



Module 1

PROMOTION DES CHÂÎNES DE VALEUR - UNE INTRODUCTION



MODULE 1

01

POURQUOI PROMOUVOIR
DES CHÂÎNES DE VALEUR

02

L'APPROCHE VALUELINKS

03

CHOIX DES CHÂÎNES DE VALEUR



2

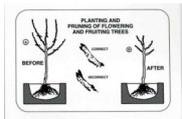


FACTEURS DE COMPÉTITIVITÉ

Localisation



Variétés



Intrants



Plantations productives



Technologies de récolte



Savoir-faire



Conseil



Contrôle de qualité



Triage, nettoyage



Accès au finances



Labellisation



Transport



Vente au détail



Produit compétitif



Orange

3



DÉFINITION D'UNE CHAÎNE DE VALEUR



DÉFINITION "CHAÎNE DE VALEUR"

- **L'enchaînement des opérations** depuis l'approvisionnement d'intrants spécifiques pour un produit particulier à la production primaire et à travers la transformation du produit, la commercialisation jusqu'à la vente aux consommateurs finaux.
- **Un dispositif institutionnel**, qui lie et coordonne l'ensemble des producteurs, industriels, prestataires de services, négociants et distributeurs d'un produit spécifique.

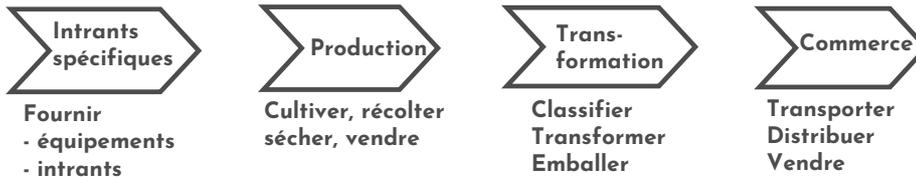
4



CARTOGRAPHIE D'UNE CHAÎNE DE VALEUR AGRO-ALIMENTAIRE



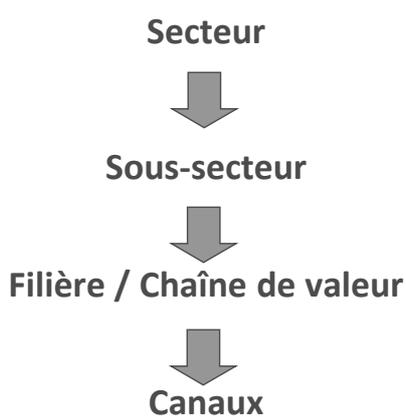
SÉQUENCE GÉNÉRIQUE DE FONCTIONS



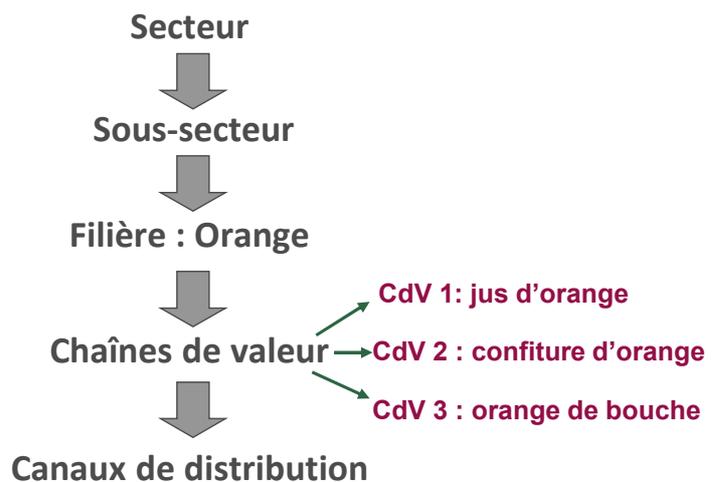
