et de la recherche de développement du Ministère chargé de l'agriculture, et les services similaires (institutions internationales, ONG et médias).

Les institutions publiques disposent des services et moyens de diffusion d'informations agricoles. Le gouvernement a mis en place des centres chargés de la collecte, du traitement et de la diffusion d'informations agricoles à travers le Centre national de documentation agricole, la Direction générale des prévisions et statistiques agricoles. Les moyens utilisés sont généralement les journaux, les radios, l'Internet, la télévision nationale, les fax et les téléphones.

Les organisations paysannes, pour la diffusion d'information, disposent des journaux en langues nationales et en français, des radios, des sites web, des animateurs de terrain etc. Elles disposent de moyens comme le téléphone fixe et le téléphone portable, les courriers, l'Internet etc. Ces organisations paysannes produisent des bulletins et livrets en langue nationale, des affiches, dépliants, des cassettes vidéo et audio, organisent des animations publiques, des rapports, des visites sur le terrain. Elles outillent leurs animateurs en compétences pour collecter, traiter et diffuser des données.

Vu que le sujet des TIC pour le monde agricole est très vaste, une orientation sera faite sur les expériences dans le domaine de la commercialisation. La commercialisation des produits agricoles est une source d'accroissement des revenus et un moyen d'amélioration des conditions de vie des organisations paysannes. Au Burkina Faso tout comme dans la sous-région, les Organisations Paysannes (OP) s'investissent pour une meilleure commercialisation de leurs produits. C'est ainsi que l'on dénombre une multitude d'expériences de l'utilisation des TIC par ces OP pour une commercialisation efficace des produits. Ces expériences d'utilisation seront recensées à travers les points comme la recherche des prix à travers les systèmes d'information, la visibilité et marketing des produits et la traçabilité et certification des produits.

— **La recherche des prix et stock des produits à travers les systèmes d'information**

Le prix est un élément fondamental dans la commercialisation des produits. Les prix des produits agricoles fluctuent périodiquement en fonction des saisons, de l'offre et de la demande. C'est ainsi que les OP recourent au Système d'Information sur les Marchés (SIM) pour la recherche de marchés et de meilleurs prix pour leurs produits. Parmi les SIM utilisés au Burkina Faso par les OP, il y a la SONAGESS, le bulletin AFRIQUE VERTE (plateforme Esoko.com et simagri.com).

Le système d'information de la SONAGES utilise le mécanisme national de récolte de données sur les prix agricoles. Le SIM a pour objectif d'assurer la transparence du marché céréalier par la collecte, le traitement et la diffusion de l'information sur les prix des céréales. Le SIM contribue aussi au bon fonctionnement de la SONAGESS en fournissant des informations sur les marchés céréaliers favorables aux opérations de collecte.

Afrique Verte Internationale et ses associations locales, l'Association pour la Promotion de la Sécurité et de la Souveraineté alimentaire (APROSSA) au Burkina Faso et l'Association Malienne pour la Sécurité et la Souveraineté Agricole (AMASSA) au Mali, travaillent depuis deux décennies sur le terrain de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, Mali et Niger. Elle dispose d'un bulletin de situation des prix et des offres de céréales qui est diffusé régulièrement par bulletin électronique (www.esoko.com et www.simagri.com) aux acteurs de la filière de céréales.

Grâce au système de téléphonie mobile mis en place par le projet *Manobi*, les producteurs et autres acteurs reçoivent l'information sur les marchés en temps réel à tout moment. Ces

informations peuvent porter sur le prix des tomates, les différences de prix établies pour les céréales dans deux villes différentes etc. Connaître les prix du marché en temps réel place les producteurs en meilleure position pour négocier avec les intermédiaires.

— La visibilité et marketing des produits

L'expérience en matière de visibilité et marketing des produits a été possible par la création des sites web par les OP. Parmi ces expériences, nous pouvons citer le cas de la FEPASSI, de la FENOP et de l'association SONGTAAB YALGRE. Ces structures, à travers leurs sites web, arrivent à se faire connaître, à commercialiser leurs produits en ligne et à accroître leurs chiffres d'affaire. Par exemple, sur le site de Song Taaba, il est possible de voir les produits, leurs caractéristiques et les conditions d'achat. L'association arrive à mieux vendre ses produits, même à l'international. L'encadré ci-dessous en témoigne de l'accroissement des ventes avec la création de leur site web

Encadré n°1

« Avant, l'on produisait du beurre de karité sans pour autant l'exporter. La production était ponctuelle car les clients n'étaient pas fidèles. Maintenant, ils le sont et passent régulièrement des commandes.

90% de nos commandes nous parviennent grâce au Net. Sur notre site, nous disposons d'un formulaire de commande. Nos ventes d'années en années augmentent. En 2004, 30 tonnes ont été exportées ; 2005, 10 tonnes. Cette dernière baisse est due à des problèmes internes », s'empresse de rectifier Noélie Ouédraogo, responsable du projet Maison pour l'information et la promotion du karité (Miproka).

Source : bulletin Burkina-NTIC (Juin 2007) ; les meilleurs pratiques TIC.

— La traçabilité et certification des produits

L'association SONGTAAB YALGRE est une organisation de femmes, spécialisée dans la production de produits à base d'oléagineux. Elle produit du beurre de karité ordinaire et du beurre de karité biologique. La production du karité biologique est très contraignante surtout que nous avons à faire à un arbre sauvage. La production biologique demande que l'on puisse, à partir du produit fini, remonter jusqu'aux fruits de l'arbre et à l'arbre lui-même. Il faut également délimiter un espace où des cultures utilisant des intrants chimiques sont proscrites. L'utilisation des intrants chimiques pose en effet, des problèmes au niveau de

l'absorption des arbres de karité qui voient leurs fruits et par conséquent le beurre pollué d'agents chimiques.

Pour faciliter la traçabilité, l'utilisation de GPS est donc recommandée ; c'est ce que SONGTAABA entreprend avec des femmes productrices formées à cet effet. L'association arrive grâce à cela à avoir la certification plus facilement de ses produits et à les commercialiser à l'extérieur.

1.3 Contribution des TIC à l'accroissement de l'économie

Bien que l'avènement des téléphonies mobiles soit très récent dans nos sociétés, des études en rapport direct ou indirect sur le thème ont été menées. La majorité des écrits est surtout orientée sur l'importance de la téléphonie mobile dans le processus de développement. Le taux de pénétration de la téléphonie mobile a des impacts positifs sur la croissance économique en Afrique.

Dans un rapport de S OUEDRAOGO (IICD, 2009)²³, le nombre d'abonnés, tout réseau confondu, est passé de 1 016 605 en 2006 à 1 858 039 en 2007, soit une croissance de 82.77%. De par sa pénétration, il a contribué à la fiscalité du pays à hauteur de 30565331 en 2008 contre 22664354 en 2007 soit une augmentation de 34.65% (Rapport de synthèse du conseil d'administration du secteur ministériel, 2009). Ce rapport a également montré que les TIC sont en pleine expansion. Par ailleurs, des études ont montré que chaque hausse de 10 points de pourcentage de la pénétration de téléphonie mobile s'accompagne d'une croissance économique de 0.8 points dans les pays en développement (Banque mondiale, 2009).²⁴ Il a également mentionné que les téléphonies mobiles constituent une source de croissance de l'économie des pays en développement. Avec NASSA DABIE DESIRE AXEL (2011)²⁵ en Côte D'Ivoire, l'explosion des téléphonies mobiles a contribué à légaliser le commerce informel en développant un pool d'activités commerciales de subsistance. En 2012, OUEDRAOGO²⁶ à travers un modèle économétrique montre que la diffusion du mobile dans l'économie contribue à l'augmentation de la production globale et que le téléphone est en train de devenir un facteur important pour la bonne marche des activités économiques.

²³ S OUEDRAGO, 2009

²⁴ Christine Zhen-Wei Qiang N°4, Novembre 2009

²⁵ NASSA DABIE DESIRE AXEL, version 1, décembre 2011

²⁶ S.OUEDRAGO, 2012

Selon la Banque Mondiale (2009), le secteur des TIC contribue à l'accroissement du PIB dans un pays comme le Burkina Faso où la part de revenu du secteur des télécommunications du PIB est passée de 2% en 2000 à 4% en 2007. Pour OUEDRAOGO, ce secteur a également dynamisé le secteur informel au Burkina Faso, au Sénégal et au Cameroun en créant des emplois pour les jeunes. Il a contribué en même temps à la création de valeur ajoutée globale pour ces pays (2010). Dans ce rapport, la productivité aussi bien du travail que du Salaire Minima Interprofessionnels Garantis (SMIG) du secteur informel est plus élevée que ceux du secteur formel. Il contribue à réduire le chômage dans ces pays.

Une étude menée auparavant par le même auteur en 2007 a montré que la téléphonie mobile contribue à la lutte contre le chômage en créant 2300 emplois permanents, 45 000 autres dans la distribution indirecte des produits et services et 10 000 emplois temporaires (IICD, 2007)²⁷. L'outil serait également un moyen pour réduire les dépenses et accroître le revenu. Dans les zones desservies, les habitants dépensent 2000 FCFA pour communiquer avec une relation externe alors que dans les zones non desservies le même service est possible à 500 FCFA (rapport INTELECON, 2005). Considéré comme l'un des mieux payé en termes de salaire, le secteur des TIC compte plus de 23000 emplois au Cameroun et assure l'indépendance par son caractère informel d'activités. Ce secteur répond immédiatement aux difficultés économiques des populations par la création de petites affaires (TANKEU, 2008)²⁸.

Le secteur des TIC est un maillon fort dans l'accroissement du PIB réel, à tel point qu'au Cameroun, le secteur « postes et télécommunications » participe pour 22.57% pour une croissance de 2.88% du PIB réel en 2008 tout en contribuant à l'évolution de la production de 42.42% et à la valeur ajoutée de 55.93% sur la période 2005-2009 (cahier économique du Cameroun 2011)²⁹. La contribution de ce secteur serait plus effective s'il atteignait un certain niveau de par sa qualité et son tarif de service. A ces conditions, la croissance réelle du PIB par habitant au Cameroun connaîtra une hausse annuelle de 1.3%. Pendant que certains conditionnent cette contribution du secteur des TIC, d'autres comme OUEDRAOGO (IICD, 2007) a démontré que le bénéfice de l'utilisation du téléphone mobile en temps et en coût témoigne ainsi des rendements élevés enregistrés.

²⁷ S OUEDRAOGO, Rapport IICD, 2007

²⁸ Robertine TANKEU, DT-TIC-INFOR 2.2, septembre 2008

²⁹ Cahier économique du Cameroun, juillet 2011

Toujours avec ce même auteur dans un article plus récent (2012)³⁰, les TIC ont des effets positifs sur la productivité du travail et sur la croissance économique des pays de l'espace UEMAO. En effet, l'article montre qu'une augmentation de 100% des investissements en TIC entraîne une augmentation de 15,5% du PIB dans l'espace UEMOA. Egalement, tout accroissement des investissements TIC par travailleur contribue à améliorer la productivité moyenne du travail dans les économies des pays de l'espace UEMOA.

Il a été démontré que les outils TIC présentent des avantages pour le monde agricole. Il existe aussi plusieurs expériences d'utilisations des TIC dans le domaine agricole au Burkina Faso. Les écrits ont également montré la contribution des TIC dans l'économie. Néanmoins, il convient de mentionner les limites du champ des TIC dans certains domaines.

1.4 Les limites du champ des TIC

Il est clair que les TIC présentent de nombreux avantages pour le développement économique des activités. Toutefois, il ne faut pas ignorer le coût élevé en équipement TIC qui reste un frein à son acquisition. En Juin 2013, René SAMBA³¹ explique dans un article (technologies de l'information et de la communication et performance des Petites et Moyennes Entreprises (PME) en République du Congo) la faiblesse du degré d'intégration des PME dans le secteur des ressources en TIC par le coût élevé d'accès aux équipements TIC sur le marché congolais. Faisant partie des pays les plus pauvres au monde avec 46.4% de sa population vivant en dessous du seuil de pauvreté, le Burkina Faso n'est pas à l'abri de cette limite d'intégration des TIC qui est le coût élevé des équipements. Le gouvernement dans sa politique de faire des TIC, un moteur de développement du monde rural a souligné comme difficulté d'intégration des TIC, le coût élevé des images satellites et des licences des logiciels³². En tant que tel, que dire du monde agricole où le taux de pauvreté est le plus élevé avec 55% pour les agriculteurs de subsistance et 44.6% pour les agriculteurs de rente (INSD, 2002).

De plus, comme entrave à l'usage des TIC, nous pouvons citer le manque d'information et de sensibilisation. S OUEDRAGO dans un rapport (IICD, 2007) note que 32% des structures interrogées affirment être « ignorantes » dans le domaine des TIC. Elles insistent sur le fait

³⁰ S.OUEDRAGO 2012

³¹ René SAMBA, 2013

³² <http://www.sidwaya.bf/quotidien/spip.php?article4363>, 24/10/13

qu'elles ne disposent même pas, et dans bien des cas, de l'information de base, pour prendre la bonne décision.

En plus de ces limites des TIC sur son expansion dans le pays, nous pouvons citer le problème de la cybercriminalité. Selon BRETON (2005)³³ dans son rapport sur le chantier sur la lutte contre le cybercriminalité ; « *La cybercriminalité est l'une des nouvelles formes de criminalité et de délinquance, dont les conséquences peuvent être particulièrement graves pour notre sécurité collective, pour notre économie et, bien sûr, pour les citoyens qui peuvent être personnellement atteints, dans leur personne, dans leur dignité et dans leur patrimoine* »

Nous pouvons citer divers formes de cybercriminalité qui sont entre autres :

- les atteintes aux systèmes de traitement automatisé de données
- les infractions aux cartes de paiements, dont la diffusion de programmes permettant de fabriquer de fausses cartes de paiement ;
- les infractions à la loi Informatique et liberté sur la protection des données personnelles ; les escroqueries par utilisation frauduleuse de numéro de carte bancaire pour une transaction en ligne ;
- les escroqueries par fausse vente sur un site d'enchères en ligne ;
- les contrefaçons de logiciels ou d'œuvres audiovisuelles.

Ainsi, dans toute innovation humaine dans quelque domaine que ce soit comporte des inconvénients. Néanmoins, ces limites n'entravent en rien l'utilisation efficace des outils TIC, surtout que des moyens sont mis en place pour lutter contre ce phénomène.

Conclusion partielle

Dans ce chapitre, les avantages ainsi que les différentes applications des TIC ont été abordés. Les concepts ont été clarifiés. La contribution des TIC dans l'économie, les divers usages des TIC dans les domaines bancaire, commercial et agricole ont été également mentionnés. Le point sur les expériences d'utilisation des TIC dans le domaine agricole au Burkina Faso ont été présentés. Comme tout œuvre humaine qui comporte des avantages et des inconvénients, nous avons relevés des limites qui entravent à l'utilisation croissante des TIC.

