

Mettre les petits exploitants agricoles en lien avec les marchés

Préparé par Brian Flanagan en tant que projet de MEAS (Modernizing Extension and Advisory Services) financé par USAID.

Résumé par ECHO de la Note d'Information n°4 de MEAS

Mai 2015

<http://www.ECHOcommunity.org>

<http://meas.illinois.edu/>

Introduction

En termes de création de croissance de revenus pour réduire la pauvreté, l'agriculture est jusqu'à quatre fois plus efficace que les autres secteurs (Commission sur la croissance, 2008). Cela conduit de nombreux organismes de développement à investir dans le secteur de l'agriculture en fournissant des services de soutien pour les agriculteurs et en les aidant à établir un lien avec les marchés. Avec plus de 1,5 milliard de petits agriculteurs dans le monde, et 75 pour cent des pauvres dans le monde parmi eux, la mise en lien



Figure 1 : Marché de fruits en Birmanie avec à la fois des fruits tropicaux et des fruits tempérés. Source : Brian Flanagan.

des agriculteurs défavorisés avec des marchés permettra de les aider à sortir de la pauvreté et de la faim.

La croissance récente des prix mondiaux des produits de base, ainsi que l'expansion des marchés de l'intérieur (Fig. 1) et d'exportation parmi les économies émergentes, se traduit par de nouvelles et de meilleures opportunités pour les petits agriculteurs des pays en développement d'accéder à ces marchés. L'augmentation de la production de cultures horticoles de grande valeur dans les pays en développement crée également des opportunités pour les petits

agriculteurs. Les grandes entreprises se rendent compte que les agriculteurs des pays en développement, dotés de grandes comme de petites exploitations, sont des fournisseurs potentiels dans les chaînes internationales, nationales et régionales d'approvisionnement. Bien qu'il existe des risques sur les marchés émergents, ces tendances pourraient fournir des services de soutien accrus aux agriculteurs comme l'amélioration de la technologie, la vulgarisation, la finance et l'assurance.

Pour que les ruraux pauvres tirent profit des opportunités du marché, il y a une nécessité pour les gouvernements d'investir dans les infrastructures locales. Il est également nécessaire de renforcer les services aux entreprises, de former et d'équiper les agriculteurs avec de nouvelles compétences et de développer les systèmes de vulgarisation qui peuvent améliorer la production et la performance du marché. Ce document, tiré de la [Note d'Information n°4](#) et du [Document d'orientation n°4](#) de MEAS/USAID (**Linking Smallholder Farmers to Markets and the Implications for Extension and Advisory Services**, Mettre les petits agriculteurs en lien avec les marchés et les implications pour les services de vulgarisation et de conseil), donnera un aperçu des marchés, les facteurs à considérer lors de l'élaboration de projets qui créent un lien entre les petits exploitants et les options commerciales, et des approches communes pour renforcer l'accès des petits exploitants aux marchés.

Types de marchés et Systèmes de mise en marché

Il faut comprendre les marchés disponibles pour pouvoir aider les agriculteurs à établir des liens avec eux. Les marchés appropriés sont ceux qui correspondent aux besoins et à la capacité de production des agriculteurs. Cette section présente trois types de marchés disponibles pour les agriculteurs et discute brièvement de la manière dont les agents de développement de l'agriculture peuvent aider les petits exploitants agricoles à avoir un meilleur accès à eux.

Marchés informels

Dans les pays en développement, 80-90 pour cent des produits agricoles sont vendus à travers des marchés informels. Ceux-ci comprennent le commerce à la ferme, les ventes au bord de la route, les marchés locaux (ruraux et urbains), et les marchés de ventes en gros et en détail en milieu urbain (Fig. 2). Les prix sont souvent décidés par un mélange de l'offre et de la demande, les cartels de commerçants et la loyauté des clients. Le marché informel est le



Figure 2 : Un vendeur de rue à Port-au-Prince en Haiti vendant des fruits aux passants.
Source : Brian Flanagan.

plus accessible aux petits exploitants agricoles, car il y a peu de règlements et souvent pas d'imposition. En l'absence de réglementation, il n'y a souvent pas de catégorisations ni de normes sur les produits. Cela permet d'avoir de la souplesse pour répondre à la quantité de produits souhaitée par le commerçant, si souvent la quantité des pertes post-récolte est faible.

