

Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge

Évaluation rapide des marchés : Lignes directrices



© CICR et Fédération internationale, 2015

Le CICR et la Fédération internationale ont pris toutes les précautions raisonnables pour vérifier les informations contenues dans la présente publication. Toutefois, le matériel publié est diffusé sans aucune garantie, expresse ou implicite. Le lecteur est seul responsable de l'interprétation et de l'utilisation qu'il en fait. En aucun cas, le CICR ou la Fédération internationale ne saurait être tenu(e) responsable des préjudices subis du fait de l'utilisation de ce matériel.

Les opinions exprimées dans cette publication ne représentent pas nécessairement la position ou la politique déclarée du CICR ou de la Fédération internationale.

Cette publication a été préparée en partenariat avec la Croix-Rouge britannique et la Croix-Rouge américaine.



Nous adressons en outre nos remerciements à Pantaleo Creti, Lili Mohiddin et David de Wild pour leurs précieuses contributions.

Photo de couverture : Michael Watson

2015

Comité international de la Croix-Rouge

19 avenue de la Paix
CH-1202 Genève
Suisse
Téléphone : +41 22 734 60 01
Fax : +41 22 733 20 57
Courriel : shop@icrc.org
Site Web : www.icrc.org

2015

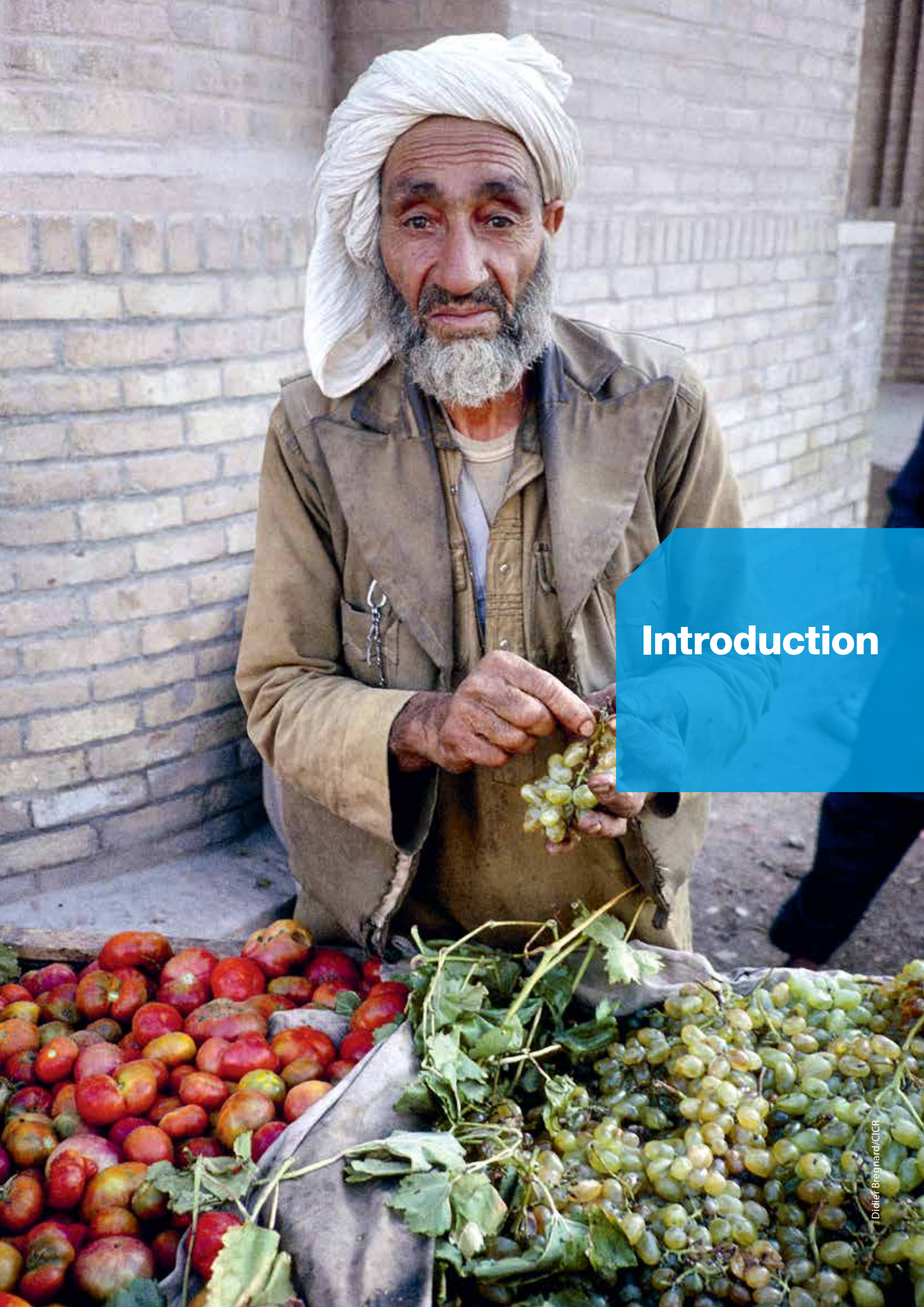
**Fédération internationale des Sociétés
de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge**

Case postale 303
CH-1211 Genève 19
Suisse
Téléphone : +41 22 730 42 22
Fax : +41 22 733 03 95
Courriel : secretariat@ifrc.org
Site Web : www.ifrc.org

Table des matières

Introduction	3
1 Pourquoi évaluer les systèmes de marché?	4
2 Une évaluation rapide des marchés (ERM)	5
2.1 À quoi sert l'ERM?	5
2.2 Comment fonctionne l'ERM?	5
2.3 À qui est destinée l'ERM?	6
3 Contexte et limites de l'ERM	7
3.1 Équilibre entre utilisation de questionnaires et compétences du personnel	8
3.2 Adopter une approche « suffisamment bonne »	8
3.3 Donner un aperçu valable pour une période limitée	8
3.4 Les marchés ne sont qu'un élément nécessaire à l'analyse de l'intervention	9
4 Structure des lignes directrices	11
ÉTAPE 1 Définir la portée et le contenu de l'évaluation	13
1.1 Introduction	14
1.2 Quels sont les marchés clés disponibles pour la population touchée? (outils 1, 2 et 4)	14
1.3 Quels services financiers sont disponibles et accessibles? (outil 3)	16
1.4 Est-il utile de poursuivre l'ERM? (outil 5)	16
1.5 Quels sont les marchés clés sur lesquels l'évaluation devrait se concentrer? (outil 6)	16
ÉTAPE 2 Collecter des informations sur le marché	19
2.1 Introduction	20
2.2 Entretiens avec des représentants du marché ou des informateurs clés (outil 8)	20
2.3 Entretiens avec des commerçants : grossistes et détaillants (outil 9)	22
2.4 Examiner et résumer les conclusions initiales (outil 10)	25
ÉTAPE 3 Analyser les informations sur le marché	27
3.1 Introduction	28
3.2 Un arbre de conclusion pour évaluer la capacité de réponse d'un marché (outil 11)	28

ÉTAPE 4	Rendre compte des résultats	31
4.1	Introduction	32
ÉTAPE 5	Suivre l'évolution des marchés	33
5.1	Introduction	34
5.2	Comment les prix des produits de base évoluent-ils ?	34
5.3	La population est-elle en mesure d'acheter sur les marchés les produits de base clés dont elle a besoin ?	40
	Lignes directrices complémentaires	43
	Notes destinées aux chefs d'équipe d'ERM	44
	Glossaire	46
	Références	48
	ANNEXES	51
	Outils	52
	Outil 1 : Collecte d'informations secondaires	52
	Outil 2 : Marchés et produits de base clés nécessaires à la population touchée par un choc	54
	Outil 3 : Quels services financiers sont disponibles et accessibles ?	58
	Outil 4 : Cartographie des marchés	60
	Outil 5 : Poursuite ou interruption de l'ERM	64
	Outil 6 : Marchés clés sur lesquels l'évaluation devrait se concentrer	65
	Outil 7 : Recommandations pour la conduite d'entretiens	66
	Outil 8 : Discussion avec des représentants du marché ou des informateurs clés	70
	Outil 9 : Discussions avec les commerçants (grossistes/détaillants)	75
	Outil 10 : Résumé des conclusions par marché (à terminer avant de quitter le marché)	82
	Outil 11 : Arbre de conclusion permettant d'évaluer la capacité de réaction du marché	83
	Outil 12 : Présentation des comptes rendus	84
	Outil 13 : Formulaire pour le relevé des prix de détail	89
	Outil 14 : Formulaire pour le relevé des prix de gros	90
	Outil 15 : Formulaire d'information sur les données secondaires relatives aux prix	91



Introduction

Qu'est-ce qu'un marché ?

Un marché est toute structure systématique permettant aux acteurs du marché d'acheter et de vendre des produits. Cette définition ne se limite pas à la façon dont le produit est fabriqué, transporté, acheté et vendu; elle englobe aussi les institutions, les règles et les normes formelles et informelles qui régissent ces interactions et l'infrastructure qui les facilite¹.

La définition du terme marché, tel qu'il est utilisé dans le présent document, va au-delà du lieu où les gens achètent et vendent des produits de base. Pour éviter toute confusion, le terme *marché* est utilisé pour l'emplacement physique (par opposition à *système de marché*).

1. Pourquoi évaluer les systèmes de marché ?

Dans les économies de marché d'aujourd'hui, les moyens de subsistance dépendent dans une large mesure des systèmes de marché : les agriculteurs vendent leurs produits aux consommateurs, aux détaillants ou aux grossistes; les artisans produisent divers biens et les vendent aux consommateurs, aux détaillants ou aux grossistes; les employés offrent leur travail aux employeurs en échange d'argent; les ménages achètent des produits essentiels à un éventail de détaillants et ainsi de suite. Les systèmes de marché sont le principal moyen par lequel des milliards de personnes tirent des revenus et achètent des produits pour couvrir des besoins essentiels; ils sont donc un élément capital pour leur subsistance.

Des chocs soudains tels que des catastrophes naturelles et des conflits peuvent sévèrement limiter le fonctionnement des systèmes de marché et des marchés et, par conséquent, avoir un impact négatif considérable sur la capacité des personnes d'accéder à des produits de base essentiels à leur subsistance².

Les membres du Mouvement de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge travaillent dans des situations de catastrophes naturelles et de conflits en portant secours aux personnes touchées par des chocs et dont la vie ou les moyens de subsistance sont menacés³. Afin d'être en mesure d'aider efficacement les personnes touchées par un choc, les membres du Mouvement doivent évaluer leurs besoins et décider quel est le meilleur moyen d'y répondre⁴.

Les systèmes de marché jouant un rôle central dans la vie et les moyens de subsistance des personnes, ils devraient être pris en compte lors de l'évaluation des besoins d'une population touchée par un choc et du meilleur moyen d'y répondre⁵. Des évaluations des systèmes de marché doivent être menées pour deux raisons :

- ➔ pour déterminer dans quelle mesure un choc a compromis l'accès de populations à des produits de base essentiels⁶ qu'elles se procurent habituellement sur les marchés;
- ➔ pour répertorier les moyens adaptés au marché d'aider la population concernée à accéder à ces produits de base au moment et à l'endroit où cela est nécessaire⁷.

Par conséquent, les évaluations des systèmes de marché devraient faire partie de l'évaluation des besoins d'urgence après un choc, et leurs résultats devraient orienter l'analyse de l'intervention initiale, sur laquelle s'appuient les équipes de secours pour décider des premières mesures à prendre. Les informations sur le système de marché permettent aux équipes de secours de déterminer le mécanisme de transfert le mieux

1 Adapté de Gerstle & Meissner (2010, p. 2).

2 Dans ce document, le terme choc est utilisé pour toute crise soudaine provoquée par un conflit ou une catastrophe naturelle.

3 Voir par exemple CICR (2004, p. 10), CICR et Fédération internationale (2007, p. 10), CICR (2009, p. 4), et Fédération internationale (2008, p. 15).

4 Ce document ne traite pas de l'évaluation des besoins d'urgence. Pour les lignes directrices correspondantes, voir par exemple Fédération internationale (2007a et 2008), et CICR et Fédération internationale (2008).

5 Voir par exemple Sivakumaran (2010).

6 Dans ce document, on entend par produits de base essentiels les produits de base que les gens estiment importants. Les produits de base étudiés lors de chaque évaluation de marché seront appelés produits de base clés.

7 Voir aussi FEWS NET (2009, p. 4).

Introduction

adapté pour aider une population touchée par un choc en tenant compte de l'état des systèmes de marché pertinents.

Ce document présente une *Évaluation rapide des marchés* – ou ERM – destinée à fournir des connaissances élémentaires sur la capacité des systèmes de marché sélectionnés de fournir, immédiatement après un choc soudain, les produits de base essentiels aux populations touchées.

2. Une évaluation rapide des marchés (ERM)

L'ERM est un instrument qui permet aux praticiens de l'humanitaire peu au fait du marché et pressés par le temps d'acquérir rapidement des connaissances élémentaires sur les systèmes de marché clés dans les premiers jours consécutifs à un choc.

2.1 À quoi sert l'ERM ?

L'ERM permet d'acquérir rapidement une compréhension élémentaire des systèmes de marché clés au lendemain immédiat d'un choc. L'ERM renforce l'analyse de l'intervention en fournissant des données sur le marché, essentielles à une prise de décision éclairée sur les mécanismes de transferts monétaires appropriés (par exemple, en nature ou en espèces)⁸ dans les situations où des secours doivent être apportés. Les outils utilisés au cours de l'ERM, tels que des outils de cartographie des marchés, peuvent révéler des possibilités de soutien du marché et mettre en évidence des points d'entrée pour faciliter la reprise du marché. Ainsi, l'ERM n'est pas orientée vers une forme spécifique d'intervention, mais facilite plutôt la réflexion face à un large éventail d'options d'intervention.

Il faut noter que l'ERM *ne permet pas d'évaluer les besoins en matière de secours*. Ce paramètre devrait faire l'objet d'une évaluation des besoins par ménage et par communauté (voir ci-dessous). À proprement parler, l'ERM peut être utilisée pour analyser tout système de marché de produits de base – ce qui signifie qu'elle peut être utilisée pour les biens et les services. Cependant, au lendemain immédiat d'un choc, l'attention se concentrera généralement sur les biens.

2.2 Comment fonctionne l'ERM ?

L'ERM comprend un processus en cinq étapes et une série d'outils pour recueillir, analyser, interpréter, résumer et surveiller des données de marché, et acquérir une compréhension élémentaire des systèmes de marché clés¹⁰. Les cinq étapes et les matériaux nécessaires à sa réalisation sont présentés dans des chapitres distincts. La *figure 1* représente les cinq étapes :

8 Dans ce document, l'expression « mécanismes de transferts monétaires » fait référence à toute intervention qui augmente le pouvoir d'achat de ses bénéficiaires – par exemple un transfert d'espèces ou des bons.

9 Voir par exemple Gentilini (2007). Voir aussi Harvey & Bailey (2011, p. 15).

10 L'ERM se fonde sur un certain nombre de méthodes d'évaluation existantes, y compris l'outil d'évaluation rapide en 48 heures d'Oxfam Grande-Bretagne, l'analyse cartographique des marchés en situation d'urgence (EMMA), et l'analyse des informations sur le marché et de l'intervention en cas d'insécurité alimentaire (MIFIRA).

À retenir!

La prise de décision relative à l'intervention humanitaire immédiate appropriée ne dépend pas seulement de la capacité des systèmes de marché de réagir à la mise en place de mécanismes de transferts monétaires. Elle dépend aussi d'autres facteurs tels que les objectifs du programme, les préférences des bénéficiaires, les capacités administratives, les contraintes logistiques, l'efficacité, la rentabilité et les conditions de sécurité⁹.

Figure 1 : Le processus de l'ERM

Au cours de la première étape, les utilisateurs de l'ERM établissent une première vue d'ensemble de la zone touchée par un choc et des conséquences du choc. Ils recueillent des données secondaires sur la zone touchée et des informations auprès des personnes connaissant le contexte. L'information collectée est traitée et utilisée pour définir quels produits (à savoir, systèmes de marché) et marchés devraient être évalués.

Au cours de la deuxième étape, les utilisateurs de l'ERM se rendent sur les marchés sélectionnés et recueillent des informations sur les produits auprès des commerçants et des informateurs clés. Ils conduisent des entretiens individuels et des discussions thématiques de groupe à l'aide de formulaires d'entretien. À la fin de ce processus de collecte de données, les membres de l'équipe d'ERM se réunissent pour discuter et résumer leurs conclusions à l'aide d'une série de questions destinées à guider leur analyse.

Au cours de la troisième étape, les utilisateurs de l'ERM utilisent un arbre de décision pour discuter de leurs conclusions pour chaque marché sélectionné et déterminer si celui-ci peut répondre à une augmentation de la demande en produits de base clés. L'arbre de décision met en évidence le potentiel des interventions d'urgence et de soutien du marché reposant sur des transferts monétaires.

Au cours de la quatrième étape, les utilisateurs de l'ERM compilent leurs constatations et conclusions selon un format de compte rendu défini ou *Compte rendu de profil d'ERM*. Le compte rendu est destiné à être utilisé dans les discussions sur l'analyse des interventions, lorsque les décisions concernant les interventions appropriées sont prises.

Au cours de la cinquième étape, les utilisateurs de l'ERM disposent d'un outil simple pour suivre l'évolution des systèmes de marché et des marchés évalués. Étant donné que les marchés évoluent souvent rapidement, surtout après un choc soudain, l'outil de suivi permet aux utilisateurs de l'ERM de suivre aisément cette évolution et de recueillir des données qui seraient nécessaires si les interventions d'urgence devaient être modifiées.

Une aide supplémentaire relative à la mise en œuvre des cinq étapes et à l'utilisation des outils correspondants est proposée aux chefs d'équipe d'ERM dans le chapitre Lignes directrices complémentaires.

2.3 À qui est destinée l'ERM ?

L'ERM est destinée aux praticiens de l'aide humanitaire qui doivent, au lendemain immédiat d'un choc, organiser une intervention d'urgence pour aider la population touchée. Cet instrument a été élaboré spécifiquement pour le personnel dont les

Introduction

compétences techniques sont limitées, voire inexistantes, en matière d'analyse des systèmes de marché et des chocs soudains dans des contextes urbains et ruraux.

La mise en œuvre de l'ERM nécessite un chef d'équipe ayant des connaissances élémentaires du fonctionnement des marchés. Une connaissance des marchés et une expérience de l'analyse des systèmes de marché plus grandes augmenteront la qualité de l'évaluation. En outre, un ou plusieurs membres de l'équipe logistique devraient participer à l'ERM, en raison de la pertinence de leurs compétences, de leurs connaissances et de leur rôle dans la prise de décision relative à la conception de l'intervention.

Le chef d'équipe guide un groupe d'utilisateurs de l'ERM tout au long du processus de collecte des données et d'analyse des données et vérifie que les résultats respectifs sont correctement résumés dans un compte rendu. Bien que l'ERM ne suppose pas que ses utilisateurs aient une connaissance approfondie du marché¹¹, les compétences suivantes sont nécessaires :

- expérience du travail et des évaluations sur le terrain ;
- capacité de décomposer et de reformuler des questions complexes ; aptitude à adapter son langage à la personne interrogée (c'est-à-dire s'adapter au contexte culturel et socio-économique de la personne interrogée) ;
- capacité de recueillir des informations en utilisant des outils d'évaluation rurale rapides et participatifs et compétences linguistiques (à savoir, la langue locale et la langue de communication entre les membres de l'équipe) ;
- compétences de base en calcul et analyse ;
- au moins un des membres de l'équipe d'ERM doit maîtriser Excel/savoir utiliser les bases de données pour analyser les données sur les prix collectées et, ainsi, assurer le suivi des prix à l'étape 5.

Idéalement, les utilisateurs de l'ERM auront une bonne connaissance de la zone touchée par un choc, de ses habitants, des informateurs clés, des données secondaires pertinentes et des marchés. Ces connaissances accélèrent le processus d'évaluation et améliorent la qualité des informations recueillies.

3. Contexte et limites de l'ERM

Les décisions relatives aux interventions immédiates doivent être prises dans les quelques jours qui suivent un choc. Par conséquent, les conclusions de l'ERM doivent être rendues rapidement et en temps opportun. Cela constitue une tâche difficile dans les situations d'urgence qui sont généralement caractérisées par des contraintes en matière de ressources, de temps et de main-d'œuvre, ainsi que de disponibilité des données (passées et présentes). Étant donné que ces contraintes vont influencer la qualité des données recueillies, les utilisateurs de l'ERM doivent être informés des éléments suivants, qui peuvent aider à gérer ou à atténuer les conséquences négatives.

¹¹ Néanmoins, la connaissance du marché est un atout qui peut augmenter la rapidité et la qualité de l'évaluation.

3.1 Équilibre entre utilisation de questionnaires et compétences du personnel

La plupart des utilisateurs de l'ERM ayant une expérience très limitée de l'analyse des systèmes de marché, l'ERM se fonde sur une série de questionnaires qui mettent l'accent sur les informations de base relatives au système de marché nécessaires à l'analyse de l'intervention. Ces structures d'interview garantissent, au minimum, la collecte de données dans un contexte qui peut être très stressant et où peu de préparation (sinon aucune) et de formation sont assurées.

Si les utilisateurs de l'ERM connaissent les techniques d'évaluation rurale participative (ERP) et sont plus à l'aise dans l'analyse des systèmes de marché, des outils de l'ERP peuvent remplacer les formulaires d'entretien de l'ERM. Dans ce cas, les formulaires d'entretien doivent être utilisés comme des listes de contrôles pour vérifier que toutes les informations nécessaires sont collectées. Des orientations supplémentaires sur les outils de l'ERP sont données dans la section destinée au chef d'équipe.

Les questionnaires ne doivent pas constituer une contrainte pour les utilisateurs de l'ERM, qui doivent se sentir libres de naviguer entre les sections et les questions au fil de la discussion. La confiance en soi s'acquiert par la connaissance de l'ERM, de ses étapes et de ses outils. Une formation de base sur l'ERM d'au moins deux ou trois heures est fortement recommandée.

3.2 Adopter une approche « suffisamment bonne »

Sachant qu'il n'est pas possible de procéder à une analyse très détaillée et complète dans un court laps de temps à la suite d'un choc, l'ERM a été conçue pour permettre aux praticiens d'avoir un aperçu « suffisamment bon » de la situation, de procéder à une analyse significative, et d'aboutir à des décisions transparentes et consensuelles quant au programme. Il est fondamental de veiller à ce que suffisamment de données basées sur le marché soient disponibles pour la prise de décision immédiate durant la phase d'analyse de l'intervention.

Par conséquent, les processus et les outils proposés dans l'ERM sont conçus principalement sur la base d'informations et de méthodologies qualitatives et quantitatives qui incluent la participation des informateurs clés et des parties intéressées.

3.3 Donner un aperçu valable pour une période limitée

Veillez noter que les informations recueillies à l'aide de l'ERM ont une « durée de vie » limitée. Tout comme pour les autres outils d'évaluation de situations d'urgence, les données collectées donnent un « aperçu » de la situation.

L'ERM est destinée à servir de base aux décisions relatives au programme à court terme. La situation du marché pouvant évoluer de façon notable, même dans le court terme, les décisions relatives au programme fondées sur l'ERM doivent rester aussi souples et adaptables que possible. *Par conséquent, en règle générale, l'ERM semble appropriée pour éclairer les décisions d'intervention pour les quatre à six premières semaines suivant un choc.*

Introduction

Les marchés étant dynamiques, il est nécessaire d'en surveiller l'évolution. Bien que l'ERM fournisse un outil simple de suivi à cet effet, il est conseillé de planifier et de mener dès que possible une analyse de marché plus détaillée. Le *Guide d'analyse de marché* donne des indications pour ce type d'évaluation. Ce Guide a été élaboré en parallèle à l'ERM dont il assure la continuité grâce à des processus et des outils qui intègrent l'analyse du système de marché dans les différentes phases du cycle du projet.

3.4 Les marchés ne sont qu'un élément nécessaire à l'analyse de l'intervention

Les décisions quant à l'intervention d'urgence appropriée dépendent de divers aspects, notamment, le mandat et les objectifs de l'institution; les contraintes logistiques, de sécurité et administratives; et les préférences de la population touchée.



L'ERM n'apporte au processus de décision relatif à une intervention d'urgence que des informations relatives au système de marché. Pour mieux cibler l'objectif de l'évaluation et l'utilité des données collectées, les utilisateurs de l'ERM devraient connaître tous les autres aspects nécessaires à une bonne analyse de l'intervention et prendre contact avec les personnes/départements suivants dans le cadre de l'ERM :

- ➔ direction (pour toutes les questions concernant les objectifs généraux et la sécurité) ;
- ➔ département de la logistique (pour les informations sur le marché et les procédures et contraintes relatives à la logistique) ;
- ➔ département des finances (pour les procédures et contraintes administratives) ;
- ➔ personnel chargé de l'évaluation des besoins, le cas échéant (pour coordonner les activités et éviter les doublons).

La coopération avec les départements de la logistique et des finances est primordiale, car ils sont généralement bien informés sur la structure et le fonctionnement des marchés et des systèmes financiers utilisés par les commerçants et les personnes touchées (qualité des produits, commerçants, prix, saisonnalité, inflation, règles et règlements, enjeux éthiques des achats, etc.).