³³ Thierry BRETON : Chantier sur la lutte contre la cybercriminalité, 2005

CHAPITRE 2 CADRE METHODOLOGIQUE ET PRESENTATION DE LA FEPAB

Dans un premier temps, il s'agit de présenter la méthodologie ayant servi à la collecte et au traitement des données. Cette présentation exposera la démarche ayant servi à choisir les variables, la technique de construction de l'échantillon et les outils de collecte et d'analyse des données. Dans un second temps, nous allons mettre en exergue la structure d'étude notamment la présentation de la Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina (FEPA/B).

2.1 Cadre méthodologique

Il s'agit d'un travail empirique dont le but est de recueillir des données d'enquête pour mesurer le rôle réel des TIC dans le processus commercial des céréales de la FEPAB. La méthode utilisée pour cette étude est la méthode hypothético-déductive. C'est une méthode fondée sur la vérification des hypothèses formulées à partir de données d'enquête de terrain. Pour cela, une approche institutionnelle a été choisie afin de pouvoir analyser la structure, le rôle et la performance des acteurs de la commercialisation en rapport avec l'utilisation des TIC.

Ainsi formulé, ce mémoire de recherche a consisté à collecter des données sur le mode d'utilisation et sur les éléments d'efficacité commerciale en association avec l'utilisation des TIC. Cette méthode nécessite la détermination des variables et indicateurs pour la collecte des données. Elle nécessite également la constitution d'un échantillon et l'élaboration des outils de collecte et d'analyse de données.

2.1.1 Les variables

En se référant aux hypothèses de l'étude, les variables utilisées pour cette étude sont consignées dans le tableau ci-dessous.

Tableau n°1: **Récapitulatifs des variables et indicateurs utilisés**

<u>Variables</u>	<u>indicateurs</u>
Niveau d'instruction	Non scolarisé, niveau primaire, niveau secondaire, niveau supérieur
Connaissances en informatique	Bureautique Web 2-0 internet
Mode d'utilisation des TIC	Outils TIC utilisés Services TIC utilisés Raisons d'utilisation Stratégies de minimisation des coûts
Efficacité commerciale	Maitrise des prix Variation des ventes Variation de revenu Degré de fluidité de l'information

Source : Auteur

— **Variable niveau d'instruction**

Le niveau d'instruction est une variable significative dans l'utilisation efficace des outils TIC.

— **Variable connaissance en informatique**

L'appropriation efficace des outils TIC est tributaire des connaissances en informatique.

— **Variable mode d'utilisation**

La variable mode d'utilisation, elle fait référence au modèle d'utilisation des TIC. Cette variable permet de renseigner sur la manière dont la FEPAB utilise les TIC dans la commercialisation céréalière. Il semble que les TIC soient utilisés par les OP pour des besoins sociaux et économiques (CTA, 2007)³⁴. L'étude a eu pour objet de vérifier si ce mode d'utilisation est économique ou pas à travers les indicateurs tels que les outils TIC utilisés, les services TIC utilisés, les raisons d'utilisation et les stratégies de minimisation des coûts d'utilisation.

³⁴ Souleymane OUATTARA, rapport CTA, 2007

Ces indicateurs ont été choisis en ce sens qu'ils peuvent permettre à l'étude de confirmer ou d'infirmer l'hypothèse selon laquelle la FEPAB possède un modèle d'utilisation économique des TIC.

En effet, l'indicateur outil TIC utilisé devra montrer, en fonction des coûts et efficacité informationnelle engendrés, le type d'outil généralement utilisé. En somme, cet indicateur a permis de renseigner sur l'utilisation des TIC selon leurs coûts et l'efficacité informationnelle.

L'indicateur services TIC utilisés, fait référence au type de service (Appel téléphonique, SMS, Fax, Email, Courier postal) le plus utilisé et les raisons de cette utilisation.

L'indicateur raison d'utilisation, comme indiqué par son nom, fournit les motifs d'utilisation des TIC dans la commercialisation céréalière de la FEPAB. Avec cet indicateur, l'étude est à mesure d'évaluer les raisons d'utilisation des TIC (raisons commerciales ou pur mimétisme).

L'indicateur stratégie de minimisation des coûts d'utilisation aide à expliquer notre variable mode d'utilisation. Si nous arrivons à détecter des stratégies ou mesures prises pour réduire les coûts d'utilisation, cela pourra aider à conclure que la faîtière et ses membres utilisent les TIC en ayant un modèle économique en tête.

— Variable efficacité commerciale

Cette variable fait référence à la capacité commerciale de la FEPAB avec l'utilisation des TIC. Elle renseigne sur les performances commerciales de la fédération de façon générale avec l'utilisation des TIC. Cela a pour finalité de vérifier aisément avec les indicateurs tels que la maîtrise des prix, la variation des ventes, la variation des revenus et la fluidité de l'information.

La maîtrise des prix est un élément crucial dans la commercialisation. Une fois que la FEPAB sait à l'avance quels prix sont fixés dans leur zone de production, elle peut mieux négocier avec les clients ou amener leurs produits sur les marchés où les prix sont plus élevés. Avec cette information, elle peut aussi décider de stocker les produits si les récoltes dans les pays voisins ou dans les autres régions du pays n'ont pas été bonnes ou que les prix sont sur le point de monter à court terme. Cet indicateur permettra de savoir si la structure arrive à maîtriser les prix de marché céréalier (malgré leurs volatilités) avec l'utilisation des TIC (SIM et portails ou site web d'information agricoles).

L'indicateur variation des ventes permettra d'évaluer la contribution des TIC dans l'augmentation des ventes céréalières. C'est un indicateur qui permettra de voir si l'usage des TIC accroît la force des ventes des céréales.

L'indicateur variation des revenus a permis de comparer les dépenses de la commercialisation sans/ avec les TIC. Avec cet indicateur, il est possible de suivre la contribution des TIC à la diminution des dépenses et à l'augmentation des revenus.

Le degré de fluidité de l'information commerciale est un indicateur qui a été utilisé pour renseigner sur les performances à gérer les informations de type commercial. Elle permettra de mesurer la performance à travers la rapidité dans la transmission et la réception de l'information et les problèmes d'asymétrie d'information.

2.1.2 L'échantillonnage

L'échantillon est composé des Unions Provinciales des Professionnels Agricoles (UPPA), bénéficiaires du Projet de Renforcement des Capacités Commerciales (sous financement AGRA) de la FEPA/B. Le but de ce projet est de permettre aux UPPA d'améliorer la qualité des produits céréaliers et du niébé afin de renforcer leur capacité commerciale. Le projet PRCC compte dix (10) unions provinciales réparties en deux (02) groupes pour des besoins de formation et d'assistance. Les unions bénéficiaires sont le Boulkièmdé, le Houet ; le Kéné Dougou, la Léraba, le Mouhoun, le Nahouri, le Namentenga, le Nayala, le Passoré et le Sanmantenga³⁵. Les unions du groupe I situés à l'ouest du pays produisent plus les céréales et ceux du groupe II situés au centre produisent en plus des céréales du niébé. Ainsi à l'intérieur de chaque groupe, nous avons effectué un échantillonnage raisonné en fonction du degré de production des céréales et du niveau d'utilisation des TIC (principalement du téléphone portable, de l'ordinateur et de l'internet). Le tableau ci-après montre les strates avec les critères de choix.

³⁵ Voir la carte de la zone de couverture du PRCC à l'annexe, figure n°2

Tableau n°1 : Situation des unions du projet d'appui à la commercialisation

UPPA BENECIAIRES DU PROJET	PRINCIPALES SPECULATION PRODUITES	UTILISATION DES PRINCIPAUX OUTILS DES TIC
Groupe 1 <ul style="list-style-type: none"> • MOUHOUN • HOUET • KENEDOUGOU • LERABA • NAYALA 	<ul style="list-style-type: none"> • Céréales (forte), niébé • Céréales • Céréales • Céréales • Céréales (forte), niébé 	<ul style="list-style-type: none"> • TP • TP, ordinateur, internet • TP • TP • TP, ordinateur, internet
Groupe 2 <ul style="list-style-type: none"> • BOULKIEMDE • NAHOURI • NAMENTENGA • PASSORE • SANMENTENGA 	<ul style="list-style-type: none"> • Céréales (forte), niébé • Céréales (forte), niébé • Céréales (40%), niébé • Céréales (40%), niébé • Céréales (40%), niébé 	<ul style="list-style-type: none"> • TP, ordinateur • TP • TP, ordinateur • TP, ordinateur, internet • TP, ordinateur

Source: données pré enquête, Mai 2012

Ce tableau montre qu'en matière de production céréalière et d'utilisation d'outils principaux des TIC (connectés à l'internet), l'union provinciale du Houet et l'union provinciale du Nayala du groupe1 peuvent être sélectionnés pour l'étude. Au niveau du groupe2, seul l'union du Passore renferme les critères de choix. Ainsi, les unions provinciales du Houet, du Nayala, du Passore et la faîtière elle-même (utilisant intensivement les TIC) sont considérées comme des strates. A l'intérieur de chaque strate, nous avons choisi de façon raisonnée notre échantillon d'étude ; constitué des acteurs techniques responsables de la commercialisation. Ainsi, en fonction du poste occupé dans le volet commercial de chaque strate, nous avons pu enquêter dix (10) acteurs à l'union du Houet, onze (11) à l'union du Passoré, dix (10) à l'union du Nayala et quatre (04) chargés de programme au sein de la faîtière à Ouagadougou dans le Kadiogo.

2.1.3 Outils de collecte de données

— L'entretien exploratoire

C'est une procédure qui a consisté à administrer un guide d'entretien à trois (03) personnes ressources de la FEPA/B et un (01) animateur d'Afrique Verte. Il s'agit du chargé de programme appui à la production agricole et du responsable du réseau conseil à l'exploitation familiale et le chargé de programme appui à la commercialisation concernant les personnes ressources de la FEPA/B. Les données de ces entretiens n'ont pas eu pour fonction de vérifier

les hypothèses mais bien d'élargir les horizons de lecture. En outre, ces entretiens ont permis de mesurer l'étendue et la complexité de l'étude.

— **La recherche documentaire**

Dans cette phase, nous avons eu à consulter les rapports, les mémoires et les ouvrages en relation directe ou indirecte avec le thème d'étude. Ainsi nous avons fréquenté des bibliothèques, des centres de recherches, des librairies et consulté des sites internet pour cette collecte de données.

— **Le questionnaire**

Le questionnaire a été conçu sur la base des objectifs de l'étude et a permis de récolter les données relatives aux hypothèses auprès de la population d'étude. Il a été administré directement. Il est composé de questions fermées (la dichotomie, choix multiple, échelle de jugement) et de questions ouvertes pour ainsi permettre aux enquêtés de donner des détails et commentaires jugés intéressants.

2.1.4 Méthodes de traitement et d'analyse de données

Les informations collectées dans le questionnaire ont reçu un dépouillement manuel. Elles ont fait l'objet d'une analyse statistique avec les logiciels de traitement de données dont SPSS et le tableur Excel. Les données collectées ont reçu une analyse descriptive par croisement simple et multi varié des variables/indicateurs. Le modèle utilisé pour l'analyse du degré d'utilisation des outils TIC, est calqué sur celui de l'Association Yam-Pukri, qui a conçu un modèle sous forme de tableau pour caractériser les différents jalons dans l'usage des TIC au sein des organisations paysannes. Le modèle sous forme de tableau se présente comme suit :

Tableau n° 2 : Typologie des SI des organisations appliquées aux organisations paysannes

Modèles	Descriptions
Modèle 0.	Cas d'une organisation n'utilisant pas les TIC dans son fonctionnement. Ce cas est très rare de nos jours. Utilisation de supports papiers
Modèle N°1	Cas d'une organisation utilisant le téléphone fixe et le téléphone mobile dans son fonctionnement. Utilisation de supports papiers
Modèle N°2	Cas d'une organisation utilisant le téléphone fixe, le téléphone mobile ainsi qu'un ordinateur non connecté à l'Internet, Utilisation de produits numériques et de supports papiers
Modèle N°3	Utilisation d'un téléphone, mobile GSM, ordinateur connecté à l'Internet Utilisation de produits numériques et de supports papiers Existence d'un site web/bulletin numérique
Modèle N04	Modèle 3 plus, Un réseau (intranet), Un système de messagerie interne propre, Un système de sauvegarde de données, Un site web
Modèle N°5	Modèle 4 plus, Utilisation d'outils internes propres (progiciels) ERP (bases de données) ou système de gestion intégrée de l'information : gestion de stock, paie, matériel personnel, commercialisation...), Sécurité informatique
Modèle 6	Modèle 5 plus, Un schéma de système d'information écrit ; disponible et évolutif

Source : yam infotech, méthode d'approche de Yam-Pukri, 2012

2.1.5 Les difficultés et les limites de l'étude

Les difficultés rencontrées au cours de cette étude se situent à trois (03) niveaux. D'abord au niveau de la structure d'étude (FEPA/B), il nous a été très difficile d'approcher les responsables afin de présenter notre projet d'étude. Nous avons pris énormément de temps pour pouvoir instaurer un climat d'attention et d'intérêt à notre étude. Cette difficulté peut s'expliquer par le fait qu'il s'agit d'une enquête commerciale qui induit un climat de méfiance. Ensuite, la carence d'études réalisées sur le sujet TIC et agriculture a constitué une difficulté dans la collecte des données secondaires. Ainsi, notre revue de littérature est constituée essentiellement des rapports des divers instituts, des mémoires réalisés sur le monde agricole et des données obtenues des sites web. Enfin, durant la phase d'enquête, nous avons été confrontés à l'indisponibilité de certains enquêtés et la difficulté de mesure d'utilisation des TIC dans le domaine économique.

L'étude présente également des limites. En effet, dans la détermination de l'échantillon, l'étude aurait pu prendre parmi la population d'étude un groupe témoin n'utilisant pas les TIC en vue d'une comparaison entre le groupe expérimental (les unions utilisatrices des TIC) et le groupe témoin (les unions qui n'utilisent pas les TIC). Mais, compte tenu des moyens limités,

nous nous sommes limités aux unions utilisant les TIC au-delà des téléphones portables dans leur activité commerciale.

Ceci dit, avant de présenter les résultats de l'enquête de terrain, il est nécessaire de présenter la structure d'étude.

2.2 Présentation de la Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina

La Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina (FEPA/B) est née en Juillet 1997 de la fusion entre les groupements « Naam»; ayant pour objectif le développement socio-économique des paysans, et l'UCOBAM; spécialisée dans la production et la commercialisation des fruits et légumes. Elle a été mise en place par les paysans du Burkina Faso après un long processus qui a commencé en 1988. En fin 2004, la FEPA/B couvrait trente-sept (37) provinces et deux cent quatre-vingt-dix (290) départements, soit 80% du territoire national. Elle est structurée en groupements au niveau villageois et en unions aux niveaux départemental et provincial. En 2010, la structure a dénombré ses membres à 6133 groupements. Elle est reconnue aussi bien sur le plan national par la Confédération Paysanne du Faso (CPF) qu'international par le (ROPPA).