Cependant, les cartels de commerçants contrôlent souvent les marchés informels en limitant la concurrence, en appliquant des émoluments arbitraires pour la location de stands, et en faisant des choix qui favorisent leurs alliés et parents. Aussi un manque d'investissements et de règles appliquées conduit à des conditions de marché surpeuplés et insalubres qui ne sont pas propices à la sécurité alimentaire.

Les autorités d'un pays auront besoin de prendre les devants pour améliorer le système de marché informel. Les gouvernements locaux doivent travailler à améliorer les conditions et établir des réglementations pour respecter les conditions de stockage propres. Mais les secteurs privé comme public peuvent travailler avec le gouvernement pour améliorer des infrastructures telles que les routes et les marchés. Bien que les catégories et normes de base (poids, mesures, et l'humidité du contenu des marchandises) devraient être développées et appliquées par le gouvernement, des projets de développement de l'agriculture peuvent également contribuer à promouvoir une plus grande standardisation.

Des projets de développement de l'agriculture peuvent également soutenir les marchés informels en aidant à fournir des informations de marché à l'aide des technologies de l'information et de la communication (TIC). Les TIC peuvent être utilisées pour surveiller et partager des informations sur la qualité et la tarification des produits, et les volumes de transactions de produits spécifiques.

Marchés Formels



Figure 3 : Des mangues en train d'être classés et emballés en Haïti pour l'exportation vers les États-Unis. Source : Brian Flanagan.

Les marchés formels sont plus réglementés que les marchés informels et les opérations sont fondées sur des cadres juridiques définis. Les acheteurs dans le marché formel ont besoin de volumes de produits de façon régulière et en grandes quantités. Pour répondre aux normes requises, les petits agriculteurs doivent être bien organisés et appliquer les meilleures pratiques dans la production et la manutention des marchandises après-récolte (Fig. 3).

Selon les acheteurs, ils peuvent aussi exiger la traçabilité des produits depuis les fermes.

Défis avec le marché formel pour les petits agriculteurs en milieu rural :

- Comme les commerçants offrent souvent du crédit (par exemple, un paiement anticipé en espèces) aux producteurs, la taille d'un accord peut être limitée à l'accès et à la volonté de l'opérateur de transporter de grandes quantités d'argent en espèces.
- Étant donné que les acheteurs et les agriculteurs ne se rencontrent souvent pas en personne, la confiance dans les relations est basée sur des normes et des certifications écrites.
- Les systèmes de marché formel les plus avancés comptent sur les banques pour l'octroi de crédits, ce qui ne marche pas bien dans les pays où les banques ne fonctionnent pas conformément aux cadres réglementaires nécessaires.
- Les exploitants agricoles moyens ou de grande échelle peuvent évincer les petits agriculteurs car ils produisent plus que leurs homologues plus petits.
- Les normes des acheteurs peuvent être difficiles à respecter pour les petits agriculteurs plus pauvres, ce qui les exclut du marché.

Bien qu'il existe des défis pour les petits agriculteurs quand il s'agit d'accéder aux marchés formels, les acheteurs de ces marchés peuvent relier les agriculteurs à une source régulière de revenus et, dans certains cas, des services de soutien (à savoir la technique, la vulgarisation, la finance et l'assurance).

Les agents de développement de l'agriculture doivent comprendre les normes que les petits agriculteurs doivent satisfaire pour accéder aux marchés formels, et ensuite les informer de ces exigences. Les agents de développement doivent également évaluer tous les avantages pour les petits agriculteurs entrant en lien avec un marché formel (c-à-d, plus de soutien et des services sociaux, une plus grande sécurité du revenu) et les informer des avantages et des risques encourus.

Étude réalisée au Kenya sur les marchés informels par opposition aux marchés formels

Une étude menée au Kenya a interrogé 115 producteurs de café, dont 66 fournissaient du café aux marchés traditionnels et 49 qui approvisionnaient des supermarchés. Ceux qui vendaient leur café au marché traditionnel avaient des coûts de commercialisation très limités. Toutefois, la vente à des courtiers à un bas prix à la ferme leur permettait seulement d'atteindre au mieux le seuil de rentabilité. Les fermiers qui avaient accès à la chaîne des supermarchés avaient des coûts de transport, mais obtenaient aussi un prix qui était plus de trois fois le prix à la ferme, offrant une marge brute de près de 40 pour cent.

