



# Piloter les services d'une OP :

La place de la gestion de l'information

## Edito



Depuis plusieurs années, les organisations de producteurs accompagnées par Fert expriment le souhait de mieux **valoriser l'information pour le pilotage de leurs actions**.

Elles font le constat suivant : la logique de redevabilité envers les partenaires financiers amène les équipes techniques à construire des dispositifs de suivi-évaluation où les agriculteurs sont davantage fournisseurs d'information qu'utilisateurs et décisionnaires.

Pourtant, les organisations de producteurs ont vocation à répondre de manière efficace aux besoins de leurs producteurs membres. Pour cela, elles doivent prendre des décisions sur la base d'informations internes ou externes qu'elles auront collectées, analysées et transmises à leurs organes décisionnaires.

Cette newsletter revient sur plusieurs expériences et montre combien le fonctionnement efficace d'un service est fortement conditionné par la bonne gestion de l'information (simple, rigoureuse, contrôlable), la compétence de ceux qui composent le service (les techniciens, les paysans relais, les élus) et une relation aux membres organisée et systématisée.

*Augustin Douillet, conseiller technique Fert, a.douillet@fert.fr*

[Visionner le webinaire](#)

## Partages d'expériences

Rendre accessible l'information sur les marchés aux  
producteurs malgaches



**Christien ANDRIANTIANA**  
Responsable du Conseil économique du Ceffel  
[ceffel.christien\[at\]gmail.com](mailto:ceffel.christien[at]gmail.com)

En réponse aux difficultés rencontrées en 2005 par les producteurs de l'Itasy à Madagascar pour la commercialisation de leurs tomates, Ceffel et Fifata ont mis en place un service mutualisé d'information sur les marchés : **le Service d'Information Economique sur les Légumes (SIEL)**.

Ce service destiné aux agriculteurs a pour objectif de réduire l'asymétrie d'information entre les producteurs et les autres acteurs des filières sur le marché des fruits et légumes. La collecte et la diffusion des informations permettent aux agriculteurs d'adapter et d'optimiser leurs stratégies de production et de vente.

### Une circulation de l'information bien rodée

La première étape consiste à collecter de l'information fiable chaque semaine sur les marchés. Les releveurs, prestataires formés par le Ceffel, récupèrent les informations sur 37 marchés (marchés communaux et marchés de gros) : tendance des prix des produits, variétés les plus demandées, estimation des volumes, activité du marché... La motivation des releveurs joue sur la fiabilité des données collectées. A l'aide de leur smartphone, ils saisissent les informations dans une base de données en ligne, qui classe et trie automatiquement les données.

Ensuite, l'information est diffusée à différents publics, selon plusieurs canaux. Pour les producteurs, l'information est accessible gratuitement par SMS, à la radio, sur Internet ou sur des tableaux dans les marchés. Les techniciens, équipés de tablettes, peuvent consulter la base de données en ligne, ou recevoir l'information par mail ou sur les réseaux sociaux pour la transmettre aux producteurs.

### Un outil d'aide à la décision

Avoir accès à ces informations permet aux agriculteurs malgaches d'adapter leurs stratégies de production et de vente, et de prendre des décisions en réduisant les risques liés à la commercialisation : adaptation du calendrier culturel, diversification des produits, organisation de stockage, détermination des prix etc... Pour autant, ils ne doivent pas négliger les autres facteurs qui influent sur leurs revenus (par ex. le coût de production, le climat). En ce sens, cette information seule n'est pas suffisante.

Pour les techniciens, l'accès à cette information permet d'apprécier les grandes tendances du marché, et d'adapter le conseil individuel fait aux producteurs. Cela permet aussi de conseiller les OP qui mettent en place un service de commercialisation.

### Faire évoluer le service

Avec le temps, le service SIEL évolue et se développe : aujourd'hui, il intervient dans 12 régions sur 23 à Madagascar et bénéficie à plus de 1000 producteurs. Le développement des outils numériques (SMS) permet de distribuer l'information au plus près des producteurs, et avec réactivité ; d'autres outils de diffusion sont à l'étude. De plus, le service se diversifie pour répondre aux besoins des producteurs : nouvelles productions suivies, distinction par variété, notes de conjoncture etc... Car, si le SIEL est un outil fonctionnel et apprécié, il doit être mieux connu et valorisé par les producteurs et les techniciens.