En outre, les départements de la logistique et des finances sont essentiels pour la planification et la mise en œuvre des interventions d'urgence (par exemple, la mise en place de l'acheminement des secours et la préparation des moyens financiers). Par conséquent, une coopération étroite entre les départements permet l'échange d'informations, et la clarification des procédures¹² et des contraintes. Elle garantit une analyse cohérente et elle est une condition préalable à une intervention d'urgence efficace et en temps opportun.

Bien que l'ERM porte principalement sur les marchés, des questions spécifiques liées au contexte peuvent mériter une attention particulière lors de l'évaluation, par exemple, le milieu urbain, un conflit, les questions de genre et les réfugiés. La mesure dans laquelle ces questions requièrent une attention particulière au cours d'une évaluation du marché dépendra du contexte spécifique. Une analyse en profondeur de ces questions dépasserait la portée de l'ERM et n'est donc pas incluse en tant que telle dans le présent document.

¹² Voir par exemple CICR (2013) pour les responsabilités et les procédures relatives à la Programmation de transferts de fonds.

4. Structure des lignes directrices

Les lignes directrices comprennent, outre l'introduction, six chapitres et une annexe comme indiqué ci-dessous. Les cinq premiers chapitres correspondent aux cinq étapes de l'ERM, telles que décrites précédemment, et contiennent une section d'orientation avec des références à des outils techniques pour aider l'utilisateur de l'ERM à suivre les étapes. Le sixième chapitre comporte une section destinée aux chefs d'équipe d'ERM, qui contient des conseils techniques sur la façon d'organiser et de mener une ERM ainsi qu'un glossaire des termes fréquemment utilisés.

- ➔ Étape 1 : Établir une première vue d'ensemble
- ➔ Étape 2 : Collecter des informations sur le marché
- ➔ Étape 3 : Analyser les informations sur le marché
- ➔ Étape 4 : Rendre compte des résultats
- ➔ Étape 5 : Suivre l'évolution du marché
- ➔ Directives complémentaires : Notes destinées aux chefs d'équipe et glossaire
- ➔ Annexes : Outils 1 à 15

Les outils techniques sont regroupés dans l'annexe à la fin du document afin d'en faciliter l'impression. Tout au long du document, les références aux outils sont mises en évidence en gras pour que toute portion de texte relative à des outils spécifiques puisse être repérée rapidement. Les outils suivants figurent dans l'annexe :

- ➔ Outil 1 : Collecte d'informations secondaires
- ➔ Outil 2 : Marchés et produits de base clés nécessaires à la population touchée par un choc
- ➔ Outil 3 : Quels services financiers sont disponibles et accessibles?
- ➔ Outil 4 : Cartographie des marchés
- ➔ Outil 5 : Poursuite ou interruption de l'ERM
- ➔ Outil 6 : Marchés clés sur lesquels l'évaluation devrait se concentrer
- ➔ Outil 7 : Recommandations pour la conduite d'entretiens
- ➔ Outil 8 : Discussion avec des représentants du marché ou des informateurs clés
- ➔ Outil 9 : Discussions avec les commerçants (grossistes/détaillants)
- ➔ Outil 10 : Résumé des résultats par marché (à compléter avant de quitter le marché)
- ➔ Outil 11 : Arbre de conclusion pour évaluer la capacité de réaction du marché
- ➔ Outil 12 : Présentation des comptes rendus
- ➔ Outil 13 : Formulaire pour le relevé des prix au détail
- ➔ Outil 14 : Formulaire pour le relevé des prix de gros
- ➔ Outil 15 : Formulaire d'information sur les données secondaires relatives aux prix



ÉTAPE 1

Définir la portée
et le contenu
de l'évaluation

En quoi consiste cette étape ?

L'étape 1 de l'ERM consiste à définir la portée et l'objet de l'évaluation et à collecter des informations initiales sur la disponibilité et l'accessibilité des services financiers. Elle offre aux utilisateurs de l'ERM des orientations et des outils (outils 1 à 6) qui les amènent à répondre à une série de questions, notamment :

- Quels produits de base clés sont nécessaires à la population touchée ? (c'est-à-dire, sur quels systèmes de marché l'ERM devrait-elle se concentrer ?)
- Quels services financiers sont disponibles pour la population touchée par un choc ?
- Est-il judicieux de poursuivre l'ERM ?
- Si oui, sur quels marchés devrait se concentrer l'ERM ?

Au cours de cette étape, l'équipe d'ERM se base sur les besoins en produits de base (type, quantité, qualité, fréquence et durée) pour formuler des questions sur l'offre des commerçants/grossistes dans chaque marché à évaluer. C'est là une partie importante de l'ERM, car elle permet de comprendre si oui ou non les commerçants dans/près de la zone touchée peuvent fournir les produits de base nécessaires à la population qui utilise/pourrait utiliser ce marché.

Combien de temps cela prend-il ?

- ↘ La formation de base de l'équipe d'ERM devrait prendre une demi-journée.
- ↘ La collecte et l'analyse initiales des données secondaires devraient prendre environ un jour.
- ↘ La décision de groupe sur les produits de base et marchés clés à analyser devrait prendre une demi-journée.

1.1 Introduction

Il est essentiel de veiller à ce que la direction, le département de la logistique et le département des finances participent à la discussion initiale sur la définition de la portée et du contenu de l'évaluation. La direction peut fournir des informations précieuses sur les objectifs généraux de l'organisation, les activités en cours et la situation en matière de sécurité. Les départements de la logistique et des finances peuvent fournir des informations primaires et secondaires précieuses sur la structure et le fonctionnement des marchés et sur le secteur financier – comme le prix, la saisonnalité, l'éthique et la qualité¹³.

Comment faire ?

Le chef d'équipe de l'ERM devrait commencer par :

- ➔ former l'équipe d'ERM selon les critères listés ci-dessous ;
- ➔ expliquer l'ERM à l'équipe nouvellement formée, donner un aperçu des étapes de l'analyse, des objectifs et des besoins en information.

Une fois que l'équipe d'ERM a connaissance du processus de l'ERM et des étapes d'analyse nécessaires, elle peut démarrer l'étape 1 et :

- ➔ discuter des objectifs des **outils 1 à 6** et des rôles et responsabilités de l'équipe dans l'exécution des tâches que prévoient les outils.
- ➔ L'équipe d'ERM entame la collecte de données primaires et secondaires en s'aidant des orientations de l'**outil 1**. Cela peut prendre au moins un jour, peut-être plus si des rapports/données doivent être demandés. Il peut être utile de consacrer plus de temps à l'examen des données secondaires si un grand volume de données de bonne qualité est disponible. Veiller à ne pas se « noyer » dans les données et rester concentré sur la tâche à effectuer.
- ➔ Les membres de l'équipe d'ERM et ceux de l'équipe d'analyse des besoins discutent des informations primaires et secondaires. Au besoin, les départements de la logistique et des finances sont associés à la discussion. Si cela est faisable et utile, il est également possible d'inviter les informateurs clés à se joindre à la discussion. L'objectif de la discussion est de répondre aux questions figurant dans les **outils 2, 3, 5, et 6** ; et de commencer à cartographier les marchés selon les directives de l'**outil 4**. Les discussions de groupe devraient prendre une demi-journée.

Les sections suivantes fournissent quelques orientations qui peuvent aider les utilisateurs de l'ERM à apporter des réponses aux questions mises en évidence dans le tableau ci-dessus et à utiliser les **outils 1 à 6**.

1.2 Quels sont les marchés clés disponibles pour la population touchée ? (outils 1, 2 et 4)

Les utilisateurs de l'ERM devraient avoir un premier aperçu de l'impact du choc, de la zone touchée, et des besoins de la population touchée. Cette information est nécessaire pour comprendre l'impact du choc et, surtout, **définir les produits et les marchés sur lesquels l'évaluation devrait se concentrer**. Il peut être difficile de déterminer la portée et le contenu de l'ERM, car la situation au lendemain

¹³ Dans certaines situations, les services de la logistique peuvent être en train de préparer des interventions d'urgence avant même qu'une évaluation n'ait été entreprise. Il est important que l'équipe d'ERM soit informée de ces activités.

Étape 1 – Définir la portée et le contenu de l'évaluation

d'un choc est généralement caractérisée par un manque d'informations adéquates et fiables. Moins il y a de données, plus il faudra recourir à des hypothèses et à un raisonnement logique.

Il est nécessaire de définir les éléments suivants :

- les produits de base clés dont les ménages touchés ont besoin ;
- la quantité de produits de base dont les ménages touchés ont besoin et un calendrier ;
- les marchés que les ménages touchés utilisaient pour se procurer les produits de base avant le choc ;
- les marchés que les ménages touchés utilisent depuis le choc pour se procurer les produits de base ;
- les questions qui pourraient influencer sur l'accès aux marchés des ménages touchés.

Des données secondaires et primaires peuvent apporter une multitude d'informations pertinentes sur les aspects énumérés ci-dessus, en particulier dans des zones fréquemment touchées par des chocs. En voici des sources potentielles :

- documents gouvernementaux, bureau national de la statistique, évaluations des cultures nationales ;
- rapports d'organisation, programmes de développement et plans d'urgence (de la direction, du personnel des finances, des programmes et de la logistique) ;
- réunions de groupe et de coordination ;
- rapports de référence relatifs au système de marché et aux moyens de subsistance ainsi qu'évaluations antérieures des besoins ;
- rapports de recherche.

L'**outil 1** fournit une liste de sites Internet utiles pour trouver des données secondaires et des renseignements généraux. Il est important de faire le suivi des activités des autres acteurs de ce domaine et d'échanger des informations avec eux. Cela permettra aux utilisateurs de l'ERM d'en apprendre davantage sur les évaluations prévues, de coordonner les efforts et d'obtenir des résultats d'évaluation avant que les rapports des différentes organisations ne soient publiés – n'oubliez pas que le temps est compté ! Assurez-vous de la fiabilité des données que vous utilisez.

L'**outil 2** exige la participation de tous les membres de l'équipe d'ERM et des informateurs clés, car il est important d'avoir une compréhension commune de la situation, des questions auxquelles il faut répondre et des décisions prises. Cela permettra d'effectuer une meilleure évaluation. À la fin de la discussion, toutes les questions devraient avoir été examinées et, autant que possible, une réponse devrait y avoir été apportée. Les hypothèses et questions de suivi pour les équipes d'évaluation des communautés devraient être notées et étudiées ultérieurement dans la mesure du possible. L'**outil 2** contient un tableau récapitulatif qui peut aider l'équipe d'ERM à se concentrer sur les volumes requis par marché. L'encadré ci-dessous résume les données qui sont essentielles à la poursuite de l'ERM.

Il est recommandé d'utiliser l'**outil 4** au cours des étapes 1 et 2 de l'ERM. Durant l'étape 1, il permet une discussion d'équipe, car il donne une vision initiale des résultats préliminaires. Ces résultats préliminaires sont complétés lors des entretiens ultérieurs avec des représentants du marché (**outil 8**) et des commerçants (**outil 9**). Il existe de nombreuses manières de cartographier les marchés. L'**outil 4** fournit des orientations sur la façon de dessiner des cartes de production et d'activité du marché.

L'équipe d'ERM doit avoir une idée très claire des volumes des produits de base dont ont besoin les ménages touchés utilisant les marchés qui seront évalués et de la fréquence à laquelle ils en ont besoin. Ces données sont essentielles pour l'utilisation des outils 8 et 9. Elles permettent d'avoir une conversation réaliste avec les commerçants sur leur capacité de fournir les produits de base nécessaires dans un certain délai.

Dans cet esprit, l'équipe d'ERM devrait mener une réflexion sur la section B de l'outil 2 (en annexe) et discuter des produits de base dont ont besoin des groupements de la population touchée, à savoir :

1. quels marchés sont utilisés/ pourrait être utilisés par la population touchée ?
2. type et qualité des produits de base – pour garantir que les questions portent sur les mêmes produits
3. quantité – pour avoir une idée précise des quantités nécessaires
4. fréquence du besoin – à quelle fréquence les quantités nécessaires seront requises
5. durée – la durée pendant laquelle les quantités seront nécessaires à la fréquence établie

Ainsi, à la fin de l'**outil 2**, les membres de l'équipe d'ERM devrait disposer d'informations telles que les suivantes sur le secteur concerné :

- ↳ 50 kg par ménage de riz paddy à grains courts des marchés X et Y, toutes les 2 semaines durant 3 mois pour 600 ménages du district A ; ou
- ↳ 900 filtres à eau en céramique « Rabbit » et bougies de remplacement en céramique du marché Y, chaque semaine durant 1 mois pour des ménages vivant dans le district A.

Est-il toujours nécessaire de procéder à une ERM complète ?

En cas de choc mineur, touchant seulement une portion relativement limitée de la population locale, la première étape de l'ERM peut révéler que la quantité d'informations collectées au sujet des marchés suffit à définir une intervention d'urgence appropriée.

Dans ce cas, l'équipe d'ERM peut décider de laisser de côté l'étape de la collecte d'informations sur le marché (étape 2) et de passer directement à l'analyse des informations disponibles sur le marché (étape 3).

Cependant, l'équipe d'ERM devrait quand même présenter ses conclusions (étape 4) et mettre en place un système de suivi (étape 5).

À retenir!

Tout produit de base peut être un produit de base clé. Il est important d'être conscient du fait que les produits de base que les gens considèrent comme étant essentiels dans le sillage immédiat d'un choc peuvent être très différents des produits de base qu'ils considèrent comme essentiels en temps « normal ». Les utilisateurs de l'ERM doivent s'assurer qu'ils prennent cet aspect en considération lors de l'identification des produits de base sur lesquels ils souhaitent se concentrer, et doivent se référer à l'évaluation des besoins ou aux informateurs clés.

1.3 Quels services financiers sont disponibles et accessibles ? (outil 3)

Si une aide est nécessaire, savoir comment fonctionnent les services financiers est un élément important de la définition de mécanismes de transfert appropriés (à savoir, en nature ou en espèces). **L'outil 3** rassemble des informations de base sur la disponibilité et l'accessibilité de services financiers. L'objectif est de savoir :

- quels établissements financiers sont présents dans la zone d'intérêt;
- la mesure dans laquelle la population cible utilise ces établissements financiers;
- quels facteurs potentiels peuvent limiter l'accès de la population cible à ces établissements financiers.

Les questions doivent être examinées par les membres de l'équipe d'ERM et des représentants du département des finances. Si possible, les informateurs clés peuvent être invités à prendre part à la discussion. **L'outil 3** peut être utilisé pour orienter la discussion et noter les conclusions respectives. Il est utile de mener la discussion en utilisant des cartes de mobilité (la technique est expliquée dans l'outil 7, tableau 2).

1.4 Est-il utile de poursuivre l'ERM ? (outil 5)

L'équipe d'ERM doit décider s'il est nécessaire et possible de poursuivre l'évaluation. Cette décision se fonde sur la connaissance des besoins des personnes touchées dans une zone donnée, et sur l'accessibilité des marchés utilisés pour répondre à ces besoins. **L'outil 5** contient une série de questions destinées à faciliter le processus de décision et s'appuie sur la liste des systèmes de marché potentiels dressée grâce à **l'outil 2**. Il est recommandé que les représentants de la direction et des départements de la logistique et des finances participent à la discussion avec l'équipe d'ERM. Les informations collectées à l'aide des **outils 2, 3, et 4** sont utilisées pour prendre cette décision.

1.5 Quels sont les systèmes de marché clés sur lesquels l'évaluation devrait se concentrer ? (outil 6)

Si l'équipe d'ERM décide de poursuivre l'évaluation, elle doit déterminer quels systèmes de marché elle souhaite évaluer et sur quels marchés aller pour ce faire. Pour éviter toute confusion lors de l'évaluation, il ne faut pas évaluer plus de quatre marchés (de produits de base) à la fois.

L'outil 6 peut être utilisé pour aider à sélectionner les marchés sur lesquels se rendre et résumer les produits de base d'intérêt (type de produit et quantité). Il devrait être utilisé pour orienter une discussion entre les membres de l'équipe d'ERM et, si possible, les informateurs clés, à l'aide d'informations relatives à l'utilisation que les ménages touchés font des marchés.

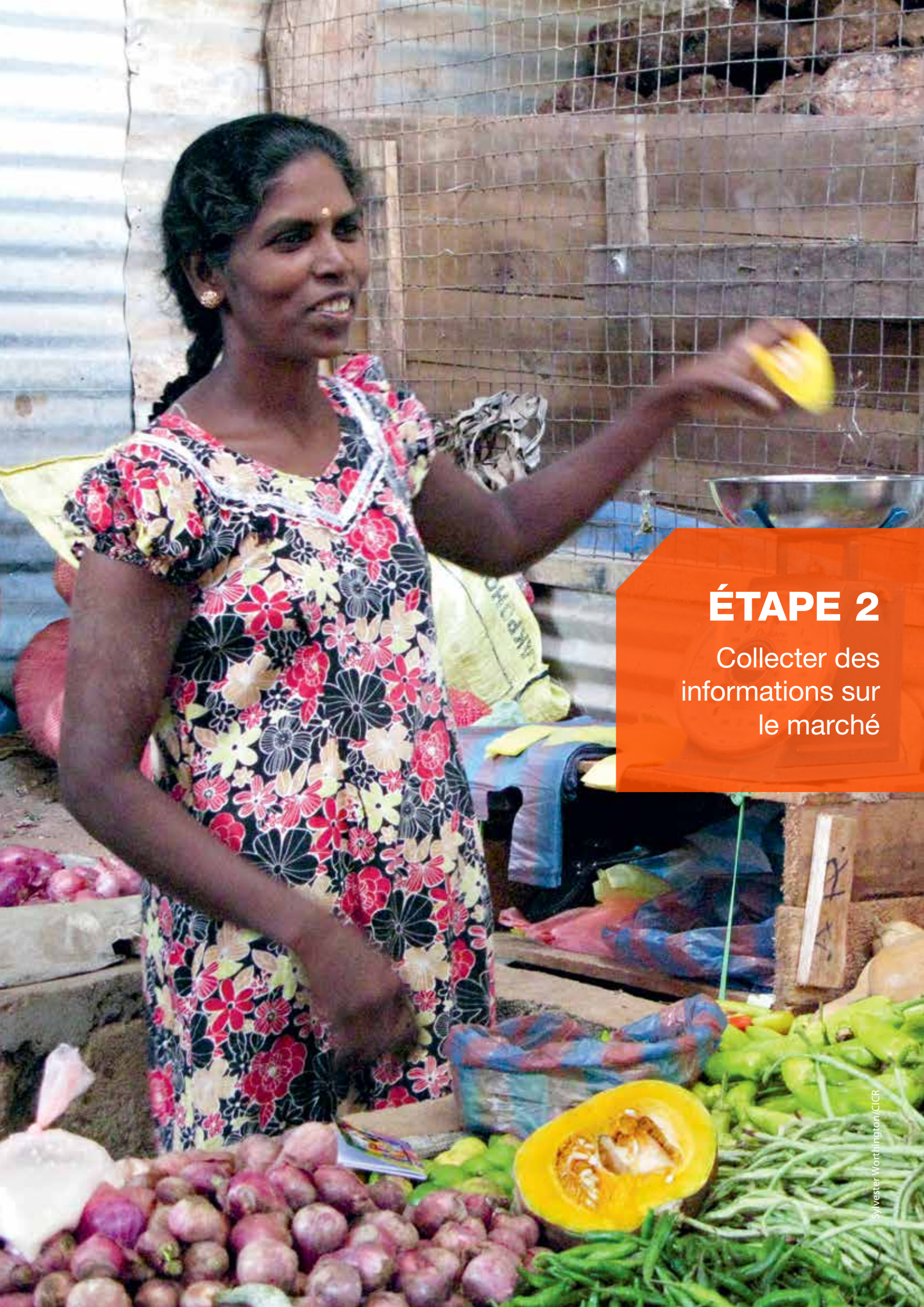
Le chef d'équipe de l'ERM devrait orienter la discussion de manière participative. Il devrait veiller à ce que les participants expliquent des facteurs tels que la taille, la facilité d'accès, la fréquence opérationnelle, les répercussions du choc, etc. Il est important de noter qu'aucune règle ne régit la manière de sélectionner les marchés. Différents facteurs peuvent avoir une importance relative dans divers contextes.

Étape 1 – Définir la portée et le contenu de l'évaluation

Les cartes des marchés élaborées précédemment constituent une bonne base pour faciliter la discussion.

Combien de marchés faut-il visiter et, combien d'entretiens faut-il conduire par marché?

Le nombre de marchés à visiter dépend de la taille de l'équipe, des contraintes géographiques et de la logistique (par exemple les distances et la facilité d'accès), de la taille/de l'importance des marchés, du nombre d'entretiens à effectuer et du temps disponible. L'équipe doit être réaliste lors de l'estimation du nombre de marchés qu'elle peut évaluer et du nombre d'entretiens par marché. Les membres de l'équipe doivent essayer de se mettre d'accord sur une méthode de détermination du nombre d'entretiens avant de commencer afin d'éviter toute confusion ou tout problème à l'étape 2, une fois sur le terrain.



ÉTAPE 2

Collecter des
informations sur
le marché

En quoi consiste cette étape ?

Au cours de l'étape 2 de l'ERM, l'équipe d'ERM recueillera les informations dont elle a besoin pour avoir rapidement une connaissance de base de la situation du marché, l'accent étant mis sur les produits de base clés. L'équipe dispose d'orientations et d'outils (outils 7 à 10) pour répondre aux questions suivantes :

- Quels dommages matériels les marchés sélectionnés ont-ils subis ?
- Quelles ont été les conséquences des dommages matériels sur les marchés sélectionnés ?
- Quelle est la capacité des commerçants de fournir des produits de base clés depuis le choc ?
- Comment la demande de la population en produits de base clés sélectionnés a-t-elle évolué depuis le choc ?
- Comment les prix des produits de base sélectionnés ont-ils varié depuis le choc ?

Combien de temps cela va-t-il prendre ?

- ↘ Il faudra un jour au plus par marché à deux membres de l'équipe d'ERM.
- ↘ Un entretien individuel avec un commerçant prendra 30 à 40 minutes et une discussion de groupe 60 à 80 minutes.

2.1 Introduction

Avant de se rendre sur le terrain, il est recommandé de prendre contact avec le département de la logistique, car il peut être en mesure de fournir des informations sur les commerçants importants (en particulier les grossistes) et d'indiquer aux utilisateurs de l'ERM lesquels de ces commerçants doivent être contactés.

Comment faire ?

- ➔ L'**outil 7** fournit des orientations sur la façon de mener des entretiens et de comprendre les formulaires d'entretien (**outil 8** et **outil 9**). Les utilisateurs de l'ERM qui connaissent les techniques de l'ERP peuvent utiliser les formulaires d'entretien pour élaborer des listes de contrôle pour les discussions thématiques de groupe et définir des techniques de cartographie de la mobilité pour discuter d'une partie des questions.
- ➔ Apportez sur le terrain des copies des cartes du marché qui ont été élaborées au cours de l'**étape 1**. Les membres de l'équipe d'ERM pourront ainsi vérifier, détailler et compléter les cartes avec les commerçants et les informateurs qu'ils interrogent.
- ➔ Assurez-vous que tous les membres de l'équipe d'ERM disposent d'un résumé des produits de base nécessaires (type, qualité, quantité et fréquence) issu de l'**outil 2** pour leur entretien avec les commerçants.

L'étape suivante consistera à recueillir et compiler les informations pour chacun des marchés sélectionnés :

- ➔ entretiens avec des informateurs clés qui ont une connaissance générale des marchés clés (**outil 8**) ;
- ➔ entretiens avec différents commerçants (détaillants et grossistes) qui sont actifs sur les marchés des produits de base clés (**outil 9**) ;
- ➔ discussions au sein l'équipe d'ERM pour débattre des conclusions générales sur le marché et les résumer (utiliser l'**outil 10**).

Le temps nécessaire à l'évaluation dépend de la taille de l'équipe d'ERM, du nombre de marchés choisis, et des conditions logistiques (par exemple, moyens de transport disponibles, conditions routières). Il faut en général une équipe de deux utilisateurs de l'ERM durant une journée pour évaluer un marché.

La section suivante fournit quelques indications sur le processus décrit ci-dessus et sur l'utilisation des **outils 7 à 10** pour répondre aux questions mises en évidence dans l'encadré ci-contre.

2.2 Entretiens avec des représentants du marché ou des informateurs clés (outil 8)

L'objectif de ce premier entretien (à aide de l'**outil 8**) est d'avoir une vue d'ensemble du marché. Idéalement, les représentants du marché seront interrogés, mais en leur absence, des fonctionnaires ou des représentants ayant une vue d'ensemble du marché local peuvent l'être, par exemple :

- ➔ des représentants des collectivités locales (par exemple du ministère des Finances),
- ➔ des représentants de la chambre de commerce, des associations de commerçants, etc., ou

Étape 2 – Collecter des informations sur le marché

- ➔ des représentants de la communauté (par exemple, les autorités traditionnelles, les aînés).