LES CATÉGORIES D'ACTEURS ET LEURS RELATIONS



NIVEAUX DE DÉSAGRÉGATION - CHAÎNES DE VALEUR ET FILIÈRES



OPTION 1 : LA CHAÎNE DE VALEUR EST ÉQUIVALENTE À LA FILIÈRE

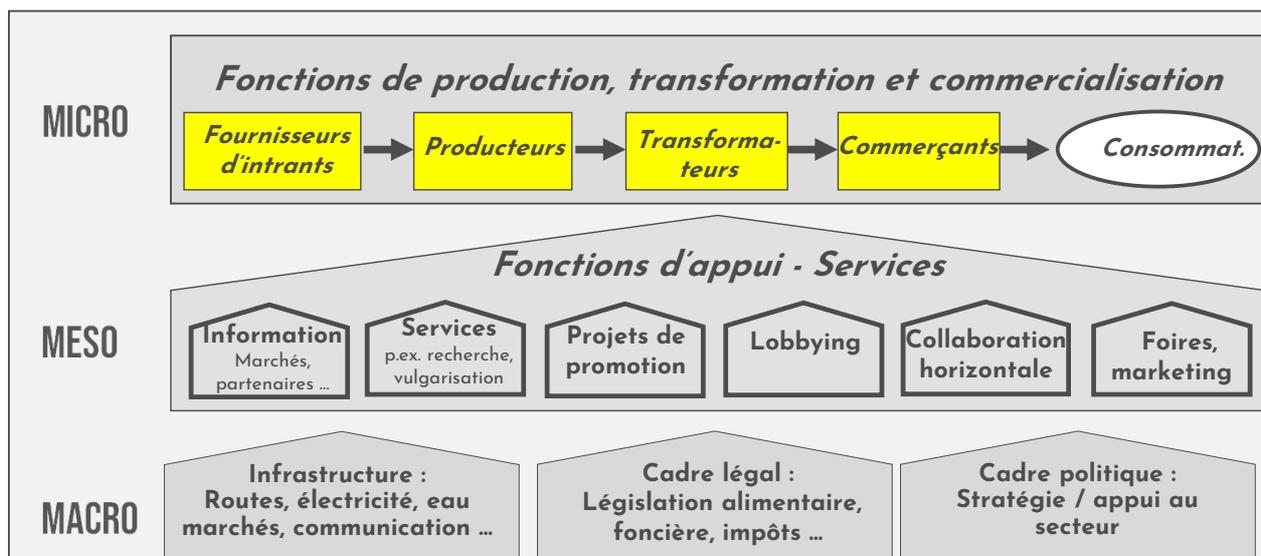


OPTION 2 : LA CHAÎNE DE VALEUR EST INCLUSE DANS LA FILIÈRE EN SPÉCIFIANT UN PRODUIT

UTILISATION DES TERMES

- **OPTION 1 : UTILISATION COMME SYNONYME** : la filière mangue / la CdV mangue.
- **OPTION 2 : UTILISATION PLUS SPÉCIFIQUE** : la filière mangues qui comporte des CdV Jus de mangues, CdV Mangues fraîches, CdV Mangues Séchées, etc.
- La chaîne de valeur peut être définie par un produit final ou par un groupe de produits finaux.
- **L'APPROCHE CDV** : perspective plus dynamique qui démarre avec les attentes du marché, les nouvelles tendances et préférences des consommateurs. La chaîne de valeur peut être définie par un produit final ou par un groupe de produits finaux.

PERSPECTIVE SUR 3 NIVEAUX



OBJECTIFS DE L'APPROCHE CDV

Ajouter de la valeur économique aux produits locaux ...

PAR L'...

- Augmentation de la qualité de produits
- Amélioration des technologies post récolte
- Optimisation de l'organisation de la CdV
- Application des normes et standards



ET PAR LE/L'...

