

Rapport de progrès 2010

Version provisoire

Novembre 2010

|  |
| --- |
| Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières  58 rue Raulin–69361 Lyon CX 07 / Tél. : 33 (0)4 7869 79 59 / Fax : 33 (0)4 78 69 79 56  45 bis, av. de la Belle Gabrielle–94736 Nogent sur Marne / Tél. : 33 (0)1 43 94 72 01 / Fax : 33 (0)1 43 94 72 17  Courriel : [avsf@avsf.org](mailto:avsf@avsf.org) / Internet : [www.avsf.org](http://www.avsf.org) / Association Reconnue d’Utilité Publique |

SOMMAIRE

[ABREVIATIONS/ACRONYMES 3](#_Toc282570669)

[1 INTRODUCTION 8](#_Toc282570670)

[2 RESUME EXECUTIF 9](#_Toc282570671)

[3 EXECUTION DETAILLEE PAR COMPOSANTE 11](#_Toc282570672)

[3.1 Composante 1 : Amélioration de la gestion du Projet 12](#_Toc282570673)

[3.2 Composante 2 : création des chaines de fabrication et de distribution de matériels 13](#_Toc282570674)

[3.3 Composante 3 : Amélioration du revenu des producteurs par le biais du SMI 20](#_Toc282570675)

[3.4 Composante 4 : Capitalisation et valorisation des expériences du Projet 22](#_Toc282570676)

[Les activités relatives à cette composante ne sont pas encore suffisamment développées. 22](#_Toc282570677)

[3.5 Réalisations budgétaires du Projet 22](#_Toc282570678)

[4 EVALUATION DE LA MISE EN œuvre DU PROJET 23](#_Toc282570679)

[4.1 L’environnement du Projet 23](#_Toc282570680)

[4.2 Réussites des approches et leçons apprises dans la mise en œuvre du Projet 24](#_Toc282570681)

[4.3 Avancement du Projet en matière de partenariat 25](#_Toc282570683)

[4.4 Résultats du Projet 26](#_Toc282570684)

[4.5 Les contraintes de la mise en œuvre du Projet 27](#_Toc282570685)

[4.6 Mesures prises et activités à entreprendre en 2011 pour atteindre les objectifs 29](#_Toc282570686)

[5 CONCLUSION 36](#_Toc282570687)

# ABREVIATIONS/ACRONYMES

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| AROPA | : | Appui aux Réseaux d'Organisations Paysannes et au Service Agricole |
| AVSF | : | Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières |
| CAPFIDA | : | Cellule d’Appui aux Programmes FIDA |
| CDAM | : | Centre de Développement Agricole de Manjakandriana |
| CFP | : | Centre de Formation Professionnelle |
| CIRDR | : | Circonscription du Développement Rural |
| CSA | : | Centre de Service Agricole |
| CTHA | : | Centre Technique Horticole d’Antananarivo |
| DRDR | : | Direction Régionale de Développement Rural |
| EPSA | : | Ecole Professionnelle des Sciènces Agricoles |
| FAFAFI/SPAM | : | Fampandrosoana ny Fambolena sy Fiompiana /Synodam-Paritany Avaratr'i Mania |
| FFTS | : | Fikambanana Fampandrosoana ny Tantsaha Sofia |
| FIDA | : | Fond International pour le Développement Agricole |
| FTA | : | Farming & Training Agriculture (Association) |
| GRH | : | Gestion de Ressources Humaines |
| IDEI | : | International Development Enterprise India |
| IIM | : | Institut Islamique de Madagascar. |
| JCI | : | Jeune Chambre Internationale Amoron’i Mania |
| MINAGRI | : | Ministère de l’Agriculure |
| ONG | : | Orgnisation Non Gouvernementale |
| OP | : | Organisation Paysanne |
| PPN | : | Produits de Première Nécessité |
| PPRR | : | Programme de Promotion de Revenus Ruraux |
| PROSPERER | : | Programme de Soutien aux Pôles de Micro-Entreprises Rurales |
| PSDR | : | Projet de Soutien au Développement Rural |
| REV | : | Revendeurs |
| SD | : | Site de démonstration |
| SEOL | : | Système d’Engrais Organique Liquide |
| SMI | : | Système de Micro-Irrigation |
| TC | : | Technico-commerciaux |
| UPDR | : | Unité pour la Politique de Développement Rural (MINAGRI) |
| VMLTI | : | Vondrona Mandrindra ny Seha-pihariana Tsaramaso Itasy |
| WWF | : | World Wide & Forest |

Liste des tableaux

Schéma 1. Photo des réalisations sur la création des chaînes de fabrications et de distribution de matériels