*« L'existence du tableau SIEL au niveau du marché local de Vohiposa depuis 2020 m'a ouvert l'esprit et m'a permis de suivre les informations sur le prix des oignons dans notre commune et les autres communes. »*

*« Si la contre saison sur la rizière au mois de juin a été la pratique la plus courante chez nous, j'ai décidé de décaler mon calendrier culturel d'oignon pour récolter en avril. Le mois d'avril est la période où le prix de l'oignon est le meilleur. »*

*« Je suis satisfait de ma vente et j'ai pu acheter un nouveau terrain de 60 ares grâce au bénéfice que j'ai eu. Actuellement, j'ai sensibilisé les autres membres à suivre les informations sur le marché et l'importance de savoir déterminer le bon moment pour leurs productions. »*

**Razafimanantsoa Koto Noël - Paysan-relais**

## Achats groupés de vaccin et vente de poulets : comment l'information circule pour des services efficaces ?



Olivier RAZAFIMAHARAVO Directeur de l'OPR Fimpama Madagascar

fimpama.fifata[at]gmail.com

A Madagascar, la demande de poulets locaux sur les marchés est importante. Mais les producteurs peinent à satisfaire le marché, en raison du taux de mortalité important.

C'est pour cela qu'en 2012, Cap Malagasy et l'association régionale de producteurs Fimpama ont développé des services de santé animale pour les producteurs membres. Grâce à des paysans relais en santé animale, Fimpama organise l'approvisionnement et la distribution en vaccins. Aujourd'hui, ce service s'est développé auprès de **30 unions communales**, bénéficiant à **1495 producteurs**.

### **De la vaccination groupée...**

Au cœur du service de santé animale, les 120 Paysans Relais mandatés par les 30 unions communales interviennent auprès des producteurs pour collecter les besoins en doses de vaccins. Une fois l'information sur le nombre de vaccins collectée, ces paysans relais informent Fimpiama par téléphone. L'OPR prépare alors la commande, à partir des stocks de vaccins dont elle dispose dans ses locaux. Elle informe les PR qui organisent ensuite la livraison vers l'union communale, puis délivrent les vaccins. Une rapidité nécessaire pour assurer un service de qualité !

### **... à la commercialisation groupée**

La connaissance du nombre de vaccins réalisés dans les cheptels a permis à Fimpiama d'estimer les volumes de poulets produits par les Unions. De là est né un service de commercialisation, où l'OPR met en contact les unions communales et des acheteurs, et organise la vente groupée de poulets sains et vaccinés.

### **L'importance des paysans relais et de la circulation d'une information fiable**

**Les paysans relais sont un maillon essentiel dans la gestion du flux de l'information** pour ces deux services. D'abord, par leur proximité avec les OP de base (on estime qu'un paysan relais peut suivre environ 12 producteurs) ; d'autre part, par leur réactivité à mettre en œuvre le service avec Fimpiama.

*« La disponibilité d'un paysan relais et son dynamisme dans le groupe sont très importants afin de répondre aux besoins des membres. Si la demande des membres arrive à temps, notre organisation pourra lui répondre après deux jours. »* témoigne un paysan relais.

#### **Deux facteurs sont importants :**

- **L'identification et la formation** de ces PR est un préalable pour que le service fonctionne correctement.
- **La circulation rapide et fiable de l'information** entre le PR et son union, puis entre l'union et Fimpiama. Une unique information (le nombre de doses commandée par les unions), sert à piloter à la fois le service de commande de vaccins et de commercialisation (estimation des effectifs de poulet disponibles par union).



**Andriamalazamanga Nivo Charles Adam** Président de FIMPIAMA de 2015 à 2020

*« Depuis notre structuration, l'augmentation du nombre de paysans relais a facilité la mise en œuvre des services liés à la santé des cheptels. Le taux de mortalité est presque descendu à zéro. Cette amélioration des services a engendré une hausse considérable des ventes au niveau de notre OP. Les partenaires ont confiance en la qualité de nos produits. Tous les acteurs dans la région nous envoient leurs commandes et la vente au niveau communale s'améliore. »*

## **Pour une décision efficace dans les OP**



**Bertrand VENET** Administrateur de Fert et ancien président de la coopérative « Jeunes Bovins de l'Aisne »

bertrand.venet@gmail.com

*« Une OP efficace, c'est d'abord une OP qui répond à un besoin clair et offre un service précis. Dans ma coopérative, il s'agissait de vendre, chaque semaine, plusieurs centaines de bovins. Autant dire qu'il fallait être réactif et bien informé, à la fois sur ce dont on disposait chez nos membres et sur les prix sur le marché. Pour que l'information des membres remonte par nos techniciens, ceux-ci étaient organisés avec un calendrier de visite de routine et avaient des informations très simples à collecter (essentiellement les volumes disponibles). L'analyse et la décision se faisaient chaque semaine, à partir de tableaux de bord simples : les volumes, les prix sur le marché et l'état de trésorerie de la coopérative.*

*Un des facteurs facilitants a été d'écrire des procédures de fonctionnement simples et applicables, à la fois pour les techniciens et les élus. Cela a contribué à une plus grande transparence dans un climat de confiance tout en permettant le contrôle.*