Depuis mai 2006, elle s'est restructurée autour des filières pour lesquelles elle a un avantage comparatif (céréales sèches et fruits/légumes), ce qui a conduit à la mise en place de deux unions au niveau national: l'Union Nationale des Producteurs de Céréales du Burkina Faso (UNCB) et l'Union Nationale des Producteurs de Fruits et Légumes du Burkina (UNPFLB). En un mot, ses aspirations se situent dans le domaine des initiatives économiques avec le réseau des fruits et légumes et la commercialisation des céréales. Elle compte vingt (20) unions provinciales spécialisées dans les céréales.

La mission principale de la FEPA/B est d'assurer la représentation de la défense des intérêts individuels et collectifs de ses membres pour accroître leur compétitivité sur le marché par la culture de la performance.

La vision ; c'est d'être une organisation de professionnels agricoles forte, visible et crédible, œuvrant au renforcement des capacités organisationnelles et techniques de ses membres ainsi qu'à l'amélioration continue de leurs pouvoirs socio-économiques.

L'objectif principal de l'organisation est de défendre les intérêts des producteurs et contribuer à l'amélioration de leur condition de vie.

Ceci dit, elle vise de façon efficiente à:

- Valoriser le métier du paysan par la spécification et le renforcement des capacités stratégiques et opérationnelles ;
- Favoriser une large coopération entre les organisations de producteurs ;
- Contribuer à asseoir un cadre institutionnel favorable à l'évolution qualitative des OP ;
- Travailler à la formation des producteurs en vue d'une amélioration de leurs revenus et de leurs conditions de vie.

Pour l'atteinte de ses objectifs, la fédération passe par divers services qu'elle offre à ses membres. Nous pouvons citer les services suivants:

- Formations diverses: vie associative, technique de production des cultures, contractualisation, gestion financière et des stocks etc. ;
- Appui à l'approvisionnement en intrants agricoles (engrais, semences) ;
- Appui à la commercialisation ;
- Appui au développement des activités génératrices de revenus et l'allègement des tâches aux femmes (équipement de transformation etc.)

2.2.1 Organisation et fonctionnement de la FEPA/B

Régie par la loi 014/99/AN du 15 Avril 1999 portant réglementation des sociétés coopératives et groupements au Burkina Faso, la FEPA/B au-delà du fonctionnement classique d'un groupement ou d'une association dispose d'un conseil d'administration, un secrétariat exécutif et souvent des comités spécialisés. L'organisation et le fonctionnement sont essentiellement guidés par l'observation des statuts et du règlement intérieur. Elle est dotée d'organes de direction et de gestion qui sont :

- Une Assemblée générale qui regroupe l'ensemble des membres. Elle élit le conseil d'administration et statue en dernier ressort sur toute décision qui engage la faïtière,
- Un conseil d'administration dont les membres sont des administrateurs élus. Ils définissent les orientations stratégiques et politiques, validées par l'Assemblée Générale de la faïtière,

- Un secrétariat exécutif ou une équipe technique dont les membres sont des salariés. Ils mettent en œuvre les programmes et projets de la faïtière,
- Des comités spécialisés dont les membres sont des administrateurs et des personnes ressource externes. Ils reçoivent un mandat précis du conseil d'administration à qui ils rendent compte.

La FEPA/B dans son fonctionnement dispose de deux fonctions que sont :

- La fonction politique concerne la représentation et la défense des intérêts des membres. Elle s'exprime par l'accomplissement d'activités telles que l'organisation de forums de réflexion stratégique, la participation aux débats sur les politiques économiques et agricoles, le développement d'actions de communication interne et externe, de plaidoyer,...
- La fonction économique consiste à favoriser un meilleur développement des activités productives des organisations membres. Il s'agit de donner à ses membres des opportunités de renforcement de leurs compétences/capacités en rapport avec leurs activités productives, et/ou de faciliter leur accès à des appuis et services divers. En général, les principales activités ci-après sont entreprises au profit des membres : formation professionnelle, mise en relation avec des partenaires, appui à la réalisation d'activités productives à travers un meilleur accès aux crédits et à l'appui-conseil, etc.

Pour un meilleur fonctionnement et l'atteinte de ses objectifs, la FEPA/B a élaborée des stratégies ou des plans d'action en rapport avec ses domaines d'activités. Parmi ces stratégies, il y a celles de la communication et de la commercialisation qui seront présentées dans le point suivant.

2.2.2 Les stratégies de communication et de commercialisation de la FEPA/B

L'accès aux marchés permet aux producteurs d'avoir une juste rémunération de leur force de travail et de l'investissement consentis. Un accès difficile limite la production et plus particulièrement l'utilisation des nouvelles techniques de production.

C'est ainsi que la FEPA/B s'est penchée sur la question depuis 2004 avec l'élaboration et la mise en œuvre d'un projet de renforcement des capacités de commercialisation des unions dans les filières céréales et légumineuses. En outre, une stratégie de commercialisation des céréales/niébé au sein de la FEPA/B, a été définie avec la participation effective des

différentes unions membres. Cette stratégie, est basée sur la commercialisation groupée des céréales (maïs, sorgho, mil) et du niébé, en consommation et semences.

La FEPA/B à travers son plan d'action 2008-2011 cherche à faire de ses membres de véritables pôles économiques capables de dégager des ressources financières pour l'amélioration de leur capacité d'autofinancement et contribuer au financement de la fédération. Elle entend aussi promouvoir une communication fluide, accessible à tous en son sein et rendre le suivi et l'évaluation des activités efficaces. Pour atteindre ces résultats, la FEPA/B avait identifié entre autres les activités suivantes:

- La mise en place d'un plan de communication ;
- La conception d'une base de données informatisées au sein de la FEPA/B qui sera mise à jour ;
- Mettre en place un système d'information sur les prix ;
- Réaliser une étude de marché sur les céréales et les semences ;
- Organiser des voyages d'échange d'expériences à Dédougou avec UGCPA ;
- Elaborer le projet de dispositif opérationnel de commercialisation des céréales: tâche réalisée par l'équipe technique FEPA/B ;
- Diffuser le dispositif opérationnel par le canal des responsables et animateurs des unions.

A l'issue de ce premier plan d'activité, des activités comme l'élaboration du plan de communication, la mise en place d'un système d'information sur les prix et la réalisation d'une étude sur les céréales et les semences ont été reconduites dans le plan 2012-2014. Toutefois, la FEPA/B a mis en place des projets de renforcement des capacités commerciales de ses membres.

2.2.3 Projet de renforcement des capacités commerciales des céréales

Dans la perspective d'améliorer la commercialisation des céréales et du niébé de ses membres, la FEPA/B a mis en place dès 2004, une stratégie basée sur la commercialisation groupée. En 2009, elle a été impliquée dans le projet PAM/P4P (Purchase For Progress) avec la vente groupée de céréales. En janvier 2011, le Projet de Renforcement des Capacités Commerciales (PRCC) des céréales et niébé a été mis en place par la FEPA/B sous financement de l'Alliance pour la Révolution Verte en Afrique (AGRA). Ce projet couvre dix (10) Unions Provinciales des Professionnels Agricoles (UPPA) dont Le Boulkièmdé, le

Houet, le Kéné Dougou, la Léraba, le Mouhoun, le Nahouri, le Namentenga, le Nayala, la Passoré et le Sanmatenga. Le but de ce projet, c'est de permettre aux UPPA d'améliorer la qualité des produits céréaliers et niébé afin de pouvoir postuler aux appels d'offre internationaux et satisfaire les commandes des clients internationaux (PAM/P4P, Christian Aid, etc.). Ceci dit le projet est axé essentiellement sur le renforcement des capacités de gestion de qualité, sur l'accès aux équipements post agricoles et sur la gestion financière et la contractualisation. Ce projet a vu la réalisation d'un certain nombre d'actions visant à améliorer l'offre de vente (la quantité, la qualité, l'accès aux fonds de collecte etc.) au nombre desquels, nous pouvons citer les formations théoriques et pratiques (sur des thématique en relation avec la qualité des grains et des stocks), les appuis conseils et l'octroi des équipements post récoltes.

C'est sur la population bénéficiaire (10 unions) de ce projet de renforcement des capacités commerciales que notre échantillon a été constitué.

Pour l'atteinte de ses objectifs, la FEPA/B dans la mise en place des projets de renforcement des capacités commerciales n'est pas restée en marge de l'utilisation des TIC au sein de ses activités commerciales

2.2.4 L'utilisation des TIC au sein de la fédération des professionnels agricoles du Burkina (FEPA/B)

L'utilisation des TIC par la FEPA/B dans l'atteinte de ses objectifs en est un fait. En effet, il faut noter la présence des TIC dans presque tous les domaines d'activités de la structure. De l'organisation interne en passant par la gestion des données, de l'activité de production à la commercialisation, l'on note une présence des TIC. Dans la même perspective, la présente étude s'intéressera à l'utilisation des TIC dans l'activité commerciale de la structure. Plus précisément, l'étude s'articulera sur l'utilisation des TIC dans le processus commercial des produits céréaliers de la FEPA/B. Ceci dit, cette utilisation des TIC peut être appréhendée à travers la recherche des prix de marchés, la gestion des données, la visibilité et le marketing des produits et la diffusion des prix et la collecte des stocks.

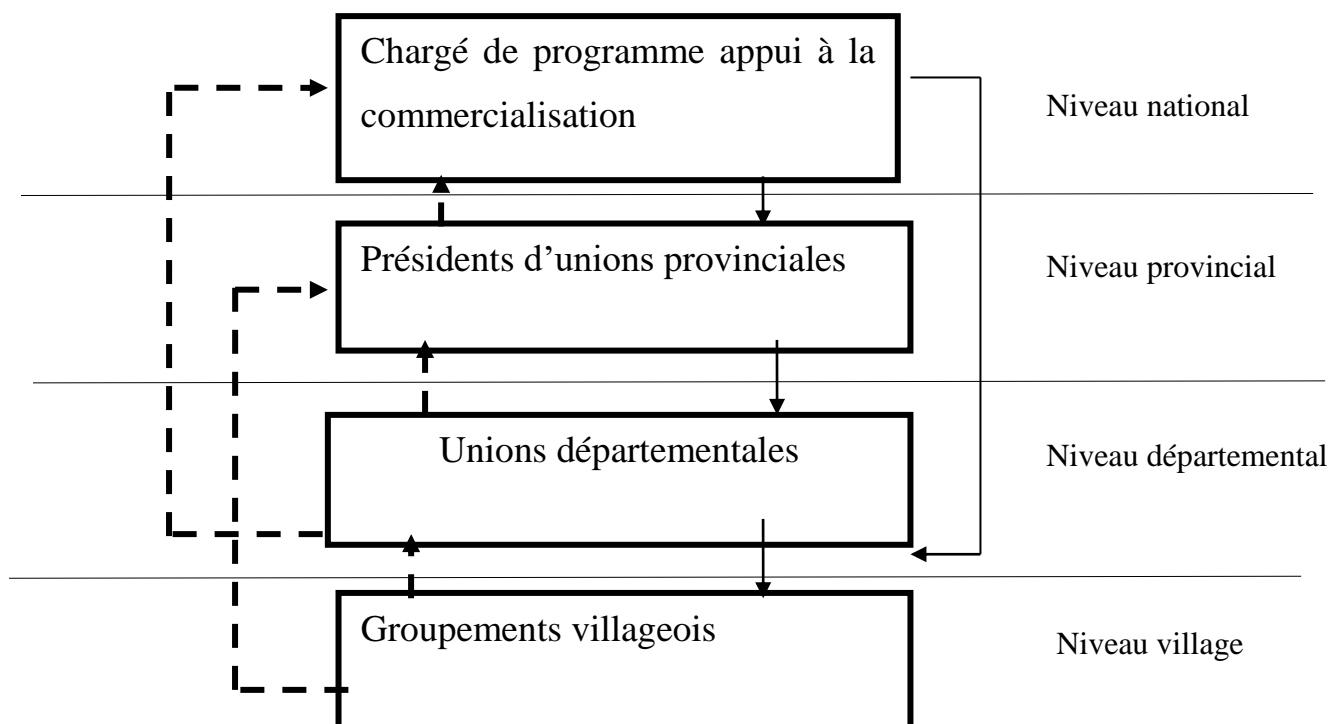
En outre, en matière de recherche des prix de marchés, la FEPA/B dispose d'ordinateurs connectés à l'Internet et recherche à travers les portails ou sites d'informations agricoles, les prix des produits céréaliers sur les différents marchés. Egalement, avec les téléphones portables, les services SIM, que ce soit celui de la SONAGESS, ou le bulletin Afrique Verte, sont utilisés.

Pour la gestion des données, la structure dispose d'une base de données non dynamique pour le moment. En matière de visibilité et marketing, en plus des dépliants et brochures, elle dispose d'un site.

En matière de diffusion des prix et de collecte des stocks, la structure a eu des expériences dans l'utilisation du portable pour la diffusion des informations sur les prix des céréales à travers le service SMS. Cette expérience a été possible dans le cadre d'un projet de sécurité alimentaire avec l'Union Européenne. La faîtière a aussi utilisé la flotte qui lui permettait de rester toujours en contact avec les unions et les animateurs, mais a dû la désactiver pour des raisons financières qu'elle devait assurer seule sans l'aide des unions.

Cependant même avec l'utilisation des TIC, la FEPA/B passe toujours par un circuit pyramidal pour la diffusion des prix et collecte des stocks. Ce circuit peut être schématisé de la façon suivante

Figure n° 1 Exemple de Circuit d'information à travers le programme d'appui à la commercialisation



Source: données pré enquête, Mai 2012

Légende

.....➔ Besoin en information et diffusion d'information (déclaration des stocks disponibles, besoin en information sur les prix etc....)

————➔ Diffusion d'information (prix des produits céréaliers sur le marché, les stocks disponibles etc....)

En effet, le schéma ci-dessus montre que la gestion de l'information commerciale suit une ligne hiérarchique. L'information ne descend pas directement du chargé de programme pour les organisations paysannes de base mais doit d'abord passer par les présidents d'union et les animateurs et ensuite des animateurs aux groupements villageois. A l'inverse, les groupements paysans de base ne peuvent pas directement envoyer ou demander l'information à la structure nationale.

Conclusion partielle

A l'issue de cette présentation, il apparaît clairement que les TIC occupent une place dans la commercialisation des produits céréaliers de la FEPAB. Néanmoins, cette présentation ne montre pas l'impact des TIC dans les performances commerciales de la structure. Ainsi le chapitre suivant tentera d'identifier les éléments d'apports des TIC dans l'activité commerciale de la faïtière à travers les données de l'enquête de terrain.

CHAPITRE 3 PRESENTATION DES RESULTATS DE TERRAIN

La présentation des résultats se déroulera en fonction des thématiques suivantes : Les caractéristiques socio-économiques des enquêtés, les connaissances en informatique, les modes d'utilisation des outils TIC, et les performances commerciales des unions enquêtées de la FEPA/B.