Tableau 1. Les étapes parcourus par SCAMPIS Madagascar

Tableau 2. Réalisations du Projet pour les années 2009 et 2010

Tableau 3. Structure des prix de vente des matériels

Tableau 4. Taux de réduction des coûts de fabrication avec les alternatives

Tableau 5. Nombre des visites groupées enregistrées dans les sites de démonstration

Tableau 6. Les causes de la mauvaise qualité des sites de démonstration

Tableau 7. Typologie des revendeurs

Tableau 8. Typologie des technico-commerciaux

Tableau 9. Evolution des prix de vente des matériels (MGA, 1 EUR : 2 700 MGA)

Tableau 10. Nombre de sites de démonstration hors zones SCAMPIS

Tableau 11. Détails sur la vente des revendeurs avant et pendant la promotion (date : 31/11)

Tableau 12. Vente directe par AVSF et Clients

Tableau 13. Les facteurs qui ont limité la vente (par ordre d’importance décroissant)

Tableau 14. Nombre de bénéficiaires des matériels

Tableau 15. Réalisation budgétaire pour l’année 2010 (avec frais administratif)

Tableau 16. Les gains obtenus sur quelques spéculations dans des bons sites de démonstration

Tableau 17. Effets créés par la mise en œuvre du Projet

Tableau18. Evaluation du budget minimum pour renforcement des dispositifs de terrain (2011)

Tableau 19. Budget matériels SMI nécessaires (2011 et 2012) pour atteindre les objectifs (EUR)

Tableau 20. Structures locales susceptibles d’être appuyées pour la mise en œuvre des actions

Tableau 21. Répartition des objectifs quantitatifs du Projet

Tableau 22. Nombre des pôles de diffusion et des dispositifs à atteindre (2011)

Tableau 23. Catégorie des sites de démonstration à mettre en place

Tableau 24. Essai d’évaluation du nombre minimum de technico-commerciaux

Tableau 26. Cadrage du cahier des charges entre les fabricants et SCAMPIS

### Tableau 26. Situation budgétaire en fin 2011 par rapport au nouveau PTBA 2011

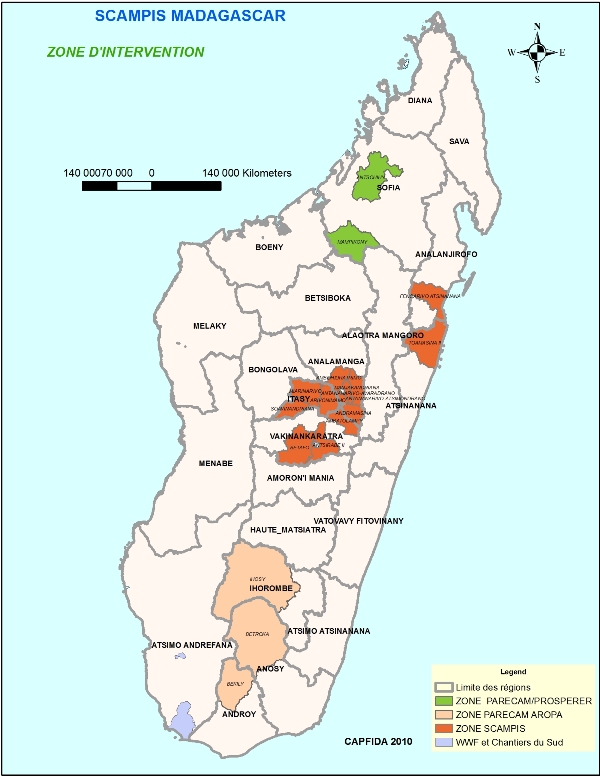
Liste des annexes

**Annexe 1. Plan de Travail et de Budget Annuel 2011**

**Annexe 2. Dispositifs de Suivi-Evaluation du Projet**

**Annexe 3. État de dépenses (SOE)**

**CARTE D’INTERVENTION DU PROJET**



**ORGANIGRAMME DE L’EQUIPE DU PROJET**

**ACN AVSF – AF**

Appui-supervision

**CN AVSF**

Accompagnement – Facilitation

Appui au développement de partenariat

**10 TECHNICIENS ANIMATEURS (TA)**

Mise en œuvre des activités de terrain

Développement de partenariat local

**01 TECHNICIEN D’EXPERIMENTATION (TE)**

Gestion des activités de la station d’expérimentation

Développement de partenariat local

**Responsable du Projet – (RP)**

Gestion du Projet Programme, GRH, Administration & Finance), passation marchés

**ASSISTANT TECHNIQUE - AGRONOME (AT)**

Suivi et accompagnement de l’équipe de terrain

**ASSISTANTE ADMINISTRATIVE/FINANCIERE (AAF)**

Gestion des dossiers administratifs et financiers - comptabilité – achats/logistique