- Développement de la transformation
- Introduction de nouveaux produits
- Utilisation d'emballages modernes
- Amélioration du marketing (branding)

9



OBJECTIFS DE L'APPROCHE CDV

... POUR ARRIVER À ... :

- Une augmentation des revenus des producteurs (sur la base des meilleurs prix et/ou plus d'efficacité)
- Une augmentation des revenus des transformateurs (sur la base des meilleurs prix et/ou plus d'efficacité)
- L'accès à de nouveaux marchés pour des exportateurs ou commerçants (sur la base d'une meilleure qualité, des produits supérieurs, meilleur marketing)
- Une stabilité durable des relations commerciales (sur la base de meilleurs liens d'affaires)



- Plus de recettes d'exportation
- Plus d'investissements
- Plus d'emplois
- Plus de durabilité écologique

10



POURQUOI PROMOUVOIR LES CDV ?



Croissance économique

Plus d'emplois et de revenus (« un gâteau qui devient plus grand »)



Protection de l'environnement

Gestion durable des ressources naturelles « économie verte »



Réduction de la précarité

Les vulnérables peuvent augmenter leurs revenus / ont des possibilités d'emploi améliorées

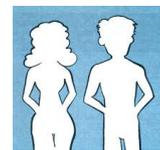
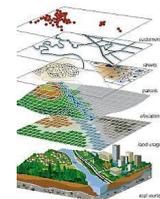
11



COMBINAISON D'APPROCHES

Afin d'assurer un impact sur plusieurs dimensions du développement, l'accent mis sur les CdV doit être complémentaire à d'autres objectifs tels que :

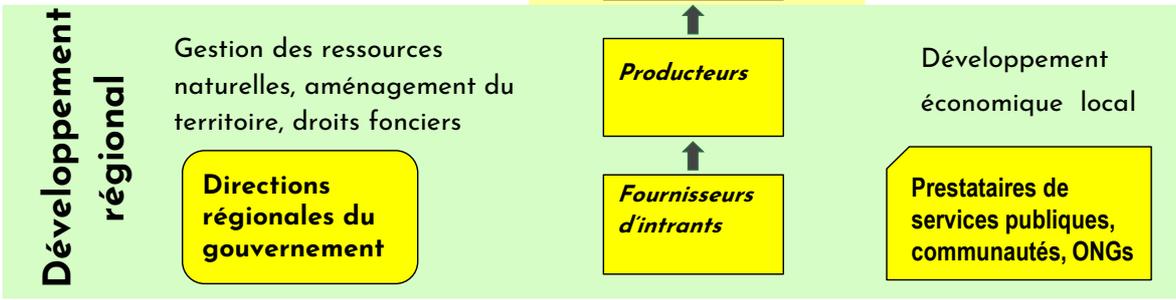
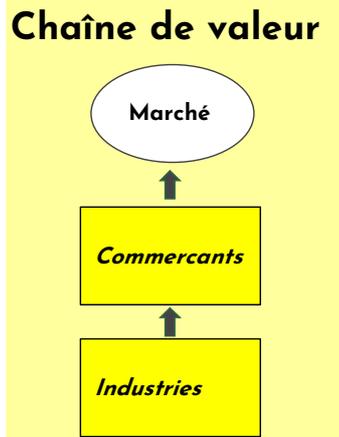
- CdV et développement local/régional
- CdV et genre
- CdV et sécurité alimentaire/nutrition
- CdV et changement climatique
- CdV et protection de l'environnement/biodiversité



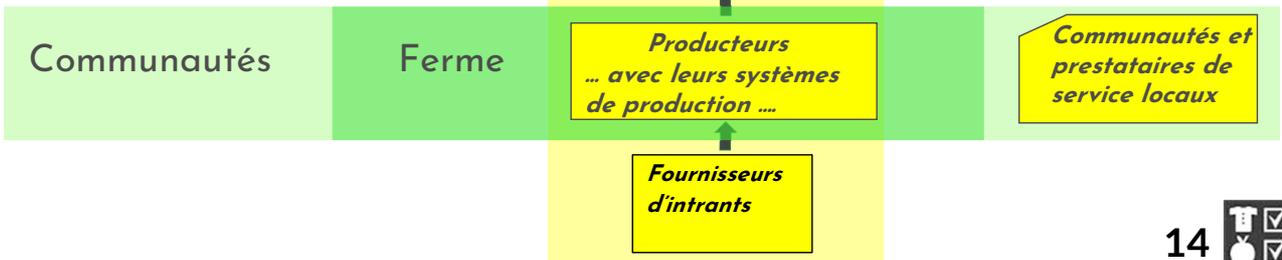
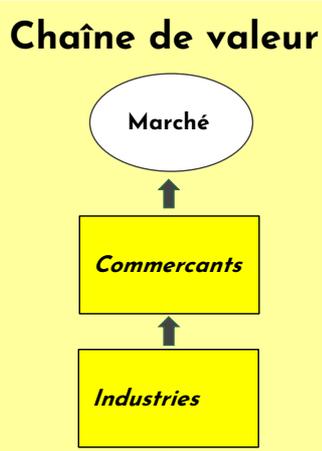
12