3.1 Les caractéristiques socio professionnelles des enquêtés

Les caractéristiques générales des enquêtés concernent le sexe, le niveau d'instruction ou scolarisation, la responsabilité ou fonction et les connaissances en informatique.

3.1.1 Le sexe

L'échantillon est constitué sur la base des acteurs techniques de la commercialisation au sein des unions. Il compte vingt-trois (23) hommes, soit 65,72% de l'échantillon et douze (12) femmes, soit 34,28%. Le tableau ci-dessous en offre un récapitulatif.

Tableau n° 3 : Répartition des enquêtés selon le sexe

Sexe	Province				Total
	Houet	Kadiogo	Nayala	Passore	
Féminin	3	2	3	4	12
Masculin	7	2	7	7	23
Total	10	4	10	11	35

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

3.1.2 Le niveau d'instruction

Parmi les acteurs techniques de la commercialisation enquêtés, deux (2) personnes, soit 5,7% des enquêtés sont non scolarisées. Les autres, soit 94,3% des enquêtés sont réparties entre le niveau primaire, le niveau secondaire, et le niveau supérieur.

Tableau n° 4 : Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction

Niveau de scolarisation	Effectifs	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé (%)
Non scolarisé	2	5,7	5,7
Primaire	6	17,1	22,9
Secondaire	18	51,4	74,3
Supérieur	9	25,7	100,0
Total	35	100,0	

Sources : données d'enquête, Mai-Juin2013

Le tableau ci-dessus montre que la plupart des enquêtés ont un niveau de scolarisation secondaire, soit 51,4% de l'échantillon. Le niveau supérieur représente 25,7% des enquêtés. Le niveau primaire, et les non scolarisés représentent respectivement 17,1% et 5,7% des enquêtés.

3.1.3 La responsabilité des enquêtés

Les responsabilités des acteurs techniques de la commercialisation sont regroupées en trois catégories que sont les décideurs ; les agents d'exécution et le secrétariat. Les données de l'enquête montrent que l'échantillon est constitué de 26 agents d'exécution, de 6 décideurs et de 3 chargés de secrétariat. Les décideurs regroupent les présidents d'union, les secrétaires généraux et les chefs de projet. Parmi les agents d'exécution, on peut trouver les chargés de programme, les gestionnaires, les animateurs, les collecteurs et les magasiniers.

Tableau n° 5 : La responsabilité des enquêtés

Responsabilité	Province				Total
	Houet	Kadiogo	Nayala	Passoré	
Agent d'exécution	8	3	7	8	26
Décideur	1	1	2	2	6
Secrétariat	1	0	1	1	3
Total	10	4	10	11	35

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Les données de ce tableau montrent que sur 26 agents d'exécution, huit (8) appartiennent à l'union du Houet sur un total de dix (10) enquêtés, huit (8) également à l'union du Passoré sur un total de onze (11) enquêtés, sept (07) à l'union de Nayala sur un total de dix (10) enquêtés et trois (03) à la faïtière sur un total de quatre (04) enquêtés. Le reste des enquêtés

ayant été repartit entre décideurs et agents de secrétariat. L'union du Houet et la faïtière de Ouagadougou disposent chacune d'un (01) décideur et l'union de Nayala et celle du Passoré disposent chacune de deux (02) décideurs.

3.1.4 Les connaissances en informatique

Les connaissances en informatique concernent la bureautique (Word, Excel), le web2 et internet. Le tableau ci-dessous résume le niveau de connaissance des enquêtés en informatique

Tableau n° 6 : Connaissance en informatique

	Connaissance en bureautique (%)	Connaissance en web2 (%)	Connaissance en internet (%)
Oui	62,9	17,1	51,4
Non	37,1	82,9	48,6
Total	100,0	100,0	100,0

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Il ressort que plus de la moitié des enquêtés ont un niveau de connaissance soit en WORD soit en tableur EXCEL ; soit 62,9% de l'échantillon. Les connaissances en internet représentent 51,4% de l'échantillon. Pour l'utilisation du WEB 2-0, 17,1% de l'échantillon ont des connaissances de ce service internet.

3.2 Les modes d'utilisation des outils TIC

Les modes d'utilisation concernent les outils TIC utilisés, les services utilisés, les raisons d'utilisations des TIC dans l'activité commerciale des céréales, et l'existence de stratégies de minimisation des coûts d'utilisation des TIC.

3.2.1 Les outils TIC utilisés

Les outils TIC spécifiques à cette étude concernent le Téléphone Portable (TP), l'ordinateur, l'Internet, la radio, et les logiciels de gestion de bases de données.

Tableau n° 7 : Le pourcentage d'utilisation des outils TIC

Outils TIC utilisés		Effectifs	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé (%)
TP	Oui	35	100,0	100,0
	Non	0	0	0
	Total	35	100,0	
Ordinateur	Oui	21	60,0	60,0
	Non	14	40,0	100,0
	Total	35	100,0	
Internet	oui	19	54,3	54,3
	non	16	45,7	100,0
	Total	35	100,0	
Radio	oui	17	48,6	48,6
	non	18	51,4	100,0
	Total	35	100,0	
Base de données	oui	6	17,1	17,1
	non	29	82,9	100,0
	Total	35	100,0	
Autres	oui	6	17,1	17,1
	non	29	82,9	100,0
	Total	35	100,0	

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

D'après le tableau, la totalité des enquêtés soit 100% utilisent le téléphone portable, 60% de l'échantillon utilisent l'ordinateur, 54,3% de l'échantillon utilisent l'internet, 48,6% de l'échantillon recourt à la radio et 17,1% savent utiliser un logiciel de gestion de base de données. Néanmoins, il faut souligner que le pourcentage d'utilisation de 17,1% ne signifie pas que les logiciels de gestion de base de données sont faiblement utilisés dans les structures enquêtées. En témoigne le tableau ci-dessous.

Tableau n° 8 : L'utilisation des logiciels de base de données par Province

		Province				Total
		Houet	Kadiogo	Nayala	Passore	
Base données	Oui	2	2	0	2	6
	Non	8	2	10	9	29
Total		10	4	10	11	35

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

La lecture de ce tableau montre qu'au-delà de son taux d'utilisation faible, les logiciels de gestion de base de données sont utilisés par la majorité (03) des structures enquêtées. En dehors de l'union du Nayala, le tableau montre qu'il existe un système de gestion de base de données centralisé dans deux unions ainsi qu'au sein de la faïtière de Ouagadougou et gérés par deux (02) personnes par structure.

3.2.2 Les services TIC utilisés

Les services TIC utilisés concernent l'appel téléphonique, la messagerie téléphonique (SMS), la messagerie électronique (Email), le courrier postal et le fax. Il s'agissait de recenser les services les plus utilisés ainsi que les motifs d'utilisation. Le tableau ci-dessous ne résume que le pourcentage des services les plus utilisés.

Tableau n° 9 : Les services TIC utilisés

	Effectifs	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé (%)
Appel	29	82,9	82,9
Email	4	11,4	94,3
SMS	2	5,7	100,0
Total	35	100,0	

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Le tableau indique que 82, 9% de l'échantillon disent utiliser fréquemment l'appel téléphonique dans le cadre de leur activité commerciale. Le reste des enquêtés est reparti entre l'utilisation de l'Email (11,4%) et l'utilisation de SMS (5,7%).

3.2.3 Les raisons d'utilisation des TIC

Cet indicateur permet de constater les motifs les plus fréquents pour l'utilisation des TIC. Les raisons prises en compte dans l'étude sont l'utilisation pour la recherche de clients, l'utilisation pour la recherche de prix, l'utilisation pour des besoins d'information. Le tableau suivant résume les motifs d'utilisation des TIC dans la commercialisation céréalière.

Tableau n° 10 : Les raisons d'utilisations des TIC

	l'utilisation pour recherche de prix (%)	l'utilisation pour recherche et fidélisation des clients (%)	l'utilisation pour besoin de diffusion d'information (%)
Oui	74,3	54,3	91,4
Non	25,7	45,7	8,6
Total	100,0	100,0	100,0

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Il ressort que 91,4% de l'échantillon utilisent les TIC pour des besoins de diffusion d'information. Ensuite, vient l'utilisation pour la recherche de prix sur les marchés des produits céréaliers qui représentent 74,3% de l'échantillon. Enfin, il y a 54,3% de l'échantillon qui utilise les TIC pour rechercher et maintenir les relations clientèles.

3.2.4 Les stratégies de minimisation des coûts d'utilisations des TIC

Cet indicateur vise à expliquer la variable mode d'utilisation. Ces stratégies non défini à l'avance, ont été cités par les enquêtés s'ils répondent par l'affirmative. Ainsi, nous avons le *système de flotte*, le *forfait mensuel*, la messagerie téléphonique (SMS), la stratégie de communication par avertissement du *système bip* et les recharge maxi pendant les offres de bonus de recharge téléphonique.

Tableau n° 11 : Les stratégies de minimisation des coûts d'utilisation par province

Stratégies de minimisation des coûts	Province				Total
	Houet	Kadiogo	Nayala	Passore	
Oui	5	2	5	7	19
Non	5	2	5	4	16
Total	10	4	10	11	35

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Les données du tableau montrent que plus de la moitié de l'échantillon soit 19 personnes disent avoir des stratégies de minimisations des coûts d'utilisations des TIC. Dans presque toutes les unions, la moitié des enquêtés ont des stratégies de minimisation des coûts d'utilisation des TIC. Ceci à l'image de l'union du Houet avec 5 personnes sur 10 enquêtés, à l'image de la faitière de Ouagadougou avec 2 personnes sur 4 enquêtés et à l'image de

l'union du Nayala avec 5 personnes sur 10 enquêtés disent avoir des stratégies de minimisation des coûts d'utilisation. Concernant l'union du Passoré, plus de la moitié soit 7 personnes sur 11 enquêtés disent avoir des stratégies de minimisation des coûts d'utilisation des TIC.

3.3 Les variables d'efficacité commerciale

Les variables d'efficacité commerciales concernent la maîtrise des prix de marché, la variation des ventes, l'incidence sur le revenu et la fluidité d'un circuit d'information avec l'utilisation des TIC.

3.3.1 Maîtrise des prix et variation des ventes avec l'utilisation des TIC

Tableau n° 12 : Maîtrise des prix et augmentation des ventes

	Maîtrise des prix	Augmentation des ventes
Oui	71,4	100,0
Non	28,6	
Total	100,0	100,0

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

La lecture de ce tableau montre que 71,4% contre 28,6% de l'échantillon disent maîtriser les prix de marchés céréaliers avec l'utilisation des TIC. La totalité des enquêtés soit 100% de l'échantillon reconnaissent que l'utilisation des TIC contribue à l'augmentation des ventes cérésières. Néanmoins, le présent tableau ne permet pas de voir le niveau de maîtrise des prix céréaliers par les structures enquêtés. Ce qui justifie la nécessité de présenter le tableau ci-dessous.

Tableau n° 13 : Maîtrise des prix par province

Maîtrise des prix	Province				Total
	Houet	Kadiogo	Nayala	Passore	
Oui	7	0	8	10	25
Non	3	4	2	1	10
Total	10	4	10	11	35

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Le tableau indique que dans les unions du Houet, du Nayala et du Passoré soit respectivement 7 personnes sur 10, 8 personnes sur 10 et 10 personnes sur 11 disent maîtriser les prix de marché céréaliers avec l'utilisation des TIC. Par contre, la totalité des acteurs techniques de la commercialisation de la faïtière disent que l'utilisation des TIC ne leur permet pas de maîtriser les prix des céréales.

3.3.2 L'effet des TIC sur le revenu

Tableau n° 14 : L'incidence des TIC sur le revenu

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Aucune incidence	1	2,9	2,9
Positive	34	97,1	100,0
Total	35	100,0	

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Ce tableau indique que 97,1% disent que les TIC ont une incidence positive sur leur revenu. Néanmoins, ce tableau à lui seul ne permet pas de conclure que les TIC ont vraiment une incidence positive sur le revenu. Dans le but de valider ce pourcentage, il a été demandé aux enquêtés s'ils ont déjà réalisé des activités efficaces avec l'utilisation des TIC. Le tableau ci-dessous présente ces résultats.

Tableau n° 15 : La réalisation d'activités efficaces avec l'usage des TIC

	Effectifs	Pourcentage
Oui	30	85,7
Non	5	14,3
Total	35	100,0

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Sur ce tableau, 85,7% de l'échantillon affirment avoir déjà réalisé des activités efficaces avec l'utilisation des TIC. Le reste soit 14,3% ne se rappelle pas avoir déjà réalisé une activité efficace avec l'utilisation des TIC.

3.3.3 Degré de fluidité du circuit d'information

Concernant la question sur la fluidité de circuit d'information, 27 enquêtés soit 77,1% de l'échantillon (voir tableau n°3, annexe) disent avoir un circuit d'information fluide avec

l'utilisation des TIC. Pour plus de détails sur la possession d'un circuit d'information fluide par province, voir le tableau ci-dessous.

Tableau n° 16 : Circuit d'information fluide par province

Circuit d'information fluide	Province				Total
	Houet	Kadiogo	Nayala	Passore	
Oui	8	0	9	10	27
Non	2	4	1	1	8
Total	10	4	10	11	35

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

D'après ce tableau, Sur les 27 personnes qui disent avoir un circuit d'information fluide au sein de leur structure, on a huit (08) personnes de l'union du Houet, neuf (09) personnes de l'union du Nayala et dix (10) personnes de l'union du Passoré. Les acteurs de la faîtière ayant participé à l'étude, disent ne pas avoir un circuit d'information fluide avec l'utilisation des TIC.

Pour la validité de cette information ci-dessus, il leur a été demandé par la suite s'ils ont déjà été confronté à des difficultés de diffusion d'informations telles l'asymétrie d'information, la non transmission /diffusion d'information en temps réel ou s'ils ont déjà manqué à un délai de livraison par manque d'information. Le tableau ci-dessous résume ces informations.

Tableau n° 17 : Les principales difficultés rencontrées dans la diffusion d'information

	l'asymétrie d'information	La non transmission/réception d'information en temps réel	délai de livraison manqué par manque d'information
Oui	17,1	62,9	34,3
Non	82,9	37,1	65,7
Total	100,0	100,0	100,0

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Le tableau nous indique que 17,1% contre 82,9% de l'échantillon disent rencontrer des problèmes d'asymétrie d'information dans leur circuit d'information. En matière de non transmission/réception d'information en temps réel, 62,9% de l'échantillon reconnaissent avoir ce type de problème dans leur circuit de diffusion d'information. Ceux qui disent avoir déjà manqué à un délai de livraison par manque d'information représentent 34,3% de l'échantillon.

3.4 Les relations entre les variables

Une analyse relationnelle a été conduite pour comprendre les différents niveaux de liens entre les variables ci-après : niveau de scolarisation et connaissance en informatique et outils TIC utilisés et niveau de scolarisation, fonction et sexe.