FS/CAPFIDA1

**CN AVSF** : Coordinateur National AVSF

**ACN AVSF – AF** : Assistante à la Coordination Nationale chargée de l’Administration et de Finance

Personnel d’appui

Equipe SCAMPIS

Partenaires opérationnels

**TECHNICO-COMMERCIAUX (TC) (TCTC TCDIST**

**PROPRIETAIRES**

**Sites de démonstration**

**FABRICANTS**

**REVENDEURS**

**AVSF France**

Appui thématique, Supervision Gestion Financière et Comptable

**Facilitateur CAPFIDA**

(suivi-evaluation, mise en œuvre)

# INTRODUCTION

L’année 2010 marque l’entrée de SCAMPIS Madagascar dans une phase importante de sa mise en œuvre, qu’est la création des chaînes de fabrication et de distribution des matériels SMI. Elle est aussi marquée par les 5 missions[[1]](#footnote-2) qui ont permis à l’équipe d’améliorer sa stratégie, ainsi que la qualité de la mise en œuvre des activités de terrain, mais surtout de ses réflexions en vue de la mise à l’échelle du SMI à Madagascar.

Même si le Projet a démarré dans un contexte difficile *(environnement peu incitatif aux investissements et aggravé par la crise politique)*, son acquis a permis de démontrer la faisabilité de la promotion du SMI à Madagascar.

Les résultats des ventes réalisées par les distributeurs pendant une durée courte (4 mois et demi), décalée de 5 mois par rapport à la période propice de la vente de matériels (moisson de riz) et ayant coïncidé à la période de soudure sont prometteurs. Plusieurs acteurs ont manifesté leurs intérêts à promouvoir le SMI dans leurs zones d’intervention. La démonstration a été lancée avec des partenaires ans 5 autres régions, ce qui a permis à SCAMPIS de toucher 10 régions. Le Ministère de l’Agriculture a réitéré sa volonté d’appuyer cette mise à l’échelleI.

L’analyse de ces résultats de la campagne (y comprise l’évaluation participative avec les paysans et les dispositifs commerciaux), a permis d’affiner la stratégie d’intervention du Projet. L’amélioration de son Système de Suivi-Evaluation, dont la mise en œuvre en 2010, fera l’objet d’un manuel léger à appliquer par l’équipe du Projet et des partenaires.

Le présent rapport de progrès a été établi 20 mois après l’installation de l’équipe, 14 mois après la mise en place des premiers sites de démonstration (avec des matériels importés), et 5 mois après la mise sur le marché des technologies ayant été mises au point par l’équipe. Complété par les notes de ces 4 missions suscitées, il décrit les réalisations relatives aux 4 résultats attendus du Projet et donne une analyse des aspects stratégiques et opérationnels de sa mise en œuvre. De ce fait, il constitue déjà une pré-capitalisation des expériences du Projet.

Toutefois, il est important de noter que dans cette analyse, l’équipe a fait express de ne pas prendre en compte certains facteurs prohibitifs de la demande dont le Projet ne pourra pas influencer, vu sa période et ses moyens limités. Parmi ces facteurs qui constituent des contraintes à part, l’on peut citer :

* la qualification par les paysans de l’achat de kits comme un « investissement à risque ». En effet, jusqu’à maintenant, les kits goutte à goutte restent encore les seuls matériels que les paysans malgaches laissent en permanence dans les champs ;
* l’absence de la « culture d’économie d’eau » chez les paysans, ajoutée des moindres contraintes en eau de la zone du Projet (réseaux hydrographiques denses, précipitations 1 200 à plus de 2 000 mm par an) ;
* la faible performance du maraîchage, causée par le manque d’infrastructures, de services de qualité et l’incapacité des paysans à maîtriser les prix des légumes ;
* la psychose de pénurie de PPN dans les zones rurales (causée par crise politique), qui a amené des paysans à minimiser leurs dépenses, voire la vente de leurs productions.

# RESUME EXECUTIF

A part l’exécution avortée du chantier d’assainissement productif (SEOL), la 1ère année de SCAMPIS Madagascar étaient consacrée à la préparation de concrétisation de sa stratégie (de création des chaînes de fabrication et de distribution des technologies SM)I. Cette dernière n’a été concrétisée qu’à partir de mai 2010, avec le démarrage de la fabrication locale, du fait du temps prix par la démonstration, de l’évaluation de la campagne avec les paysans, et la mise au point des technologies à partir de cette évaluation.