Marchés publics formels

Les marchés publics formels sont organisés par les gouvernements et le secteur de l'aide alimentaire. C'est une méthode pour les agences d'acheter des produits agricoles afin de fournir une aide alimentaire localement ou régionalement procurée ou pour répondre à des besoins propres du gouvernement pour des institutions telles que les écoles, les militaires, la police, les prisons et les hôpitaux. Cette pratique est de plus en plus fréquente dans les pays en développement où les agriculteurs qui ont des produits excédentaires et peuvent répondre à des normes de marché élevées se voient confiée la charge de produire la merchandise souhaitée. Par exemple, le programme « Achats pour le Progrès » (P4P) du Programme Alimentaire Mondial (PAM) achète des cultures vivrières de base pour l'aide alimentaire. En 2013, 10 pour cent des céréales du P4P provenaient des petits producteurs ayant une production excédentaire. Cependant, le PAM a des normes élevées en matière de qualité du grain auxquelles il peut être difficile pour les petits agriculteurs pauvres de se conformer. En outre, le processus d'accord sur des contrats et des paiements devant être payés peut être long avec les marchés publics formels par rapport aux marchés informels; cela est dû à la quantité de formalités que les autorités et les organismes doivent suivre. Les agents de développement peuvent travailler avec les agriculteurs pour déterminer si des programmes tels que l'initiative P4P sont des options viables. De tels contrats peuvent assurer le paiement partiel à la récolte et offrir un accès à l'assurance pour réduire de possibles risques (par exemple dans les systèmes de production pluviale).

Mise en contact des agriculteurs avec les marchés

Pour développer des marchés à long terme pour les petits exploitants, il est nécessaire d'intégrer le travail de liaison de marché avec des organisations paysannes fortes, des méthodes de production durables et l'accès aux services aux entreprises. Les agents de développement traitant de la mise en lien avec les marchés doivent déterminer la meilleure façon d'intervenir sur la base des types d'agriculteurs et de la dynamique de la communauté ainsi que des intérêts des agriculteurs et des circonstances. Lorsqu'on travaille avec de petits producteurs pauvres en ressources, les projets devraient se concentrer sur des liens qui améliorent la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi que les moyens de subsistance.

En connectant les petits exploitants agricoles aux marchés, les planificateurs de projets devraient:

- Identifier et comprendre les nombreux types de marchés et segments de paysans dans la zone du projet;
- Connaître les questions qui influencent l'accès aux marchés et les perspectives des agriculteurs (par exemple, l'emplacement, la taille du champ, les ressources en eau, l'accès aux routes et les transports);

- Décider de développer un projet qui cible des agriculteurs individuels ou des groupes d'agriculteurs;
- Assurer que le projet dispose des ressources et des capacités nécessaires pour établir des liens avec les marchés;
- Tenir compte des objectifs et des désirs des agriculteurs et les classer par catégories d'âge, de sexe et de compétences;
- Tenir compte de la situation politique locale ainsi que la sécurité alimentaire, la richesse et le statut de l'environnement;
- Évaluer la production agricole locale, les options du marché, et l'intérêt des opérateurs à travailler avec les petits producteurs organisés;
- Conseiller les petits exploitants sur quels produits investir et quels marchés cibler;
- Identifier des stratégies appropriées pour chaque agriculteur ou groupe d'agriculteurs;
- Décider à quel degré le projet sera directement impliqué dans la chaîne de valeur.

Les atouts et les ressources naturelles disponibles, la taille du champ, le niveau d'expertise et l'accès aux marchés et aux services agricoles peuvent tous varier considérablement d'un agriculteur à un autre. Par conséquent, tous les agriculteurs devraient avoir pour objectif la négociation avec les marchés publics formels ou informels. Connecter les agriculteurs vulnérables à la valeur la plus élevée ou aux marchés les plus dynamiques serait une erreur. De même, les petits exploitants dans les zones rurales reculées sont peu susceptibles de se connecter aux marchés formels et peuvent même avoir de la difficulté à établir régulièrement des liens avec les marchés informels locaux.

La taille de l'exploitation agricole a aussi un impact sur le potentiel de commercialisation. Les interventions doivent être adaptées à la taille des exploitations agricoles. Les agriculteurs ayant des contraintes de terre, ne disposent souvent pas suffisamment de produits à vendre sur le marché et, dans de nombreux cas, doivent acheter des aliments de base pour compléter leurs propres besoins domestiques. Les agriculteurs qui sont incapables de fournir de grandes quantités de produits ont souvent des perspectives limitées dans l'accès aux marchés formels, car ces sites nécessitent des quantités importantes et un flux constant de produits. Souvent, les petits exploitants pauvres du milieu rural ont besoin de diversifier leurs revenus en incluant des options non-agricoles. Ils peuvent aussi avoir besoin de se concentrer sur le renforcement de leurs liens avec des marchés informels. Des projets visant à soutenir les agriculteurs ayant des contraintes de terres devraient encourager l'amélioration de l'éducation de base, le renforcement des organisations et la diversification des revenus. Les agriculteurs ayant au moins deux hectares de terre située près des marchés peuvent recevoir de bons rendements des marchés formels; ceux qui ont au moins trois ou quatre hectares obtiennent souvent même de meilleurs rendements. Les agriculteurs qui ont plus de terres peuvent améliorer leurs

perspectives s'ils sont en mesure d'accéder à des marchés plus stables et des technologies améliorées, car cela leur permet d'élargir la production et la productivité.