L'**outil 8** contient un formulaire d'entretien pour guider les utilisateurs de l'ERM. Tous les membres de l'équipe d'ERM visitant ce marché spécifique doivent être présents lors de ces entretiens afin d'avoir une compréhension commune du contexte. L'outil comporte huit sections (A à H). Bien que les questions soient explicites, quelques aspects doivent être mentionnés :

- Détails de l'évaluation** – Avant d'utiliser le formulaire, notez les produits de base clés à évaluer et les quantités respectives nécessaires pour aider la population cible dans la région (se référer à l'**étape 1**). En arrivant sur le marché, notez les coordonnées GPS afin de les saisir dans un *Système d'information géographique* puis de cartographier les marchés. Notez les numéros de téléphone de vos informateurs, juste au cas où vous auriez des questions à leur poser ultérieurement.
- Impact physique du choc sur le marché** – Essayez d'avoir une impression générale de la façon dont le marché a été touché par le choc et d'en noter les conséquences spécifiques. Si les commerçants ne sont pas en mesure de poursuivre leur activité, vous devriez chercher à savoir quelles en sont les raisons.
- Demande du marché** – Essayez de comprendre si le choc a eu un impact sur la demande sur le marché; si le choc a eu un impact sur le nombre de personnes ayant accès au marché; s'il a eu pour effet d'amener des personnes différentes sur ce marché; s'il a modifié la demande en produits de base clés.
- Offre du marché** – Essayez de comprendre si le choc a eu un impact sur l'offre sur le marché. Le nombre de grossistes et de détaillants a-t-il changé; comment l'offre globale de produits de base clés a-t-elle changé sur le marché (en termes de quantité et d'origine); et comment les commerçants ont-ils été touchés par le choc? Utilisez les cartes de l'étape 1 pour vous aider à définir les mouvements de produits (voir le point F ci-dessous).
- Contraintes du marché et capacité de réaction du marché** – Essayez de déterminer si les commerçants seraient en mesure d'accroître leur offre si la demande venait à augmenter et, dans le cas contraire, ce qui les en empêcherait. Essayez de savoir quel soutien devrait être apporté aux commerçants pour qu'ils augmentent leur offre. Essayez de déterminer si des situations antérieures comparables peuvent donner des indications sur la façon dont les commerçants réagissent dans des situations similaires.
- Cartographie des chaînes d'approvisionnement et des flux de produits de base** – Essayez de déterminer si les cartes des marchés que vous avez établies à l'**étape 1** sont exactes. Détaillez-les et complétez-les si nécessaire. La cartographie des marchés est un processus itératif. De nouvelles informations seront ajoutées à la carte au fur et à mesure que de nouvelles personnes seront interrogées. Utilisez les connaissances de votre informateur pour avoir une idée plus précise des produits de base et des marchés clés. Si possible, quantifiez les flux de produits de base, le nombre de commerçants et les prix.

G. Information sur les prix – Essayez de déterminer s’il existe des variations de prix saisonnières et comment (le cas échéant) le choc a pesé sur les prix des produits de base clés. S’il y a eu des variations de prix, demandez aux informateurs qu’elles en sont les raisons.

H. Coordonnées, commentaires et observations – Demandez à votre informateur les coordonnées des commerçants et des autres informateurs qui pourraient vous aider à comprendre les marchés et systèmes de marché. Voyez si votre informateur peut vous aider à organiser une réunion.

Les questions du formulaire d’entretien doivent être explicites et l’entretien devrait pouvoir être mené en 60 minutes environ.

2.3 Entretiens avec des commerçants : grossistes et détaillants (outil 9)

L’objectif de l’entretien avec des commerçants est d’obtenir des informations détaillées sur les marchés des produits de base clés sélectionnés, les marchés locaux, et les commerçants présents.

Dans la mesure du possible, les utilisateurs de l’ERM devraient trianguler les données qu’ils obtiennent des commerçants avec les informations recueillies au cours des entretiens avec d’autres commerçants et représentants de marchés. Les utilisateurs de l’ERM devraient interroger à la fois :

- ➔ les grossistes (si possible grands et petits), et
- ➔ les détaillants (si possible grands et petits).

Des entretiens peuvent être menés individuellement ou dans le cadre de groupes de discussion. Sachez que certains commerçants ne veulent pas discuter de leur activité au sein de groupes de discussion, en présence de concurrents. Pour chaque contexte spécifique, il convient de déterminer si les commerçants sont prêts ou non à s’exprimer dans le cadre d’un groupe.

Alors que les discussions thématiques de groupe sont susceptibles de fournir un aperçu général, des entretiens individuels sont de nature à fournir des renseignements plus précis. En fin de compte, les deux approches devraient fournir des informations comparables. Si le temps disponible le permet, faites-en l’expérience en utilisant les deux approches. Elle pourrait être révélatrice. Selon le temps disponible, les utilisateurs de l’ERM peuvent décider de procéder à des entretiens au sein de groupes de discussion séparés avec les commerçants d’envergure ou de capacités différentes (d’une part les grossistes, de l’autre les détaillants). Cette approche peut donner un aperçu plus détaillé. Lorsque cela est possible, utilisez la carte du marché (de l’étape 1), ou établissez de nouvelles cartes si nécessaire, pour visualiser les informations fournies.

Combien d’entretiens avec des commerçants dois-je mener ?

L’ERM ne précise pas le nombre exact d’entretiens de commerçants qui doivent être menés. Cette décision est largement fonction du contexte et devrait être prise dès le début du processus de l’ERM afin que tous les membres de l’équipe soient au clair.

Étape 2 – Collecter des informations sur le marché

Si le marché est approvisionné par deux grossistes, il est certainement judicieux de leur parler à tous les deux, afin d'avoir une vue d'ensemble. Par ailleurs, il n'est pas possible d'interroger 150 commerçants locaux. Si le cas se présente, les utilisateurs de l'ERM peuvent décider de les regrouper en fonction de leur envergure et de leur capacité, et de s'entretenir avec deux ou trois commerçants de chaque catégorie.

Après quelques entretiens, les utilisateurs de l'ERM devraient constater que les réponses des commerçants se ressemblent. Si tel est le cas, ils sont sur la bonne voie et peuvent éventuellement arrêter les entretiens. Quelques entretiens seront cependant nécessaires pour arriver à cette constatation.

L'**outil 9** contient un formulaire destiné à guider les utilisateurs de l'ERM, et comporte six sections (A à F) relatives à différents aspects du marché, pour des entretiens individuels ou des discussions thématiques de groupe. Bien que les questions soient explicites, quelques aspects doivent être mentionnés :

A. Détails de l'évaluation – Avant d'entamer les discussions, notez les produits de base clés à évaluer et les quantités respectives nécessaires pour aider la population cible dans la région (voir l'étape 1). Notez les numéros de téléphone de vos informateurs, juste au cas où vous auriez des questions à leur poser ultérieurement. Demandez aux commerçants s'ils sont enregistrés (et si oui, où). Cette information peut être communiquée au département de la logistique et vérifiée a posteriori.

B. Stocks de produits de base – Essayez de déterminer comment les stocks des commerçants ont subi les conséquences du choc, ainsi que la capacité des commerçants de les reconstituer. Dans quelle mesure les stocks actuels des commerçants diffèrent-ils des stocks avant le choc; dans quelle mesure les installations de stockage sont-elles atteintes; les commerçants peuvent-ils toujours s'approvisionner auprès des mêmes sources? Essayez d'obtenir une estimation du nombre de commerçants qui approvisionnent le marché. Cela permet de tirer des conclusions sur la capacité immédiate des commerçants de réagir à une demande accrue.

Les coordonnées des fournisseurs des commerçants sont nécessaires pour remonter plus haut dans la chaîne d'approvisionnement. L'équipe d'ERM peut contacter ces fournisseurs après le travail sur le terrain pour trianguler les informations recueillies sur les volumes d'approvisionnement et la capacité d'accroître l'offre (voir le point C ci-dessous).

C. Possibilités d'expansion des stocks de produits de base – Essayez de déterminer la capacité des professionnels d'augmenter leurs stocks et leur offre. Les commerçants peuvent-ils augmenter leur offre de façon significative (50 % ou 100 %); peuvent-ils le faire via leurs fournisseurs habituels (un indicateur du bon fonctionnement d'un système établi); des problèmes empêchent-ils d'accroître l'offre; et existe-t-il des moyens de résoudre ces problèmes? Lorsqu'ils posent ces questions, les utilisateurs de l'ERM doivent se référer aux quantités de produits de base clés dont la population cible pourrait avoir besoin. Aussi, essayez d'évaluer les impressions des commerçants sur les variations de prix qui sont à prévoir s'ils augmentent leurs commandes.

- D. Accès aux crédits et fourniture de crédits** – Essayez de déterminer si le choc a eu un impact sur l'accès des clients et des commerçants au crédit. Les commerçants font/faisaient-ils crédit aux consommateurs; les commerçants ont/bénéficiaient-ils de crédits auprès de leurs fournisseurs? Cela vous permettra de voir si des changements dans le système de crédit sont un facteur limitant.
- E. Comportement des clients** – Essayez de comprendre les opinions des commerçants sur la façon dont le choc a pesé sur le comportement et le pouvoir d'achat de leurs clients. Les clients achètent-ils les mêmes produits et les mêmes quantités de produits qu'avant le choc; les clients sont-ils plus dépendants du crédit? Cela vous permettra de déterminer dans quelle mesure les ventes des commerçants ont été touchées.
- F. Variations des prix** – Essayez de déterminer comment les prix d'achat et de vente ont varié à la suite du choc. Dans quelle mesure les prix d'achat et de vente ont-ils varié; et comment les prix évoluent-ils en fonction des saisons?



David de Wild

Étape 2 – Collecter des informations sur le marché

Combien de temps un entretien avec un commerçant prend-il ?

Un entretien avec un commerçant peut être mené par un seul utilisateur de l'ERM. Il devrait être possible de procéder à un entretien individuel en 30 à 40 minutes et à une discussion de groupe en 60 à 80 minutes.

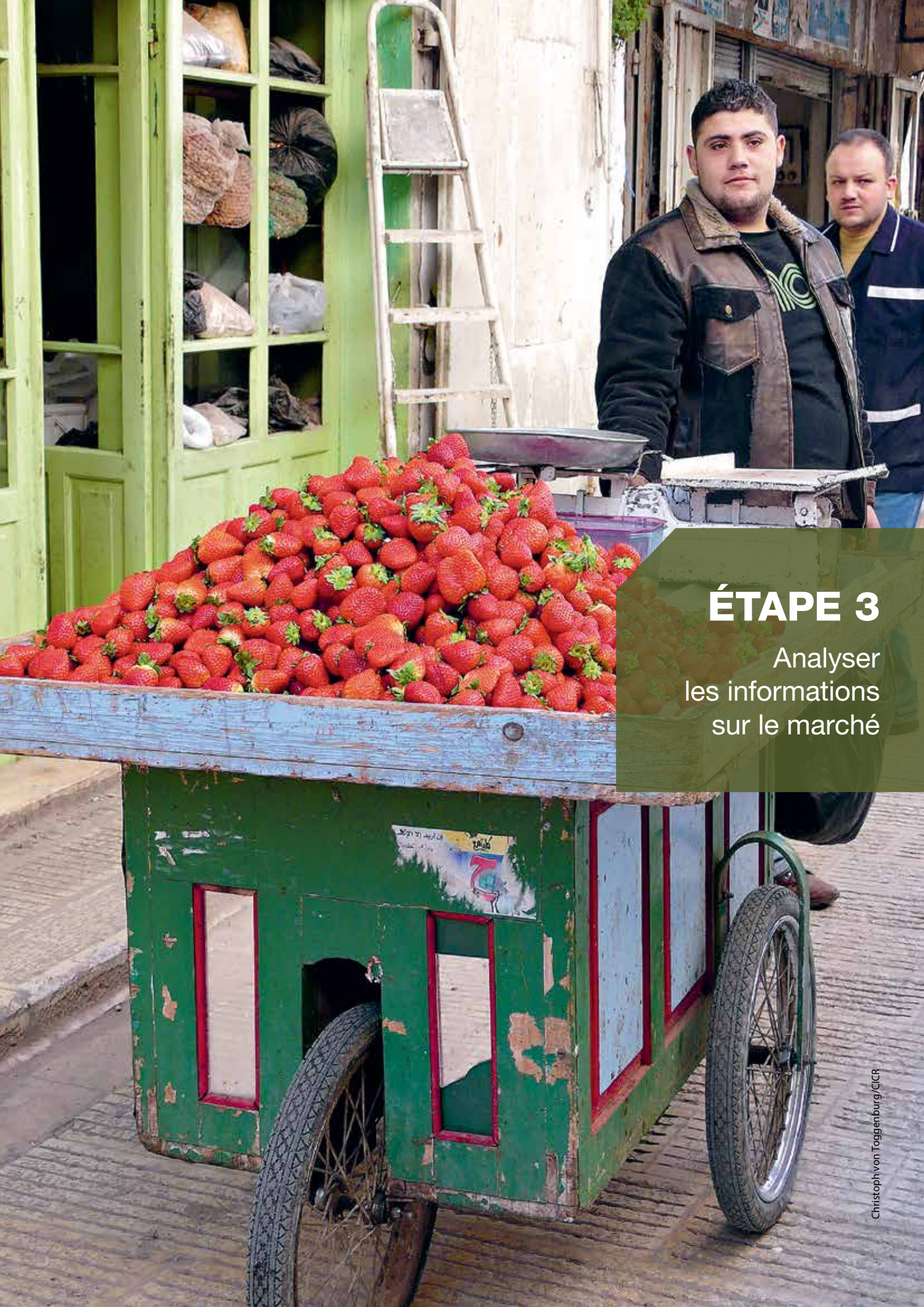
Au terme du travail sur le terrain, les utilisateurs de l'ERM doivent vérifier auprès du département de la logistique les informations relatives aux commerçants contactés afin de savoir s'ils sont légitimement enregistrés. Cela est particulièrement important dans le cas des grands grossistes.

2.4 Examiner et résumer les conclusions initiales (outil 10)

À la fin du processus de collecte de données dans chaque marché, les membres de l'équipe d'ERM devraient se réunir et **discuter des conclusions générales relatives à ce marché avant de le quitter**, juste au cas où des questions importantes nécessiteraient une clarification immédiate. Il s'agit d'aboutir à une conclusion commune avant de présenter les conclusions au reste de l'équipe/au chef d'équipe. L'**outil 10** suggère une série de questions fondamentales à débattre :

- Les commerçants sur le marché sont-ils à même de fournir des produits de base clés en quantité suffisante ?
- Quelles hypothèses spécifiques avez-vous formulées sur ce marché pour arriver à votre conclusion ?
- Quels aspects requièrent une analyse supplémentaire immédiate ?
- Quelles informations supplémentaires pourraient être recueillies pour améliorer la connaissance des marchés ?
- Quels aspects du marché doivent être surveillés pour en suivre l'évolution ?
- Quels informateurs est-il utile de contacter pour obtenir des informations supplémentaires ?

Les résultats de la discussion doivent être notés et enregistrés. Ils seront utilisés au cours de l'**étape 3** pour rappeler aux utilisateurs les résultats de leur évaluation.



ÉTAPE 3

Analyser
les informations
sur le marché

En quoi consiste cette étape ?

L'objectif de l'étape 3 est de déterminer si chaque marché a la capacité de fournir des quantités suffisantes de produits de base pour la population qui l'utilise, et de formuler des recommandations d'options d'intervention (en espèces/en nature/basée sur le marché) à considérer ultérieurement au cours de l'étape d'analyse de l'intervention. L'étape 3 fournit aux utilisateurs de l'ERM un outil (**outil 11**), des orientations, et un arbre de conclusion pour répondre aux questions suivantes :

- Les commerçants du marché sont-ils actifs ?
- Les produits de base clés sont-ils disponibles sur le marché ?
- Les commerçants sont-ils en mesure de fournir des quantités suffisantes des produits de base clés ?
- Dans quelle mesure les prix des produits de base sont-ils susceptibles de varier ?

Les réponses à ces questions sont une condition préalable importante à l'étape 4, le « compte rendu des résultats ».

Combien de temps cela prend-il ?

- ↳ Une demi-journée à une journée devrait être nécessaire, en supposant que toutes les informations pertinentes ont été recueillies.

3.1 Introduction

Comment faire ?

- ➔ Le chef d'équipe de l'ERM devrait rassembler toute l'équipe d'ERM et procéder à l'analyse en séance plénière. Il est recommandé que le département de la logistique se joigne à la discussion, car ses membres sont généralement bien renseignés sur les capacités des grands grossistes. En outre, ce département participera à la mise en œuvre d'une éventuelle intervention d'urgence. Cette approche participative garantit que tous les membres de l'équipe peuvent exprimer leurs opinions et préoccupations – elle garantit qu'un maximum d'aspects et d'opinions sont pris en compte et évalués, et augmente les possibilités d'aboutir à une analyse commune solide.
- ➔ L'arbre de conclusion de l'**outil 11** aidera le chef d'équipe de l'ERM à faciliter l'analyse, les discussions et les décisions nécessaires. Le temps à consacrer à la discussion de groupe dépendra du nombre de marchés à examiner, et de la mesure dans laquelle les conclusions de l'étape 2 ont été atteintes (à aide de l'**outil 10**). Cependant, en général, il devrait être possible de conduire l'exercice en une demi-journée ou une journée.

Les sections suivantes fournissent des indications qui aideront les utilisateurs de l'ERM à utiliser l'**outil 11**, et à répondre aux questions figurant dans l'encadré ci-contre. Cette analyse sera nécessaire à l'étape 4.

3.2 Un arbre de conclusion pour évaluer la capacité de réponse d'un marché (outil 11)

L'arbre de conclusion de l'**outil 11** doit guider l'équipe d'ERM à travers un processus destiné à la faire parvenir à une conclusion *sur la capacité d'un marché spécifique de répondre aux besoins de la population touchée en produits de base clés selon les volumes et les échéances estimés*. Le processus doit être répété pour chacun des marchés évalués. L'outil explique en détail, étape par étape, comment utiliser l'arbre de conclusion. Il convient de s'y référer pour garantir une bonne compréhension du processus.

L'arbre de conclusion devrait être utilisé en conjonction avec les questionnaires des commerçants (**outil 8** et **9**), car il guide l'équipe d'ERM à travers une série de questions qui résument les différentes sections des deux questionnaires. L'arbre de conclusion se référant à des questions des deux questionnaires d'origine, il est utile de disposer de ces informations pour référence. En fait, dans la zone de texte de chaque question « récapitulative », apparaît une référence aux questions des **outils 8** et **9** (voir ci-après). Les utilisateurs de l'ERM savent ainsi où chercher l'information, en cas de besoin. La *figure 2* donne un exemple :

Étape 3 – Analyser les informations sur le marché

**Figure 2 : Exemple d'encadré de l'arbre de conclusion –
Question décisionnelle et questions de référence**

La plupart des commerçants du marché sont-ils actifs ?
Outil 8 : Q2, Q3, Q8, Q9, Q12
Outil 9 : Q8, Q14, Q15, Q16, Q21

L'utilisateur de l'arbre de conclusion arrive finalement à une conclusion (dans des encadrés de couleur) à droite du document. L'encadré contient une conclusion relative à la capacité de réponse des fournisseurs (texte en bleu) ainsi qu'une option de réponse éventuelle (texte en italique) qui indique s'il est possible ou non de mettre en place un programme de transferts monétaires et/ou un soutien axé sur le marché.

**Figure 3 : Exemple d'encadré de l'arbre de décision –
Capacités des fournisseurs et options d'intervention**

La chaîne d'approvisionnement pourrait ne pas répondre à la demande
Potentiel des programmes de transferts monétaires
Les prix, le marché et le contexte général des marchés doivent être surveillés

Il est reconnu que la prise de décision fondée sur des données de base issues d'une évaluation rapide peut être difficile. Pour cette raison, prenez note des préoccupations et des hypothèses formulées durant le processus de prise de décision et prenez en considération la « vue d'ensemble » et les « tendances plus larges » par opposition aux « quelques cas » et « particularités » dont l'influence peut être limitée.

Après avoir complété l'arbre de conclusion de l'ERM pour chaque marché, utilisez le compte rendu de profil de l'ERM (**outil 12**) à l'étape 4 pour résumer la situation sur les marchés de produits de base clés. N'oubliez pas d'inclure les hypothèses et les aspects qui requièrent une analyse supplémentaire.

Les utilisateurs de l'ERM doivent garder à l'esprit que les conclusions sont ici uniquement fondées sur l'évaluation de la situation du marché et que d'autres aspects peuvent influencer la décision finale relative à la manière de répondre au choc. N'oubliez pas le rappel initial :

En cas d'incertitude, les utilisateurs de l'ERM peuvent toujours recommander une approche à deux volets, combinant des méthodes de transfert en nature et en espèces. L'importance relative des deux options peut-être pesée en fonction du degré d'incertitude dans une situation donnée, à savoir si le marché est plus susceptible de ne pas être à même de répondre aux besoins ou si le potentiel des commerçants de substitution est meilleur si l'aide est fournie en nature. L'approche doit être suffisamment souple pour pouvoir être adaptée une fois qu'une situation se précise.

À retenir!

Le choix de l'intervention la plus appropriée ne dépend pas seulement du fonctionnement des marchés. Il peut aussi dépendre des objectifs, de la rentabilité et de l'efficacité du programme, de la capacité administrative, des préférences des bénéficiaires, ou des conditions générales de sécurité et d'autres facteurs.



ÉTAPE 4

Rendre compte
des résultats

En quoi consiste cette étape ?

L'objectif de l'étape 4 est d'aider l'équipe d'ERM à rédiger un compte rendu. Un compte rendu résumant les résultats de l'évaluation est nécessaire pour l'analyse de l'intervention et pour la prise de décision. L'outil 12 fournit l'ébauche d'un compte rendu de l'ERM et rassemble une partie de l'analyse à partir des outils complétés, y compris l'arbre de conclusion (outil 11). Le compte rendu devrait également être présenté lors de réunions de coordination pour étayer l'analyse de la situation et de l'intervention par la communauté humanitaire.

Combien de temps cela prend-il ?

- ↳ Une demi-journée sera nécessaire en supposant que toutes les informations pertinentes ont été recueillies.
- ↳ Le compte rendu doit être rédigé dès que possible pour faire en sorte que les décisions relatives à l'analyse du programme d'intervention d'urgence soient prises en tenant compte des données relatives au marché.

4.1 Introduction

Le compte rendu de l'ERM doit être présenté en temps opportun pour faciliter la prise en compte des résultats de l'analyse du marché dans les discussions relatives à l'analyse de l'intervention et dans la prise de décision. Les équipes d'évaluation se plaignent souvent des formats de compte rendu, qui sont trop complexes et trop détaillés et prennent un temps considérable. Il en résulte souvent une présentation tardive des comptes rendus pour des prises de décision cruciales. En outre, les utilisateurs de ces comptes rendus se plaignent souvent de l'utilisation d'un langage technique aliénant, qui peut se traduire soit par la non-utilisation des résultats de l'évaluation, soit par une compréhension limitée. L'outil 12 propose un format simple de compte rendu qui résume les principales constatations et conclusions de l'ERM. Il faut noter que des informations détaillées sur les marchés, le comportement des consommateurs, etc., sont volontairement laissées de côté pour préserver la simplicité du compte rendu. Néanmoins, *ces données devraient être utilisées à des fins de conception et de suivi des programmes en fonction des résultats des discussions relatives à l'analyse de l'intervention.*

Bien que le compte rendu de l'ERM donne un aperçu des marchés évalués à l'aide des outils de l'ERM, il peut également contenir des données provenant de sources secondaires. Il est essentiel de connaître les marchés d'influence accessibles aux bénéficiaires potentiels de l'organisation.

Comment faire ?

- ↳ Le compte rendu est divisé en sections, chaque section portant sur un sujet spécifique. Par exemple :
 - Section 1 : Analyse succincte du choc et des besoins
 - Section 2 : Cartographie du marché
 - Section 3 : Carte du marché et analyse des commerçants
 - Section 4 : Conclusions
- ↳ Associez les membres de l'équipe d'ERM au processus de rédaction du compte rendu, en particulier pour les sections 3 et 4, qui requièrent discussion et consensus. Associez le personnel de la logistique et des finances ainsi que les informateurs clés à ces discussions, car ils peuvent avoir des points de vue et des idées importants à faire connaître.
- ↳ Les orientations destinées aux utilisateurs sont indiquées en italique, par exemple : (« complétez le tableau... »), et (« voir l'outil 11 pour les options d'intervention possibles »). Supprimez-les lors de la mise au point définitive du document.
- ↳ Le tableau récapitulatif à la section 4 peut être complété avec des informations supplémentaires si nécessaire. Dans ce cas, il est recommandé de le transférer dans un fichier Excel pour en faciliter l'utilisation.



ÉTAPE 5

Suivre l'évolution
des marchés

En quoi consiste cette étape ?

L'étape 5 de l'ERM est consacrée au suivi des marchés clés. Les marchés sont de nature dynamique et leur évolution est difficile à prévoir, en particulier après une catastrophe, car tant les commerçants que les clients doivent s'adapter à la nouvelle situation. Pour disposer de connaissances à jour sur le contexte du système de marché, il est nécessaire d'assurer le suivi des produits de base et des marchés clés au fil du temps.

De nombreux aspects liés au marché peuvent faire l'objet d'un suivi. Les plus courants sont les prix, la disponibilité des produits de base et la qualité. Les aspects spécifiques à surveiller dépendront du contexte et de l'intervention d'urgence mise en place. Cette étape fournit aux utilisateurs de l'ERM des orientations et des outils (les outils 13, 14 et 15) pour répondre aux questions suivantes :

- Dans quelle mesure les prix des produits de base clés varient-ils ?
- Les gens sont-ils en mesure d'acheter sur les marchés les produits de base clés dont ils ont besoin ?