3.4.1.1 Niveau de scolarisation et connaissance en informatique

Il s'agit de faire ressortir l'impact du niveau de scolarisation sur les connaissances en informatique. Le tableau ci-dessous nous le résume.

Tableau n° 18 : Connaissance en informatique et niveau de scolarisation

Niveau de scolarisation	Internet		Total	Bureau		Total	Web2		Total
	Oui	Non		Oui	Non		Oui	Non	
non scolarisé	0	2	2	0	2	2	0	2	2
Primaire	1	5	6	1	5	6	0	6	6
Secondaire	8	10	18	12	6	18	0	18	18
Supérieur	9	0	9	9	0	9	6	3	9
Total	18	17	35	22	13	35	6	29	35

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

La lecture du tableau indique que sur 18 personnes ayant des connaissances en Internet, 9 personnes, soit la totalité des enquêtés sont du niveau scolaire supérieur. Parmi les 22 personnes qui ont une connaissance en bureautique 12/18 sont du secondaire, 9 personnes du supérieur et 1 est du primaire. En ce qui concerne la connaissance du web 2-0, 6 personnes du niveau supérieur savent l'utiliser.

3.4.2 Niveau de scolarisation et outils TIC utilisés

La relation entre le niveau de scolarisation et les outils TIC utilisés permet de voir l'effet du niveau d'étude sur l'utilisation des outils TIC. Cette relation est résumée par le tableau suivant.

Tableau n° 19 : L'utilisation des outils TIC en rapport avec le niveau de scolarisation

Niveau De Scolarisation	TP	Ordinateur		Internet		Radio		Base de données		Autres	
	oui	oui	non	oui	Non n	oui	non	oui	non	oui	non
Non Scolarisé	2	0	2	0	2	2	0	0	2	0	2
Primaire	6	2	4	1	5	2	4	1	5	0	6
Secondaire	18	10	8	9	9	8	10	1	17	4	14
Supérieur	9	9	0	9	0	5	4	4	5	2	7
Total	35	21	14	19	16	17	18	6	29	6	29

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Les données de l'enquête indiquent que toute la population enquêtée utilise le téléphone portable quel qu'en soit le niveau de scolarisation. Parmi les 21 personnes qui utilisent l'ordinateur, on a 9 personnes du niveau supérieur (soit la totalité), 10/18 du niveau secondaire et 2/4 du niveau primaire. En ce qui concerne l'utilisation de l'internet, sur 19 personnes, 9 sont du niveau supérieur, 9 également du niveau secondaire et une (1) personne du niveau primaire. Pour l'utilisation de la radio, nous avons 5 du niveau supérieur, 8 du niveau secondaire, 2 du niveau primaire et la totalité des enquêtés non scolarisé (2). Sur 6 personnes qui utilisent les bases de données, 4 sont du niveau supérieur, et les 2 autres personnes partagées entre le niveau secondaire (1) et le niveau primaire (1). Au-delà de ces outils standards utilisés dans le cadre de l'étude, les enquêtés du niveau supérieur (2) et du niveau secondaire (4) utilisent d'autres outils TIC.

3.4.3 L'utilisation des outils TIC en rapport avec la fonction de l'enquêté

Dans cette partie, il est question d'établir une relation entre la fonction des enquêtés et le niveau d'utilisation des outils TIC. Il s'agit de voir l'effet de la responsabilité ou la fonction de l'enquêté sur l'utilisation des outils.

Tableau n° 20 : L'utilisation des outils TIC et la responsabilité ou fonction

Responsabilité ou fonction	TP	Ordinateur		Internet		Radio		Base de données		Autres	
	oui	oui	non	oui	non	oui	non	oui	Non	oui	non
Agent d'exécution	26	15	11	15	11	12	14	4	22	5	21
Décideur	6	4	2	2	4	3	3	2	4	1	5
Secrétariat	3	2	1	2	1	2	1	0	3	0	3
Total	35	21	14	19	16	17	18	6	29	6	29

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

La lecture de ce tableau montre qu'en matière d'utilisation des outils TIC, les agents d'exécution sont représentés un peu partout, que ce soit en matière d'utilisation du téléphone portable (26), de l'ordinateur (15), de l'Internet (15) ; de la radio (12) et de la base de données (4). Du côté des décideurs, on remarque également cette représentation. Ainsi, nous avons 6 personnes qui utilisent le téléphone portable, 4 personnes utilisent l'ordinateur, 2 personnes utilisent l'Internet, 3 personnes et 2 personnes utilisent respectivement la radio et les logiciels de gestion de base données. L'utilisation des outils TIC au niveau de la fonction secrétariat se limite au téléphone portable (3), à l'ordinateur (2), à l'Internet (2), et à la radio (2). Les bases de données ne font pas l'objet d'utilisation au sein de cette fonction. Au-delà de ces outils, les agents d'exécutions et les décideurs disent utiliser d'autres outils TIC dans le cadre de leur activité.

3.4.4 L'utilisation des outils TIC en rapport avec le sexe

Dans ce sous point, il s'agit de faire ressortir l'impact du variable sexe sur l'utilisation des outils TIC. Le tableau suivant résume cette mise en relation.

Tableau n° 21 : L'utilisation des outils TIC en fonction du sexe

Sexe	TP	Ordinateur		Internet		Radio		Base de données		Autres	
	oui	oui	non	oui	non	oui	non	oui	Non	oui	non
Féminin	12	8	4	8	4	2	10	1	11	1	11
Masculin	23	13	10	11	12	15	8	5	18	5	18
Total	35	21	14	19	16	17	18	6	29	6	29

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

La lecture du tableau montre qu'en fonction du nombre des enquêtés hommes et femmes, les outils TIC sont autant utilisés par les hommes que les femmes. Ainsi sur 12 femmes enquêtées, les 12 utilisent le téléphone portable, 8 utilisent l'ordinateur, 8 utilisent l'Internet, 2 et 1 utilisent respectivement la radio et la base de données. Concernant les hommes ; on voit également que la tendance est la même, sur 23 hommes enquêtés, les 23 utilisent le téléphone portables, 13 utilisent l'ordinateur, 11 utilisent l'Internet, 15 utilisent la radio et 5 utilisent les logiciels de gestion de base de données.

Conclusion partielle

Ce chapitre a consisté en la présentation des résultats de l'enquête sur la base des objectifs et des hypothèses de recherche. Ceci dit, il a été question de présenter les résultats à travers les variables socio professionnelles, les variables mode d'utilisation des TIC et les variables d'efficacité commerciale. De cette présentation s'annonce une phase d'analyse et d'interprétation des résultats qui sera certainement suivi des recommandations.

CHAPITRE 4 ANALYSE /INTERPRETATION DES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS

L'utilisation des TIC dans le processus commercial de la FEPAB est une réalité. Après la présentation des résultats de l'enquête, nous avons conduit une analyse sur le processus commercial avec l'utilisation des TIC. Ensuite, nous avons mené une interprétation des résultats sur le mode d'utilisation et sur l'impact des TIC sur la capacité commerciale de la structure. L'analyse est faite sur la base des hypothèses de travail et des écrits théorique sur le rôle des TIC. Enfin des recommandations ont été formulées à l'endroit de l'organisation.

4.1 La quasi présence des TIC dans le processus commercial de la FEPA/B

Dans le souci d'accompagner ses membres à la recherche de marchés rémunérateurs pour leurs produits agricoles, la FEPA/B a élaboré un processus qui accompagne les unions membres de la production jusqu'à la commercialisation. Le processus commercial utilisé par la faîtière est aussi appliqué au sein des unions membres. Ce processus va de la recherche de marchés et gestion de la clientèle, à la recherche et la fixation des prix en passant par la collecte des données, la gestion des stocks jusqu'à la livraison du produit où les TIC présentent des limites.

En effet, en matière de recherche de marchés et gestion clientèle, la FEPA/B inculque à ses membres à travers les formations et les appuis conseils, les techniques de la négociation, les techniques de gestion de la clientèle et les techniques de recherche de marché via le réseau internet. Des formations sur la gestion de la clientèle avec des systèmes de gestion de base de données sont également animées. Pendant les formations, des outils comme l'ordinateur, les clés USB et les vidéo projecteurs sont utilisés.

Pour mieux fixer les prix des céréales et prendre les meilleures décisions de vente, la FEPA/B et ses membres sont en constante vérification des prix de marchés céréaliers compte tenu de leurs variabilités. Dans cette rubrique, des formations ont été données aux acteurs de la commercialisation sur les techniques de recherche de prix de marchés via le téléphone portable et l'Internet.

Afin de pouvoir respecter les délais de livraison et les normes de qualité, la collecte et gestion de stocks s'avèrent indispensables. La FEPA/B à travers ses animateurs sensibilise les unions sur l'utilisation de dispositifs efficaces de collecte et le respect des normes de qualité et sur les techniques de stockage et de conservation. Il y a aussi la recherche de financement pour la collecte aussi bien au niveau faîtière qu'au niveau des unions. Les responsables utilisent les outils TIC comme le téléphone portable pour le suivi de la collecte sur le terrain. Les logiciels de gestion de base de données comme ACCESS sont utilisés pour la gestion des stocks par le magasinier. Les appareils photos sont utilisés pour la prise d'image afin de matérialiser les rapports pour les demandes de financement.

Une fois les produits collectés, il faudra les acheminer aux clients. L'union tout comme la faîtière est chargée de conclure les marchés et suivre la livraison des produits. Certes les transporteurs sont chargés d'acheminer la commande mais le suivi est assuré par les responsables commerciaux, souvent assurés par des appels téléphoniques. Ils arrivent également à conclure des contrats de vente soit via l'internet soit via la téléphonie mobile.

Tout au long du processus commercial de la FEPA/B, la présence des outils TIC dans les activités est une évidence. Il convient nécessairement d'analyser le degré d'utilisation de ces outils TIC, d'analyser leur mode d'utilisation et leur apport sur les éléments d'efficacité commerciale de l'organisation. Toutefois avant d'envisager une telle analyse, l'étude a jugé nécessaire d'analyser l'impact des variables socio professionnelles des enquêtés sur l'utilisation des outils TIC.

4.2 L'impact des variables socio professionnelles des enquêtés sur l'utilisation des TIC

Il s'agit d'analyser le niveau d'utilisation des outils TIC selon les variables comme le sexe, le niveau de scolarisation et la fonction ou responsabilité de l'enquêté.

4.2.1 La non prédominance d'un sexe à l'autre dans l'utilisation des TIC

En matière d'utilisation des outils TIC selon la variable sexe, le tableau n°21 indique que tout comme les hommes, la majorité des femmes utilisent également tous les outils standards proposés dans le cadre de l'étude et bien d'autres outils tels les appareils photographiques, les microphones, les clés USB etc. l'analyse montre que le sexe n'a aucune incidence sur l'utilisation des outils TIC.

4.2.2 L'impact du niveau de scolarisation sur l'utilisation des TIC

Il est question de voir l'effet du niveau de scolarisation sur les connaissances en informatique et sur l'utilisation des outils TIC. Dans cet ordre d'idée, le tableau n°18 nous montre que la totalité (9) des enquêtés de niveau scolaire supérieur ont des connaissances en bureautique et Internet. Les enquêtés qui ont des connaissances en Web2-0 (6) sont du niveau supérieur également. Au fur et à mesure que l'on descend de niveau scolaire on va que le nombre d'enquêtés ayant des connaissances en informatique diminue. Ainsi, pour les enquêtés de niveaux scolaires secondaire et primaire on a respectivement 8 et 1 qui ont des connaissances en Internet et respectivement 12 et 1 qui ont des connaissances en bureautique.

Il faut noter aussi que l'utilisation des outils TIC est également liée au niveau de scolarisation. Le tableau n°19 signale que quel que soit l'outil, les enquêtés du niveau scolaire supérieur et secondaire sont fortement représentés. Nous constatons également que les enquêtés de niveau primaire sont faiblement représentés dans l'utilisation de l'ordinateur, de l'Internet et des logiciels de gestion de base de données. Les enquêtés non scolarisés n'utilisent que le téléphone portable.

Au regard de ces résultats, nous pouvons donc dire que le niveau de connaissance en informatique ainsi que l'utilisation des outils TIC sont fortement liés au niveau de scolarisation des enquêtés. Plus l'enquêté a un niveau d'étude élevé, plus il a une connaissance avancée en informatique, plus l'enquêté a un niveau d'étude élevé, plus il utilise les outils TIC.

4.2.3 La fonction comme déterminant des types d'outils TIC à utiliser

L'idée est de faire ressortir la relation qui existe entre la fonction occupée dans l'organisation et l'utilisation des outils TIC. De ce fait, en référence au tableau n°20, nous constatons que l'utilisation de l'outil TIC est liée au poste occupé dans l'organisation. Ainsi, en dehors du téléphone portable, de l'ordinateur et de l'internet, la fonction de secrétariat n'utilise ni les bases de données ni autres outils TIC. Néanmoins, lorsque nous prenons la fonction d'agent d'exécution et/ou de décideur qui regroupent des activités de collecte de prix et de stocks, des activités de recherche et de diffusion d'information, des activités de gestion d'information commerciale (stocks, clients/fournisseurs), nous remarquons qu'en plus du téléphone portable, de l'ordinateur, de l'Internet, du radio, et les logiciels de gestion de base de données, d'autres outils comme les clés USB, les appareils photos, les microphones, les

projecteurs sont également utilisés. Cette analyse laisse percevoir que la fonction occupée dans la structure a une influence sur le type d'outil TIC à utiliser.

Il faut signaler d'une manière globale que le profil socio- professionnel des enquêtés a une influence sur l'utilisation des outils TIC et sur les connaissances en informatiques même si la variable sexe ne montre pas cette interdépendance. Néanmoins cette influence est à nuancer car parmi les outils, le téléphone portable est le plus apprivoisé et son utilisation est effective quelque en soit le sexe, la fonction occupée et le niveau de scolarisation. D'ailleurs, Robertine TANKEU dira en 2008³⁶ que le téléphone portable est l'outil le plus apprivoisé au sien des populations et ni son acquisition ni son utilisation n'est forcément corrélé avec le niveau scolaire. Dans le même ordre d'idée, un rapport d'étude d'ONAPAD/INS en 2009³⁷ a indiqué que l'appropriation du téléphone portable comme outil de communication est effectif quelques soit l'âge le sexe, le lieu de résidence ou encore le niveau d'instruction.

4.3 Analyse et interprétation du degré et mode d'utilisation des TIC et de l'efficacité commerciale de la FEPA/B

Les éléments tels le degré d'utilisation des TIC, le mode d'utilisation des TIC par la FEPA/B et les indicateurs d'efficacité commerciale seront analysés puis interprétés.

4.3.1 L'utilisation moyenne des TIC au sein de la FEPA/B

Dans le but d'analyser le degré d'utilisation des outils TIC au sein de la FEPA/B, l'outil d'analyse (présenté dans les outils d'analyse) selon le degré d'utilisation des outils TIC élaboré par l'association Yam-pukri³⁸ a été utilisé.