**Tableau 1. Les étapes parcourus par SCAMPIS Madagascar**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Etapes** | **2009** | | | | | | | | | | **2010** | | | | | | | | | | | | | | |
| **M** | **J** | **Jt** | **A** | **S** | | **O** | **N** | **D** | | **J** | **F** | **M** | **A** | **M** | | **J** | **Jt** | | **A** | **S** | **O** | **N** | **D** | |
| Recrutement1 | R |  |  | T |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Importation de matériels2 |  | C |  |  |  | R |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mise en place des 1ers SD3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Evaluation avec les paysans |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Création modèles de matériels |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Identification, formation DC4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Démarrage de la fabrication** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mise en place nouveaux SD |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Mise sur le marché (technologies)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Evaluation avec les paysans |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Affinage stratégie/ partenaires |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Phase de préparation | | | | | | | | | | | | | | Phase de création des chaînes de fabrication/distribution | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**1 Recrutement** : Responsables (R) - Techniciens (T) - **2 Importation des matériels** : Commande (C) – Réception (R) - 3 SD : Sites de démonstration - 4 DC : **Dispositifs Commerciaux** (Revendeurs, Technico-Commerciaux)

**Schéma 1. Photo des réalisations sur la création des chaînes de fabrications et de distribution**



Le suivi de la fabrication des matériels a fait état d’une création de 50 emplois même encore non permanents. A part les 49 revendeurs qui ont pu réaliser de revenu grâce à la vente, le développement de service d’assistance technique a permis de créer une valeur ajoutée avec les 43 technico-commerciaux ayant affiché un engagement sur les actions de promotion du SMI.

Le suivi de la mise en œuvre a fait état des 1 389 bénéficiaires de l’adoption, dont 306 ont acheté directement des matériels auprès des revendeurs.

**Tableau 2. Réalisations du Projet pour les années 2009 et 2010 (situation du 30 novembre 2010)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Réalisations** | **Unité** | **2 009** | **2 010** | **Total** |
| SD et PR ayant été mis en place | sites/parc | 748 | 934 | 1 682 |
| Familles adoptant les technologies du SCAMPIS | ménages | 647 | 742 | 1 389 |
|  | | | | |
| SD mis en place dans la zone SCAMPIS | sites | 97 | 172 | 269 |
| Familles ayant des SD dans la zone SCAMPIS | ménages | 97 | 172 | 269 |
|  | | | | |
| SD mis en place hors de la zone SCAMPIS | sites | - | 32 | 32 |
| Familles ayant des SD hors zones SCAMPIS | ménages | - | 61 | 61 |
|  | | | | |
| Parcelles de réplication avec de kits gratuits | parcelles | 651 | - | 651 |
| Familles de réplication ayant gratuitement de kits | men. | 550 | - | 550 |
|  | | | | |
| Parcelles (réplication) avec des kits achetés aux revendeurs | parc. |  | 439 | 439 |
| Familles (réplication) ayant acheté de kits aux revendeurs | men. | - | 306 | 306 |
|  | | | | |
| Parcelles (réplication) avec des kits achetés au Projet | parc. |  | 9 | 9 |
| Familles ayant acheté de kits subventionnés aux Projets | men. | - | 9 | 9 |
|  | | | | |
| Parcelles des institutions ayant acheté de kits au Projet) | parc. |  | 77 | 77 |
| Institutions1 ayant acheté des kits au Projet | parc. | - | 4 | 4 |
|  | | | | |
| Parcelles (réplication) des vulnérables (prix vulnérables) | parc. |  | 205 | 205 |
| Familles vulnérables ayant acheté de kits (prix "vulnérables") | men. | - | 190 | 190 |
| *SD ; Sites de démonstration - PR : Parcelle de réplication* |  |  |  |  |

1 D’autres producteurs (non quantifiés) ont encore bénéficié indirectement du Projet à travers ces institutions (centres de formation).

En matière de réalisation budgétaire, le Projet est actuellement arrivé à une réalisation cumulée de 426 218 EUR, soit 58 % de son budget contractuel, ce qui amène à un ratio de 4 633 EUR par Commune. Le ratio par bénéficiaire semble inapproprié pour le moment, car une partie de ce budget a été consommée sur les activités relatives au SEOL qui n’ont été arrêtée en mai 10.