Combien de temps cela prendra-t-il ?

- ↳ Le suivi devrait commencer dès que possible après la catastrophe et se poursuivre pendant toute la durée du programme.

5.1 Introduction

Le suivi consiste en la collecte régulière de certains types de données qui informent l'équipe du programme du contexte de mise en œuvre. En analysant ces données, l'équipe du programme est informée des changements survenus dans le cadre du programme. Les données recueillies et analysées sont comparées aux tendances, moyennes ou événements antérieurs semblables de manière à vérifier si des variations importantes ont été observées dans les prix des produits de base clés, le comportement des commerçants et la capacité de fournir à la population touchée les produits de base dont elle a besoin.

5.2 Comment les prix des produits de base évoluent-ils ?

Les prix étant le résultat de l'interaction entre l'offre et la demande, ils peuvent être considérés comme une mesure de la performance du marché. Les prix sont surveillés pour déceler des écarts par rapport à la « norme » ou à la « moyenne », qui pourraient avoir un impact sur la capacité des marchés de fournir des produits de base¹⁴.

5.2.1 Surveillance des prix

Avant que les utilisateurs de l'ERM ne puissent commencer à surveiller les prix, ils doivent définir les produits de base, les marchés et les commerçants dont ils souhaitent assurer le suivi ainsi que la fréquence à laquelle ils veulent relever les prix¹⁵.

Définir les produits devant faire l'objet d'un suivi

Les produits à surveiller sont les produits de base clés – à savoir les produits qui ont été évalués au cours des étapes précédentes de l'ERM – et, s'ils sont disponibles, les produits de remplacement.

Comme le prix dépend des caractéristiques d'un produit, il est nécessaire de définir chacun des produits à contrôler en conséquence. Les caractéristiques qui peuvent entraîner des différences de prix sont la qualité, la couleur, la taille, l'état observables et l'origine.

Les caractéristiques des produits à surveiller doivent être bien définies afin de s'assurer que l'évolution des prix ou les différences peuvent être attribuées à un facteur externe et ne sont pas causées par la comparaison de produits présentant des caractéristiques différentes. Un responsable des approvisionnements du département de la logistique peut fournir de précieux renseignements en ce qui concerne la définition des caractéristiques des produits.

Définir les marchés devant faire l'objet d'un suivi

Idéalement, tous les marchés qui présentent un intérêt direct devraient faire l'objet d'un suivi. Si les ressources disponibles ne le permettent pas, il est possible de ne sélectionner que quelques marchés représentatifs des marchés d'intérêt. Le département de la logistique et des informateurs clés pourraient donner un avis éclairé à ce sujet.

¹⁴ Voir aussi FEWS NET (2009a, p. 15).

¹⁵ Pour des indications détaillées sur la surveillance des prix voir Lentz (2010).

Étape 5 – Suivre l'évolution des marchés

En dehors du suivi des marchés d'intérêt direct – à savoir les marchés utilisés par la population cible –, il est recommandé de surveiller certains marchés similaires pour référence. Ces marchés « contrefactuels » peuvent donner une indication de la façon dont les prix ont varié en l'absence d'un choc ou en l'absence d'intervention.

En outre, il est utile de surveiller les prix sur les marchés qui approvisionnent les marchés d'intérêt direct. Cela permet de voir si l'évolution des prix est un phénomène local ou plus global. Le département de la logistique peut être une source précieuse d'informations, car il suit généralement les tendances mondiales des prix.

Recenser les commerçants devant faire l'objet d'un suivi

Les prix doivent être relevés auprès des grossistes et des détaillants. Pour en assurer la cohérence et la comparabilité, les données sur les prix devraient être récoltées auprès des commerçants au fil du temps. Idéalement, les prix devraient être relevés auprès de dix détaillants et dix grossistes sur chaque marché pour accroître la représentativité et anticiper les absences et baisses potentielles. Les **outils 13** et **14** contiennent des formulaires simples de relevé des prix¹⁶. Après être allés sur le marché une première fois, les utilisateurs de l'ERM peuvent relever les prix en contactant les commerçants par téléphone pour gagner du temps. Cependant, il est recommandé d'aller sur les marchés de temps en temps pour se rendre compte directement de la situation.

Définir la fréquence des activités de suivi

Le suivi des prix devrait commencer le plus tôt possible après un choc. La fréquence appropriée des activités de suivi dépend du contexte et des ressources disponibles. Immédiatement après un choc, les marchés sont susceptibles d'évoluer rapidement et une fréquence élevée est recommandée (hebdomadaire ou bihebdomadaire). Une fois que la situation se stabilise, la fréquence des activités peut être réduite, mais les prix doivent être relevés au moins une fois par mois.

Outre la fréquence, la durée de chaque visite de suivi des marchés doit être définie. Le suivi doit être le plus régulier et le plus cohérent possible (à savoir, le même jour de la semaine et au même moment de la journée pour chaque visite).

5.2.2 Données primaires et données secondaires

Le suivi des prix peut être effectué à l'aide de données secondaires ou primaires. L'utilisation des données secondaires permet d'économiser du temps et des ressources. Les données secondaires doivent être utilisées chaque fois que possible. L'**outil 15** fournit un formulaire simple, qui permet aux utilisateurs de l'ERM d'analyser les données secondaires en demandant :

- Le type de produit qui fait l'objet d'un suivi.
- L'entité qui relève les prix (par exemple, la source d'information qui vous fournit des précisions).
- Les noms des marchés où les prix sont relevés.
- Le nombre de commerçants qui sont contactés pour relever les prix.
- L'unité de mesure pour laquelle les prix sont relevés.
- Le type des prix qui sont relevés (par exemple, prix à la ferme (soit un prix de producteur), de gros, au détail).
- Les spécifications exactes (caractéristiques) des produits de base qui font l'objet d'un suivi.

¹⁶ Dans certains contextes, il est courant de « marchander » – ce qui signifie que le prix de vente est déterminé après une négociation. Dans ce cas, les commerçants doivent indiquer le prix moyen auquel ils vendent généralement le produit de base.

- La fréquence à laquelle les prix sont relevés.
- Le moment du relevé des prix (le jour, la semaine, et/ou le mois).
- La façon dont les prix sont calculés (par exemple, moyennes simples, moyennes pondérées, etc.).

Dans de nombreux cas, des données secondaires ne seront disponibles que pour les marchés clés et les utilisateurs de l'ERM devront recueillir des données primaires pour les petits marchés. Dans ces contextes, ils doivent adapter au mieux leur méthodologie de collecte à celle utilisée pour les données secondaires afin d'en assurer la comparabilité.

Des données secondaires sur les prix sont disponibles auprès de nombreuses sources. Les premières sources à contacter sont les départements de la logistique et des finances. Ils relèvent souvent des prix pour suivre l'évolution du marché pour leurs propres fins. Se mettre en contact avec eux pour coordonner les activités de suivi évite le double emploi et les incohérences. L'encadré ci-après présente une liste de sources externes utiles, auprès desquelles il est possible d'obtenir des données sur les prix.



Quelques sources utiles pour obtenir des données secondaires sur les prix

Bureau national de la statistique

Dans de nombreux pays, le bureau de la statistique peut fournir des données sur les prix. Le ministère du commerce des États-Unis dispose d'un site où figurent des liens vers divers organismes internationaux de la statistique. http://www.census.gov/aboutus/stat_int.html

Ministère de l'agriculture

Dans de nombreux pays, le ministère de l'agriculture peut fournir des données sur les prix des produits agricoles.

Programme alimentaire mondial (PAM)

Le PAM surveille les produits de base et les marchés clés dans de nombreux pays. Ses bureaux nationaux constituent une source utile d'informations sur les prix, de même que son site <http://www.wfp.org/content/market-monitor>.

Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)

La FAO dispose de bases de données en ligne où figurent des statistiques agricoles sur différents pays <http://faostat.fao.org> et <http://www.fao.org/economic/ess/countrystat/en/>

Réseau des systèmes d'alerte précoce contre la famine (FEWS NET)

FEWS NET publie un Bulletin des prix pour différents pays disponibles à l'adresse suivante : <http://www.fews.net>

Réseau régional d'information sur le commerce agricole (RATIN)

RATIN fournit des informations sur les marchés et les prix en l'Afrique de l'Est, à l'adresse suivante : www.ratin.net

Autres acteurs dans le domaine

D'autres acteurs présents dans la zone d'intérêt peuvent déjà surveiller certains marchés. Se mettre en contact avec eux permet d'éviter un double suivi et d'accroître la couverture du suivi.

Une fois que les données primaires sur les prix ont été collectées, il faut les organiser de manière à en permettre l'analyse. La façon la plus simple de procéder est d'utiliser une feuille de calcul Excel. Excel permet aux utilisateurs de l'ERM d'organiser les données, d'effectuer des calculs de base (par exemple, des moyennes), et d'en concevoir des représentations graphiques simples¹⁷.

5.2.3 Présenter et analyser des données sur les prix

Il est important de voir les prix comme des tendances dans le temps et non comme des valeurs séparées et isolées. Une façon simple de détecter les tendances des prix et de mettre en perspective les prix actuels est de les représenter graphiquement par rapport aux prix historiques, aux prix moyens et/ou aux prix de l'année de référence¹⁸.

La *figure 4* montre les prix du riz ordinaire blanchi dans la région du Davao oriental – une région des Philippines frappée par un typhon en décembre 2012. Elle compare les prix du riz durant les trois premiers mois après la catastrophe (janvier à mars 2013)

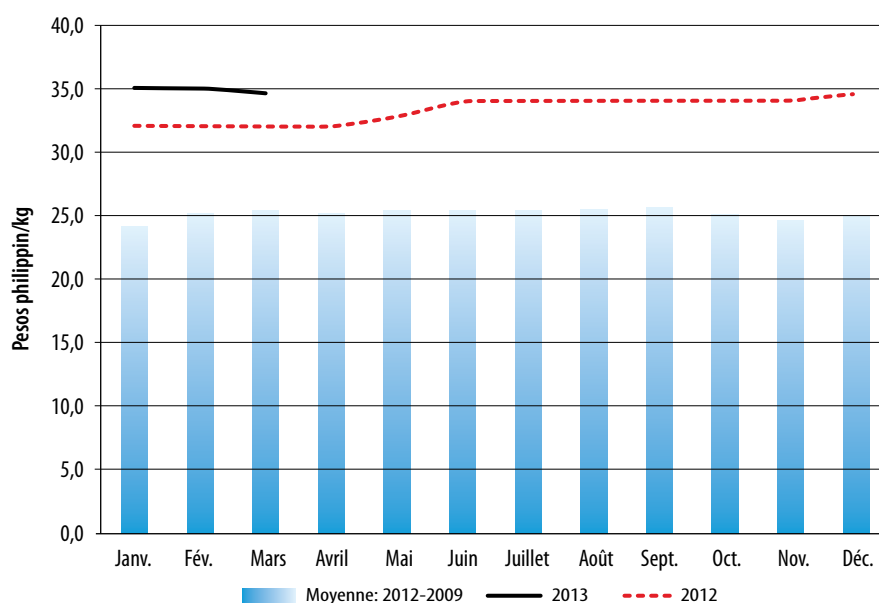
¹⁷ Il est recommandé qu'un seul membre de l'équipe d'ERM gère et traite les données. Ce membre doit avoir de bonnes connaissances d'Excel.

¹⁸ Voir par exemple FEWS NET (2009b, p. 12).

à la moyenne des prix sur quatre ans et aux prix de l'année de référence 2012¹⁹. Le graphique permet d'étudier les questions suivantes :

- Comment cette année (2013) se différencie-t-elle des années précédentes ?
- Comment cette année se différencie-t-elle de l'année de référence choisie ?
- Comment l'évolution des prix se différencie-t-elle des schémas saisonniers ?

Figure 4 : Prix nominaux au détail du riz ordinaire blanchi, Davao oriental, Philippines, 2009 à 2013



Bureau des statistiques agricoles, Philippines, calculs propres.

Il est également possible de comparer les prix de produits différents sur un même marché (par exemple le riz et le maïs) ou de comparer les prix d'un même produit sur différents marchés (par exemple le riz sur un marché touché par un choc et sur un marché non touché). Les variations de prix sur les marchés locaux peuvent également être comparées à l'évolution des prix sur les marchés internationaux. Le département de la logistique est généralement au fait des variations plus globales des prix et constitue donc une source utile d'information.

Pour interpréter les hausses de prix dans le temps, il est nécessaire de prendre en compte l'inflation. L'inflation est la hausse dans le temps du niveau général des prix des produits de base dans une économie. Lorsque le niveau général des prix augmente, chaque unité de monnaie achète moins de produits – ce qui signifie que l'inflation réduit le pouvoir d'achat par unité de monnaie²⁰. Une façon

¹⁹ Normalement, les moyennes sont calculées sur cinq ans. Dans le graphique actuel, les moyennes ont été calculées sur quatre ans, car l'année 2008 produit un schéma saisonnier distinct, qui n'est pas visible les autres années (le schéma saisonnier est dû à une flambée des prix en mai, juin et juillet 2008). En outre, il est à noter que les prix sont des moyennes pour toute la région du Davao oriental et que la totalité de la région n'a pas été touchée par le typhon. Si les données respectives pour les zones touchées du Davao oriental avaient été collectées, elles auraient pu être ajoutées au graphique.

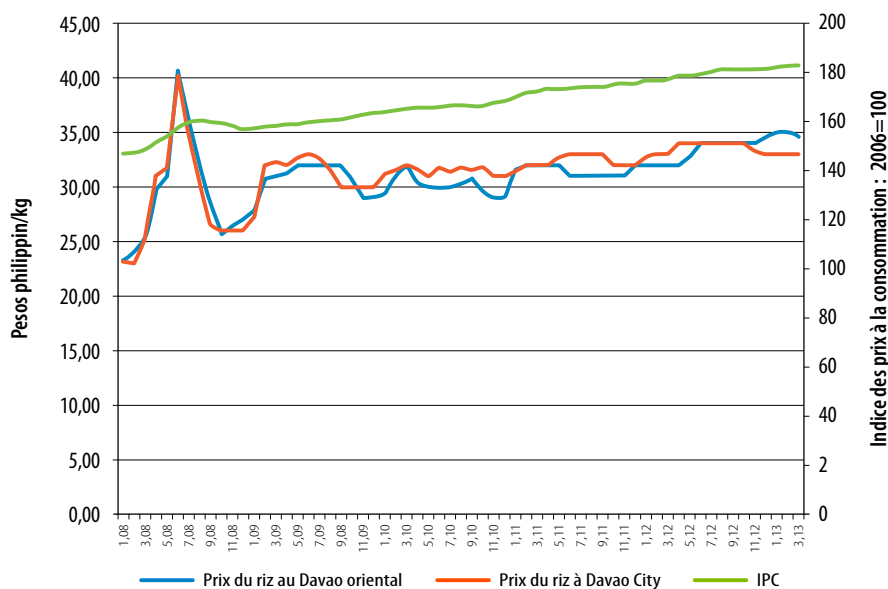
²⁰ Une mesure courante de l'inflation des prix est le taux d'inflation – la variation en pourcentage du taux annuel du prix qui est payé pour une sélection de produits standardisés (un panier du consommateur moyen) au fil du temps. Le panier du consommateur moyen est une mesure utilisée communément pour illustrer la variation du niveau général des prix dans le temps.

Étape 5 – Suivre l'évolution des marchés

courante de représenter l'inflation est l'*indice des prix à la consommation* (IPC)²¹.

La meilleure façon de comparer l'évolution du prix d'un produit à l'évolution du niveau général des prix est de représenter graphiquement les prix des produits de base et l'IPC dans le même graphique comme le montre la *figure 5* (en utilisant un axe Y primaire pour le niveau de prix de la marchandise étudiée et un axe Y secondaire pour la valeur de l'IPC). Le graphique montre que depuis fin 2009, les augmentations du prix du riz blanchi ordinaire ont été plus modérées que l'augmentation du niveau général des prix au niveau national. La flambée des prix du riz à la mi-2008 reflète l'effet de la crise mondiale des prix alimentaires.

Figure 5 : Prix nominaux au détail du riz blanchi ordinaire au Davao oriental et à Davao City et l'IPC 2008 à 2013



Bureau des statistiques agricoles et Office national de la statistique, Philippines, calculs propres.

Bien que les graphiques soient un outil utile pour illustrer l'évolution des prix, ils ne remplacent pas une analyse approfondie. Les graphiques peuvent être utilisés pour aider à expliquer un argument donné. Chaque graphique devrait être complété par une explication narrative de ce qu'il montre. L'explication doit répondre à des questions comme²² :

- Les tendances actuelles des prix sont-elles normales (c'est-à-dire régulières ou proches de la moyenne sur cinq ans)?
- Les prix suivent-ils un schéma saisonnier?
- Quelles sont les conséquences de l'évolution des prix (par exemple pour les dépenses des ménages)?
- Dans quelle mesure l'inflation est-elle prise en compte dans les tendances des prix?
- Comment les prix d'un produit de base se comportent-ils sur d'autres marchés?

²¹ L'IPC est utilisé pour illustrer les variations du prix d'un panier du consommateur dans le temps; il est généralement fixé à 100 pour une année de référence définie.

²² FEWS NET (2009b, p. 15).

- ➔ Dans quelle mesure les prix sont-ils différents de ceux d'autres produits de base sur le marché?
- ➔ L'offre/la demande répondront-elles à l'évolution des prix?
- ➔ Dans quelle mesure les prix sont-ils susceptibles d'évoluer dans un avenir proche?

Les questions devraient être examinées au sein de l'équipe d'ERM, avec les départements de la logistique et des finances, et avec des informateurs clés/commerçants afin de comprendre les causes et les effets de l'évolution des prix. Pour interpréter l'évolution des prix, les utilisateurs de l'ERM doivent se rappeler que les prix sont influencés par divers facteurs, notamment l'offre et la demande; les perceptions et les désirs; les coûts de production et de transport; le stockage; la structure du marché; la politique du gouvernement; l'environnement macro-économique; ainsi que, dans certains cas, les distorsions. Il est donc difficile de déterminer les causes sous-jacentes de l'évolution des prix.

5.3 La population est-elle en mesure d'acheter sur les marchés les produits de base clés dont elle a besoin ?

La question clé reste de savoir si un marché est en mesure de répondre aux besoins de la population cible. Le *Tableau 1* présente certaines méthodes et questions clés du suivi, qui peuvent être utilisées pour apporter des réponses.

Le choix des indicateurs à surveiller, en plus des prix des produits de base, pour se faire une idée du fonctionnement des marchés dépend du contexte spécifique. Les indicateurs potentiels peuvent être déterminés par les utilisateurs de l'ERM lors de leur évaluation initiale. La liste ci-après donne une idée des indicateurs potentiels :

- ➔ disponibilité générale des produits d'intérêt;
- ➔ nombre de commerçants vendant les produits d'intérêt;
- ➔ évolution des stocks de produits de base d'intérêt que détiennent les commerçants;
- ➔ accessibilité physique des marchés et réparation des infrastructures endommagées;
- ➔ statistiques de la population, flux migratoires et statistiques commerciales;
- ➔ coûts du transport et coûts du carburant;
- ➔ accès au crédit et variations des taux d'intérêt, et
- ➔ stratégies d'adaptation.

Étape 5 – Suivre l'évolution des marchés

Tableau 1 : Questions clés à poser pour le suivi et méthodes pouvant être utilisées pour y répondre²³

Questions	Méthodes
Les articles que les gens veulent acheter sont-ils disponibles sur le marché?	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi des produits de base • Entretiens semi-structurés avec les clients • Entretiens semi-structurés avec les commerçants • Mises à jour de la cartographie du marché (nombre de commerçants, volumes de produits commercialisés et prix des produits de base)
Dans quelle mesure l'activité des commerçants a-t-elle changé?	<ul style="list-style-type: none"> • Formulaire de suivi des commerçants • Entretiens semi-structurés avec les autorités (par exemple, les représentants du marché) • Entretiens semi-structurés avec les commerçants • Mises à jour de la cartographie du marché (nombre de commerçants, volumes de produits commercialisés et prix des produits de base)
Dans quelle mesure les prix compromettent-ils la capacité des personnes de répondre à des besoins de base?	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse du panier du consommateur moyen • Entretiens avec des ménages et groupes de discussion
Comment les gens se sont-ils adaptés au choc?	<ul style="list-style-type: none"> • Entretiens avec des ménages et groupes de discussion
Quelles interventions humanitaires ont été mises en œuvre et comment ont-elles influencé les marchés?	<ul style="list-style-type: none"> • Participation aux réunions de coordination • Contacts et coopération avec d'autres acteurs dans la région • Entretiens semi-structurés avec les autorités dans la région

Le suivi du marché non seulement informera les utilisateurs de l'ERM sur l'évolution éventuelle des indicateurs, mais aussi leur permettra de mieux comprendre le fonctionnement général des marchés et d'adapter les programmes de secours éventuels en cas de besoin.

²³ Extrait et adapté de Harvey (2007).



Lignes directrices complémentaires

Notes destinées aux chefs d'équipe d'ERM

L'ERM exige une surveillance technique de la part du chef d'équipe d'ERM pour un certain nombre de raisons, la plus importante étant le fait que les membres de l'équipe d'ERM sont susceptibles d'être des membres du personnel non technique, ayant une expérience limitée ou n'ayant pas d'expérience de l'analyse des marchés ou des évaluations d'urgence. Par conséquent, il est nécessaire d'apporter un soutien technique et de donner des orientations sur l'ERM, les objectifs de l'ERM et les outils.

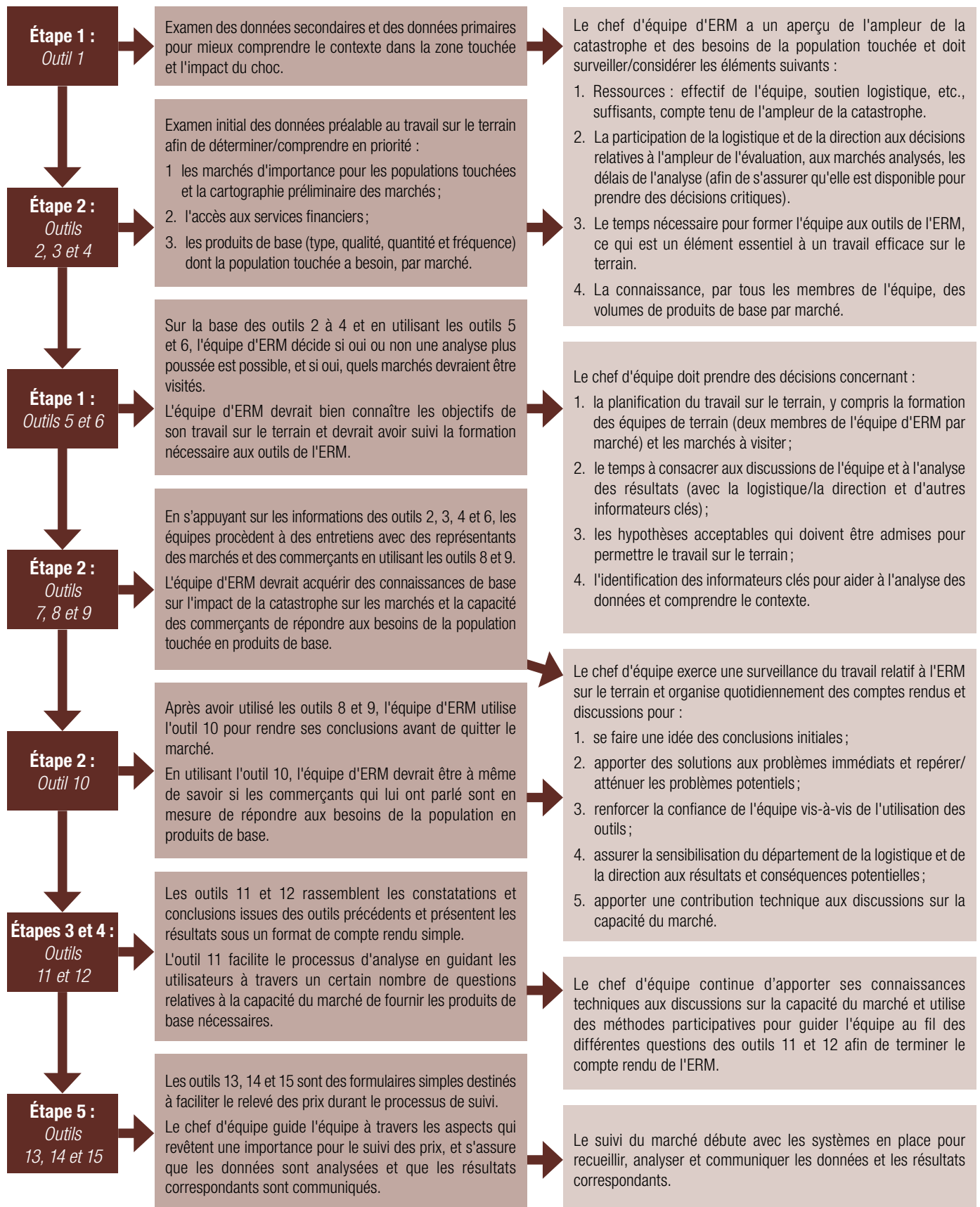
Comme pour toute évaluation, un responsable doit veiller à ce que les processus et les procédures d'analyse soient suivis d'aussi près que possible. La sensibilisation de la direction à l'ERM ainsi que la participation du personnel de la logistique et des finances sont également importantes tout au long du processus, auquel il faut associer non seulement le personnel à même de fournir des données, mais aussi le personnel participant à l'analyse de l'intervention et influençant cette dernière. En outre, les conclusions de l'ERM pourraient avoir des conséquences pour les départements de la logistique et les finances, en particulier si des programmes de transferts monétaires sont considérés comme étant les plus appropriés et réalisables. Il est donc également dans l'intérêt des départements de la logistique et des finances de participer à l'ERM.