Approches aux liens avec le marché

Il existe de nombreuses façons de développer des projets qui renforcent des liens avec le marché. Les approches et les interventions utilisées dépendront des besoins des agriculteurs individuels ou des groupes d'agriculteurs ciblés. Cette section présente trois méthodes que les projets de développement agricole peuvent considérer au moment d'aider les petits exploitants agricoles à établir des liens avec les marchés.

L'investissement dans les chaînes de valeur

Ceci est une approche systématique d'établissement de lien entre les petits paysans et les marchés. La structure et le montant d'un programme d'investissement peuvent varier, mais le processus suit souvent ces étapes :

1. Recruter le personnel de soutien et se familiariser avec la communauté.
2. Déterminer les cultures qui ont une valeur économique et que les agriculteurs sont intéressés à produire.
3. Développer des relations avec des acheteurs dans les marchés formels de manière à rester à l'affût d'informations relatives à la demande actuelle, aux exigences du marché, aux services existants, et aux mécanismes de négociation.
4. Recueillir des informations sur la production, la commercialisation et la finance pour un plan d'affaires.
5. Élaborer un plan d'affaires du groupe et préparer des échéances pour la mise en œuvre par les agriculteurs.
6. Évaluer la performance d'entreprise du groupe.
7. Évaluer, améliorer et intensifier le processus.

Agriculture contractuelle

L'agriculture contractuelle est de plus en plus courante dans les pays en développement. Les entreprises signent un contrat avec les petits exploitants pour produire un produit spécifique pour un marché cible. Il est souvent réalisé par une société intermédiaire comme un moyen pour asseoir le produit dans une région et contrôler la qualité. Les contrats précisent souvent le prix, les normes de qualité et la quantité de produit qui sera achetée. Les entreprises fournissent généralement des prêts et de la technologie (Fig. 4) et aident à réduire les risques pour les agriculteurs. L'agriculture contractuelle est une assurance pour les agriculteurs de pouvoir vendre leur produit, mais souvent les agriculteurs reçoivent des prix inférieurs à ceux du marché libre. Il y a des cas où des contrats initialement offerts aux petits exploitants sont ensuite

donnés aux exploitations agricoles plus grandes et plus compétitives. A cela s'ajoute le fait qu'il n'y a souvent aucune protection d'assurance pour les petits exploitants des pays en développement. Il y a eu des cas d'agriculteurs qui ont souscrit à des prêts importants pour répondre à des quotas de production, puis ont été incapables de rembourser la dette en raison de mauvaises récoltes.



Figure 4 : Un producteur montrant des mangues protégées contre la mouche des fruits; les sacs utilisés pour protéger les mangues ont été fournis par une entreprise qui a contracté l'achat des mangues. Source : Brian Flanagan.

Programmes de certification

Depuis plus de vingt ans, les programmes de certification qui soutiennent la production et la commercialisation des petits exploitants sont en hausse. Les grandes entreprises de transformation d'aliments et de détail cherchent à établir des liens avec des chaînes d'approvisionnement durables, puisque les consommateurs attentifs à l'éthique ont consolidé les marchés certifiés (Fig. 5). Les agriculteurs doivent respecter tant les spécifications de production que celles de commercialisation pour pouvoir



Figure 5 : Mangues équitables haïtiennes, au prix de deux pour 5 \$ USD chez Whole Foods. Source : Brian Flanagan.

vendre à un marché certifié. En retour, il y a une limite sur le minimum qui peut être versé à l'agriculteur et souvent une gamme d'avantages sociaux. Des prix récemment moins attractifs dans ces marchés ont conduit de nombreux agriculteurs à retourner aux endroits classiques. Cela montre la nécessité de plus d'incitations pour que les agriculteurs voient la valeur économique de la participation à des programmes de certification. Fair Trade, Organic, Utz, et Rainforest Alliance sont quelques-uns des principaux organismes de certification.