L’objectif à atteindre en matière du nombre de bénéficiaires est encore limité. Cette situation est due essentiellement :

* au temps pris par la mise au point des technologies et la fabrication qui a fait décaler de 5 mois la mise sur le marché des matériels par rapport à la moisson de riz, et l’a fait coïncider avec la période de soudure (rentrée scolaire, préparation des rizières) ;
* des imperfections sur les activités de communication de masse et de démonstration, causées essentiellement par le budget et l’insuffisance du temps pour les actions de communication de masse et de démonstration ;
* des facteurs prohibitifs de la demande en technologies du SMI ayant été évoqués ci-haut.

Les principales contraintes du Projet résident dans son budget et sa période de mise en œuvre limités.

L’affinage de la stratégie de 2011 a eu pour objectif de limiter les effets néfastes de ces contraintes afin de mieux répondre au principal enjeu du Projet, qu’est l’augmentation de la demande en matériels SMI et l’amélioration de la qualité du suivi des clients, dans une approche intégrant davantage les couches pauvres et les vulnérables (pro-poor approach).

# EXECUTION DETAILLEE PAR COMPOSANTE

La mise en œuvre du Projet prévoit 04 composantes formulées par rapport aux 4 résultats attendus :

|  |  |
| --- | --- |
| Composante 1 : | **Amélioration de la gestion du Projet** (*Résultat 0 : Le Projet est géré de manière efficace selon les procédures d’AVSF et de FIDA)* |
| Composante 2 : | **Création des chaînes de fabrication et de distribution des matériels** *(Résultat 1 : Un réseau autonome d'opérateurs économiques assure la fabrication, la distribution et la maintenance des SMI)* |
| Composante 3 : | **Amélioration des revenus des producteurs par le biais du SMI** *(Résultat 2 : Grâce au SMI, les producteurs améliorent la productivité du maraîchage et la qualité des produits, et bénéficient d'une valeur ajoutée accrue sur les marchés)* |
| Composante 4 : | **Capitalisation et valorisation des expériences du Projet** *(Résultat 3 : L'expérience du Projet est analysée, son impact mesurée et fait l'objet d'une large diffusion auprès du gouvernement malgache, des associations de producteurs et du secteur privé au niveau national)* |

Plusieurs lignes d’activités ont été définies pour chacune des ces 4 composantes. Celles liées à la première ont été engagées pour répondre particulièrement au souci d’efficience du Projet, en particulier la réduction des impacts de la surcharge du staff national, causée par l’expédition des affaires courantes, entre autres :

* la coordination/supervision des activités de terrain et la mise en œuvre du Système de Suivi-Evaluation ;
* le suivi de la fabrication et la logistique des matériels (achats locaux/importation de certaines pièces, dispatching des matériels, gestion des stocks...) ;
* la gestion de la station d’expérimentation (approvisionnement, suivi, gestion des ouvriers et des données), qu’est une activité nécessaire pour la mise au point des technologies et la constitution des référentiels techniques et économiques en matière d’adoption du SMI;
* la gestion financière et comptable du Projet qui a, particulièrement, fait un état de 2 016 écritures entre Janvier au Novembre 2010, soit une moyenne de 200 écritures par mois.

## Composante 1 : Amélioration de la gestion du Projet

### **Activités réalisées**

* **Ligne d’activités 0.1 : Amélioration de la Gestion Financière et Comptable du Projet**
* Amélioration des outils de gestion financière et comptable (procédure de paiement, gestion de trésorerie, état des frais d’entretien/carburants des véhicules,...).
* Groupage et optimisation des achats et de paiements pour réduire le nombre d’écritures comptables et d’achats par caisse et accélérer le suivi budgétaire.
* **Ligne d’activités 0.2 Amélioration de la Gestion Logistique**
* Amélioration de la gestion des stocks et du suivi des matériels(amélioration des fiches de stocks, codification des matériels, contrôle des stocks)
* Amélioration de la gestion du parc roulant (amélioration des outils de suivi de l’utilisation et de calcul des frais d’entretien et de carburants, contrôle de l’état des véhicules...)
* **Ligne d’activités 0.3 : Renforcement des Ressources Humaines**
* Formation des techniciens animateurssur le Système de Suivi-Evaluation (y compris, le rapportage des activités) et les techniques d’animation**.**
* Réalisation d’une quinzaine de descentes de suivi sur terrain (Assistant Technique et Responsable du Projet).
* Tenue d’une séance d’évaluation participative avec les personnelspour mieuxconnaître leursbesoins d’accompagnement et les aider à faire une auto-évaluation (les critères d’évaluation concertés avec eux).
* Utilisation des fiches individuelles de suivi et notation des personnels suivant, pour améliorer leurs performances.
* **Ligne d’activités 0.4 : Amélioration de la communication interne et externe du projet**
* Tenue des 5 réunions techniques et 4 réunions de coordination de l’équipe
* Amélioration de la brochure de présentation du Projet
* 05 présentations du Projet au niveau national (lancement de la campagne 2010, réunion des directeurs du MINAGRI, 03 AG des OP faitières,...)
* 44 participations des techniciens dans des réunions au niveau district et commune
* Présentation du Projet avec distribution de 12 800 prospectus sur SCAMPIS lors de tous les évènements et les réunions qui ont vu la participation de l’équipe  et des visites de courtoisies effectuées par les responsables.
* **Ligne d’activités 0.5 : Amélioration du Système de Suivi-Evaluation (SSE) du Projet**
* Réalisation d’une enquête légère de référence du Projet
* Amélioration des outils de SSE et suivi de leur l’utilisation(fiches signalétiques des propriétaires et cahier de suivi des SD, fiches d’information sur les clients, fiches signalétiques des distributeurs et de technico-commerciaux, registre de vente...)
* Tenue d’un atelier d’évaluation et d’affinage du SSE(novembre 2010)