Au cours du processus d'analyse de l'ERM, un certain nombre d'aspects appellent une attention particulière du chef d'équipe, y compris :

- 1. Formation de l'équipe d'ERM.** La formation aux outils et processus de l'ERM est capitale pour le succès de l'ERM et la mise en confiance des membres de l'équipe. Au moins trois heures doivent y être consacrées en utilisant la présentation de formation à l'ERM. La résolution de problèmes implique une réflexion innovante, dont les préalables sont la confiance en soi et la connaissance des évaluations et des analyses de marché. Traduisez les outils nécessaires dans les langues locales et utilisez le glossaire pour expliquer toute terminologie technique.
- 2. Servez-vous des informations sur les produits de base nécessaires (type, quantité, qualité, fréquence et durée) pour obtenir des informations sur l'offre des commerçants/grossistes par marché évalué.** Il est fondamental pour l'ERM de déterminer si oui ou non les commerçants de la zone touchée ou de ses environs peuvent fournir les produits de base nécessaires à la population qui utilise ou pourrait utiliser ce marché. C'est pourquoi l'étape 2 est critique. Quelques principes de base doivent être pris en considération et communiqués à l'équipe dont :
 - a. Le volume des produits de base nécessaires (en particulier les articles qui sont consommés régulièrement, tels que la nourriture, l'eau, etc.) **doit être réparti selon des fréquences qui sont gérables pour les commerçants** ainsi qu'en fonction des besoins de la population touchée ; toutes les deux à quatre semaines par exemple.
 - b. La **population non touchée utilisera également les marchés.** Les questions relatives à la capacité du marché d'accroître l'offre pour répondre aux besoins de la population touchée devraient prendre en compte la demande existante/potentielle de ces mêmes produits dans la population non touchée (en supposant que ces produits de base sont pertinents pour elle aussi).
 - c. Dans les situations où tous les commerçants disent qu'ils peuvent augmenter l'offre, mais où il apparaît que ceux-ci comptent tous sur deux ou trois grossistes seulement, il est important de **vérifier la capacité d'augmentation de l'offre auprès des grossistes et de leurs fournisseurs.** C'est pour cette raison que les coordonnées des grossistes sont demandées dans les outils. Le chef d'équipe devra vérifier ces voies d'approvisionnement dans le cadre du processus d'analyse.
 - d. Calculez, autant que possible, **les besoins spécifiques d'approvisionnement par marché**, car ils peuvent varier en fonction de la taille de la population utilisant le marché et l'étendue des dommages. Si l'on calcule qu'un **marché spécifique** nécessite 2 000 seaux toutes les deux semaines, il faut garder à l'esprit que la demande (2 000 seaux) peut être satisfaite par plus d'un commerçant. **L'augmentation de l'offre peut être la somme de tous les commerçants impliqués** dans la vente des seaux plutôt que celle des quelques commerçants interrogés uniquement.
- 3. Des méthodes participatives,** des discussions ouvertes ainsi que la prise de décision peuvent être utilisées si l'équipe d'ERM connaît ces méthodes et a les capacités techniques requises. Ces méthodes sont également nécessaires pour l'utilisation des **outils 10, 11 et 12.** Des orientations sur les méthodes de l'ERP sont données dans l'**outil 7.** Avoir la confiance en soi nécessaire pour réaliser des estimations et formuler des jugements à partir de données limitées n'est pas chose facile, surtout pour les personnes qui ont des connaissances techniques limitées. Les chefs d'équipe doivent essayer de faciliter les discussions, autant que possible, en faisant participer les informateurs clés à la recherche du consensus qui créera un climat de confiance au sein de l'équipe d'ERM.

La figure ci-après donne un aperçu de l'ERM. À droite de l'organigramme figurent les étapes de l'ERM ainsi que les numéros des outils, au centre la justification de l'outil à utiliser ; et à gauche les implications pour le chef d'équipe.

Lignes directrices complémentaires



Glossaire

Les pages suivantes contiennent les termes et les expressions fréquemment utilisés dans l'ERM.

Acteurs du marché : Tous les individus et entreprises impliqués dans l'achat et la vente dans un système de marché, y compris les producteurs, les fournisseurs, les commerçants, les transformateurs et les consommateurs.

Analyse de l'intervention : Processus par lequel un ensemble d'actions appropriées est défini durant/après une situation d'urgence.

Analyse saisonnière : Tous les aspects d'un ménage sont influencés par la saisonnalité. Il est essentiel de comprendre les variations saisonnières pour comprendre la saisonnalité des activités agricoles et d'élevage (par exemple, lorsque les cultures sont plantées, récoltées et vendues), etc.

Besoins de base : Les besoins de base sont tous les éléments dont les gens ont besoin pour survivre. Cela peut inclure des biens et des services tels que la nourriture, l'eau, un logement, des vêtements, des soins de santé, l'assainissement et l'éducation.

Chaîne d'approvisionnement : La séquence des acteurs du marché qui achètent et vendent une marchandise, un produit ou un article, des producteurs initiaux aux consommateurs finals en passant par les transformateurs et les commerçants. L'expression « chaîne d'approvisionnement » est utilisée en particulier lorsque les consommateurs finals sont la population cible de l'aide humanitaire. (Voir « Chaîne de valeur », par opposition.)

Chaîne de marché : Expression générale désignant une chaîne d'approvisionnement ou une chaîne de valeur : une séquence des acteurs du marché qui achètent et vendent un produit, du producteur initial au consommateur final.

Concurrence : La concurrence est la rivalité opposant les commerçants qui essaient de vendre leurs produits aux consommateurs en cherchant à accroître leurs profits, leur part de marché et le volume de leurs ventes. La concurrence peut donc être décrite comme l'effort que font deux ou plusieurs commerçants agissant indépendamment pour prendre la part de marché d'un tiers en offrant les conditions les plus favorables²⁴. Dans une situation de concurrence parfaite, aucun commerçant n'a le « pouvoir sur le marché », qui est la capacité de fixer les prix comme il le souhaite. Le marché force les commerçants à offrir des produits au prix du marché. La concurrence favorise l'élaboration de nouveaux produits et un choix accru a tendance à faire baisser les prix. Le nombre de commerçants dans un marché est souvent considéré comme un indicateur de la présence de concurrence : plus les commerçants sont nombreux, moins il est probable que l'un d'eux soit assez influent (« gros ») pour influencer le prix du marché.

Demande : La quantité d'un bien, article ou service économique particulier qu'un groupe de consommateurs (ou d'acheteurs) voudra acheter à un prix donné. Les besoins et les désirs des consommateurs (acheteurs) doivent être assortis de pouvoir d'achat (argent) pour être considérés comme efficaces dans l'analyse de la demande. Lorsque le manque d'argent est un obstacle important pour la population cible, le résultat immédiat d'initiatives monétaires est généralement d'accroître la demande effective.

²⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/Competitive_market#cite_note-1

Lignes directrices complémentaires

Discussions thématiques de groupe : Des discussions thématiques de groupe sont des dialogues organisés avec un groupe choisi de personnes compétentes dans une communauté pour obtenir des informations sur leur point de vue et leur expérience sur un sujet. Elles sont particulièrement utiles pour disposer de plusieurs points de vue sur un même sujet.

Données qualitatives et quantitatives²⁵ : Certaines méthodes d'évaluation fournissent des données quantitatives et d'autres méthodes des données qualitatives.

Les méthodes qualitatives sont des moyens de collecte de données qui ont pour objet de porter sur le sens, plutôt que d'aboutir à des conclusions statistiques. Ce que les méthodes qualitatives (par exemple, des études de cas et des entretiens) perdent en fiabilité, elles peuvent le gagner en termes de validité contextuelle. Elles offrent une description plus riche et plus profonde.

Les méthodes quantitatives sont celles qui portent sur le nombre et la fréquence plutôt que sur le sens et l'expérience. Les méthodes quantitatives fournissent des informations qui sont faciles à analyser statistiquement et sont assez fiables. Les méthodes quantitatives sont associées à la démarche scientifique et expérimentale et sont parfois critiquées car elles ne fournissent pas une description en profondeur.

Inflation : Une augmentation persistante du niveau moyen des prix dans l'économie. Il y a inflation lorsque les prix en général augmentent dans le temps. Cela ne signifie pas que tous les prix augmentent nécessairement, ou qu'ils augmentent au même rythme, mais seulement que les prix moyens suivent une tendance à la hausse. Les hausses de prix peuvent être causées par des facteurs liés à une situation d'urgence, mais ils peuvent aussi être une caractéristique sous-jacente d'une économie inflationniste.

Intégration du marché : Un système de marché est intégré lorsque les liens entre les acteurs des marchés locaux, régionaux et nationaux fonctionnent bien. Dans un système de marché intégré, les déséquilibres de l'offre et de la demande dans un secteur sont compensés par la mobilité des produits provenant d'autres marchés voisins et régionaux.

Marché : Un marché est toute structure systémique permettant aux acteurs du marché d'acheter et de vendre des produits. Cela couvre non seulement la façon dont le produit est fabriqué, transporté, acheté et vendu, mais aussi les institutions formelles et informelles, les règles et les normes qui régissent ces interactions et l'infrastructure qui les facilite²⁶.

Le terme marché, tel qu'il est utilisé dans le présent document, ne se limite pas au lieu où les gens achètent et vendent des produits de base.

Système de marché : Voir Marché (ci-dessus)

Triangulation : La triangulation indique que plus de deux méthodes sont utilisées dans une étude en vue de doubler (ou de tripler) la vérification des résultats. En examinant les informations recueillies à l'aide de différentes méthodes, par différents groupes et au sein de populations différentes, les résultats peuvent être confirmés par des ensembles de données, ce qui réduit l'impact des biais potentiels qui pourraient être observés dans une étude unique.

²⁵ Adapté de <http://www.holab.co.uk/page-detail.php?slug=qualitativeandquantitivedata>.

²⁶ Adapté de Gerstle & Meissner (2010, p. 2).

Références

- Adams L., Harvey P. (2006), *Learning from cash responses to the tsunami*, Edition papier 1, septembre 2006, Humanitarian Policy Group (HPG), Londres.
- Albu M. (2010), *Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit*, Practical Action Publishing, Burton on Dunsmore.
- Barrett C. B., Bell R., Lentz E. C., Maxwell D. G. (2009), *Market information and food insecurity response analysis*, Food Security, 2009 (1), pp. 151 à 168.
- Chamber R. (2008), *Revolutions in Development Inquiry*, Earthscan, Londres.
- Dawe D., Doroudian A. (2011), *A simple price monitoring tool to assess monthly changes in food prices*, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Rome.
- Donovan C., McGlinchy M., Saatz J., Tschirley D. (2006), *Market Profiles and Emergency Needs Assessment : A summary of Methodological challenges, Strengthening Emergency Needs Assessment Capacity (SENAC)*, Programme alimentaire mondial, Rome.
- FEWS NET (2009a), *Markets, Food Security and Early Warning Reporting*, FEWS NET Market Guidance No. 6, FEWS NET, Washington.
- FEWS NET (2009b), *Commodity Market Maps and Price Bulletins : Tools for Food Security Analysis and Reporting*, FEWS NET Market Guidance No. 4, FEWS NET, Washington.
- Gentilini U. (2007), *Cash and Food Transfers : A Primer*, Occasional Papers No. 18, Programme alimentaire mondial, Rome.
- Gerstle T., Meissner L. (2010), *Practice note 1 : Market development in conflict-affected contexts, Strengthening the Economic Dimension of Peacebuilding – Practice Note Series*, International Alert, Londres.
- Harvey P. (2007), *Cash-based responses in emergencies*, Humanitarian Policy Group (HPG), HPG Report 24, Overseas Development Institute (ODI), Londres.
- Harvey P., Bailey S. (2011), *Cash transfer programming in emergencies*, Good Practice Review, Humanitarian Practice Network (HPN), Overseas Development Institute (ODI), Londres.
- CICR (2004), *Operational Guidelines for the Application of the ICRC Assistance Policy (D49) to Economic Security Programmes*, Comité international de la Croix-Rouge, Genève.
- CICR (2013), *Cash Transfer Programming – Ecosec, Logistics, and Administration responsibilities and procedures*, Document interne, Comité international de la Croix-Rouge, Genève.
- CICR & Fédération (2007), *Lignes directrices sur les programmes de transferts monétaires*, Comité international de la Croix-Rouge et Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge, Genève.

CICR & Fédération (2008), *Lignes directrices pour l'évaluation dans les situations d'urgence*, Comité international de la Croix-Rouge et Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge, Genève.

CICR (2009), *Economic Security Handbook for Relief Interventions*, version provisoire, septembre 2009, Comité international de la Croix-Rouge, Genève.

Fédération (2007a), *La boîte à outils EVC avec notices de référence*; Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge, Genève.

Fédération (2007b), *Global food security assessment guidelines – A step-by-step guide for National Societies*, Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge, Genève.

Fédération (2008), *Relief ERU field manual*, septembre 2008, Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge, Genève.

Lentz E. C. (2010), *Technical Guidance Sheet : Collecting Price Data*, Versions provisoire, décembre 2010, Local and Regional Procurement Learning Alliance : ACIDI/VOCA, Catholic Relief Services, Cornell University, Land O'Lakes, Mercy Corps, World Vision.

Sivakumaran S. (2010), *Market Analysis in Emergencies, A report for the Cash Learning Partnership* – CALP, Cash Learning Partnership, Oxford.

Références utiles pour les ERM dans des zones urbaines :

Action contre la faim, ACF (2010), *Identification of vulnerable people in urban environments ; Assessment of sustainable livelihoods and urban vulnerabilities*, ACF International.

Active Learning Network for Accountability and Performance in Humanitarian Action (Réseau d'apprentissage actif pour l'obligation de rendre compte et la performance dans l'action humanitaire), ALNAP (2012), *Meeting the urban challenge ; adapting humanitarian efforts to an urban world*, Overseas Development Institute (ODI), Londres.

Croix-Rouge britannique (2012), *Learning from the City*, British Red Cross Urban Learning Project, Scoping Study <http://www.odihpn.org/the-humanitarian-space/resources/learning-from-the-city-british-red-cross-urban-learning-project-scoping-study>

Cross T., Johnston A. (2011), *Cash transfer programming in urban emergencies : a toolkit for practitioners*, Cash Learning Partnership (CaLP), Oxford.

O'Donnell I., Smart K. W. B. R. (2009), *Responding to urban disasters, Learning from previous relief and recovery operations*, ALNAP et PROVENTION.



ANNEXES

Outils

Outil 1 : Collecte d'informations secondaires

Des données secondaires peuvent être trouvées aussi bien dans les programmes de développement de différentes institutions que dans des documents gouvernementaux. Une quantité croissante d'informations est disponible sur Internet. Il peut être plus rapide de s'adresser directement aux bureaux d'information, car il peut y avoir un décalage entre la collecte des données et leur publication sur un site web en raison de l'analyse des données. Trouver des données secondaires spécifiques à une région peut s'avérer difficile.

Le *tableau 1* présente quelques sites web utiles pour la consultation de données secondaires. Il convient de contacter en premier les bureaux (locaux, régionaux et centraux) du gouvernement, car ils collectent généralement beaucoup de données sur les prix.

Tableau 1 : Sites utiles pour les données secondaires et des renseignements généraux

ReliefWeb : nouvelles de caractère général et mises à jour sur des situations d'urgence (organisées par pays et secteurs), cartes, rapports de situation d'OCHA, rapports : www.reliefweb.int

FEWS-NET : informations sur la sécurité alimentaire, descriptions des zones de moyens de subsistance et des profils des marchés, données sur les marchés et le commerce, sécurité alimentaire, et cartes des flux commerciaux : www.fews.net

IPC : Cadre intégré de classification de la sécurité alimentaire (IPC) pour des informations sur la sécurité alimentaire régionale : www.ipcinfo.org

MAP-ACTION : cartes et informations techniques, par exemple sur les flux commerciaux : www.mapaction.org

UN OCHA : « Qui fait quoi et où » – un répertoire de la gestion des contacts : <http://3w.unocha.org>

LOG-CLUSTER : informations sur la logistique, utiles pour le travail sur le terrain : conditions routières et temps de trajet, cartes et bases de données de fournisseurs (coordonnées) : www.logcluster.org

UNICEF : informations donnant un aperçu général sur le pays, notamment en ce qui concerne l'eau et l'assainissement, le secteur de la santé, et des articles ménagers essentiels. Accent mis sur les besoins des enfants : www.unicef.org

PAM : informations sur les questions de sécurité alimentaire, analyses globales de la vulnérabilité, de la sécurité alimentaire et de la nutrition et évaluations de la production et de la disponibilité alimentaires (EPDA) : www.wfp.org

VAM/PAM : le service d'Analyse et de cartographie de la vulnérabilité publie des rapports détaillés sur la sécurité alimentaire : <http://vam.wfp.org>

SMIAR/FAO : données relatives aux prix des produits alimentaires en général (les données sont généralement disponibles pour la capitale et les grandes villes) : <http://www.fao.org/giews/pricetool/>

FAO et FAOSTAT : rapports et données sur la production alimentaire, la sécurité alimentaire, ainsi que les bilans alimentaires.

Voir <http://www.fao.org> et <http://faostat.fao.org>

Food Economy Group : rapports d'analyse de l'économie des ménages (AEM) : www.feg-consulting.com

Site web HEA : rapports d'analyse de l'économie des ménages et sur le coût du régime alimentaire : <http://www.heawebsite.org>

HEA Sahel : rapports d'analyse de l'économie des ménages dans les pays du Sahel : <http://www.hea-sahel.org>

Livelihoods Connect : rapports sur les moyens de subsistance : www.livelihoods.org

Banque mondiale : informations générales sur les pays sur divers sujets (par exemple, agriculture et développement rural, protection sociale et du travail) : <http://data.worldbank.org>

Banques régionales de développement : informations générales relatives à un pays sur divers sujets. Afrique : <http://www.afdb.org> ; Asie : <http://www.adb.org> ; Europe : <http://www.ebrd.com> ; Amériques : <http://www.iadb.org>

OIM : rapports relatifs à la circulation des personnes et les besoins en logement : www.iom.org

HCR : informations sur les besoins en matière de logement et les mouvements de réfugiés : www.unhcr.org

Portail de la Microfinance : profils de pays concernant les institutions de microcrédit et les services de crédit : www.microfinancegateway.com

SEEP-Network : liens web vers des sites spécifiques à chaque pays sur le microcrédit et le développement des entreprises : www.seepnetwork.org

BDS-Knowledge : bibliothèque de rapports sur le développement des entreprises et analyses de marchés : www.bdsknowledge.org

PNUD : rapports détaillés sur les politiques de développement et les stratégies de subsistance : www.undp.org

WIKI consacré au développement des chaînes de valeur : bonnes pratiques dans le développement des chaînes de valeur. http://apps.develebridge.net/amap/index.php/Value_Chain_Development

MICROLINKS : ressources relatives au développement de microentreprises dans des environnements touchés par un conflit. www.microlinks.org/ev_en.php?ID=19747_201&ID2=DO_TOPIC

Adapté de LBU (2010, p. 36).

Outil 2 : Marchés et produits de base clés nécessaires à la population touchée par un choc

A. Zone géographique et taille de la population			
Q1 : Décrire le(s) type(s) de choc(s) <i>(Donnez une brève description)</i>			
Q2 : Nommez la (les) zone(s) touchée(s) par le(s) choc(s) <i>(Par exemple village, communauté, ou région. Dessiner une carte de la zone)</i>			
Q3 : Quelle est la taille de la population dans la (les) zone(s) touchée(s) ? <i>(Nombre de ménages et de personnes)</i>	Population totale		Population touchée
Q4 : Dans quelle mesure la taille de la population dans la zone touchée a-t-elle varié en raison du choc ? <i>(Si la taille totale de la population a varié à la suite du choc (par exemple en raison de l'arrivée de personnes déplacées ou du départ de personnes), la demande potentielle totale peut avoir changé. Par conséquent, essayez d'évaluer la taille de la population avant et après le choc et d'expliquer la variation).</i>			
Q5 : Dressez la liste des communautés touchées par un choc, la taille de leur population, les marchés habituellement fréquentés et les marchés alternatifs/environnants. <i>(Essayez de regrouper les communautés selon les marchés qu'elles utilisent)</i>			
Nom de la communauté	Taille de la population <i>(ménages)</i>	Nom du marché utilisé habituellement	Marché alternatif/ environnement
Q6 : En résumé, quels sont les marchés clés utilisés par la majorité de la population touchée ? <i>(Revoir les données de la Q5 ci-dessus et prendre en compte les marchés les plus populaires)</i>	Marchés clés		Taille de la population qu'ils approvisionnent <i>(ménages)</i>
	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
	5.		

Annexes

B. Produits de base clés pour la population touchée, répertoriés à l'étape A (ci-dessus)			
Q7 : Quels sont les quatre produits les plus importants nécessaires à la population touchée ? <i>(Notez-les par ordre d'importance)</i>	Q8 : Quels sont les besoins QUOTIDIENS/HEBDOMADAIRES/ MENSUELS d'un ménage type ? <i>(Notez la quantité quotidienne, hebdomadaire, mensuelle. Si possible, utilisez la même fréquence)</i>	Q9 : À quel moment les produits de base sont-ils nécessaires ?	Q10 : Pour combien de temps les produits de base sont-ils nécessaires ?
1.			
2.			
3.			
4.			
Q8 : Dans les marchés clés énumérés à l'étape A, ces produits sont-ils normalement disponibles et le sont-ils depuis le choc ? <i>(Dressez la liste des noms et de l'emplacement des marchés - Si un marché spécifique est utilisé pour un produit particulier, veuillez le préciser)</i>			
Nom du marché <i>(De l'étape A)</i>	Produits disponibles normalement (avant le choc) <i>(Précisez : oui, non, ne sait pas, seulement parfois, de façon saisonnière, seulement certains produits [précisez lesquels], etc.)</i>	Depuis le choc, les produits sont-ils disponibles dans les mêmes quantités qu'avant le choc ? <i>(Notez quels produits sont disponibles. Si les produits ne sont pas disponibles, expliquez POURQUOI – par exemple, problèmes d'approvisionnement (par exemple, faiblesse de l'offre, prix élevés) ou problèmes de demande (par exemple, manque d'argent)</i>	
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Q9 : Sur la base de l'expérience passée (chocs et réponses antérieurs), des données secondaires et des informateurs clés, est-il probable que ces marchés seront en mesure de fournir des quantités suffisantes de produits de base clés ?			
Nom du marché <i>(De l'étape A)</i>	Susceptible ou non de fournir des quantités suffisantes <i>(Notez s'il est susceptible ou non)</i>	Commentaires <i>(Indiquez les points à étudier plus en détail au cours des entretiens avec les commerçants)</i>	
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Évaluation rapide des marchés : Lignes directrices

Q10 : Existe-t-il des évaluations de base ou après-choc pour tous les marchés mentionnés ?

(Si oui, veuillez noter les marchés, ainsi que l'évaluation correspondante)

Q11 : Les ménages ont-ils pu accéder à ces marchés depuis le choc ?

(Notez OUI ou NON pour chaque marché et si la réponse est NON, expliquez POURQUOI)

Nom du marché <i>(De l'étape A)</i>	Possibilité d'accès ? <i>(Notez Oui ou Non)</i>	Si non accessible, pourquoi ?
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Q12 : Des problèmes liés à la sécurité, à l'appartenance ethnique, au genre ou à d'autres questions sociales peuvent-ils compromettre l'accès aux marchés ?

(Notez OUI ou NON pour chaque marché et si la réponse est OUI, expliquez COMMENT et POURQUOI. Les questions sociales peuvent être liées à la vieillesse ou à des difficultés rencontrées par certains groupes socio-économiques.)

C. Résumé des marchés potentiels à visiter et des types de produits de base, des volumes et des fréquences par marché à évaluer

Sur la base de toutes les informations ci-dessus relatives à la taille de la population, à l'accès aux marchés et à la disponibilité des produits de base, dressez la liste des marchés potentiels à étudier dans l'ERM et décrivez-les.

(Notez qu'il s'agit d'une liste potentielle, d'autres discussions seront menées sur la base de l'outil 6)

Nom du marché	Emplacement du marché	Fréquence de fonctionnement	Distance du marché	Moyens de transport pour y accéder	Temps pour s'y rendre	Coût pour s'y rendre
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						

Annexes

Sur la base de toutes les informations ci-dessus relatives à la taille de la population, aux produits de base nécessaires, et à la fréquence et la durée de ces besoins, dressez la liste de produits de base nécessaires à évaluer par marché dans le cadre de l'ERM.
(Notez que cela est nécessaire pour la mise en place de l'ERM)

Nom du marché	Marchandises demandées par la population touchée		Fréquence	Durée	Nombre de foyers	Commentaires
	Type	Qualité				
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						

Remarques supplémentaires

Outil 3 : Quels services financiers sont disponibles et accessibles ?