Approches public-privé aux investissements de la chaîne de valeur

Les entreprises alimentaires majeures cherchent de nouvelles sources de produits au fur et à mesure que les marchés formels s'accroissent en raison de la mondialisation et de la consolidation du marché. Cela conduit les entreprises et les agences de développement à collaborer pour améliorer l'accès des agriculteurs de petite échelle au monde des entreprises.

Appui aux organisations paysannes pour la commercialisation collective

En plus de rendre les agriculteurs conscients des opportunités de commercialisation, et de les équiper avec les compétences nécessaires en affaires et en gestion, il est également important d'aider les petits agriculteurs à s'organiser afin qu'ils puissent augmenter leur pouvoir de négociation et de fournir l'échelle de produits requis par les commerçants. En travaillant avec des groupes d'agriculteurs, les agents de développement peuvent aider à améliorer les compétences des agriculteurs dans les domaines de la gestion, des affaires et de la finance. Il existe différents types de structures organisationnelles qui ont été testées pour améliorer la mise en marché collective des petits exploitants agricoles.

Groupes d'épargne et de prêts

Ces groupes sont les meilleurs choix pour les agriculteurs les plus vulnérables. Ils offrent la possibilité pour les agriculteurs d'acquérir des connaissances de base en matière de littératie financière et d'organisation. Une fois ces compétences de base maîtrisées, les groupes paysans d'épargne et de prêts peuvent ensuite évoluer vers des groupes de producteurs et de commercialisation.

Les groupes de producteurs

Les groupes de producteurs (Fig. 6) rassemblent traditionnellement des agriculteurs pour tester de nouveaux systèmes de production. Ces groupes sont un bon choix pour les agriculteurs qui peuvent aisément accéder aux marchés, à condition qu'ils soient en mesure de s'adapter aux défis d'entreprise et de production qui se posent.



Figure 6 : *Un groupement de producteurs de légumes tenant une réunion. Source : Brian Flanagan.*

Groupes de commercialisation collective

Les agriculteurs intéressés par l'apprentissage de nouvelles technologies et la production d'un surplus pour la vente souhaiteront peut-être s'organiser en groupes de commercialisation collective. Grâce à la commercialisation collective, ces groupes ont plus de pouvoir de négociation au moment de la vente que l'agriculteur individuel agissant seul. Lorsque des groupes de commercialisation collective plus petits commencent à se développer et commercialisent leurs produits collectivement avec d'autres groupes d'agriculteurs (c'est-à-dire forment des associations d'agriculteurs), la gestion efficace et transparente devient plus difficile. Au fur et à mesure que le groupe se développe, il est alors important d'avoir un système transparent de représentation et de rétroaction en temps opportun à l'intention de tous les membres.

Les coopératives

Les coopératives se développent fréquemment à partir de groupes de producteurs associés. Les coopératives apportent collectivement plus de produits, offrent plus de services et en retour développent des relations commerciales dans des chaînes de valeur spécifiques. Des mécanismes de liaison de marché, tels que les systèmes de certification, peuvent renforcer les coopératives. Bien que les coopératives aient de nombreux avantages, elles peuvent également souffrir de la corruption, l'extorsion, la mauvaise gestion et la manipulation politique; toutes choses qui peuvent décourager les agriculteurs à y participer.

Soutien à la chaîne de valeur dans la chaîne

Certains agriculteurs peuvent ne pas vouloir travailler avec des coopératives, ou des coopératives disponibles ne sont pas actives dans les principales chaînes de valeur. Dans ces cas,

d'autres méthodes sont nécessaires pour soutenir l'action collective parmi les petits agriculteurs. Certaines structures temporaires que les ONG utilisent pour encourager la coordination de marché parmi les agriculteurs, sont les suivantes :

- Rendre les intrants agricoles disponibles pour les agriculteurs;
- Les membres du personnel des ONG jouent un rôle de coordination dans la chaîne;
- Et la gestion des opérations de maison d'emballage.

La facilitation du soutien à la chaîne de valeur

Pour éviter de devenir trop impliqué dans la chaîne, les agences externes doivent souvent faciliter le rôle des acteurs de la chaîne plutôt que de participer directement. Les acteurs reçoivent des conseils techniques et de la formation pour améliorer le processus. Cette méthode est utilisée pour réduire la dépendance et encourager une plus grande durabilité de la chaîne de valeur lorsque l'aide se termine.