CHAÎNES DE VALEUR ET DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL



CHAÎNES DE VALEUR ET SYSTÈME DE PRODUCTION AGRICOLE



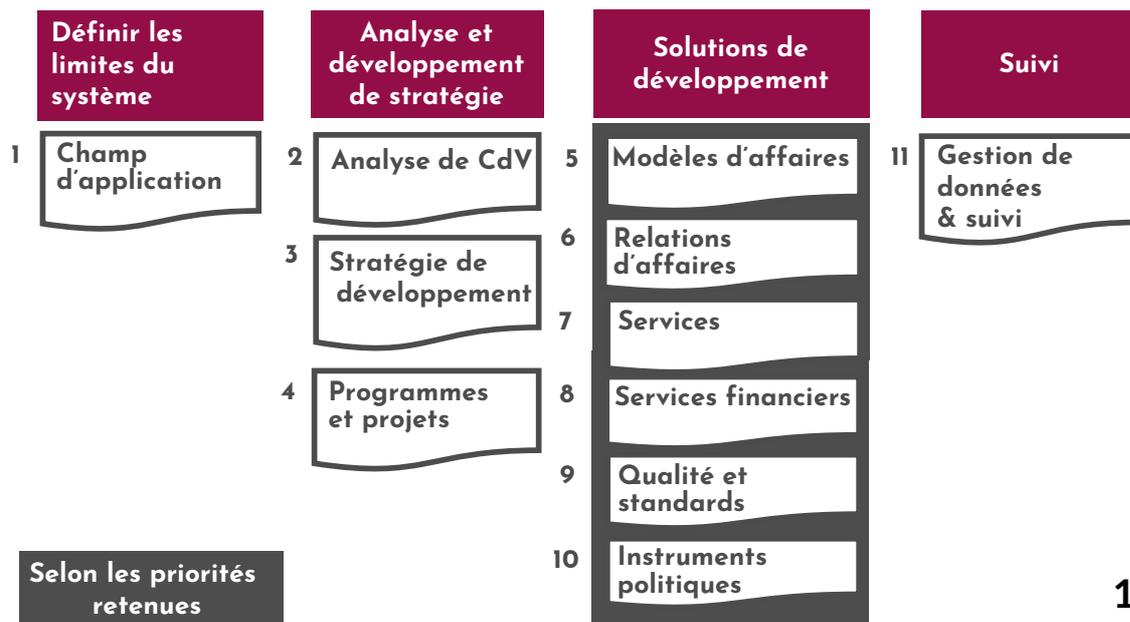


02 L'APPROCHE VALUELINKS

15



VALUELINKS 2.0



16



ANALYSE ET PRISE DE DÉCISIONS STRATÉGIQUES

<i>Modules</i>	<i>Thèmes / Tâches</i>
1 Champs d'application	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluer potentiel + limites (marché, croissance en faveur des vulnérables) ▪ Combiner la promotion de CdV avec d'autres approches ▪ Décider de la taille critique du marché / produit à promouvoir ▪ Appliquer les outils de choix de CdV
2 Analyse de CdV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cartographie ▪ Analyse économique ▪ Analyse environnementale ▪ Analyse sociale
3 Stratégie de développement	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considérations stratégiques pour le développement de la CdV ▪ Se mettre d'accord sur une vision d'amélioration de la CdV ▪ Analyse des opportunités et des contraintes à lever
4 Programmes et projets	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formats de programmes et projets – clarification de rôles ▪ Partenariats de Développement avec le secteur Privé ▪ Concevoir des processus – planification et mise en œuvre ▪ Renforcement de capacités et apprentissage