Q1 : Où les gens retirent-ils de l'argent ?

(Notez les quatre sources les plus courantes par ordre d'importance (par exemple, banque, bureau de poste, représentant du hawala, service de téléphonie mobile, bureaux d'envoi de fonds, etc.)

1.

2.

3.

4.

Autres services :

Q2 : Quel pourcentage des ménages touchés par le choc a accès à ces services ?

(Estimez et notez le pourcentage pour chaque service financier dans l'encadré à droite)

1.

2.

3.

4.

Q3 : Dans l'ensemble, quel pourcentage de ménages touchés par le choc peut accéder à au moins un des services financiers ci-dessus (ou à d'autres) ?

(Par exemple, quel pourcentage a accès à l'un des systèmes d'identification mentionnés)

Q4 : Par quels moyens les personnes prouvent-elles leur identité pour accéder aux services financiers ?

(Par exemple, passeport, carte d'identité, avec l'aide d'un garant, etc. Notez les moyens d'identification qui sont le plus couramment utilisés)

Q5 : Décrivez, en termes d'accessibilité, les quatre principaux établissements financiers que les ménages utilisaient avant le choc.

Nom de l'établissement	Emplacement de l'établissement	Distance	Moyens de transport pour y accéder	Temps pour s'y rendre	Coût pour s'y rendre
1.					
2.					
3.					
4.					

Annexes

Q6 : Les ménages sont-ils en mesure d'accéder aux établissements financiers depuis le choc ?

(Noter si OUI ou NON pour chacun des quatre établissements les plus communs et si la réponse est NON, expliquez POURQUOI)

Nom de l'établissement	Possibilité d'accès? (Oui/Non)	Si non, pourquoi ?
1		
2		
3		
4		

Q7 : En général, des problèmes liés à la sécurité, à l'appartenance ethnique ou au genre, ou des questions sociales compromettent-ils l'accès aux établissements financiers ?

(Noter si OUI ou NON pour chacun des quatre établissements les plus communs et si la réponse est OUI, LESQUELS et POURQUOI)

Nom de l'établissement	Possibilité d'accès? (Oui/Non)	Si oui, pourquoi ?
1		
2		
3		
4		

Q8 : D'autres organisations ont-elles mis en œuvre des programmes de transferts monétaires dans le passé à l'aide des établissements financiers mentionnés ?

(Noter OUI ou NON et si la réponse est OUI, notez quelles organisations ont utilisé quels établissements financiers)

Nom de l'établissement	Nom de l'organisation l'ayant utilisé

Outil 4 : Cartographie des marchés

Des cartes des marchés sont utilisées dans les étapes 1 et 2 de l'ERM. Les marchés peuvent être cartographiés de différentes manières. Les cartes doivent être simples et faciles à interpréter. Ainsi, les utilisateurs de l'ERM devraient se concentrer sur les aspects qui sont importants pour le système de marché et qui jouent un rôle en ce qui concerne le choc et une intervention d'urgence potentielle.

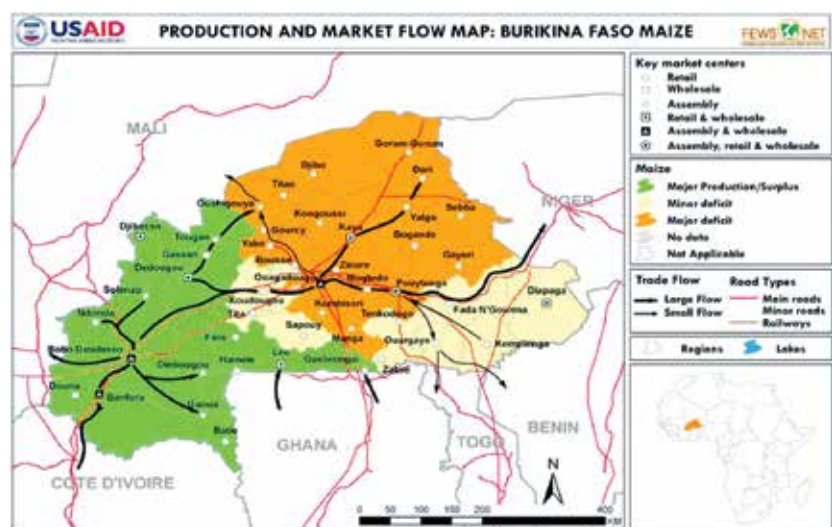
Deux types de cartes des marchés sont présentés ici : Les *cartes de production et de flux du marché* et les *cartes de système de marché*.

A. Cartes de production et de flux de marché

Une carte de production et de flux de marché est un outil utile pour représenter les flux de marchandises. Elle décrit les flux géographiques et les points d'échange (marchés) d'un produit de base, depuis la région dans laquelle il est produit jusqu'à la région dans laquelle il est consommé – à savoir la région cible.

Un moyen facile d'établir une telle carte est d'utiliser une carte géographique officielle de la région cible et d'y représenter directement les flux physiques de marchandises. La carte met en évidence la circulation d'un produit depuis des zones d'excédent vers des zones de déficit en indiquant les marchés pertinents. Si l'information est suffisante, la carte peut être utilisée pour illustrer les différences locales ou régionales dans les volumes et les prix des produits de base²⁷. Différentes tailles de flux commerciaux et de marchés peuvent être illustrées par différentes tailles de flèches (pour les flux) et de points (pour les marchés). La *figure 1* montre une carte de production et de flux de marché établie par FEWS NET pour les flux du maïs au Burkina Faso²⁸.

Figure 1 : Carte des flux de marché et de la production de FEWS NET



Au cours d'un exercice de cartographie, les utilisateurs de l'ERM peuvent ajouter tout élément qu'ils jugent important. Cependant, ils doivent s'assurer que tous les aspects sont suffisamment documentés afin de pouvoir se souvenir de la signification

²⁷ Pour plus d'informations sur la façon de cartographier la production et les flux de marché, voir FEWS NET (2009b).

²⁸ L'exemple devrait, à terme, être remplacé par un exemple d'un contexte Croix Rouge/Croissant Rouge.

Annexes

de tout ce qu'ils ont noté à leur retour dans les bureaux et lorsqu'ils auront à discuter des résultats.

Après avoir examiné et mis au point les cartes pour illustrer les aspects importants liés au choc récent et au fonctionnement des marchés, l'équipe d'ERM devrait élaborer une carte plus détaillée et plus précise. Seuls les aspects les plus importants devraient être indiqués sur la carte finale. Des cartes surchargées sont souvent contre-productives et sources de confusion.

Le tableau ci-dessous donne quelques exemples d'aspects qui peuvent être importants dans le cas d'une carte de production et de flux de marché illustrant les conséquences d'un choc récent.

Tableau 1 : Aspects pouvant être indiqués sur une carte de production et de flux de marché

Rôle du marché : par exemple, marché de détail ; marché de gros ; marché d'assemblage.

Principal type d'acteurs : par exemple, détaillants ; grossistes ; assembleurs ; producteurs.

Type de marché en termes de géographie : par exemple, marché local ; marché régional ; marché national ; marché transnational.

Taille du marché (volume des échanges) : par exemple petit ; moyen ; grand (peut-être avec une estimation du volume des échanges).

Obstacles au commerce : les obstacles potentiels au commerce peuvent être indiqués par des symboles expliqués dans une légende (par exemple, les barrages routiers, les postes de péage, etc.).

Fonctionnement après le choc : ne fonctionne pas ; fonctionne partiellement ; fonctionne.

Distances et temps d'accès : vous pouvez noter les distances et les temps de trajet entre les marchés.

Moyens de transport disponibles : vous pouvez indiquer les moyens de transport qui sont disponibles.

Les cartes de production et de flux de marché peuvent révéler dans quelle mesure les marchés d'intérêt sont bien approvisionnés en produits de base clés dont la population touchée a besoin. Elles peuvent également être utilisées pour indiquer les interruptions de ces flux liées au choc. Les utilisateurs de l'ERM doivent établir une telle carte pour chacun des produits qu'ils évaluent, car les cartes constituent des moyens utiles d'axer les débats sur marchés et les flux de marchandises. Ils devraient détailler les cartes au cours des différentes étapes de l'ERM. La cartographie du marché est un processus itératif !

B. Cartes de systèmes de marché

Les systèmes de marché peuvent être représentés graphiquement par trois éléments linéaires : la chaîne de commercialisation, l'infrastructure et les services de soutien, et l'environnement externe.

La cartographie d'un système de marché se fait en deux étapes : la première étape consiste à cartographier le système de marché tel qu'il fonctionne en « temps normal » – à savoir, dans le cas d'un choc, on commencera par la cartographie du système tel qu'il fonctionnait avant le choc. Ces cartes sont appelées des cartes de référence.

La chaîne de commercialisation est l'élément central de toute *carte de système de marché*. Il s'agit d'une « chaîne » des acteurs du marché qui échangent, achètent ou vendent des produits de base, en les « acheminant » du producteur au consommateur. Une chaîne de commercialisation illustre les acteurs d'un système de marché et leurs relations commerciales. Les utilisateurs de l'ERM peuvent définir la chaîne de marché d'un produit en répondant aux questions suivantes :

- Qui sont les acteurs du marché qui s'occupent des produits de base et que font-ils ?
- Combien d'acteurs de chaque type y a-t-il ?
- Comment les produits de base circulent-ils dans la chaîne de commercialisation ?
- Quels sont les volumes négociés entre les différents types d'acteurs du marché ?
- Comment le prix de vente évolue-t-il tout au long de la chaîne de valeur ?

L'infrastructure et les services de soutien sont la deuxième caractéristique d'une *carte de système de marché*. Cartographier l'infrastructure et des services essentiels et les relier aux acteurs qui les utilisent permet de mettre en évidence leur rôle dans l'efficacité et l'accessibilité du système de marché.

L'environnement extérieur constitue la troisième caractéristique de la *carte des systèmes de marché*. Cartographier les normes, règles, règlements, enjeux et tendances qui ont une influence significative sur l'environnement du marché dans lequel les acteurs du marché opèrent met en évidence le cadre du marché.

La deuxième étape de la cartographie du système de marché consiste à prendre en compte les effets du choc sur le système de marché – à savoir, à évaluer la mesure dans laquelle le choc a eu des répercussions sur les différents acteurs du marché et leurs échanges ; la mesure dans laquelle il a eu des répercussions sur l'infrastructure et les services dont dépendent les acteurs du marché ; et la mesure dans laquelle il a eu des répercussions sur le cadre du système de marché. Des signes et des symboles peuvent être utilisés pour identifier les acteurs du marché, les composantes et les connexions qui ont été partiellement ou totalement détruits. La mesure dans laquelle ces dommages compromettent le fonctionnement du système de marché peut être illustrée en notant les variations du nombre d'acteurs. Il est important que les symboles utilisés soient bien expliqués et utilisés de manière cohérente. Cette carte peut être appelée une carte de choc.

La *figure 2* présente une carte générique de référence d'un système de marché fictif et la *figure 3* une carte générique de choc fictive. Les deux cartes permettent aux utilisateurs de l'ERM d'illustrer les conséquences du choc sur les systèmes de marché en comparant la situation d'avant le choc à celle d'après le choc.

Les utilisateurs de l'ERM devraient élaborer au préalable des *cartes de systèmes de marché* au cours de l'étape 1 de l'ERM. Cela les aidera à prendre une décision quant aux acteurs du marché et aux informateurs clés à rencontrer. Les cartes leur seront utiles durant les entretiens. Les utilisateurs de l'ERM devraient actualiser leurs cartes tout au long du processus d'ERM, au fur et à mesure que de nouvelles informations sur le marché sont disponibles. Encore une fois, la cartographie est un processus itératif.

Figure 2 : Système de marché en « temps normal » (carte de référence)

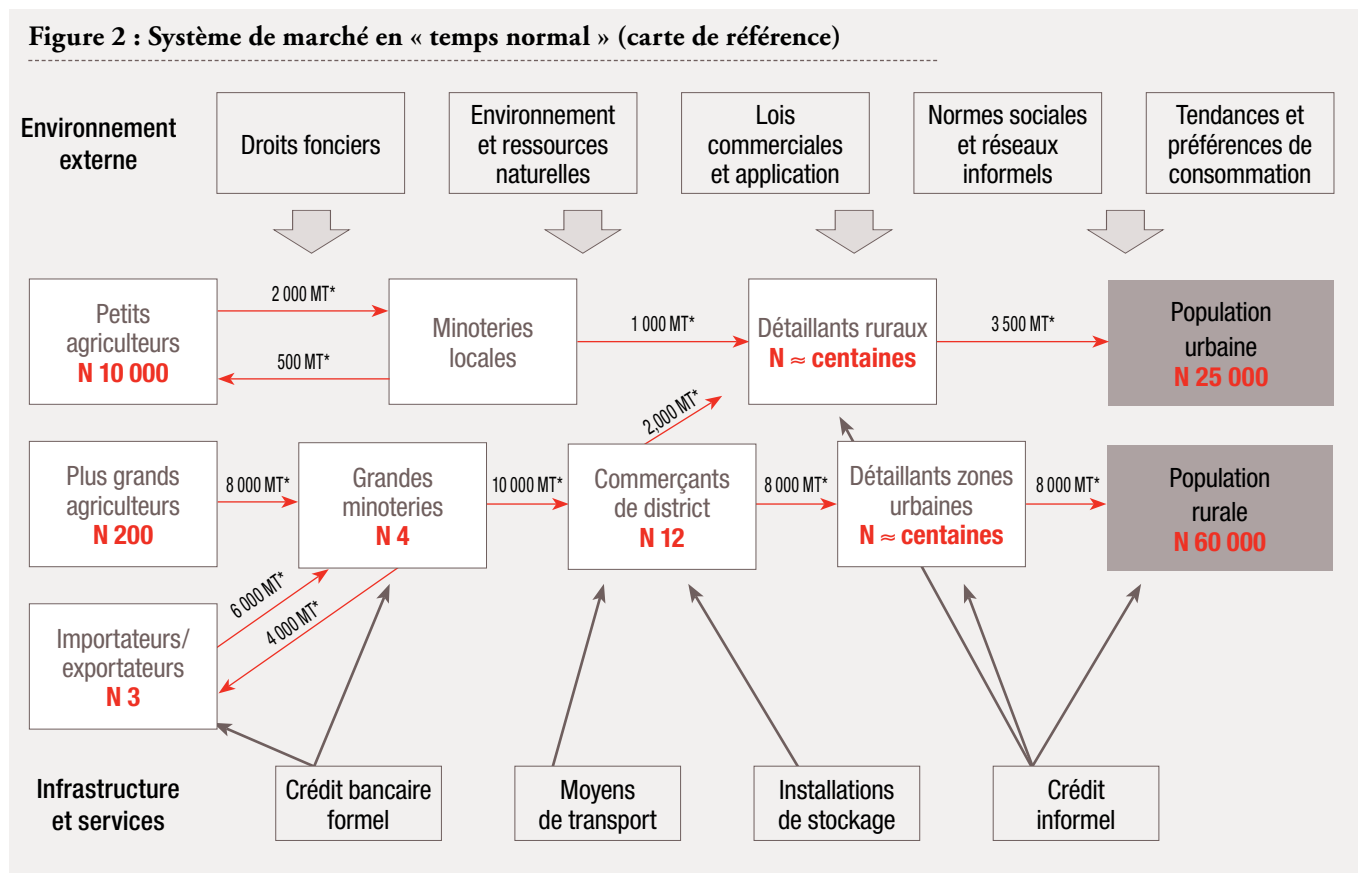
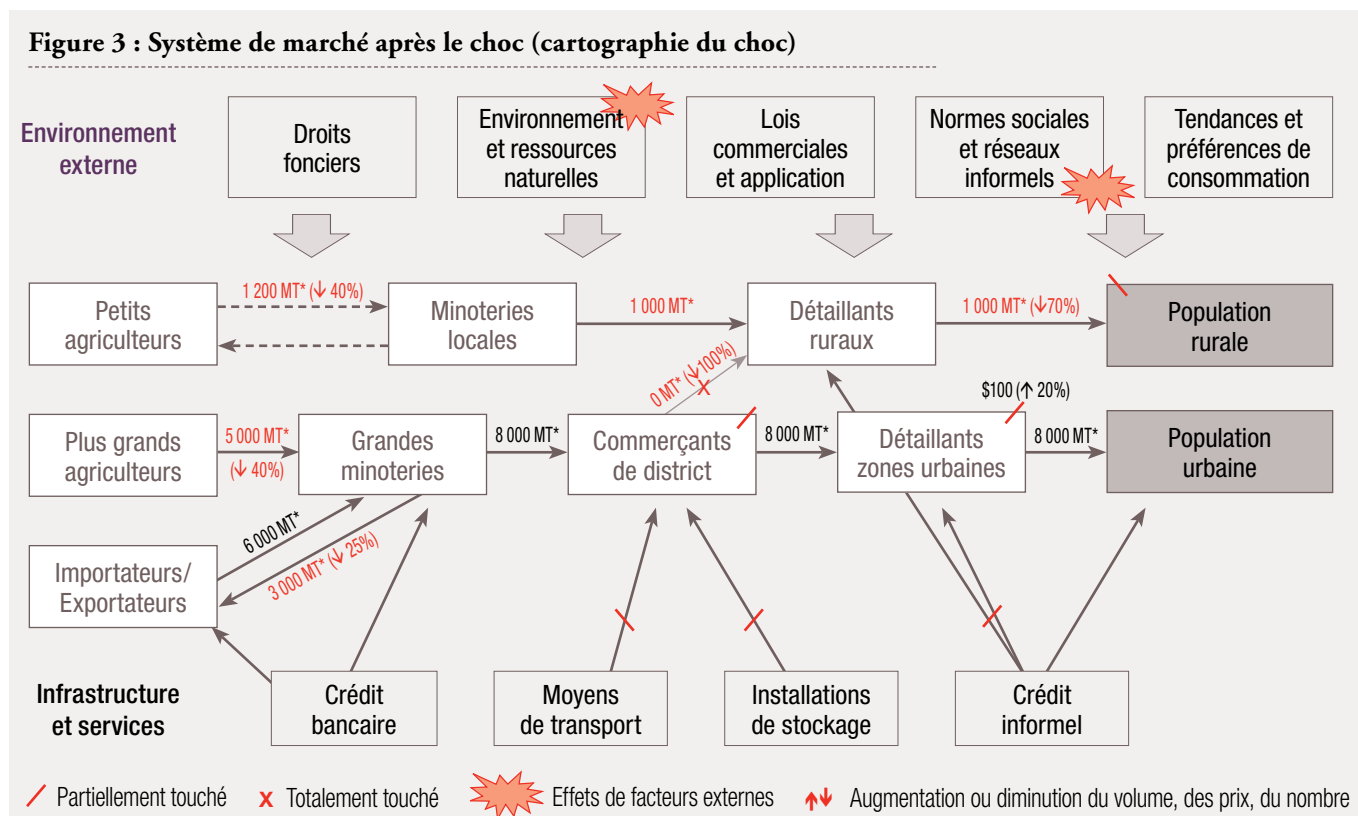


Figure 3 : Système de marché après le choc (cartographie du choc)

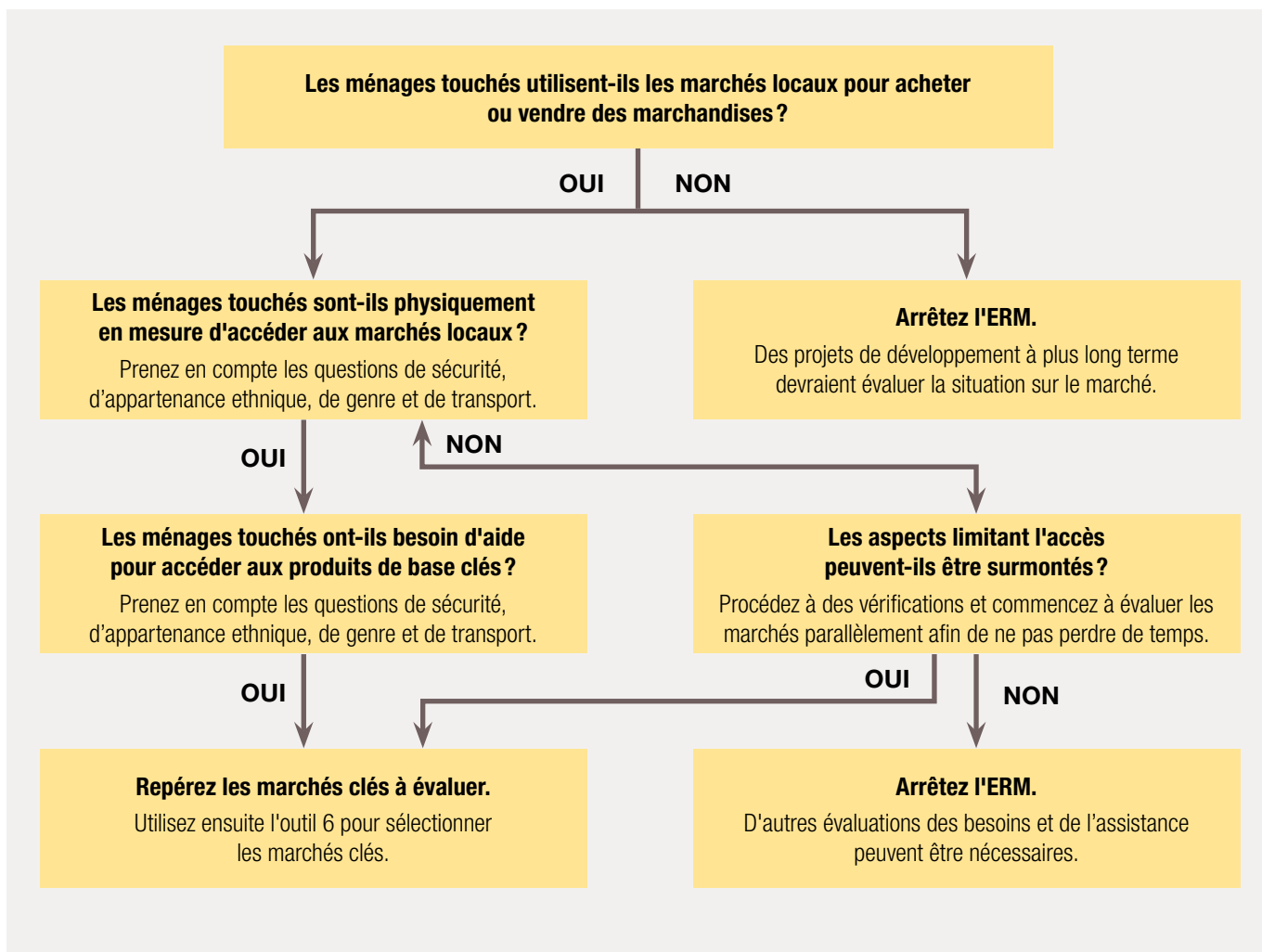


/ Partiellement touché
 X Totalement touché
 ★ Effets de facteurs externes
 ↑↓ Augmentation ou diminution du volume, des prix, du nombre

*Mt = tonnes (1 000 Kg)

Outil 5 : Poursuite ou interruption de l'ERM

L'arbre de décision suivant permet à l'équipe d'ERM de débattre et de décider si, sur la base des informations disponibles, il convient de poursuivre l'ERM ou non.



Outil 6 : Marchés clés sur lesquels l'évaluation devrait se concentrer

<p>1. Décidez du nombre de marchés qui peuvent en pratique être évalués <i>(Prenez en compte la logistique, le temps disponible, les distances, le nombre d'équipes d'ERM)</i></p>					
<p>2. Dressez la liste de tous les marchés qui revêtent de l'importance pour la population touchée <i>(Utilisez les informations des outils 2 et 4)</i></p>					
<p>3. Sélectionnez un nombre de marchés représentatifs dans la liste ci-dessus <i>(Prenez en compte les facteurs tels que la taille, la facilité d'accès, la fréquence de fonctionnement, les répercussions du choc, etc. et expliquez chacun de ces choix)</i></p>					
<p>4. Dressez la liste de tous les marchés qui sont des fournisseurs importants des marchés énumérés ci-dessus <i>(Organisez une séance de réflexion)</i></p>					
<p>5. Sélectionnez un nombre de marchés représentatifs dans la liste ci-dessus <i>(Prenez en compte les facteurs tels que la taille, la facilité d'accès, la fréquence de fonctionnement, les répercussions du choc, etc., et expliquez chacun de ces choix)</i></p>					
<p>6. Dressez la liste des marchés sélectionnés et la raison de leur choix <i>(Organisez une discussion finale et assurez-vous que tout le monde est d'accord sur l'importance des marchés sélectionnés)</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Marché</th> <th>Raison de la sélection</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Marché	Raison de la sélection		
Marché	Raison de la sélection				
<p>7. Si l'équipe a la capacité d'évaluer d'autres marchés, elle peut étudier quelques marchés de référence, c'est-à-dire des marchés qui sont similaires aux marchés utilisés par les ménages touchés par un choc ou qui approvisionnent ces derniers mais qui n'ont pas subi les effets du choc. <i>(Indiquez des marchés de référence potentiels ci-dessous et précisez pour quels marchés ils peuvent être une référence)</i></p>					

Outil 7 : Recommandations pour la conduite d'entretiens

Les utilisateurs sans expérience préalable de la conduite d'entretiens peuvent consulter le tableau ci-dessous pour accroître leurs chances d'obtenir des informations de qualité²⁹.