L'application de ce modèle aux unions de la FEPA/B ainsi qu'à la faîtière nous donne le tableau ci-dessous :

³⁶ Robertine TANKEU, Etat des lieux du sous secteur des TIC au Cameroun, DT-TIC-INFOR 2.2, septembre 2008

³⁷ Rapport final sur Impact de la téléphonie mobile sur les conditions de vie des utilisateurs et des intervenants du marché, 2009

³⁸ Yam infotech, méthode d'approche de yam-pukri, 2012

Tableau n° 22 : degré d'utilisation des outils TIC par la FEPA/B

Organisation	Outils TIC utilisés
Faïtière à OUAGA	Téléphone fixe, téléphone portable, ordinateur, internet, produits numérique et supports papiers, système de gestion de base de données, site web
Union du PASSORE	Téléphone fixe, téléphone portable, ordinateur, internet, produits numérique et supports papiers, système de gestion de base de données
Union du NAYALA	Téléphone fixe, téléphone portable, ordinateur, internet, produits numérique et supports papiers
Union du HOUET	Téléphone fixe, téléphone portable, ordinateur, internet, produits numérique et supports papiers, système de gestion de base de données

Source : données d'enquête, Mai-juin 2013

Selon le modèle d'analyse de Yam-pukri, ce tableau nous laisse voir que les unions du PASSORE et du HOUET en fonction de leurs niveaux d'utilisation des outils TIC se classent dans le modèle n°4. Ce modèle nous laisse percevoir que ces unions ont une utilisation moyenne des outils TIC et qu'ils doivent faire des efforts pour mieux se positionner au modèle d'utilisation n°6 afin de mieux bénéficier des avantages TIC. La faïtière (FEPA/B) à Ouagadougou se situe au niveau du modèle n°5 car elle ne possède pas de système de messagerie interne propre. L'union du NAYALA en fonction également de son niveau d'utilisation des outils TIC, se classe dans le modèle n°3 car n'ayant ni un système de gestion de base de données ni un site web.

Au regard de cette analyse, il est évident que l'utilisation des outils TIC au sein des organisations de la FEPA/B ne soit pas d'un niveau avancé bien que l'échantillon d'étude soit porté sur des organisations utilisant intensivement les TIC. Au-delà de l'analyse du degré d'utilisation, il est nécessaire d'analyser le mode d'utilisation des TIC.

4.3.2 L'utilisation quasi rationnelle des TIC par la FEPA/B

Le mode d'utilisation concerne les motifs ou les raisons d'utilisations des outils et services TIC. Il s'agit plus précisément des types d'outils et services TIC les plus utilisés et les raisons de leurs utilisations et de l'existence des stratégies de minimisations des coûts d'utilisation. Ainsi, les enquêtés se sont repartis entre les types d'outils et de services fréquemment utilisés, les raisons de leur utilisation et les stratégies de réduction de leurs coûts d'utilisation.

— Une forte utilisation des terminaux mobiles dans les activités commerciales

L'analyse du degré d'utilisation des outils TIC nous montre que le téléphone portable occupe une place primordiale dans l'activité commerciale des unions de la FEPA/B ainsi que de la

faïtière. Les données sur les pourcentages d'utilisation des outils (tableau 7) et sur les pourcentages d'utilisation des services TIC (tableau 9) nous le confirme. En effet, 100% des enquêtés utilisent le téléphone portable et en matière d'utilisation de service TIC, l'appel téléphonique est le plus fréquemment utilisé avec un pourcentage de 82.9% de l'échantillon. Cette forte utilisation n'est pas sans raisons. Selon les propos des enquêtés, le téléphone portable est utilisé fréquemment parce qu'il permet de transmettre et recevoir en temps réel l'information. Il faut également souligner que le problème de connectivité à l'électricité et à l'Internet en milieu rural fait que le téléphone portable reste le moyen de communication le plus utilisé dans ces zones desservies par les réseaux GSM. Pour l'appel téléphonique, certains enquêtés justifient l'utilisation fréquente des téléphones portables par sa rapidité, sa fiabilité et son efficacité à transmettre l'information. D'autres l'utilisent pour sa facilité et son accessibilité à communiquer avec les producteurs en majorité non alphabétisés. Aussi, une autre catégorie préfère plus l'appel téléphonique parce qu'il permet aux interlocuteurs de se comprendre facilement et d'être sûr d'avoir transmis l'information voulue.

Au-delà de cette forte utilisation du téléphone portable, il faut signaler l'utilisation de l'ordinateur, de l'Internet, de la radio, des logiciels de gestion de base de données et bien d'autres outils TIC et cela toujours corrélé avec des raisons bien précises. Ceci dit, le recours à l'ordinateur et à l'Internet s'explique par le besoin de rédaction et l'envoi de rapport aux partenaires, par des besoins d'envoi de documents et programmes d'activités commerciales et aussi dans le but de garder le contact avec les clients et partenaires étrangers.

— **L'utilisation stratégique et réfléchie des TIC dans l'activité commerciale de la FEPAB**

A l'issue de l'enquête, il ressort que les TIC sont utilisés pour des besoins de diffusion d'information (91.4% de l'échantillon), pour des besoins de recherche de prix de marchés (74.3% des enquêtés) et pour des besoins de recherche et de fidélisation des clients (54.3% des enquêtés). Au-delà de ces raisons d'utilisation, le tableau n°11 montre que les unions enquêtées ainsi que la faïtière possèdent des stratégies pour minimiser les coûts d'utilisations des TIC.

Selon les propos de certains acteurs commerciaux, les TIC sont utilisés pour rechercher les prix et contacter les clients pour les ventes, pour la diffusion et la publication des offres de ventes (par appel téléphonique et internet), pour la gestion d'information des clients et des fournisseurs (logiciel de gestion de base de données) et pour les échanges d'informations

avec les clients sur leurs besoins et les conclusions de vente. Une autre catégorie d'acteurs dit avoir recours aux TIC pour des raisons de gestion et d'archivage de documents (avec les clés USB), pour des besoins d'établissement des bordereaux de livraison et les fiches de stocks (avec support papier) et pour des besoins de matérialisation des rapports (utilisation des images photographiques).

Les stratégies généralement utilisées pour minimiser les coûts d'utilisations sont entre autres le système de flotte, le forfait mensuel, la messagerie téléphonique (SMS), la stratégie de communication par avertissement du système bip et les recharge maxi pendant les offres de bonus de recharge téléphonique.

La stratégie de communication par avertissement du système bip est celle qui permet soit aux producteurs de base ou soit aux responsables ou encore tout acteurs de la chaîne de commercialisation de donner un signal à son supérieur hiérarchique pour qu'il le contacte, afin qu'il puisse transmettre ou demander une information. Dans cette stratégie, un seul acteur supporte et gère les frais de communication.

Le système de flotte ne prend pas en compte l'ensemble des membres de l'union ou de la faitière. Ainsi, les enquêtés qui utilisent cette stratégie ont signalé qu'elle ne concerne très souvent qu'un groupe restreint.

En plus de cette utilisation, de manière économique et stratégique, les unions de la FEPA/B sont conscientes des avantages que les TIC peuvent leur apporter dans leurs activités commerciales. Ainsi, les données du tableau n°4 (annexe) montrent que 40% des enquêtés ont participé à des formations ou à des ateliers pour mieux intégrer les TIC dans leur activité commerciale. Les expériences acquises de ces formations et de ces ateliers sont généralement la collecte des prix sur les marchés via les téléphones portables, la mise en place de la base de données ACCESS sur les clients et fournisseurs et la recherche de prix et marchés sur Internet et téléphone portable.

Dans un rapport de Souleymane OUATTARA (CTA, 2007)³⁹, il a été mentionné que les OP utilisent les TIC pour des raisons économiques. Au regard de cette analyse, il ressort dans un premier temps que les outils TIC sont utilisés en fonction de leurs efficacités et de leurs

³⁹ Souleymane OUATTARA, rapport CTA, *évaluation des besoins en information agricole dans les États du groupe Afrique-caraiïbes-pacifique (ACP)*, 2007, 267 pages

efficacités. C'est ainsi que le téléphone portable est l'outil le plus utilisé en raison de sa rapidité, sa fiabilité et efficacité dans la transmission d'information. Dans un second temps, les TIC sont utilisés par les acteurs de la commercialisation pour des besoins économiques (recherche de prix de marché, recherche de la clientèle) et aussi il faut noter que cette utilisation est faite d'une manière stratégique pour réduire les coûts d'utilisation.

4.3.3 Analyse de l'efficacité commerciale de la FEPAB avec l'utilisation des TIC

L'efficacité commerciale est évaluée sur l'analyse des indicateurs comme la maîtrise des prix, la force de vente, le revenu et le circuit commercial. Le but a été de découvrir si l'utilisation des TIC permet à la FEPA/B de maîtriser les prix céréaliers sur les marchés, d'augmenter leurs forces de vente, de réduire les dépenses pour l'accroissement des revenus et d'instaurer un circuit d'information fluide.

— Maîtrise des prix de marchés et variation des ventes cérésières avec l'utilisation des TIC

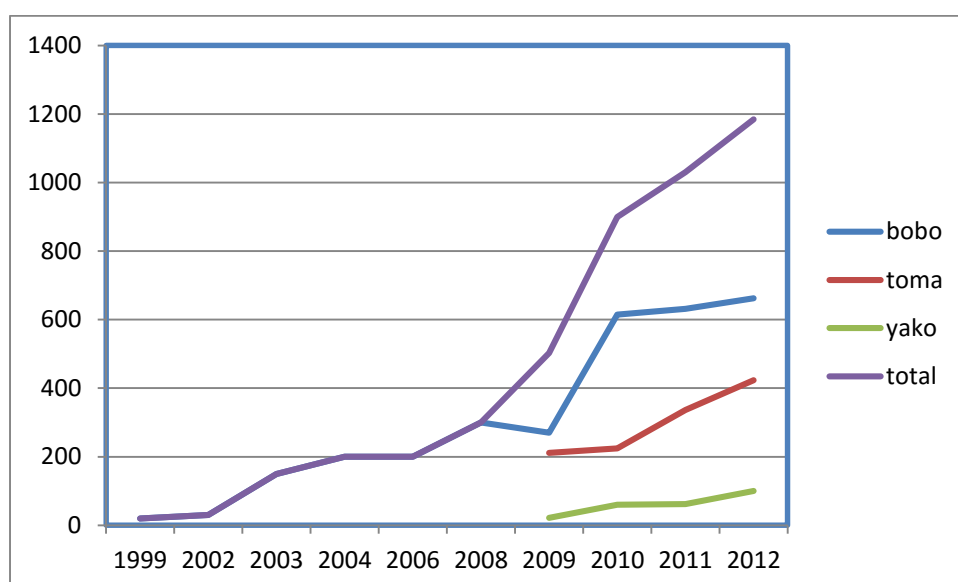
Les données de l'enquête ont révélé que plus de la moitié de l'échantillon, soit 71.4% (tableau 12) disent que l'utilisation des TIC contribue à la maîtrise des prix de marché. Certains l'expliquent que malgré la variabilité et la volatilité des prix des marchés céréaliers, il leur suffit juste d'appeler les animateurs qui sont sur le terrain pour être rapidement informés. D'autres justifient cette maîtrise de prix par le fait qu'avec les Système d'Information de Marché (SIM) et les sites web ou les plateformes d'information agricoles, ils arrivent à s'informer sur les prix des différents marchés nationaux et de la sous région. Néanmoins, les données du tableau 13 nous montrent que cette maîtrise des prix ne concerne que les acteurs commerciaux des unions enquêtées. Les acteurs techniques de la commercialisation au sein de la faïtière trouvent que l'utilisation des TIC ne leur permet pas de maîtriser les prix de marché car très variables d'un moment à l'autre. Cette confrontation peut être expliquée par le fait que ceux qui disent maîtriser les prix disposent en fait d'animateurs sur les différents marchés de céréales. Ces animateurs envoient à chaque instant les informations soit par appel téléphonique, soit par message téléphonique.

La contribution des TIC à la capacité ou à la force des ventes cérésières est appréciée positivement par l'ensemble des enquêtés. Au regard du tableau 12, on voit que 100% des enquêtés ont révélé que l'utilisation des TIC a contribué à l'augmentation des ventes de leurs produits. Certains ont expliqué qu'en plus des techniques de négociation, l'utilisation des TIC

leur a permis d'avoir les informations pour mieux fixer les prix et à mieux vendre. D'autres disent qu'avec les TIC, ils arrivent à prendre rapidement des décisions rationnelles de vendre ou de stocker pour une vente ultérieure plus rentable.

En plus de ces différents arguments, l'étude a également collecté les données sur les quantités de ventes de céréales sans et avec l'utilisation des TIC. Bien que les TIC ne soient pas le seul facteur de l'accroissement des ventes céréalieres et que l'on ne puisse déduire sa part dans cet accroissement, l'étude a tenu à présenter les courbes des ventes suivant le graphique ci-dessous.

Graphique n° 1 : Les courbes de ventes céréalieres sans/avec l'utilisation des TIC



Sources : données d'enquête, Mai-juin 2013

Le graphique montre que les quantités de ventes dans la période d'utilisation des TIC (2011-2012) dans l'union de Yako et de Toma sont supérieures à celles d'avant utilisation des TIC (2009-2010). Le même constat est également observé dans l'union de Bobo-Dioulasso où la période d'utilisation des TIC est de 2009-2012. Néanmoins, comme mentionné plus haut, cette augmentation des ventes n'est pas uniquement imputable au seul facteur utilisation des TIC.

— L'incidence positive des TIC sur le revenu

L'effet des TIC sur le revenu renvoie à l'incidence que les TIC ont sur le revenu. Dans cet ordre d'idée, le tableau 14 montre que 97.1% des enquêtés disent que les TIC ont une incidence positive sur leur revenu. Ce pourcentage très élevé a été validé par la réalisation

d'activités efficaces avec l'utilisation des TIC. A l'issue de cette question, 85.7% (tableau 15) se rappelle avoir déjà réalisé des activités efficaces avec l'utilisation des TIC. Selon les propos des enquêtés, les TIC ont une incidence positive parce que très souvent au lieu de dépenser plus dans les déplacements, ils appellent moins cher pour la collecte des stocks ou pour la négociation des ventes et transfert des produits, et ou encore pour se renseigner sur la disponibilité des matières premières. D'autres justifient cette incidence positive par le fait qu'au lieu de passer par les médias qui leur reviendra plus cher, ils arrivent à publier leurs offres de vente sur internet, à diffuser rapidement l'information sur les prix par les téléphones portables et à remonter l'information aux niveaux communes et villages sans passer par les radios rurales. Une autre catégorie d'enquêtés trouve que les TIC leur permettent de moins dépenser, du fait qu'au lieu de passer par la poste ou par les compagnies de transports, ils envoient les programmes de livraison, et les quantités de produits disponibles ainsi qu'un certain nombre de documents par mail.