### **Résultats spécifiques obtenus**

Le nombre d’acteurs ayant pris connaissance du SMI et du Projet a augmenté. Le Projet a reçu des sollicitations des partenaires pour l’extension de ses activités dans d’autres zones.

Sur la mise en œuvre, la gestion des stocks des matériels a été améliorée et l’équipe a pu maintenir l’état des motos. La mise en œuvre du système de suivi-évaluation est rodée, et l’équipe a eu les informations pour l’améliorer.

Le groupage de certains achats et paiements (carburants/lubrifiants, services photocopie et impression,...), a permis de réduire le nombre des écritures comptables, la réduction des achats avec la caisse et améliorer la maîtrise de l’utilisation des véhicules.

**Remarque :**

Toutes les activités prévues dans cette composante ont été réalisées. De plus, pour raison de nécessité, d’autres activités non prévues initialement ont été entreprises (séance de lancement de la campagne 2010, formation de l’équipe, enquête de référence...).

L’expérience dans cette composante a amené l’équipe à monter un manuel de mise en œuvre léger du Projet (GRH, Gestion Financière, Gestion Logistique et SSE) qui sera appliqué en 2011.

## Composante 2 : création des chaines de fabrication et de distribution de matériels

### **Activités entreprises**

* **Ligne d’activités 1.1 : Création et appui à la fabrication des modèles de matériels**
* **Mise au point des modèles de matériels** répondant aux exigences techniques du SMI et aux perceptions paysannes**,** en partenariat avec03 entreprises (PACK GASIC’ART, INNOVAGRI et JO-SAMMY) : pompes à pédales, kits d’irrigation goutte à goutte, sacs en bâche soudée, cuve en bidons de récupération assemblés.
* **Importation des matériels et de pièces de fabrication :** 3 tonnes de tuyaux latéraux, 45 000 vannettes de kits goutte à goutte

Les 45 000 vannettes reçues ne sont pas conformes à la commande, ce qui a obligé l’équipe à chercher une solution locale (fabrication de vannes principales) et commander de nouveau 19 000 bonnes vannettes qui sont obligatoires pour les kits 100 m².

A part les pièces importées, des matériels déjà commandées en fin 2009 ont été reçus : 260 kits pour 100 m² (mars 2010), 240 pompes aspirantes et 140 pompes refoulantes (ces dernières ne fonctionnent pas bien et ne sont pas encore commercialisées).

* **Lancement de la fabrication**avec les 3 entreprises qui ont été accompagnées par le Projet dans la conception des équipements de fabrication, l’organisation de travail, le contrôle de qualité des matériels et la prise de notes (données).

Le coût des kits est dégressif en fonction de la superficie, comme le tableau ci-dessous le montre.

**Tableau 3. Structure des prix de vente des matériels**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Eléments du prix** |  | **Kits goutte à goutte** | | | | |  | **Pompe** |  | **SAC PP2** |  | **Bâche** |  | **Bidon** |
|  | **50 m²** |  | **100 m²** |  | **200 m²** |  | aspirante |  | 140 lt |  | 200 lt |  | 240 lt |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Prix de vente aux producteurs |  | **39 470** |  | **76 355** |  | **116 237** |  | **193 501** |  | **8 446** |  | **23 150** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Part des REV- TC1 (20-25% prix de gros) |  | **6 578** |  | **12 726** |  | **19 373** |  | **38 700** |  | **1 408** |  | **2 105** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Prix de gros |  | **32 892** |  | **63 629** |  | **96 865** |  | **154 800** |  | **7 038** |  | **21 045** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Marge unitaire du fabricant (13-15%) |  | **4 212** |  | **6 959** |  | **12 635** |  | **15 000** |  | **918** |  | **2 745** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Coût de revient du fabricant |  | **28 680** |  | **56 670** |  | **84 230** |  | **139 800** |  | **6 120** |  | **18 300** |  | **15000 - 21 000** |