Tableau 1 : Recommandations générales pour la conduite d'entretiens

Préparez-vous pour les entretiens

Familiarisez-vous avec le formulaire d'entretien et assurez-vous d'en comprendre l'objectif. Vous devriez comprendre toutes les questions et savoir où et comment inscrire les réponses.

Présentez-vous et expliquez l'objectif de l'entretien

Présentez-vous, dites pour qui vous travaillez, ce dont vous voudriez parler et pour quelle raison. Cela permettra à (aux) l'informateur(s) de se préparer à ce qui va venir. Indiquez clairement que vous cherchez à en savoir plus sur l'impact du choc récent sur les marchés des produits de base spécifiques pour déterminer si oui ou non la population locale est en mesure d'acheter ces produits de base clés en quantité suffisante.

Adressez-vous aux personnes interrogées de manière appropriée

Adaptez votre style à votre interlocuteur (par exemple, un inconnu ou une connaissance). Soyez poli et respectueux. Soyez prêt à expliquer les questions plus en détail si votre interlocuteur ne les comprend pas tout de suite et utilisez la langue et des exemples locaux pour illustrer vos propos.

Adaptez vos questions et votre style à votre interlocuteur

Essayez d'avoir une idée de qui est votre interlocuteur et de quel type d'information vous pouvez attendre de lui. Si vous souhaitez interroger un commerçant et voyez qu'il est très occupé, il peut être préférable de lui demander un entretien au moment qui lui convient ; sinon vous risquez de devoir limiter l'entretien à quelques questions précises.

Veillez à demander des descriptions et des explications

S'il est indiqué dans le formulaire d'entretien que vous devez demander des descriptions, des explications ou des justifications, demandez-les. Les réponses simples, telles que Oui et Non, sont souvent d'une utilité restreinte lors de l'analyse postérieure. Les explications de votre (vos) interlocuteur(s) vous permettent de comprendre le contexte et vous donnent la possibilité de recouper les informations et d'assurer la cohérence.

Recoupez vos informations

Si vous souhaitez obtenir des informations fiables, vous devez interroger plusieurs personnes sur les mêmes sujets. Cela vous donne la possibilité de comparer les réponses et augmente vos chances d'avoir une bonne vue d'ensemble de la situation « réelle ». Vous devez également vérifier les informations durant l'entretien. Si vous posez des questions complexes, reformulez la réponse et demandez à votre interlocuteur si vous avez bien compris (par exemple, vous dites que... «... »).

Soyez conscient de l'environnement dans lequel se déroule l'entretien

Veillez à interroger les personnes dans un environnement où elles se sentent à l'aise pour parler. Les commerçants pourraient ne pas vouloir parler devant leurs clients, auquel cas vous pouvez leur demander s'ils préfèrent un environnement plus privé que, par exemple, leur boutique.

Soyez à l'affût, flexible et spontané

Vous ne devez pas vous sentir limité(e) par le formulaire d'entretien. Si une information intéressante qui n'est pas demandée dans le formulaire d'entretien est donnée, notez-la et assurez-vous d'en faire part ultérieurement au cours des discussions avec l'équipe d'ERM. Cependant, étant donné que vous devez recueillir les informations demandées dans le formulaire d'entretien, vous devez vous assurer que la discussion reste sur la bonne voie – il peut être difficile de trouver un équilibre. Si la discussion dérive, essayez de ramener votre informateur vers le sujet qui vous intéresse. Si vous n'obtenez pas les informations recherchées en posant directement la question, posez la question selon un autre angle. Assurez-vous toujours que votre informateur a bien compris la question.

Observez

Les questions ne sont pas la seule façon d'obtenir des informations. L'observation peut être très instructive et peut constituer un très bon moyen de vérifier une information orale.

²⁹ Pour plus d'informations, voir par exemple CICR et Fédération (2008, p. 45), Fédération (2007b, p. 30) et Albu (2010, p. 111).

Les utilisateurs de l'ERM qui envisagent d'utiliser des techniques de l'ERP doivent consulter les tableaux ci-après avant de se rendre sur le terrain.

Tableau 2 : Techniques de base de l'ERP³⁰ à prendre en considération pour l'ERM

Entretiens semi-structurés

Les entretiens semi-structurés sont une technique d'entretien guidé dans lequel l'enquêteur sait exactement à quelles questions une réponse doit être apportée. Cette information ne s'obtient pas à partir d'une liste prédéfinie de questions mais par le biais de questions ouvertes et flexibles. Les enquêteurs s'aident en général de listes de contrôle pour vérifier que tous les sujets sont abordés au cours de l'entretien. Les entretiens semblent être des discussions informelles, mais sont en fait soigneusement contrôlés et structurés.

Conseils généraux pour des entretiens semi-structurés

- Terminez de couvrir un sujet avant de passer au suivant. Suivez le flux de la conversation en gardant une trace des éléments qui pourront être repris plus tard.
- Posez des questions de suivi. Les questions doivent être en lien avec la réponse à la question précédente. Il est important d'écouter les réponses.
- Posez uniquement des questions auxquelles vous pensez que l'informateur pourra répondre ou sur lesquelles vous pensez qu'il aura une opinion valable.
- Suivez le cours de l'histoire que l'on est en train de vous raconter. Est-il cohérent? Clarifiez les incohérences.
- Recoupez les informations autant que possible, en posant la même question de différentes façons et/ou en comparant les réponses de différentes personnes.
- Évaluez l'entretien a posteriori. Comment s'est-il passé? Les résultats semblent-ils fiables? Comment les outils et les techniques utilisés pourraient-ils être améliorés?
- Au fil des entretiens, repérez les lacunes dans les connaissances avant chaque entretien, tâchez d'obtenir des réponses à ces questions.

Classement

Lorsqu'il est utilisé de manière participative, le classement sert à mesurer, selon un ensemble de critères prédéterminés, la perception que les gens ont de l'importance d'un sujet. En général, un score est attribué à l'élément qui est évalué en fonction de ces critères. Les critères utilisés sont établis, soit à l'externe, soit par le groupe chargé du classement.

Le classement peut être utile car il :

- peut être utilisé dans les évaluations pour comprendre l'importance relative de sources de produits alimentaires, de revenus, de stratégies d'adaptation et ainsi de suite, et d'interventions humanitaires et de priorités de développement ;
- permet de recouper et de vérifier d'autres informations et opinions.

Répartition proportionnelle

La répartition proportionnelle permet aux participants de mesurer la valeur d'un article, d'un service, d'une activité ou d'une ressource en fonction d'un aspect prédéterminé. Elle fait appel à des pourcentages et, même si elle ne prévoit pas une quantification précise, elle peut illustrer l'importance relative de plus d'une variable (par exemple, l'importance relative de la culture des tomates et des oignons, en tant que cultures de rapport, dans les revenus du ménage).

Cartographie de la mobilité

Les cartes de mobilité représentent les principaux endroits que les gens fréquentent et la signification de ces endroits. Un exercice de cartographie de la mobilité analyse où les gens doivent se rendre pour obtenir certains services. Il comprend une analyse des groupes sociaux qui fréquentent ces endroits et indique pourquoi ceux-ci sont importants. Les informations respectives devraient être représentées sur la carte. Les cartes de mobilité peuvent également comprendre des informations liées à des facteurs de mobilité tels que la distance, la durée du trajet, le coût du trajet et les moyens de transport. Ces informations peuvent être représentées par des symboles ou des chiffres.

³⁰ Adapté de Oxfam GB Rough Guide 1.5. Méthode d'évaluation : ERP

Tableau 3 : Recommandations générales concernant l'utilisation des techniques³¹ et des principes de l'ERP

Échantillonnage

Avant de vous rendre sur le terrain, vous devez sélectionner les marchés que vous souhaitez visiter. L'échantillonnage des marchés est un processus important qui doit être mené avec soin. Vous devriez discuter au sein de votre organisation et avec les informateurs clés des candidats appropriés. Examinez des aspects tels que l'accès et l'infrastructure ; les caractéristiques du village ; le type de personnes qui utilisent les marchés. Vous devriez alors faire un choix raisonné des marchés, tendant à couvrir les différents aspects (variance maximale).

Techniques

Dans l'ERM, les techniques proposées sont la *cartographie* et les *discussions thématiques de groupe*. La cartographie est une bonne technique pour commencer à travailler avec un groupe de personnes, car elle implique plusieurs participants et stimule les débats et l'enthousiasme. Elle vous permet de clarifier vos intentions. Une fois que les gens connaissent vos intentions, vous pouvez passer à des discussions thématiques de groupe pour obtenir des informations plus détaillées. Assurez-vous que vos formulaires d'entretien ou votre liste de contrôle sont prêts.

Établissement de relations

La toute première étape, lors de la rencontre avec des personnes sur le terrain, consiste à établir des relations avec elles. Vous devriez vous préparer autant que possible : consultez les informations secondaires que vous avez recueillies et apprenez-en davantage sur la population et la zone que vous allez visiter (par exemple, le contexte culturel, ethnique et historique).

Rencontrez les gens, saluez-les dans leur propre langue. Trouvez un endroit neutre et demandez quel moment serait opportun pour se rencontrer. Une fois que la réunion commence, demandez aux participants de se présenter, puis présentez-vous et expliquez le but de votre visite. Quand les gens sont prêts, expliquez votre première question de façon claire ou concise et laissez-les formuler leur réponse. Continuez, tout en vous assurant que tous peuvent s'exprimer.

À la fin de la réunion, remerciez les participants pour le temps qu'ils vous ont consacré et informez-les sur les activités de suivi éventuelles.

Matériel requis

N'oubliez pas de vous munir de vos formulaires d'entretien et d'éventuelles cartes de marché pour la vérification, la comparaison et l'ajout de précisions.

La cartographie peut souvent être effectuée sur le terrain et en utilisant des objets disponibles localement pour l'illustration. L'avantage est que votre surface de dessin est moins limitée. Si vous choisissez cette option, vous devez veiller à vous munir d'un appareil photo afin de pouvoir rapporter une photo du produit final.

La cartographie peut également être réalisée sur papier. Si vous choisissez cette option, munissez-vous de grandes feuilles de papier pour avoir assez d'espace pour dessiner et de marqueurs de couleurs différentes pour illustrer différents éléments.

Le choix du matériau dépend du contexte. Choisissez en conséquence.

Documentation du processus

Il est important de documenter le processus de chaque exercice (à savoir, les discussions thématiques de groupe ou l'exercice de cartographie). Indiquez le nom du marché où vous avez procédé à l'exercice ; qui a participé à l'exercice ; assurez-vous que vos cartes du marché sont bien légendées (afin d'en comprendre le sens une fois de retour au bureau) ; et précisez le contexte de l'exercice (ce qui vous permettra de mettre les choses en perspective quand vous comparerez les informations recueillies sur différents marchés).

³¹ Adapté de PRAXIS Participatory Action Research Studies and Institutional Knowledge et de Oxfam GB Rough Guide 1.5. Méthode d'évaluation : ERP

Cinq principes de base régissent toutes les activités d'ERP, indépendamment de leurs résultats escomptés

1. Participation : l'ERP s'appuie fortement sur la participation des parties prenantes, ce qui implique que les outils et les techniques doivent être conçus de façon à associer les participants, en tant que sources d'information et partenaires, à la collecte et à l'analyse des données. Il est essentiel de fournir un retour d'information à la communauté pour que ce principe se réalise.

2. Flexibilité : les techniques utilisées doivent être adaptées au contexte de l'analyse (par exemple, les niveaux d'alphabétisation). Le contexte et les aspects clés à l'étude devraient également déterminer la composition de l'équipe en termes de techniques et d'outils utilisés.

3. Travail d'équipe : l'équipe doit être composée de personnes qui ne sont pas étrangères aux sujets étudiés et qui peuvent collaborer. Tandis qu'un membre mène la discussion, un coéquipier peut noter les réponses et un autre observer les comportements.

4. Ignorance optimale : cet élément est crucial pour réduire les idées préconçues et favoriser la pleine compréhension de la situation. Les hypothèses et idées préconçues contribueront à des constatations et des conclusions qui ne reflètent pas fidèlement les opinions des participants.

5. Systématique : les données de l'ERP ont généralement une pertinence statistique limitée (compte tenu de leur caractère largement qualitatif et de la taille relativement petite de l'échantillon). Cependant, il existe des moyens d'améliorer la validité et la fiabilité des données. Il s'agit notamment de procéder à l'échantillonnage systématique basé sur la stratification de la communauté (par exemple, par emplacement géographique ou richesse relative), et par recoupement des données en utilisant un certain nombre de techniques de collecte (par exemple, en organisant une réunion communautaire finale).

Outil 8 : Discussion avec des représentants du marché ou des informateurs clés

A. Détails de l'évaluation			
Nom de l'enquêteur			
Date de l'entretien			
Nom du marché			
Coordonnées GPS du marché			
Type de marché <i>(Par exemple local/de district /régional/urbain)</i>			
Fréquence des jours de marché <i>(Par exemple quotidien/hebdomadaire/ mensuel)</i>			
Produits de base clés d'intérêt pour l'évaluation <i>(Notez les produits de base clés à évaluer.)</i>		Quantités de produits de base nécessaires dans la région <i>(Notez les quantités respectives que vous avez déterminées à l'étape 1.)</i>	
1.			
2.			
3.			
4.			
Observations relatives au trajet vers le marché <i>(Temps nécessaire, obstacles, flux commerciaux observés, etc.)</i>			
Coordonnées de la personne interrogée/de l'informateur			
Nom et fonction <i>(Expliquez son rôle, si sa fonction n'est pas claire.)</i>		Téléphone	
B. Impact physique du choc sur le marché			
Q1 : Dans quelle mesure l'infrastructure du marché a-t-elle été touchée ? <i>(L'infrastructure comprend les bâtiments (stands, boutiques, salles de stockage, etc.), et les routes ou voies d'accès (vers, depuis ou à travers le marché) (Cochez la case correspondante.)</i>			
Totalemment endommagée	Fortement endommagée	Légèrement endommagée	Non endommagée (allez à Q3)

Annexes

Q2 : Pouvez-vous décrire le type de dommages et les effets qu'ils ont eus sur le marché ?*(Notez les réponses et les explications.)***Q3 : Les commerçants sont-ils en mesure de poursuivre leurs activités comme d'habitude ?***(Notez la réponse et si la réponse est NON, demandez pourquoi ils ne sont pas en mesure de le faire.)***C. Demande du marché****Q4 : D'où viennent les gens qui viennent sur le marché ?***(Par exemple, communautés, villages, villes, etc.)*

Avant le choc

Après le choc

Q5 : Dans quelle mesure le nombre de personnes fréquentant le marché a-t-il varié depuis le choc ?*(Si le nombre a varié, essayez d'estimer la variation en pourcentage)*

Diminution de

Pas de
changement

Augmentation de

Q6 : Pouvez-vous expliquer pourquoi plus/moins de gens fréquentent le marché depuis le choc ?*(Notez l'explication. Suggestions possibles : accès physique, d'autres marchés détruits, sécurité, etc.)***Q7 : La demande en produits de base clés a-t-elle varié depuis le choc ?***(Notez la réponse pour chacun des produits de base clés sélectionnés à l'étape A, et – le cas échéant – demandez pourquoi la demande a varié.)*

Nom du produit de base

Variation de la
demande ?
(Oui/Non)

Explication

Évaluation rapide des marchés : Lignes directrices

D. Offre du marché					
Q8 : Dans quelle mesure le nombre de grossistes approvisionnant le marché en produits de base clés a-t-il varié depuis le choc ? <i>(Notez dans quelle mesure le nombre a varié pour chacun des produits de base clés sélectionnés à l'étape A.)</i>					
Nom du produit de base	Nombre avant le choc		Nombre après le choc		
Q9 : Le nombre de détaillants approvisionnant le marché en produits de base clés a-t-il varié depuis le choc ? <i>(Notez dans quelle mesure le nombre a varié pour chacun des produits de base clés sélectionnés à l'étape A.)</i>					
Nom du produit de base	Nombre avant le choc		Nombre après le choc		
Q10 : Le marché fournit-il toujours la même quantité, une quantité moindre ou une plus grande quantité de produits de base clés depuis le choc ? <i>(Notez les noms des produits, déterminez la variation pour chacun des produits évalués et cochez la case correspondante.)</i>					
Nom du produit de base	Offre actuelle par rapport à l'offre avant le choc				
	Égale à l'offre avant le choc	Plus de la moitié de l'offre avant le choc	La moitié de l'offre avant le choc	Moins de la moitié de l'offre avant le choc	Pas d'offre
Q11 : D'où provenaient les produits de base clés avant le choc, et d'où proviennent-ils depuis le choc ? <i>(Notez d'où chacun des produits de base clés sélectionnés à l'étape A provenait avant le choc, et d'où il provient maintenant si cela a changé.)</i>					
Nom du produit de base	Source(s) avant le choc		Source(s) après le choc		
Q12 : De quelle manière le choc a-t-il touché les commerçants sur le marché ? <i>(Notez les réponses. Possibilités : baisse de la demande, pas d'approvisionnement, infrastructures endommagées, hausse des prix, problèmes de transport, problèmes de sécurité. Demandez une explication de la réponse.)</i>					

E. Contraintes du marché et capacité de réaction du marché**Q13 : Si les ménages recevaient de l'argent, les commerçants pourraient-ils leur fournir les produits de base clés ?**

(Indiquez si oui, la plupart du temps, difficilement, non, ou ne sait pas pour chaque produit selon la réponse donnée, et demandez pourquoi. Notez l'explication pour chaque produit.)

Nom du produit de base	Les commerçants peuvent-ils fournir ce produit ? (La plupart du temps, difficilement, non, ne sait pas)	Explication

Q14 : Quels sont les trois principaux facteurs qui rendent difficile la poursuite des activités habituelles des grossistes à ce moment précis ?

(Notez les réponses par ordre d'importance. Distinguez la taille des grossistes au besoin)

1.

2.

3.

Q15 : Quels sont les trois principaux facteurs qui rendent difficile la poursuite des activités habituelles des commerçants à ce moment précis ?

(Notez les réponses par ordre d'importance, et distinguez la taille des détaillants si nécessaire.)

1.

2.

3.

Q16 : Comment l'offre de produits de base clés pourrait-elle être soutenue pour améliorer la situation actuelle ?

(Notez ce qui serait nécessaire et pour combien de temps.)

--

Q17 : Des chocs similaires se sont-ils produits dans le passé, et si oui, dans quelle mesure ont-ils touché le marché ?

(Notez l'événement, la date à laquelle il a eu lieu, comparez-le au choc actuel, et indiquez combien de temps il a fallu aux marchés pour s'en remettre.)

--

Évaluation rapide des marchés : Lignes directrices

F. Cartographie des flux de marchandises et des chaînes d'approvisionnement (à n'effectuer que si vous êtes en présence d'un bon informateur et si vous disposez de suffisamment de temps.)

Q18 : Pouvez-vous nous aider à dessiner une carte qui montre d'où proviennent les produits de base disponibles dans votre marché ?

(Utilisez la copie de la carte géographique pour indiquer les flux respectifs de marchandises.)

Q19 : Pouvez-vous nous aider à vérifier et à compléter des cartes de système de marché pour chacun des produits de base clés ?

(Utilisez l'outil 4, et des feuilles séparées par produit, essayez d'obtenir des estimations du nombre de commerçants, des volumes d'échanges et des prix.)

G. Informations relatives aux prix

Q20 : Dans quelle mesure le prix de chaque produit de base clé varie-t-il habituellement durant l'année (selon les saisons) ?

(Notez pour chaque produit et pour chaque mois si les prix sont généralement élevés (E), normaux (N) ou bas (B))

Nom du produit de base	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Octobre	Nov.	Déc.

Q21 : Quelle a été l'évolution des prix des produits de base clés depuis le choc ?

(Notez la réponse pour chaque produit, si votre informateur peut indiquer la variation de prix réelle, notez-la)

Nom du produit de base	Le prix a augmenté	Le prix n'a pas varié	Le prix a diminué	Ne sait pas

Q22 : Des produits de base clés en particulier ont-ils connu de grandes variations de prix ? Pour quelle raison selon vous ?

(Notez les produits, demandez quelle a été la variation de prix, et demandez pourquoi. Notez que cela peut s'appliquer à un produit non sélectionné l'étape A.)

H. Coordonnées, commentaires et observations

Q23 : Pouvez-vous penser à des gens qui pourraient nous aider à avoir une meilleure compréhension du marché ?

(Demandez les noms, coordonnées, et aidez à organiser des réunions.)

Détaillants :

Grossistes (ne doivent pas nécessairement être présents sur le marché) :

Autorités, associations, etc. :

Autres :

Q24 : Observations et commentaires supplémentaires

Outil 9 : Discussions avec les commerçants (grossistes/détaillants)

A. Détails de l'évaluation					
Nom de l'enquêteur					
Date de l'entretien					
Nom du marché					
Type de marché <i>(Par exemple local/de district /régional/urbain)</i>					
Fréquence des jours de marché <i>(Par exemple quotidien/hebdomadaire/mensuel)</i>					
Produits de base clés d'intérêt <i>(Notez les produits de base clés à évaluer.)</i>		Quantité des produits de base nécessaires et fréquence à laquelle ils sont nécessaires <i>(Notez les quantités respectives que vous avez déterminées à l'étape 1.)</i>			
1.					
2.					
3.					
4.					
Observations relatives au trajet vers le marché <i>(Temps nécessaire, obstacles, flux commerciaux observés, etc.)</i>					
Nom et fonction de la personne interrogée <i>(Notez son rôle, si sa fonction n'est pas claire.)</i>	Nom de l'entreprise	Type de commerçant <i>(Détaillant/ Grossiste)</i>	Type de produit(s) de base vendu(s)	Téléphone	Inscrit (OUI ou NON)
Où et comment les commerçants s'inscrivent-ils ?					

Évaluation rapide des marchés : Lignes directrices

B. Stocks (Référez-vous aux cartes du système de marché, mettez-les à jour/actualisez-les si nécessaire)

Q1 : Où vous procurez-vous habituellement les produits de base clés ?

(Pour chaque produit de base clé sélectionné à l'étape A, notez les emplacements, fournisseurs, et coordonnées. Veuillez noter que le commerçant peut ne pas offrir la totalité des produits de base évalués.)

Nom du produit de base	Emplacement du (des) fournisseur(s)	Nom du (des) fournisseur(s)	Coordonnées

Q2 : Où conservez-vous généralement votre stock ?

(Notez le(s) type(s) et emplacement(s) du stockage.)

--

Q3 : Votre stockage a-t-il subi les effets du choc récent, et si oui, dans quelle mesure ?

(Notez la réponse, demandez dans quelle mesure le stock a été touché et notez l'explication.)

--

Q4 : Quelles sont les quantités de produits de base clés que vous avez actuellement en stock et quelle est la différence avec les quantités que vous stockez habituellement à cette époque de l'année ?

(Notez la réponse pour chaque produit de base clé ; assurez-vous de noter l'unité, et notez la raison de la différence de stock. Veuillez noter que le commerçant ne stocke peut-être pas chacun des quatre produits de base clés.)

Nom du produit de base	Quantité en stock actuellement	Quantité en stock habituellement	Raison de cette différence (le cas échéant)

Q5 : Êtes-vous toujours en mesure d'obtenir les produits de base clés auprès de vos sources habituelles depuis le choc récent ?

(Notez Oui ou Non pour chacun des produits de base et si la réponse est NON, demandez POURQUOI et notez l'explication.)

Nom du produit de base	Oui/Non	Explication (en l'absence de produit)

Annexes

Q6 : Combien de fois vous réapprovisionnez-vous en produits de base clés avant le choc, et cela a-t-il désormais changé? Quelles quantités de produits de base clés achetez-vous à chaque fois avant le choc, et est-ce toujours le cas?

(Notez les réponses pour chaque produit de base clé avant et après le choc. Pour la fréquence, notez si elle est/était quotidienne, hebdomadaire, mensuelle, etc. ; pour la quantité, notez l'unité – par exemple kilos, sacs, caisses, etc.)

Nom du produit de base	Fréquence de restockage		Quantité remise en stock à chaque fois	
	Avant le choc	Maintenant	Avant le choc	Maintenant

Q7 : Existe-t-il d'autres fournisseurs fiables auxquels vous pouvez acheter les produits de base clés?

(Notez OUI ou NON pour chaque produit de base clé, si la réponse est OUI, demandez À QUI et OÙ et notez la réponse.)

Nom du produit de base	Oui/Non	Si oui, de qui s'agit-il? (notez les coordonnées si possible)	Où (emplacement)

Q8 : Combien de commerçants de votre « taille » approvisionnent ce marché?

(Notez le nombre de commerçants. Si le commerçant semble bien renseigné, demandez-lui le nombre de petits/gros commerçants.)

--

C. Évolutivité du stock (Référez-vous aux cartes du système de marché, mettez-les à jour/actualisez-les si nécessaire)
Q9 : Si la demande de produits de base clés devait augmenter, combien de temps vous faudrait-il pour obtenir des stocks supplémentaires en vue de répondre à cette demande?

(Notez le nombre de jours, semaines ou mois. Assurez-vous de noter l'unité de mesure.)