— **Les limites dans la fluidité du circuit d'information**

La fluidité du circuit d'information renvoie à l'accès et à la transmission d'information transparente en temps réel. En posant simplement la question aux enquêtés s'ils arrivent à avoir un circuit d'information fluide avec l'utilisation des TIC, plus de la moitié soit 77.1% du tableau n°3 (annexe) de l'échantillon ont répondu par l'affirmative. Néanmoins, ce pourcentage n'est représenté que par la majorité des acteurs au sein des unions, ceux de la faitière ayant participé à l'étude disent ne pas bénéficier de circuit d'information fluide.

Consciente, que cette partie ne pouvait pas révéler exactement la situation de la circulation d'information au sein de l'organisation, une analyse a été réalisée sur le circuit d'information.

Cette analyse du circuit d'information s'est basée sur les difficultés rencontrées dans la circulation d'information et ces difficultés concernent principalement l'asymétrie d'information, la non transmission et réception d'information en temps réel et le non-respect de délai de livraison par manque d'information.

Comme définit plus haut, l'asymétrie d'information est la détention ou la transformation de l'information par les acteurs. Selon les données de l'enquête, 82.9% de l'échantillon disent ne pas rencontrer des problèmes d'asymétrie d'information dans leur circuit d'information commerciale. Néanmoins, quant au problème de non transmission/ réception d'information

en temps réel, 62.9% de l'échantillon reconnaissent avoir ce type de problème dans leur circuit d'information.

En dehors de ces difficultés d'asymétrie d'information et de non transmission/ réception d'information en temps réel, l'enquête de terrain a également révélé que 34.3% de l'échantillon a affirmé avoir déjà manqué à un délai de livraison par manque d'information. Bien que ce pourcentage ne représente pas la moitié des enquêtés, il faut signaler qu'il est significatif car la majorité de ceux qui constituent ce pourcentage sont les responsables ou les chargés de la commercialisation. Le type de problème couramment rencontré se situe au niveau de la collecte de stocks pour les ventes en gros. Les responsables commerciaux expliquent que très souvent les informations livrées par les groupements de base ou les unions sur la disponibilité des stocks de céréales ne sont pas le plus souvent conformes à la réalité. Ce manque d'information qui occasionne des écarts en manque dans la constitution de la commande ne permet pas de respecter les délais de livraison.

Selon S.OUEDRAOGO (IICD, 2007)⁴⁰, les TIC sont un moyen pour réduire les dépenses et accroître le revenu. Au regard de cette analyse sur l'efficacité commerciale avec l'utilisation des TIC, il faut dire que les TIC permettent aux organisations paysannes de réduire les dépenses de commercialisation et d'accroître les revenus. Néanmoins, ils ne contribuent pas efficacement au renforcement de la capacité commerciale de la FEPAB malgré une utilisation stratégique et réfléchie. Ceci dit, leur utilisation ne permet pas non seulement de maîtriser les prix sur les marchés céréaliers mais aussi d'instaurer un circuit d'information transparente et fluide.

En définitive, bien que les TIC soient utilisés de façon économique par la FEPA/B, leurs potentialités ne sont pas effectives sur les indicateurs d'efficacité commerciale. De plus, bien que l'échantillon soit porté sur les unions utilisant plus d'outils TIC que les autres, il a été constaté un faible degré d'utilisation. C'est ainsi qu'à l'issue de cette étude, nous avons formulé des recommandations ainsi que les modalités de mise en œuvre.

⁴⁰ S OUEDRAOGO, Rapport IICD, Connectivité et énergie en zone rurale, août 2007

4.4 Les recommandations et leurs modalités de mise en œuvre

Il est question de faire des recommandations et de présenter les modalités de leurs mises en œuvre à la FEPA/B (faitière et ses unions enquêtées).

4.4.1 Les recommandations

Au regard des analyses et interprétation des résultats sur le mode d'utilisation des TIC et leurs impacts sur l'efficacité commerciale, un renforcement de capacités d'utilisation s'avère indispensable. Ainsi des recommandations seront faites à la FEPA/B mais aussi à ses membres de manière collective et individuelle (par union).

D'abord, les données de l'enquête montrent que l'utilisation de l'ordinateur et de l'internet reste limitée à une minorité d'agents techniques. Généralement, le niveau de connaissance en informatique étant très bas, se limite souvent à des connaissances en bureautique. De ce fait, pour que l'organisation ainsi que ses unions puissent mieux bénéficier des avantages de l'équipement en ordinateurs et de l'usage de l'internet, nous leur recommandons de procéder à des séances de formation du personnel technique en informatique et à l'Internet.

Ensuite, en matière de communication et d'information, nous recommandons la mise en place d'un système d'information fluide et rapide au sein de la faitière mais aussi au sein des unions pour l'obtention d'un circuit d'information fluide et transparente. Egalement, pour la diffusion d'information agricole de manière efficace, il serait nécessaire pour la FEPA/B de mettre en place une plateforme SMS qui permettra l'envoi et la réception d'un grand nombre de message texte via le réseau de téléphonie mobile. La FEPA/B à travers la plateforme aura la capacité d'atteindre ses membres de manière collective et rapide, la possibilité de gérer une campagne d'information ou de sensibilisation, la possibilité de maintenir le contact avec des agents de terrain et même la possibilité de mener des sondages/enquêtes. De plus, la plateforme permettra de consolider les relations de collaboration entre les membres (unions) de l'organisation.

Enfin, pour plus de visibilité et marketing des produits, nous recommandons aux unions de créer un site web qui leur permettra de présenter leurs activités ainsi que les offres de vente sur la toile. Le site web leur permettra de mieux se faire connaître, de mieux commercialiser leurs produits (même en ligne) et d'accroître leurs chiffres d'affaire. Egalement, pour des

besoins de publication et de visibilité, il est suggéré aux unions ou même à la FEPA/B de créer un compte social comme Facebook qui leur permettra de publier les activités, les actions réalisées et les produits dont elles disposent.

A l'issue des recommandations, il est nécessaire de donner les modalités de leurs mises en œuvre.

4.4.2 Les modalités de mise en œuvre des recommandations

Les mises en œuvre concernent la réalisation des formations, la mise en place d'une plateforme SMS et la création d'un site web.

En matière de réalisation des formations en informatique, il existe déjà un avantage dans sa mise en œuvre. En effet, pendant la phase de terrain, nous avons remarqué qu'il existe un intérêt manifeste de la part des organisations enquêtées d'acquérir des connaissances en informatique. Les données collectées ont aussi montré qu'à travers des ateliers de formation, les organisations tentent tant bien que mal d'intégrer les TIC dans leur activité commerciale. Il reste que le choix de la structure formatrice détermine la valeur et la qualité de la formation reçue. Il convient alors que dans cette mise en œuvre, les organisations recherchent les structures présentes dans le domaine TIC et agriculture qui connaissent mieux leurs besoins en formation afin d'augmenter leurs capacités d'utilisation et de bénéficier au mieux des avantages des TIC.

La mise en place d'une plateforme SMS est nécessaire pour les activités de communication et de diffusion d'information. Dans son plan d'action 2012-2014, la FEPA/B entend promouvoir une communication fluide et accessible à tous en son sein à travers la mise en place d'un système d'information sur les prix et la réalisation d'étude de marchés sur les céréales et les semences. L'utilisation effective du téléphone portable à tous les niveaux de l'organisation en est un atout dans sa mise en œuvre. Notons que si la FEPA/B désire que cette plateforme aille au-delà du niveau provincial et implique ses membres au niveau départemental et même au niveau village (groupements de base), elle devra rompre avec son circuit pyramidal (hiérarchique) de communication et de diffusion d'information. Le type de plateforme adapté aux besoins des organisations agricoles est celui avec le logiciel qui marche sur n'importe quel réseau GSM et n'a pas besoin d'être connecté à l'internet (par exemple Front Line SMS). L'installation d'un tel logiciel est rapide, économique et simple et les utilisateurs peuvent répondre via leurs téléphones portables.

La création d'un site web de la part des trois (03) unions enquêtées leur permettra d'être plus visibles sur le marché. Pour sa mise en œuvre, le site web avec le système SPIP répondrait à leurs préoccupations ; à savoir la publication libre et gratuite sous licence GPL de leurs produits sur Internet et la gestion de leurs bases de données dans la transparence. Ce système leur permettra d'avoir un site web dynamique et de publier des pages web directement grâce au navigateur. L'administration du site ne demande aucun prérequis, il suffit de savoir utiliser un navigateur Web.

Cette scène de mise en œuvre vise à encourager l'application des recommandations fournies, du moment que la FEPA/B a les potentialités d'accroître sa capacité d'utilisation des TIC afin de mieux bénéficier de ses avantages dans son activité commerciale.

Conclusion partielle

Ce chapitre a été le lieu d'analyse et d'interprétation des données de terrain sur le mode et degré d'utilisation des outils TIC ainsi que sur leurs impacts sur les indicateurs d'efficacité commerciale de la FEPA/B de façon générale. Il a été également question d'analyse et d'interprétation des relations qui existent entre l'utilisation des outils TIC et les variables telles que le niveau scolaire, le sexe et la fonction occupé par l'enquêté. Il faut noter que les réponses des enquêtés sur l'utilisation des TIC ainsi que sur leurs impacts sur la commercialisation des céréales ont permis de formuler des recommandations. Ces recommandations sont jugées nécessaires pour le renforcement des capacités d'utilisation des TIC afin de plus bénéficier de ses avantages dans la commercialisation des céréales. A l'issue des recommandations, les modalités de leurs mises en œuvre ont été présentées.

CONCLUSION

Dans ce mémoire sur le rôle des TIC dans le processus commercial des produits agricoles, il a été question dans un premier temps de poser les éléments théorique et empirique des TIC dans le monde agricole et dans d'autres domaines d'activités. C'est ainsi que les éléments comme la contribution des TIC dans l'économie, les avantages des TIC dans le monde agricole et la clarification des concepts ont été présentés. Les aspects empiriques tels le paysage TIC au Burkina Faso, les types d'usages des TIC dans le domaine bancaire, le domaine commercial et agricole et les expériences d'utilisation des TIC dans l'activité commerciale des produits agricoles au Burkina Faso ont été posés.

Dans un second temps, nous avons de manière spécifique axé l'étude sur le cas de la FEPA/B. La structure a été présentée dans ses domaines d'activités, dans son fonctionnement, dans son plan stratégique de communication et de commercialisation et dans son utilisation de façon générale des TIC.

En référence aux objectifs et hypothèses de l'étude, nous avons adopté un cadre méthodologique qui a permis l'élaboration d'une fiche d'enquête pour la collecte des données dans trois unions provinciales de la FEPA/B ainsi que dans la faïtière à Ouagadougou.

Les données collectées sur le terrain montrent que bien que les TIC soient utilisées pour des besoins économiques et de manière stratégique, leurs utilisations au sein des organisations agricoles ne sont pas de niveau avancé et ne contribuent pas efficacement au renforcement de la capacité commerciale.

A l'issue des analyses et interprétation, il nous est possible d'appréhender la validité des hypothèses formulées. C'est ainsi que la première hypothèse qui affirmait que la FEPAB possède un mode d'utilisation économique des TIC dans l'activité commerciale des céréales a été confirmée. Ceci dit, la majorité des enquêtés (74.3%) ont déclaré utiliser les outils TIC pour des besoins économiques et aussi pour des raisons d'efficacité, de rapidité, de fiabilité et d'accessibilité. La présence des stratégies de minimisation des coûts d'utilisation et la participation à des ateliers de formation pour mieux intégrer les TIC dans leurs activités commerciales montrent également que les organisations de la FEPA/B utilisent de façon économique les TIC. La deuxième hypothèse qui présumait que l'utilisation des TIC permet à la FEPAB d'accroître son efficacité commerciale est nuancée. En effet, la vérification avec

les indicateurs d'efficacité commerciale choisis dans le cadre de cette étude indique que l'utilisation des TIC permet à l'organisation de réduire les dépenses de commercialisation et d'accroître les revenus mais ne lui a pas permis de maîtriser les prix de céréales sur le marché et d'avoir un circuit d'information fluide et transparent. Les données d'analyse du circuit d'information révèlent qu'en plus des 34.3% des enquêtés qui affirment avoir déjà manqué à un délai de livraison par manque d'information, 62.9% des répondants disent avoir des difficultés de non transmission/ réception d'information en temps réel.

En somme, cette étude nous a permis d'avoir des connaissances sur le mode et le degré d'utilisation des outils TIC dans les organisations agricoles. Elle nous a permis de faire ressortir le rôle des TIC dans l'activité commerciale des céréales et de passer à la vérification de nos hypothèses de terrain. Toutefois, comme mentionné dans le chapitre 2, l'étude n'a pas été à l'abri des difficultés et limites et ne peut donc pas se prétendre exhaustive. D'autres aspects de l'étude pourraient être appréhendés ou approfondies par d'autres personnes.