*1REV : revendeurs, TC (Technico-commerciaux) – 2Sac PP : Sac en propylène + gaine plastique*

Il est à noter que ces kits sont encore conçus avec les spécificités qui les rendent les plus chers : terrains de 0 à 5% de pente, cultures denses (oignon, carotte, brède,...), terrains carrés (kits 100 m²). Le coût de fabrication diminue si le kit est conçu pour un terrain plat, une culture moins dense et un terrain rectangulaire de 100 m².

**Tableau 4. Taux de réduction des coûts de fabrication avec les alternatives**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Type Kits** | Terrain plat | Cultures moins serrés | Terrain 100 m²  (5 x 20 m) | Terrain plat/cultures moins serrées | Terrain plat 5 x 20 m, cultures moins serrées |
| **Kits 50 m²** | 5% | 4% |  | 9% |  |
| **M 100m²** | 10% | 5% | 19% | 15% | 34% |
| **M 200 m²** | 10% | 17% |  | 27% |  |

La fabrication nécessite une organisation et un contrôle de qualité très rigoureux, depuis l’achat des pièces jusqu’à l’emballage, pour être achevée à temps, avec une maîtrise de la qualité (facilité du montage/démontage, absence des fuites d’eau, uniformité des écartements des tuyaux, étanchéité des sacs d’eau, mise au complet des pièces des matériels), et des coûts des matériels (minimisation des pertes de tuyaux PVC et du coût de la main-d’œuvre...).

* **Ligne d’activités 1.2 : Démonstration des intérêts du SMI**
* **Identification et mise en place des sites de démonstration**

L’identification des sites a été déjà entamée dès février 2010, et ce, avec 4 critères : existence des contraintes en eau, engagement des propriétaires, visibilité (proximité des lieux d’attraction publics), et existence des clients potentiels autour.

Parc contre, leur mise en place n’a été faite qu’à partir de mai, en même temps que la mise au point des matériels. Les sites ont été installés petit à petit avec les corrections des imperfections sur les matériels, ce qui a ralenti leur mise en place. A cause de cette situation, seuls 172 sites de démonstration ont été mis en place sur une prévision de 250.

Comme il s’agit des supports marketing et de formation, le Projet a essayé de démontrer la faisabilité de l’adoption avec le maximum de légumes, en priorisant les plus cultivés dans les districts (cf. Annexe). Ce qui implique aussi la nécessité de travailler avec des producteurs qui ont les moyens pour assurer la bonne conduite des parcelles, ainsi que la disponibilité de temps pour le partage d’informations.

* **Pose de panneaux pour chaque site et affichage d’information sur les sites** dans différents endroits(50 en moyenne par district).
* **Animation des visites groupées** **par les propriétaires des sites** au profit des paysans, élèves, personnels du MINAGRI et du Secrétariat d’Etat à l’Enseignement Technique.

**Tableau 5. Nombre des visites groupées** **enregistrées dans les sites de démonstration**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Propriétaires des sites** | **Nombre de sites** | **Nb. visites groupées** | **Nombre visiteurs** | **Nb visites**  **/site** | **Nb visiteurs**  **/site** |
| Paysans individuels | 164 | 106 | 1 304 | 0,65 | 8,0 |
| Centres de formation1 | 08 | 21 | 780 | 2,62 | 97,5 |
| **Total** | **172** | **127** | **2 084** |  |  |

*1 Centre EPSA Bevalala, CFP Don Bosco Ivato et Ijely Miarinarivo, Ferme-Ecole Tombotsoa Antsirabe, Centre ASA Arivonimamo, Centre de Formation Saint Benoît Fénérive-Est (Jeunes, paysans), Communautsé des Ursulines (Imeritsiatosika) et des Sœurs Jeanne Delanoue (Ambatofotsy).*

Les Centres de formation étaient plus dynamiques en matière de visites organisées.

|  |
| --- |
| **Remarque sur le nombre limité des femmes dans la démonstration**  Le caractère « investissement à risque » de l’adoption du SMI a limité le nombre des femmes impliquées dans la démonstration. Seize (16) sites sur 172 mis en place (9,3 %) sont déclarés appartenant aux femmes. En effet, informées de la clause de sécurité des matériels dans la convention (les propriétaires sont tenues à assurer la sécurité des matériels), bon nombre de femmes se sont désistées. Certaines d’entre elles n’ont pas osé prendre de décision de recevoir les kits sans l’accord de leurs maris. C’est pourquoi, les sites sont inscrits au nom de ces derniers. |

**Résultat des sites de démonstration**

Parmi les 172 sites mis en place (zone Scampis), 136 ont donné des résultats satisfaisants en matière de gains de temps, de consommation d’eau, de réduction du coût de traitement et de production.