17

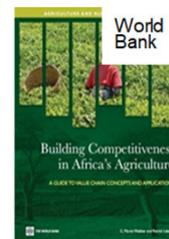
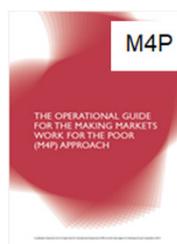
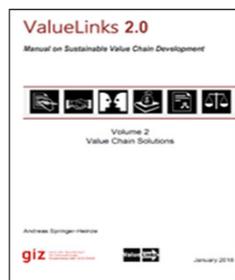
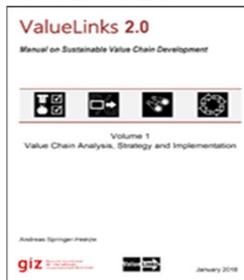


CHANTIERS DE MISE EN ŒUVRE ET SUIVI

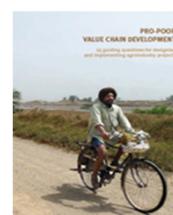
<i>Modules</i>	<i>Thèmes / Tâches</i>
5 Modèles d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modèles d'affaires pour le développement des CdV ▪ Outils d'analyse des modèles d'affaires ▪ Promotion des modèles d'affaires améliorés
6 Relations d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Renforcer la coopération horizontale ▪ Appui à la coopération verticale ▪ Business match-making au niveau méso
7 Services	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Services opérationnels et services de support ▪ Analyse de la demande et de l'offre de services ▪ Promotion et support de l'entreprenariat
8 Services financiers	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Renforcer les services financiers dans les chaînes de valeur ▪ Maîtrise de risques ▪ Exemples d'arrangements de prestation de services financiers
9 Qualité et normes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définitions, types et importance des standards ▪ Appuyer l'application des normes et standards
10 Instruments politiques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instruments politiques dans le contexte de promotion de CdV ▪ Appuyer des initiatives politiques
11 Gestion de données et suivi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Collection et gestion de données ▪ Système de suivi de l'impact

MANUELS DE PROMOTION DE CHAÎNES DE VALEUR

ValueLinks 2.0



IFAD



19



CONDITIONS D'UTILISATION DE VALUELINKS 2.0

- Le matériel de formation ValueLinks 2.0 est sous licence Creative Commons « BY », ce qui signifie que **les utilisateurs peuvent utiliser le matériel de formation librement (y compris commercialement) à condition que la source soit correctement citée**. Les membres de l'Association Internationale sur ValueLinks e.V. mettent régulièrement à jour le matériel et publient la dernière version autorisée sur le site web valuelinks.org.
- Le document « *ValueLinks 2.0 - Manual on Sustainable Value Chain Development* » (auteur : Dr. Andreas Springer-Heinze) a été publié par la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, en 2018 et peut être téléchargé gratuitement sur les sites web giz.de et valuelinks.org. Il est sous licence Creative Commons « BY-NC-ND », ce qui permet aux utilisateurs de partager le manuel avec d'autres, à condition de mentionner la source. Toutefois, les utilisateurs ne peuvent en aucun cas modifier le manuel, ni le vendre.