*Au-delà des procédures et d'une gestion rigoureuse de la donnée, un autre facteur est essentiel pour prendre de bonnes décisions : disposer d'élus de CA ou de commission formés et connectés à leur base. La charte signée par les élus du CA prévoyait que chaque membre passe au moins une semaine par an dans une petite région de la coop dont il n'était pas originaire, pour être au contact des membres. Nous avions un budget dédié à une formation de qualité pour les élus.*

*Ainsi, la bonne décision (rapide et juste) est conditionnée par beaucoup de choses : une très bonne gestion de l'information, des élus formés et connectés à leur base, une équipe réactive et un président qui sait animer une réunion efficace ! »*

## RESSOURCES

**Des documents complémentaire sur ce sujet sont disponibles !**



**fer**  
fert

**LE GROUPE FERT**  
Tous nos services

**Fiche méthode**

## COMMENT GÉRER L'INFORMATION POUR LE PILOTAGE DES SERVICES DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS ?

**DE QUOI PARLE-T-ON ?**

Les organisations de producteurs sont assurées de répondre aux besoins des producteurs en leur apportant des services de qualité.

Pour fonctionner, une organisation de producteurs a besoin de deux éléments :

- **des informations** pour gérer l'entreprise
- **des personnes** pour mettre en œuvre ces informations



**ÉTAPES POUR GERER UN SYSTÈME D'INFORMATION**

- 1 **DEFINIR L'OBJECTIF** : POURQUOI FAIRE CECI ?
- 2 **ORGANISER LA COLLECTE DE L'INFORMATION**
- 3 **ANALYSER ET SYNTHEТИQUER L'INFORMATION**
- 4 **DIFFUSER L'INFORMATION POUR DECIDER**

**1. DEFINIR L'OBJECTIF**

Quel est l'objectif ? Pourquoi faire cela ?

- Accroître la rentabilité de l'entreprise
- Optimiser la productivité
- Réduire les coûts
- Améliorer la sécurité
- Renforcer la sécurité sociale
- Assurer la sécurité des marchés

Sur ce sujet, l'objectif peut identifier les personnes dont sera à besoin, ou celles ayant existées ou quantifiées.



Sur ce sujet, l'objectif peut identifier les personnes dont sera à besoin, ou celles ayant existées ou quantifiées.

**2. ORGANISER LA COLLECTE DE L'INFORMATION**

Qui collecte l'information ? Où et comment ?

- Comment la collecte est organisée ? Est-elle formelle ? Informelle ?
- Comment l'information est collectée ?
- Comment l'information est traitée ?
- Quels sont les moyens utilisés pour collecter l'information ?
- Qui collecte l'information ?

Sur ce sujet, l'objectif peut identifier les personnes dont sera à besoin, ou celles ayant existées ou quantifiées.



Sur ce sujet, l'objectif peut identifier les personnes dont sera à besoin, ou celles ayant existées ou quantifiées.

**3. ANALYSER ET SYNTHETIQUER L'INFORMATION**

Qui compare l'information ? Comment et où ?

- Comment la comparaison est organisée ?
- Comment l'information est analysée ?
- Comment l'information est synthétisée ?
- Qui compare l'information ?

Sur ce sujet, l'objectif peut identifier les personnes dont sera à besoin, ou celles ayant existées ou quantifiées.



Sur ce sujet, l'objectif peut identifier les personnes dont sera à besoin, ou celles ayant existées ou quantifiées.

**4. DIFFUSER L'INFORMATION POUR DECIDER**

Qui décide ? Comment et où ?

- Qui décide ?
- Comment la décision est prise ?
- Où la décision est prise ?

Sur ce sujet, l'objectif peut identifier les personnes dont sera à besoin, ou celles ayant existées ou quantifiées.



Sur ce sujet, l'objectif peut identifier les personnes dont sera à besoin, ou celles ayant existées ou quantifiées.

[Télécharger la fiche méthode](#)

Retrouvez l'ensemble du pack conseil

**Étudiants:**  
Justine BOUQUET Camille BRUYAT  
Céline HUILL Alexis MENNAUD  
**Coordonnées:** Fert  
Amandine SOROL  
Augustin DOUILLER  
**Programme:** TRANSFERT  
**Tuteur:** Laurent TEFFRAS  
DU MONTICEL  
**PEI n°24 - 2013**

**Systèmes d'information et processus de décision dans les organisations professionnelles agricoles françaises**

Une étude sur les systèmes d'informations dans les Organisations de Producteurs françaises a été réalisée en 2019.

[Télécharger le rapport complet](#)

[Télécharger la synthèse power point](#)



Fert - 5 rue Joseph et Marie Hackin - 75116 Paris

Cet email a été envoyé à @, [cliquez ici pour vous désabonner](#).