Réseaux d'agro-revendeurs

L'objectif du réseau d'agro-revendeurs est d'encourager les projets dans lesquels les liens commerciaux sont pris en charge plutôt que gérés directement. Par exemple, l'ONG CARE en Zambie a travaillé avec des fournisseurs d'intrants par le renforcement de leur capacité à fournir des technologies aux agriculteurs plutôt que de passer par des agro-revendeurs pour fournir des intrants directement aux agriculteurs. Ce projet démontre la valeur des nouvelles technologies et le renforcement des relations entre les agriculteurs et les agro-revendeurs afin que les agriculteurs puissent continuer à accéder aux technologies une fois le projet terminé.

Réseaux d'agents

Dans cette approche, les agents de vulgarisation servent d'agents qui facilitent les liens entre les agriculteurs et les distributeurs d'intrants agricoles. Ce modèle est structuré de telle sorte que tant les acheteurs des produits de base que les vendeurs d'intrants agricoles paient une redevance à l'agent pour la liaison que celui-ci crée entre eux et les agriculteurs. Les honoraires soutiennent la durabilité du modèle. Cette méthode a été utilisée en Zambie avec un projet financé par l'USAID géré par la Ligue des Coopératives des Etats-Unis d'Amérique (CLUSA).

Les fournisseurs de services communautaires tarifés

De nombreuses organisations de développement mettent en place des systèmes de prestation de services tarifés. Cela implique la formation d'une équipe de fournisseurs de services soutenue par le marché. Ces prestataires formés travaillent ensuite dans une zone de commercialisation spécifique et sont liés à des agriculteurs à travers un réseau de soutien local (par exemple, un groupe de commercialisation collective ou une coopérative). Pour que ce système fonctionne, les agriculteurs doivent apprécier les services et être prêts à les payer. Souvent, les types de services fournis sont les composants d'affaires des services de vulgarisation.

Conclusion

Connecter les petits agriculteurs aux marchés appropriés s'est avéré une méthode efficace pour l'amélioration des revenus des agriculteurs. Les organisations de développement agricole peuvent accroître l'accès des petits agriculteurs à divers marchés à travers une bonne conception et une bonne mise en œuvre des projets tout en améliorant la sécurité alimentaire et les moyens d'existence. Il est important que les projets mettant en lien les petits agriculteurs avec les marchés encouragent la formation d'organisations paysannes fortes, fassent la promotion de méthodes de production durables et mettent les paysans en lien avec des services aux entreprises.

Références

Ferris, Shaun, Peter Robbins, Rupert Best, Don Seville, Abbi Buxton, Jefferson Shriver, and Emily Wei. 2014. [Brief # 4: Linking Smallholder Farmers to Markets and the Implications for Extension and Advisory Services](#) (Note d'Information n ° 4 : Mettre les petits agriculteurs en lien avec les marchés et les implications pour les services de vulgarisation et de conseil). Modernizing Extension and Advisory Services

Ferris, Shaun, Brent M. Rodgers, Rupert Best, Don Seville, Abbi Buxton, Jefferson Shriver, and Emily Wei. 2014. [Discussion Paper #4 Linking Smallholder Farmers to Markets and the Implications for Extension and Advisory Services](#) (Document d'Orientation n ° 4 : Mettre les petits agriculteurs en lien avec les marchés et les implications pour les services de vulgarisation et de conseil). Modernizing Extension and Advisory Services

Growth Commission. 2008. [The growth report: Strategies for sustained growth and inclusive development](#) (Le rapport sur la croissance : stratégies pour une croissance soutenue et un développement inclusif). Washington, DC. : Banque Mondiale.

Lectures Supplémentaires

Documents de MEAS :

Cho, Khin Mar, and Donald Tobias. 2011. [Assessing the Requirements for Electronically Linking Farmers with Markets](#) (L'évaluation des besoins pour la connexion électronique des agriculteurs aux marchés). Modernizing Extension and Advisory Services

Macia, Florence. 2015. [Evaluation of the Experience of Small-Scale Producers with Multiple Public-Private Partnerships in Produce Production and Marketing Organizations in Kenya](#) (Évaluation de l'expérience des petits producteurs avec de multiples partenariats public-privé dans la production de fruits et légumes et les organisations de commercialisation au Kenya). Modernizing Extension and Advisory Services.

Documents de ECHO :

ECHO Development Notes, [Issue 127](#): Separate articles on Private Service Providers and Farmer Co-operatives (Notes de Development de ECHO, numéro 127 : Articles séparés sur les prestataires de services privés et les coopératives agricoles).