20



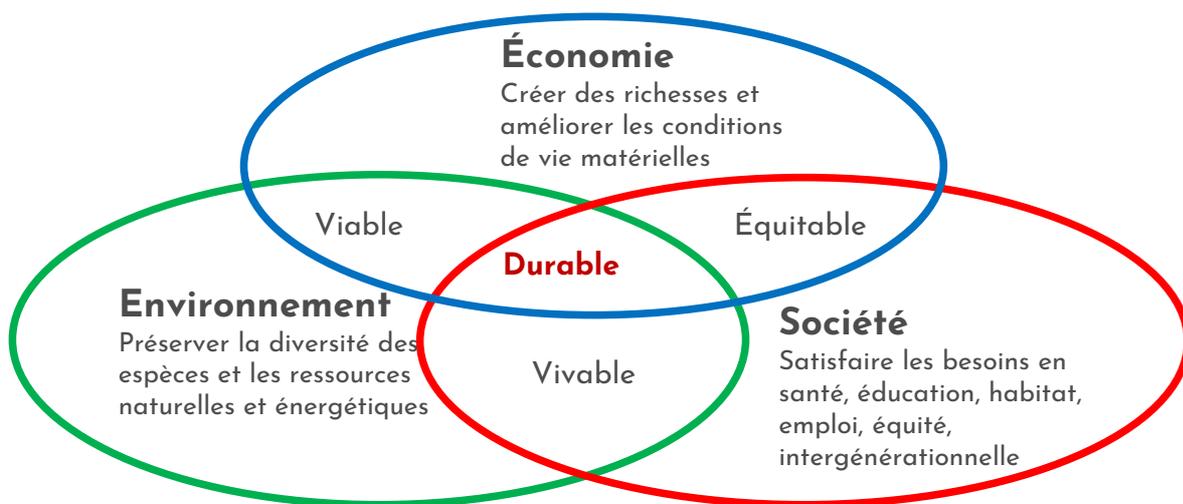


03

CHOIX DES CHAÎNES DE VALEUR



SCHÉMA DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



CRITÈRES DE CHOIX DE CDV



CRITERES ÉCONOMIQUES

- Développement de la demande nationale / internationale
- Avantages comparatifs
- Opportunités de création d'emploi



CRITÈRES SOCIAUX

- Potentiel d'implication des groupes défavorisés
- Nécessité d'améliorer les conditions de travail
- Impact de la CdV sur les communautés

23



CRITÈRES DE CHOIX DE CDV



CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

- Faible impact négatif de la CdV sur l'environnement
- Nécessité de s'adapter au changement climatique
- Potentiel « d'opportunités vertes »



CRITÈRES INSTITUTIONNELS

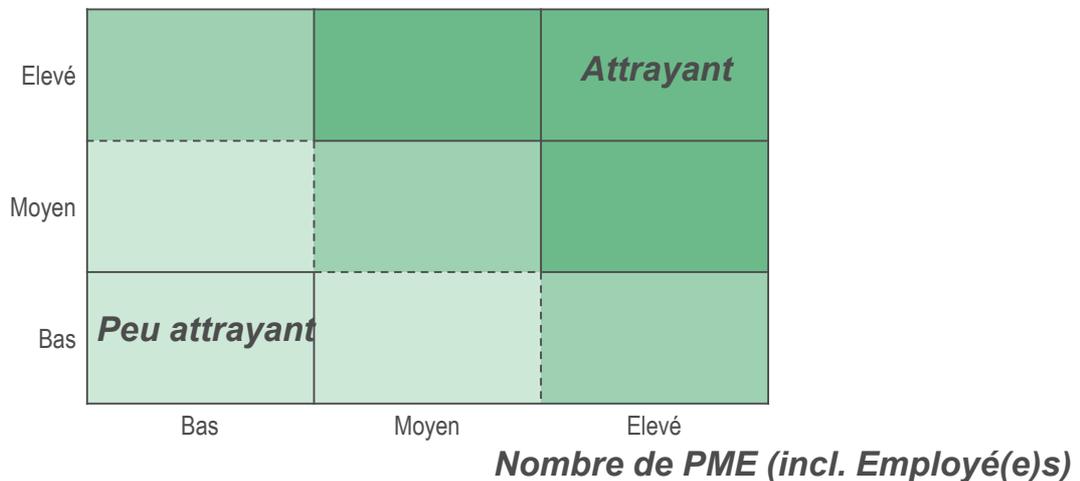
- Priorités de la politique nationale
- Potentiel d'amélioration du cadre réglementaire de la CdV
- Evidence d'initiatives propres d'acteurs
- Synergies / liens / coopération avec d'autres programmes
- Portée et faisabilité d'interventions