BIBLIOGRAPHIE

Abdoul Hamid DIALLO, *guide d'appui à l'émergence des organisations paysannes en guinée*, 2007, 22 p

Afrique Verte international, *point sur la situation alimentaire au sahel; manuel d'information sur les prix des céréales au Burkina, Mali, Niger*, 2011, page 1-8

ARCEP : Rapport annuel d'activités-exercices 2011, juillet 2012, 93 p

ARCEP : Rapport annuel d'activités-exercices 2012, juillet 2013, 85 p

Bakari CISSE, mémoire sur *Utilisation des équipements post-récoltes pour les Unions Provinciales des Professionnels Agricoles cibles du Projet Renforcement des Capacités de Commercialisation de céréales et de niébé de la FEPA/B*, Juin 2013, 73 p

Charles Iovis Bakyono, mémoire de master paris x Nanterre, *Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et développement de l'élevage dans l'Est du Burkina Faso; Le cas du marché à bétail de Fada N'Gourma*, 2007, 108 p

Christine Zhen-Wei Qiang, *La téléphonie mobile : un outil pour la croissance et le développement*, in banque mondiale, secteur privé et développement, 2009, page 6

Eric RAMOS PASQUATI, mémoire de thèse, *L'appropriation socioculturelle du téléphone portable par des agriculteurs de la Boucle du Mouhoun, Burkina Faso – Contribution à une approche socioculturelle des TIC pour le développement socio-économique*, paris 2011, 290p

FARA, *inventaire des services d'information agricoles novateurs utilisant les TIC*, accra 2009, 68 pages

FEPA/B : *plan d'actions 2008-2011*, mai 2008, 73 p

FEPA/B : plan opérationnel des quatre (4) axes stratégiques : institutionnel, économique, politique femmes et jeunes ; 2007, 28 p

FUPRO- Benin : rapport de la visite d'échanges au Burkina ; *recherche-action sur les chaînes de valeurs maïs*, 2011, 42 p

Hannah Beardon, rapport plan, *les téléphonies mobiles au service du développement: comment les technologies mobiles peuvent améliorer le travail de plan et de ses partenaires en Afrique*, 2009, 56 p

Lettre de politique sectorielle du Ministère des Postes et des Technologies de l'Information et de la Communication adopté par le conseil des ministres en 2006, 21 p

Ministère des Postes et des Technologies et de la Communication/ Commission Economique pour l'Afrique, *Cyberstratégie e-services pour le développement du monde rural*, avril 2010, version revue et corrigée en février 2011 à Ouagadougou, Burkina Faso, 78 p

NASSA DABIE DESIRE AXEL, *contribution de la téléphonie mobile à la dynamisation du commerce informel dans la commune d'Adjamé à Abidjan en Côte d'Ivoire*, version 1, décembre 2011, 14 p

ONAPAD/INS, rapport final sur *Impact de la téléphonie mobile sur les conditions de vie des utilisateurs et des intervenants du marché*, 2009, 84 p

Rapport général sur le secteur privé, *environnement de affaires, opportunités des investissements et partenariat public et privé*; Ministère de l'économie et des finances, décembre 2011, 42 p

Rapport intelecon et McCarthy tétrault, *projet d'appui à la compétitivité et au développement de l'entreprise, étude de faisabilité de la zone pilote*, 2005, 67 p

René SAMBA, *Technologies de l'Information et de la Communication et performance des Petites et Moyennes Entreprises en République du Congo*, juin 2013, page 1-4

Robertine TANKEU, projet de recherche sur Dynamiques et rôle économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre, cas du Burkina Faso, du Cameroun et du Senegal : *Etat des lieux du sous secteur des TIC au Cameroun*, DT-TIC-INFOR 2.2, septembre 2008, 43p

S.OUEDRAOGO, *analyse de la situation de la téléphonie rurale au Burkina Faso*, Mars 2004, version 1, 17 p

S.OUEDRAGO, *Investissement en Technologie de l'Information et de la Communication et croissance économique dans l'UEMOA*, annales de l'université de Ouagadougou, série B, vol 004, 2012, 34 p

S OUEDRAOGO, Rapport IICD, *Connectivité et énergie en zone rurale*, août 2007, 23p

S.OUEDRAOGO, rapport IICD, *Nouvelles Technologies et Organisations Paysannes : l'état des lieux au Burkina Faso*, novembre 2009, 54 p

Souleymane OUATTARA, rapport CTA, *évaluation des besoins en information agricole dans les États du groupe Afrique-caraïbes-pacifique (ACP)*, 2007, 267 p

Thierry BRETON, *chantier sur la lutte contre la cybercriminalité*, février 2005, 22 p

TABLE DES MATIERES

CHAPITRE 1	GENERALITES SUR LES TIC ET LES TRAVAUX EMPIRIQUES	5
1.1	Définition des concepts	5
1.1.1	Définition des termes informatiques.....	5
1.1.2	Définition des termes commerciaux	7
1.2	Le paysage TIC au Burkina Faso et les applications et/ou expériences d'utilisation	9
1.2.1	Le paysage TIC au Burkina Faso	9
1.2.2	Les types d'usages des outils TIC	11
1.2.3	Les applications et les expériences d'utilisation des TIC dans le domaine agricole au Burkina Faso	12
1.3	Contribution des TIC à l'accroissement de l'économie	17
1.4	Les limites du champ des TIC	19
CHAPITRE 2	CADRE METHODOLOGIQUE ET PRESENTATION DE LA FEPAB .	21
2.1	Cadre méthodologique.....	21
2.1.1	Les variables	21
2.1.2	L'échantillonnage	24
2.1.3	Outils de collecte de données	25
2.1.4	Méthodes de traitement et d'analyse de données	26
2.1.5	Les difficultés et les limites de l'étude	27
2.2	Présentation de la Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina....	28
2.2.1	Organisation et fonctionnement de la FEPA/B	29
2.2.2	Les stratégies de communication et de commercialisation de la FEPA/B .	30
2.2.3	Projet de renforcement des capacités commerciales des céréales	31
2.2.4	L'utilisation des TIC au sein de la fédération des professionnels agricoles du Burkina (FEPA/B)	32
CHAPITRE 3	PRESENTATION DES RESULTATS DE TERRAIN.....	35
3.1	Les caractéristiques socio professionnelles des enquêtés.....	35
3.1.1	Le sexe.....	35
3.1.2	Le niveau d'instruction.....	35
3.1.3	La responsabilité des enquêtés	36
3.1.4	Les connaissances en informatique	37
3.2	Les modes d'utilisation des outils TIC	37
3.2.1	Les outils TIC utilisés.....	37
3.2.2	Les services TIC utilisés.....	39
3.2.3	Les raisons d'utilisation des TIC	39
		67

3.2.4	Les stratégies de minimisation des coûts d'utilisations des TIC	40
3.3	Les variables d'efficacité commerciale	41
3.3.1	Maitrise des prix et variation des ventes avec l'utilisation des TIC	41
3.3.2	L'effet des TIC sur le revenu.....	42
3.3.3	Degré de fluidité du circuit d'information.....	42
3.4	Les relations entre les variables.....	44
3.4.1.1	Niveau de scolarisation et connaissance en informatique	44
3.4.2	Niveau de scolarisation et outils TIC utilisés	44
3.4.3	L'utilisation des outils TIC en rapport avec la fonction de l'enquêté	45
3.4.4	L'utilisation des outils TIC en rapport avec le sexe	46
CHAPITRE 4 ANALYSE /INTERPRETATION DES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS		48
4.1	La quasi présence des TIC dans le processus commercial de la FEPA/B ..	48
4.2	L'impact des variables socio professionnelles des enquêtés sur l'utilisation des TIC	49
4.2.1	La non prédominance d'un sexe à l'autre dans l'utilisation des TIC	49
4.2.2	L'impact du niveau de scolarisation sur l'utilisation des TIC	50
4.2.3	La fonction comme déterminant des types d'outils TIC à utiliser	50
4.3	Analyse et interprétation du degré et mode d'utilisation des TIC et de l'efficacité commerciale de la FEPAB	51
4.3.1	L'utilisation moyenne des TIC au sein de la FEPA/B.....	51
4.3.2	L'utilisation quasi rationnelle des TIC par la FEPA/B.....	52
4.3.3	Analyse de l'efficacité commerciale de la FEPAB avec l'utilisation des TIC	55
4.4	Les recommandations et leurs modalités de mise en œuvre.....	59
4.4.1	Les recommandations	59
4.4.2	Les modalités de mise en œuvre des recommandations	60

ANNEXE

Annexe 1: La fiche d'enquête

Note : cette fiche a été élaborée dans le cadre d'une étude de projet. Elle a pour objectif de collecter les données sur le rôle que jouent les TIC dans la commercialisation céréalière de la FEPAB (Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina).

I) Identification De L'enquêté

I.1. Sexe : Masculin /___/ Féminin /___/

I.2 .Lieu de Résidence : Ville /_____/Secteur/___/

I.3. Niveau de scolarisation : Non scolarisé/___/ Niveau Primaire/___/ Niveau Secondaire/___/ Niveau Supérieur/___/

I.4. Connaissance en informatique : Bureautique/___/ Web 2/___/ Internet/___/

I.5. Responsabilité dans la structure:.....

II) Détermination du mode d'utilisation des TIC

II.1. Quels sont les outils TIC que vous connaissez ?

Téléphone portable/___/ Ordinateur/___/ Internet/___/ Radio/___/ Bases de données/___/ Autres/___/

II.2. Quels sont les outils TIC que vous utilisez le plus dans votre activité commerciale ?

Téléphone portable/___/ Ordinateur/___/ Internet/___/ Radio/___/ Bases de données/___/ Autres/___/

II.3. Parmi les services TIC listés ci-dessous, quels sont ceux qui sont fréquemment utilisés? Et pourquoi ?

Appel Téléphonique/___/ SMS/___/ fax/___/ Email/___/ Courier Postal/___/

.....
.....

II.3. Pour quelles raisons utilisez-vous les TIC dans votre activité commerciale ?

Pour la forme/___/Recherche de client/___/Recherche de prix/___/Besoins de diffusion d'information/___/Besoins de visibilité des produits/___/Autres/___/

II.4. Avez-vous des stratégies de minimisations des coûts d'utilisation des TIC ?

Oui/___/NON/___/

Si Oui, lesquels ?

Langage bip/___/Système flotte/___/Système d'information/___/Autres/___/

II.5. Aviez-vous déjà participé à un projet à un atelier ou une formation sur les TIC dans le cadre de vos activités ?

Oui/___/Non/___/

Si Oui, quelle est l'expérience acquise ?

.....
.....

II.6. En tant que acteur dans la chaîne de commercialisation, comment utilisez-vous les TIC pour l'atteinte de votre objectif ?

.....
.....

III) Détermination de l'efficacité commerciale avec l'usage des TIC

III.1. Avec l'utilisation des Systèmes d'informations de marché (SIM) et Site Web agricole, parvenez-vous à maîtriser les prix sur le marché céréalier ?

Oui/___/Non/___/

III.2. L'utilisation des TIC vous a-t-il permis de mieux vendre vos produits céréaliers ?

Oui/___/Non/___/

Si Oui, quels sont les données sur les ventes céréalières ? (base de données par exemple)

.....
.....
.....

III.3. Quelle a été l'incidence des TIC sur votre revenu ?

Positive/___/ Négative/___/ Aucune incidence/___/

III.4. Avez-vous déjà réalisé des activités efficaces avec l'usage des TIC ?

Oui/___/Non/___/

Si Oui, quels sont ces activités ?

.....
.....
.....

III.5. Parvenez-vous à établir un circuit d'information commerciale fluide avec l'usage des TIC ?

Oui/___/Non/___/

III.6. Quels types de difficultés rencontrez-vous dans la diffusion d'information commerciale ?

Asymétrie d'information/___/Non transmission/réception d'information en temps réel/___/

Autres/___/

Avez-vous déjà manqué à un délai de livraison par manque d'information ?

Oui/___/Non/___/

Quelle solution proposez-vous pour une amélioration de votre circuit d'information ?

.....
.....
.....

MERCI POUR VOTRE DISPONIBILITE !

Annexe 2: présentation de tableaux complémentaires sur les données d'enquête

Tableau n°2: **Liste des enquêtés par Province**

Province	Effectifs	Pourcentage
Houet	10	28,6
Kadiogo	4	11,4
Nayala	10	28,6
Passore	11	31,4
Total	35	100,0

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Tableau n°3: **Circuit d'information fluide avec l'utilisation des TIC**

réponses	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Oui	27	77,1	77,1
Non	8	22,9	100,0
Total	35	100,0	

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Tableau n°4: **Participation à un atelier ou à une formation sur les TIC**

Réponses	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Oui	14	40,0	40,0
Non	21	60,0	100,0
Total	35	100,0	

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Tableau n°5: **Participation à un atelier ou à une formation sur les TIC selon les organisations FEPA/B**

Province	Participation à une formation sur les TIC		Total
	oui	non	
Houet	7	3	10
Kadiogo	3	1	4
Nayala	3	7	10
Passore	1	10	11
Total	14	21	35

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Tableau n°6: **L'utilisation des outils TIC par organisation**

Province	TP	Ordinateur		Internet		Radio		Base de données		Autres	
	oui	oui	non	oui	non	oui	non	oui	non	oui	non
Houet	10	6	4	6	4	4	6	2	8	5	5
Kadiogo	4	4	0	4	0	2	2	2	2	1	3
Nayala	10	4	6	4	6	4	6	0	10	0	10
Passore	11	7	4	5	6	7	4	2	9	0	11
Total	35	21	14	19	16	17	18	6	29	6	29

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Tableau n°7: **Répartition des enquêtés par responsabilité ou par fonction occupé dans le processus commercial**

Responsabilité occupée	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Animateur	3	8,6	8,6
animateur CEF	2	5,7	14,3
animateur endogène	2	5,7	20,0
animateur provincial	1	2,9	22,9
animateur-commercial	1	2,9	25,7
Animatrice	3	8,6	34,3
chargé de programme	1	2,9	37,1
chargé de programme CEF/jeunes	1	2,9	40,0
chargé de programme commercial	1	2,9	42,9
chargé de programme genre	1	2,9	45,7
chef projet commercialisation	1	2,9	48,6
Collecteur	2	5,7	54,3
Commercial	2	5,7	60,0
comptable-secrétaire	2	5,7	65,7
Gestionnaire	1	2,9	68,6
Magasinier	1	2,9	71,4
responsable CEF	1	2,9	74,3
responsable commercial	2	5,7	80,0
responsable coordination régionale	1	2,9	82,9
responsable femme	2	5,7	88,6
secrétaire générale	2	5,7	94,3
secrétaire générale adjoint	1	2,9	97,1
secrétaire-commercial	1	2,9	100,0
Total	35	100,0	

Sources : données d'enquête, Mai-juin2013

Annexe3 : présentation de l'étape commerciale de la FEPA/B

Etape	Acteurs			Rôles/Objectifs		
commercialisation	Fournisseurs/ Vendeurs	FEPA/B	Comité mixte national		Donner des orientations stratégiques relatives à la commercialisation	
			Cellule technique AGRA		Renforcer la capacité des UPPA en matière de commercialisation et accompagner les UPPA à la recherche de marché rémunérateurs	
			Bureau du conseil de gestion		Rechercher le marché et fixer les prix	
		OP	UPPA	Comité mixte céréale provinciale		Donner des orientations stratégiques relatives à la commercialisation
				Cellule technique provinciale		Accompagner l'UPPA à la recherche de marché et à la livraison des produits
				Conseil de gestion		Fixer le prix et rechercher le marché
			UDPA	Comité mixte céréale départemental		Superviser la collecte des quantités à commercialiser
				Animateur		Suivre la collecte et la vente des produits
				Conseil de gestion		Rassembler le stock nécessaire à la commercialisation et assurer son convoi à l'UPPA
	Clients	Commerçants collecteurs			Acheter les quantités voulues et selon leurs exigences	
		Aviculteur			Rechercher des aliments pour leurs exploitations avicoles	
		Consommateurs individuels			Satisfaire leur besoin de consommation familiale	
		Organismes partenaires (PAM,OCAD S, CRS,Etat, SONAGESS,)			Rassembler les stocks nécessaires aux besoins des dons faits aux partenaires sociaux	
		Transformateurs (brasseries, industries agroalimentaires....)			Obtenir les produits en quantité et en qualité pour les transformations agroalimentaires	
	Transporteurs				Obtenir de bons revenus à travers le transport des produits des producteurs	
	Services de certification et de validation des normes	LNSP			Fournir des produits répondant aux normes	
		MATD				
		Laboratoire nationale				
		Laboratoire de l'université de Ouagadougou				
		Faso normes				

Sources : tableaux synthèse de la stratégie de commercialisation groupée de la FEPA/B, 2013

Annexe 4 : présentation de la carte de la zone couverte par le Projet de Renforcement des Capacités Commerciales

Figure n°2: Carte de la zone de couverture du PRCC