Nom des produits de base	Temps nécessaire pour répondre	
	Si la demande augmente de 50 %	Si la demande augmente de 100 %

Évaluation rapide des marchés : Lignes directrices

Q10 : Pourriez-vous faire appel à vos fournisseurs actuels pour obtenir un approvisionnement supplémentaire en produits de base clés ?

(Pour chaque produit de base clé, notez la réponse et si la réponse est NON, demandez POURQUOI.)

Nom des produits de base	Oui/Non	Explication

Q11 : Pourriez-vous faire appel à d'autres fournisseurs pour obtenir un approvisionnement supplémentaire en produits de base clés ?

(Pour chaque produit de base clé, notez la réponse.)

Nom des produits de base	Oui/Non	Coordonnées du fournisseur alternatif (si connues)

Q12 : Quels sont les trois principaux facteurs qui peuvent entraver l'augmentation de votre offre de produits de base clés ?

(Notez les trois facteurs pour chacun des produits de base clés par ordre d'importance.)

Nom du produit de base	Facteurs qui entravent l'augmentation de l'offre

Q13 : Comment ces facteurs pourraient-ils être réglés (mentionnés à la question 12 ci-dessus) ?

(Notez les réponses pour chaque facteur qui entrave l'augmentation de l'offre.)

Nom du produit de base	Facteurs qui entravent l'augmentation de l'offre

Q14 : Dans quelle mesure pensez-vous que le prix que vous devez payer changerait si vous deviez augmenter la quantité de produits de base clés que vous commandez à vos fournisseurs, et pourquoi ?

(Pour chacun des produits de base clés, notez la réponse (AUGMENTATION, DIMINUTION, AUCUN CHANGEMENT), en précisant si possible l'ampleur du changement, et notez la raison.)

Nom du produit de base	Augmentation	Baisse	Pas de changement	Explication

D. Accès aux crédits et fourniture de crédits (Référez-vous aux cartes du système de marché, mettez-les à jour/actualisez-les si nécessaire)**Q15 : Avant le choc, faisiez-vous crédit à vos clients ? À combien de clients et sous quelles conditions ?***(Notez le pourcentage de clients auxquels un crédit a été accordé, pour combien de temps et selon quels critères.)*

% des clients auxquels un crédit est accordé	À quelle échéance le crédit doit-il être remboursé ?	Critères pour l'obtention d'un crédit

Q16 : Faites-vous encore crédit à des clients maintenant, après le choc ? À combien de clients et sous quelles conditions ?*(Notez le pourcentage de clients auxquels un crédit a été accordé, pour combien de temps et selon quels critères.)*

% des clients auxquels un crédit est accordé	À quelle échéance le crédit doit-il être remboursé ?	Critères pour l'obtention d'un crédit

Q17 : Selon vos estimations, combien d'argent vos clients vous doivent-ils aujourd'hui ?*(Notez la réponse et indiquez la monnaie.)***Q18 : Vos fournisseurs vous faisaient-ils crédit avant le choc, et pour quel montant ?***(Notez le montant et la monnaie, la durée et les critères d'obtention d'un crédit.)*

Nombre ou pourcentage de fournisseurs faisant crédit	À quelle échéance le crédit doit-il être remboursé ?	Critères d'obtention d'un crédit pour des commerçants

Q19 : Vos fournisseurs vous font-ils encore crédit maintenant, après le choc ?*(Notez le montant et la monnaie, la durée du crédit généralement accordé, et les critères d'obtention d'un crédit.)*

Nombre ou pourcentage de fournisseurs faisant crédit	À quelle échéance le crédit doit-il être remboursé ?	Critères d'obtention d'un crédit pour des commerçants

Q20 : Combien d'argent devez-vous à vos fournisseurs aujourd'hui ?*(Notez la réponse et indiquez la monnaie.)*

Évaluation rapide des marchés : Lignes directrices

E. Comportement des clients

Q21 : Les clients achètent-ils plus ou moins de produits de base clés depuis le choc ? En quelles quantités approximativement ?

(Pour chaque produit de base clé, notez la différence de quantité de produits de base clés achetée – indiquez l'unité, par exemple tasses, kilos, etc.)

Nom du produit de base	Même	Plus	Moins

Q22 : Pourquoi pensez-vous que la demande de vos clients a changé comme décrit ci-dessus ?

(Pour chaque produit de base clé, notez l'explication.)

--

Q23 : Vos clients ont-ils demandé d'autres produits de base depuis le choc ? Lesquels ? (

Notez la réponse et si la réponse est OUI, demandez pour quels produits la demande a augmenté)

--

Q24 : Pourquoi demandent-ils maintenant ces produits de base ?

(Pour chaque nouveau produit demandé, notez l'explication.)

--

Q25 : La demande de crédit a-t-elle changé depuis le choc ?

(Cherchez à savoir si plus de clients veulent des crédits maintenant, et si le montant du crédit demandé par les clients a changé ; si possible, quantifiez la variation sous forme de nombre ou de pourcentage ; recoupez les informations avec les réponses apportées à l'étape relative aux crédits.)

La demande de crédits	a augmenté/a diminué/ est restée la même <i>(Le cas échéant, précisez dans quelle mesure elle a changé.)</i>	Pourquoi ?
Le nombre de clients demandant un crédit a-t-il changé ?		
Le montant du crédit que les clients demandent a-t-il changé ?		

Annexes

F. Variations de prix

Q26 : Dans quelle mesure les prix que vous payez pour acheter les produits de base clés auprès de vos fournisseurs ont-ils évolué depuis le choc ?

(Pour chaque produit, notez le prix d'achat actuel, le prix avant le choc, et le prix à cette période l'année dernière.)

Nom du produit de base	Unité	Prix actuel	Prix avant le choc	Prix de l'année dernière

Q27 : Si les prix auxquels vous payez les produits de base clés à vos fournisseurs ont changé depuis le choc (Q26), dites pourquoi.

(Notez l'explication pour chaque produit de base clé dont le prix a changé.)

Nom du produit de base	Explication de l'évolution du prix d'achat

Q28 : Avez-vous modifié les prix auxquels vous facturez les produits de base clés depuis le choc ?

(Pour chaque produit, notez le prix actuel de vente, le prix avant le choc, et le prix à cette période l'année dernière.)

Nom du produit de base	Unité	Prix actuel	Prix avant le choc	Prix de l'année dernière

Q29 : Si, depuis le choc, vous avez modifié les prix auxquels vous facturez les produits de base clés (Q28), dites pourquoi.

(Notez l'explication pour chaque produit de base clé dont le prix a changé.)

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

Q30 : Dans quelle mesure le prix de vente de chaque produit de base clé a-t-il varié au cours d'une année (saisonnalité) ?

(Notez pour chaque produit et par mois si les prix sont généralement élevés, normaux ou bas.)

Nom du produit de base	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Octobre	Nov.	Déc.

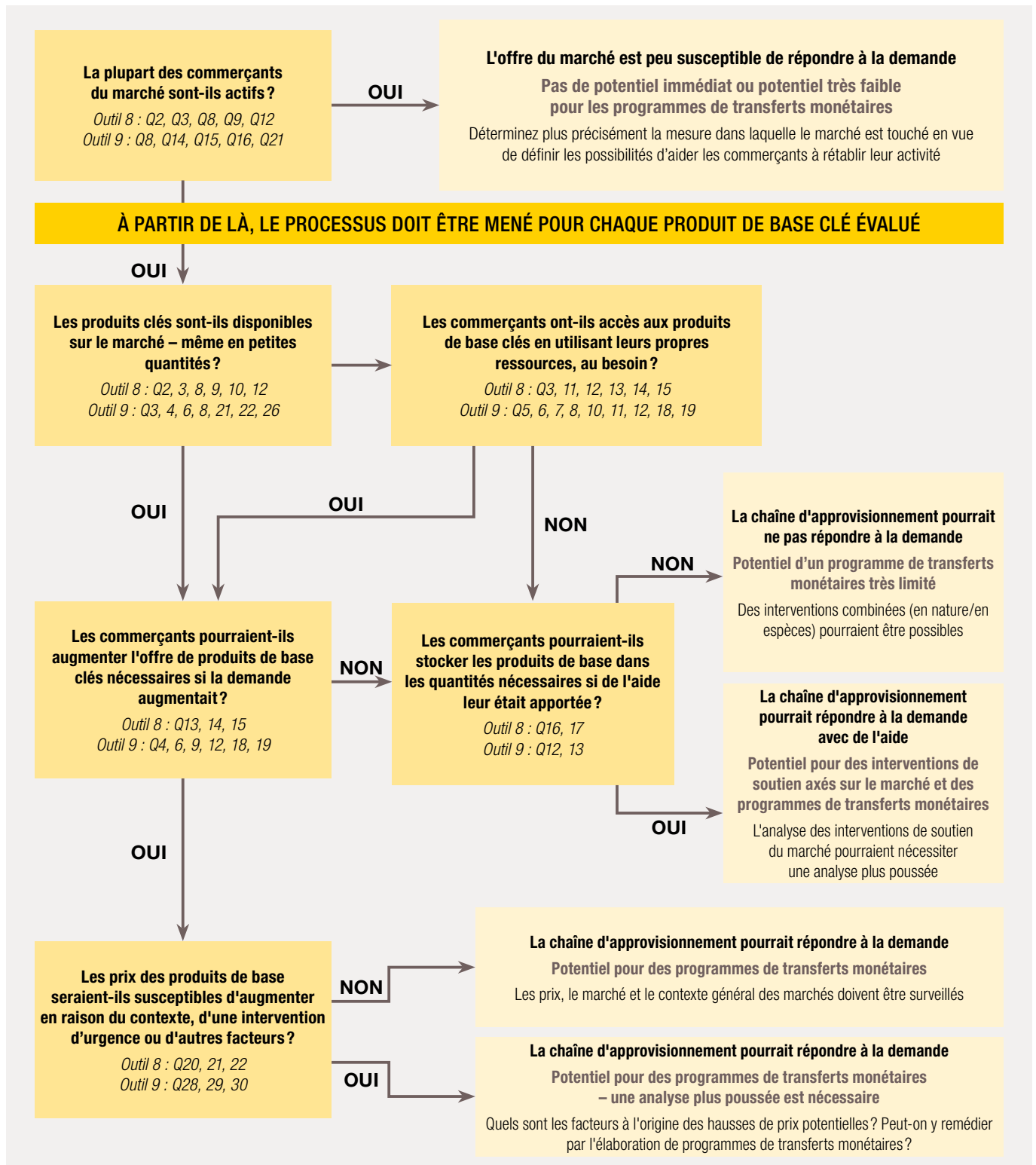
G. Le groupe d'informateurs/de discussion était-il de qualité ? (Notez les observations après l'entretien.)

--

Outil 10 : Résumé des conclusions par marché
(à terminer avant de quitter le marché)

Nom du marché
Les commerçants de ce marché sont-ils à même de fournir les produits clés en quantités suffisantes dans les délais requis ? <i>(Discutez de la question au sein de l'équipe d'ERM et notez la conclusion et la justification)</i>
Quelles hypothèses spécifiques avez-vous formulées sur ce marché pour arriver à votre conclusion ? <i>(Notez les hypothèses que vous avez dû présenter pour parvenir à la conclusion ci-dessus)</i>
Quels aspects requièrent une analyse supplémentaire immédiate ? <i>(Notez les questions qui sont encore en attente d'une réponse pour pouvoir finaliser l'évaluation)</i>
Quelles informations supplémentaires doivent être rassemblées pour avoir une meilleure connaissance des marchés ? <i>(Notez les questions qui peuvent être intéressantes pour une étude plus poussée à un stade ultérieur)</i>
Quels aspects du marché doivent être surveillés pour suivre l'évolution du marché ? <i>(Notez tous les aspects et la manière dont ils peuvent être surveillés)</i>
Quels informateurs est-il utile de contacter pour obtenir des informations supplémentaires ? <i>(Notez le sujet, le nom de l'informateur, et ses coordonnées)</i>
Commentaires à propos de la qualité des informations :

Outil 11 : Arbre de conclusion permettant d'évaluer la capacité de réaction du marché



Outil 12 : Présentation des comptes rendus

RAPPORT D'ÉVALUATION RAPIDE DE MARCHÉ

(INDIQUEZ LE DISTRICT, LE PAYS, LE TYPE DE CHOC ET L'ANNÉE)

Auteur du compte rendu :

Fonction/Titre :

Membres de l'équipe d'ERM et leur fonction :

.....

.....

Date du compte rendu :

Section 1 : Résumé d'analyse du choc et des besoins

Type(s) de choc :	
Date(s) de(s) choc(s) :	
Date de l'ERM :	
Zones touchées évaluées :	
Population totale dans la zone touchée : <i>(Nombre de ménages et de personnes)</i>	
Population touchée dans la zone touchée : <i>(Nombre de ménages et de personnes)</i>	
Taille moyenne des ménages : <i>(Source de l'information)</i>	
Lieux où se trouve la population touchée : <i>(Personnes déplacées dans leur pays/immobilisées dans leur foyer, etc.)</i>	
Marchés évalués :	
Nombre de commerçants (grossistes et détaillants) et de représentants du marché inclus dans l'évaluation :	
Type(s) de marchandises, volume et durée demandée par la population touchée <i>(Quantité, fréquence, durée et toutes spécifications de qualité, si nécessaire)</i>	

Section 2 : Cartographie du marché

2.1 Cartes du marché, emplacement des marchés par rapport aux populations touchées

Le schéma ci-dessous illustre l'emplacement des marchés locaux et influents au sein et à proximité de la zone touchée ainsi que leur proximité géographique de la population touchée.

- Insérez une carte de base qui illustre l'emplacement géographique des marchés. Des conseils en cartographie sont donnés dans l'outil 4.
- Mettez en avant les lieux où se trouvent la population touchée et les marchés utilisés et intégrez une légende de sorte que l'utilisateur puisse facilement identifier les marchés clés, les routes, l'emplacement des populations touchées, etc. Veillez à donner des informations sur l'impact du choc sur les marchés en utilisant les symboles suggérés dans l'outil 4.

2.2 Cartes des marchés de produits de base

Les cartes des marchés de produits de base ci-dessous illustrent la circulation des produits de base clés dans les marchés proches des populations touchées – du grossiste au commerçant et enfin au consommateur.

- Insérez les cartes qui illustrent la chaîne de commercialisation. Des conseils sur la façon de procéder sont disponibles dans l'outil 4. Si vous disposez d'une carte qui représente tous les produits, assurez-vous que cette information est clairement indiquée.
- Si vous pouvez illustrer les données sur les prix, les volumes et le nombre de commerçants, veuillez le faire sur les cartes du marché ou les intégrer dans un tableau.
- Légendez les cartes afin que l'utilisateur puisse facilement identifier les types de commerçants/d'acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Veillez à donner des informations sur l'impact du choc sur les marchés en utilisant les symboles suggérés dans l'outil 4.

Section 3 : Cartes du marché et analyse des commerçants

Après avoir examiné les cartes (ci-dessus) et les informations recueillies à l'aide des outils de l'ERM, les conclusions suivantes peuvent être tirées :

1. L'impact du choc sur *l'accès physique de la population touchée aux marchés*.
(*Décrivez l'impact du choc sur l'accès au marché – qu'est-ce qui a changé dans le comportement des consommateurs et des commerçants? Ces changements sont-ils à long terme?*)
2. *Demande/pouvoir d'achat* des ménages touchés et changements de comportement des consommateurs.
(*La population touchée a-t-elle les moyens financiers d'acheter les produits alimentaires et non alimentaires dont elle a besoin? Si oui, quel pourcentage/proportion de ses besoins peut-elle satisfaire? Reportez-vous aux informations recueillies à l'étape 1 de l'ERM*)
3. L'impact du choc sur la *chaîne d'approvisionnement* en produits alimentaires et non alimentaires requis dont la population touchée a besoin.
(*En utilisant les données des étapes 1 et 2 de l'ERM, définissez de quelle façon la chaîne d'approvisionnement a été compromise par un choc. Décrivez tout changement de comportement des consommateurs ou des commerçants qui en découle.*)
4. La *capacité des détaillants et des grossistes d'accroître leur offre* pour répondre à une demande accrue en produits alimentaires et non alimentaires et les conséquences correspondantes en termes de prix (le cas échéant).
(*En fondant votre réflexion sur l'étape 2 de l'ERM et les produits de base clés demandés par la population touchée, déterminez si oui ou non les commerçants sur les marchés seront en mesure de répondre à une demande. Si les prix sont susceptibles de varier, veuillez préciser dans quelle mesure et quelles seraient les conséquences de ces variations. Tenez compte des questions relatives à la capacité des grossistes, au transport, au stockage et aux crédits qu'il faudrait peut-être régler pour y parvenir.*)
5. *Variations des types (de la qualité) et des quantités de produits demandés* par les commerçants et les ménages (le cas échéant).
(*Si le choc a modifié les préférences des ménages et des commerçants vis-à-vis de certains produits - en termes de qualité, de volume et de fréquence, veuillez l'indiquer ici.*)
6. L'impact du choc sur les *prix des produits alimentaires et non alimentaires*.
(*Sur la base des données (primaires et secondaires) relatives aux prix, décrivez l'impact du choc sur les prix et les conséquences de ces changements.*)
7. Possibilités d'*interventions axées sur le marché* pour soutenir la réhabilitation du marché.
(*Sur la base des exercices de cartographie du marché et des entretiens avec les commerçants, quelles interventions pourraient soutenir la capacité des commerçants d'accroître l'offre, quand seraient-elles nécessaires et pour quelle durée?*)

8. Considérations liées au marché qui *nécessitent une attention immédiate* ou une analyse plus approfondie (en utilisant le Guide d'analyse de marché ou les outils 13, 14 et 15 de surveillance de l'ERM) en cas de lancement d'une intervention ou d'activités de sensibilisation.

(Cela peut inclure des préoccupations concernant des questions telles que la sécurité des commerçants ou des bénéficiaires, les détournements, la politique du gouvernement, les niveaux élevés de la dette des bénéficiaires ou des commerçants, le monopole de grossistes, etc.)

9. *Hypothèses, difficultés et défis* rencontrés au cours de l'évaluation dont les utilisateurs du compte rendu de l'ERM doivent être conscients.

(Indiquez éventuellement des hypothèses formulées lors de la collecte des données et de l'analyse ainsi que des réflexions relatives à la fiabilité des données.)

10. Expérience relative à la mise en œuvre dans la région et aux *leçons apprises* à ce sujet, ainsi qu'*activités prévues ou mises en œuvre par d'autres organismes*.

(La mise en application des leçons tirées de programmes d'urgence antérieurs peut bénéficier à des interventions futures et influencer des décisions. Si aucune information n'est disponible à partir de l'examen de données secondaires, etc., l'indiquer ici. Le fait de savoir ce que d'autres organismes ont l'intention de faire peut également influencer les décideurs, surtout lorsque des programmes ou des interventions monétaires de soutien du marché sont prévus.)

Section 4 : Conclusions

Le tableau 1 (ci-après) résume les marchés analysés et les options d'interventions possibles à examiner lors de l'analyse de l'intervention.

- Des marchés supplémentaires peuvent être ajoutés si plus de quatre marchés ont été évalués. Dans ce cas, il serait utile de transférer ce tableau vers un fichier Excel si un grand nombre de marchés ont été évalués.
- Des informations complémentaires peuvent être ajoutées au tableau; telles que les délais de mise en œuvre, le temps de latence, des considérations saisonnières, etc. Dans ce cas, le transfert du tableau vers un fichier Excel peut être plus approprié pour en faciliter l'utilisation.
- Si possible, les données provenant d'autres organismes qui entreprennent des analyses de marché doivent être incluses, afin de réduire au minimum la duplication de données collectées et de coordonner les efforts de soutien.
- Sur la base des résultats de la mise en œuvre de l'outil 11, l'arbre de conclusion indique quelles options sont recommandées.

Tableau 1 : Résumé tous les marchés analysés (par l'équipe d'ERM et une plus large communauté de pratique) et fournit des commentaires à prendre en compte lors de l'analyse de l'intervention.

	Marchés où l'offre pourrait potentiellement augmenter pour chaque produit de base, y compris dans les cas où l'aide de commerçants supplémentaires serait nécessaire				Capacité du marché de répondre à une demande accrue	Options possibles pour la discussion et l'analyse postérieures
	Indiquer le nom du marché	Indiquer le nom du marché	Indiquer le nom du marché	Indiquer le nom du marché		
Produits de base demandés par la population touchée par un choc					<ul style="list-style-type: none"> • L'offre du marché est peu susceptible de répondre à la demande • La chaîne d'approvisionnement pourrait ne pas répondre à la demande • La chaîne d'approvisionnement pourrait répondre avec de l'aide • La chaîne d'approvisionnement peut répondre à la demande 	<ul style="list-style-type: none"> • Le potentiel immédiat en matière de programmes de transferts monétaires est inexistant/très limité • Le potentiel en matière de programmes de transferts monétaires est très limité • Il existe un potentiel en matière de programmes de transferts monétaires et d'interventions de soutien axées sur le marché • Il existe un potentiel en matière de programmes de transferts monétaires + surveillance • Il existe un potentiel en matière de programmes de transferts monétaires MAIS une analyse approfondie est nécessaire

Annexes

Outil 13 : Formulaire pour le relevé des prix de détail

Nom du marché :

Emplacement :

Date/horaire de collecte :

Monnaie utilisée :

		Détaillant 1		Détaillant 2		Détaillant 3		Détaillant 4		Détaillant 5	
Nom											
Numéro de téléphone											
Produit de base	Spécification	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix
1)											
2)											
3)											
4)											

		Détaillant 6		Détaillant 7		Détaillant 8		Détaillant 9		Détaillant 10	
Nom											
Numéro de téléphone											
Produit de base	Spécification	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix
1)											
2)											
3)											
4)											

Commentaires et observations :

Outil 14 : Formulaire pour le relevé des prix de gros

Nom du marché :

Emplacement :

Date/horaire de collecte :

Monnaie des prix indiqués :

		Grossiste 1		Grossiste 2		Grossiste 3		Grossiste 4		Grossiste 5	
Nom											
Numéro de téléphone											
Produit de base	Spécification	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix
1)											
2)											
3)											
4)											

		Grossiste 6		Grossiste 7		Grossiste 8		Grossiste 9		Grossiste 10	
Nom											
Numéro de téléphone											
Produit de base	Spécification	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix	Unité	Prix
1)											
2)											
3)											
4)											

Commentaires et observations :

Annexes

Outil 15 : Formulaire d'information sur les données secondaires relatives aux prix

Produit de base	Entité chargée de la collecte des données	Nom(s) du (des) marché(s)	Nombre de sources	Unité	Prix au détail ou en gros	Description des caractéristiques du produit de base	Fréquence de la collecte de données	Durée de la collecte de données	Les prix sont-ils des moyennes (comment sont-ils calculés) ?
Exemple : Riz	Bureau des statistiques agricoles	Davao City	N/A	1 kg	Détail	Riz local blanchi ordinaire	Mois	Durant le mois entier	Moyennes simples

Notes

Les Principes fondamentaux du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge

Humanité

Né du souci de porter secours sans discrimination aux blessés des champs de bataille, le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, sous son aspect international et national, s'efforce de prévenir et d'alléger en toutes circonstances les souffrances des hommes. Il tend à protéger la vie et la santé ainsi qu'à faire respecter la personne humaine. Il favorise la compréhension mutuelle, l'amitié, la coopération et une paix durable entre tous les peuples.

Impartialité

Il ne fait aucune distinction de nationalité, de race, de religion, de condition sociale et d'appartenance politique. Il s'applique seulement à secourir les individus à la mesure de leur souffrance et à subvenir par priorité aux détreesses les plus urgentes.

Neutralité

Afin de garder la confiance de tous, le Mouvement s'abstient de prendre part aux hostilités et, en tout temps, aux controverses d'ordre politique, racial, religieux et idéologique.

Indépendance

Le Mouvement est indépendant. Auxiliaires des pouvoirs publics dans leurs activités humanitaires et soumises aux lois qui régissent leur pays respectif, les Sociétés nationales doivent pourtant conserver une autonomie qui leur permette d'agir toujours selon les principes du Mouvement.

Volontariat

Il est un mouvement de secours volontaire et désintéressé.

Unité

Il ne peut y avoir qu'une seule Société de la Croix-Rouge ou du Croissant-Rouge dans un même pays. Elle doit être ouverte à tous et étendre son action humanitaire au territoire entier.

Universalité

Le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, au sein duquel toutes les Sociétés ont des droits égaux et le devoir de s'entraider, est universel.



CICR

Organisation impartiale, neutre et indépendante, le Comité international de la Croix-Rouge (CICR) a la mission exclusivement humanitaire de protéger la vie et la dignité des victimes de conflits armés et d'autres situations de violence, et de leur porter assistance. Le CICR s'efforce également de prévenir la souffrance par la promotion et le renforcement du droit et des principes humanitaires universels. Créé en 1863, le CICR est à l'origine des Conventions de Genève et du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, dont il dirige et coordonne les activités internationales dans les conflits armés et les autres situations de violence.

www.icrc.org



La Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (Fédération internationale) a pour mandat de faire progresser l'action humanitaire que mènent les Sociétés nationales en faveur des personnes vulnérables.

En coordonnant les secours internationaux en cas de catastrophe et en encourageant l'aide au développement, elle vise à prévenir et à atténuer les souffrances humaines.

Ensemble, la Fédération internationale, les Sociétés nationales et le Comité international de la Croix-Rouge forment le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge.

www.ifrc.org