24



MATRICE POUR FAIRE UNE PREMIÈRE SÉLECTION (“SHORT-LIST”)

Demande non satisfaite



ValueLinks

Source: AFE – Action for Enterprise

25



EXEMPLE D'UNE MATRICE DE DÉCISION – FORMAT SIMPLE

Critères	Indicateurs	Score				
		C 1	C 2	C 3	C 4	C 5
Critères économiques						
1: Demande de marché non-satisfaite	Volume du marché actuel/potentiel (FCFA), tendance de prix	5	4	3	2	1
2: Potentiel de production dans la région	Disponibilité de la ressource (quantités)	4	3	2	2	2
3: Avantages comparatifs	Comparaison autres fournisseurs/autres produits/maitrise des processus de production	3	2	1	1	1
Critères sociaux						
4: Nombre d'acteurs vulnérables inclus	Nbr. des collectrices etc. actuelles et potentielles des communes	4	3	2	2	2
5: Potentiel d'augmentation des revenus d'acteurs vulnérables	Estimation des revenus par saison et du volume de l'emploi (actuel/potentiel)	3	3	3	2	1
Critères environnementaux						
6: Faible impact négatif sur l'environnement	Contribution à la pérennisation de la ressource, contribution à la biodiversité, effets positifs ou négatifs d'une promotion	5	4	3	2	1
7: Nécessité/potentiel d'adaptation au changement climatique	Ampleur des effets du changement climatique/opportunités d'adaptation	2	4	5	4	5
Autres critères						
8: Priorités de la politique nationale	Pertinence pour le Ministère	5	4	3	3	1
9: Intérêt des coopératives	Indication des coopératives, rentabilité/importance du produit	3	2	2	2	2
10: Faisabilité des interventions du projet	Opportunités, barrières, risques particulières	4	3	2	2	2
Total		38	32	26	22	18



Tableau 3 : Comparaison du potentiel des CdV au Centre et Est
(Score : 5 = très bon, 4 = bon, 3 = moyen, 2 = faible, 1 = très faible)

Critères	Indicateurs	Amandes de Mangue Sauvage	Graines de Djansang	Graines de Rondelle	Huile de Moabi	Graines de Mbalacka	Graines de Monodora
Critères économiques							
1: Demande de marché non-satisfaite	Volume du marché actuel & potentiel (FCFA), tendance de prix	Demande supérieure à l'offre, forte demande nigériane (300.000 kg) et forte augmentation des prix (dépendant de la saison) et du nbr d'acheteurs. Grande partie de PFNL vendues	Fort demande non-satisfaite dans 3 régions (faible à moyenne augmentation des prix (dépendant de la saisonnalité). Grande partie de PFNL vendues	Demande est satisfaite, demande supérieure à la moyenne nigériane (100.000 kg)	Faible demande (au niveau national cependant recherché sur le marché des villages), seulement une petite partie des PFNL vendus	Demande satisfaite, faible demande nationale (20.000 kg)	Demande satisfaite, nbr réduit de grossistes
		5	4	3	2	1	2
2: Potentiel de production dans la région	Disponibilité de la ressource (quantités)	Fort potentiel, grande disponibilité	Fort potentiel, grande disponibilité	Fort potentiel dans certaines zones	Faible disponibilité	Fort potentiel seulement à Lomé	L'arbre est devenu rare
		4	4	3	2	3	2
3: Avantages comparatifs	Comparaison autres fournisseurs - autres produits - maîtrise des processus de production	Fort consommation locale, pas de concurrentiel, qualité inférieure au Sud-Ouest	Pas de produit concurrentiel, maîtrise des techniques, pénibilité du travail	Pas de produit concurrentiel, bonne maîtrise des processus, qualité inférieure au Sud-Ouest	Beurre de Karité plus populaire et moins cher, manque de maîtrise de production pour le marché cosmétique.	Pas de produit concurrentiel, pas besoin d'infrastructure (seulement ramassage)	Très peu d'avantages
		4	4	4	2	1	1
Critères sociaux							
4: Nombre d'acteurs vulnérables inclus	Nbr. des collectrices etc actuelles et potentielles des communes	Presque tout le monde est impliqué	Presque tout le monde impliqué mais très pénible travail	Beaucoup de collecteurs impliqués	Moyenne implication	Peu de collecteurs, forte implication des peuples autochtones.	Peu de collecteurs
		4	5	3	2	1	1
5: Potentiel d'augmentation de revenus	Estimation des revenus par saison et du volume de production	Intérêt grandissant parce que le potentiel est en hausse	Activité rentable, prix assez stable	Une personne peut avoir 96.000 - 384.000 F CFA par saison	Rentabilité dépend fortement de la localité	Une personne peut avoir 50.000 F CFA par saison	Pas une activité rentable



Tableau 3 : Comparaison du potentiel des CdV au Centre et Est
(Score : 5 = très bon, 4 = bon, 3 = moyen, 2 = faible, 1 = très faible)

Critères	Indicateurs	Amandes de Mangue Sauvage	Graines de Djansang	Graines de Rondelle	Huile de Moabi	Graines de Mbalacka	Graines de Monodora
revenus d'acteurs vulnérables	l'emploi (actuel/potentiel)	4	5	3	2	2	1
Critères environnementaux							
6: Protection de forêts	Contribution à la pérennisation de la ressource, contribution à la biodiversité, effets positifs ou négatifs d'une promotion	L'arbre n'est généralement pas coupé mais protégé. Une partie des amandes est généralement laissée pour régénération.	L'arbre n'est généralement pas coupé mais protégé. Une partie des graines est généralement laissée pour régénération.	Quelquefois les arbres sont coupés pour la collecte.	Ramassage peut être abusif, manque d'initiat. de régénération, collecte peut favoriser braconnage	L'arbre est quelquefois utilisé comme et abattage	Ramassage, cueillette et abattage
		4	4	3	2	3	3
7: Avantages environnementaux du produit	Production « verte », substitution de produits chimiques etc.	Pas de points particuliers	Tourteaux utilisés comme source d'énergie, la cuisine et fertilisant	Pas de points particuliers	Tourteaux de moabi (animaux et hommes) Ex: pour poissons	Pas de points particuliers	Pas de points particuliers
		3	4	3	2	3	3
Autres critères							
8: Priorités de la politique nationale	Pertinence pour le MINFOF et le NEPDED	Le Promotion de toutes les CdV	Promotion de toutes les CdV	Promotion de toutes les CdV	Promotion de toutes les CdV	Promotion de toutes les CdV	Promotion de toutes les CdV
		3	3	3	3	3	3
9: Intérêt des coopératives	Indication des coopératives réalisent des bénéfices (sauf Yoka)	Coopératives réalisent des bénéfices (sauf Yoka)	Produit rentable mais transformation pénible	Rentabilité ++, produit très populaire	Problèmes de retour sur l'investissement (sauf Endom)	Pas un produit pour les coopératives	Très peu d'intérêt des coopératives et peu connu
		4	4	4	3	2	2
10: Faisabilité des interventions	Opportunités, risques, existence de normes, aspects régionaux, intérêt des acteurs	Existence dans toutes les localités, expér. de projet, facile à exploiter, aspects exist. de normes régionaux, intérêt	Existence dans toutes les localités, existence de normes travail, normes	Collecte est assez facile, pas dans toutes les localités	Expérience du projet, n'existe pas dans toutes les localités	Collecte difficile, pas de norme disponible, existence dans toutes les localités	Pas de norme disponible, n'existe pas dans toutes les localités
		5	4	4	4	2	2
Total		40	41	33	24	21	20