Les 36 sites restant n’ont pas donné de bons rendements, à cause surtout du **manque de motivation** des propriétaires (achat fumier/intrants, entretien des cultures, suivi du fonctionnement des kits,...), de la **mauvaise qualité des semences** et des faits indépendants des propriétaires (divagation, rats, escargots, gel, maladie du propriétaire).

**Tableau 6. Les causes de la mauvaise qualité des sites de démonstration**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Région** | **Nombre** | **Motivation** | **Conduite1** | **Semences** | **Eau** | **Divers2** |
| Analamanga | 12 | 5 | 3 | 2 |  | 2 |
| Itasy | 3 | 2 |  |  | 1 |  |
| Vakinankaratra | 11 | 4 |  | 3 | 1 | 3 |
| Cote-Est (2 régions) | 10 | 3 | 1 | 4 |  | 2 |
| **Total** | **36** | **14** | **4** | **9** | **2** | **7** |
| % | 100,0% | 38,9% | 11% | 25,0% | 5,6% | 19,4% |

2*Non respect de la fiche technique, manque de filtre, hauteur trop faible des sacs, 1Divers : divagation, rat, escargot, gel,* 3 L*es paysans accaparés par des fêtes traditionnelles (tsaboraha) ont délaissé leurs parcelles*

* **Lignes d’activités 1.3 : Création de la chaîne de distribution des matériels**
* **Mise en place du réseau de distribution et d’assistance technique de proximité**

Identification, formation et accompagnement des revendeurs et des technico-commerciaux dans la définition de leurs modalités de collaboration (04 ateliers).

Appui à la contractualisation entre les revendeurs et les technico-commerciaux.

Le Projet a identifié et formé 49 revendeurs, dont 40 parmi eux sont des individuels, et le reste est composé d’associations, de coopérative et d’une ONG (FAFAFI/SPAM) qui encadre un réseau de 25 revendeurs d’intrants (03 vendent des matériels SMI), et anime un réseau d’animateurs bénévoles (6 assurent les fonctions des TC).

**Tableau 7. Typologie des revendeurs**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Type de revendeurs** | **Individuels** | **Associations1** | **ONG2** | **Coopératives3** | **Total** |
| Répartition | 40 | 02 | 03 | 04 | **49** |

*1 CDAM (Manjakandriana) – Centre Tsinjoaina (Imeritsiatosika) - ). 2 LIANTSOA (Ambatolaona) – FIKOTAMIFI Analavory, et Soavinandriana, TARATRA (Fénérive-Est).*

Quatre vingt deux (82) technico-commerciaux ont été identifiés et formés, dont la majorité interviennent à titre individuel.

**Tableau 8. Typologie des technico-commerciaux**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Type de technico-commercial** | **Individuels** | **Membre/des OP** | **Affiliés aux boutiques** | **Autres** | **Total** |
| Répartition des TC | 59 | 19 | 4 | **-** | **82** |
| (dont partenaires de FAFAFI1) | 51 | 61 |  |  | **11** |
| Nombre des femmes | 6 |  |  |  |  |

* **Dispatching des matériels sur le marché en deux vagues** (une première vague entre mi-juillet et août 2010, et une deuxième vague à partir de 15 septembre 2010).
* **Actions de communication de masse/publicité**(expositions aux marchés, participations aux foires, affichage de posters, réalisation des émissions et spots publicitaires radiodiffusés).

Le suivi de la communication de masse du Projet a fait état des réalisations suivantes :

271 expositions aux marchés faites par les TC dont 185 assistées par les techniciens animateurs du Projet ;

participation aux 11 foires (2 nationales, 3 régionales et 6 communales) et aux 2 journées mondiales (nutrition, sécurité alimentaire) ;

affichage de plus de 1 000 posters dans différents bureaux (CSA, revendeurs, CIRDR, Communes, Fokontany...), et lieux d’attraction publics ;

réalisation de 20 diffusions d’une émission intitulée « Aina ny Rano »  (trad. libre : « L’eau c’est la vie », et diffusion de 48 spots publicitaires dans 3 radios de proximité (Radio Don Bosco, Radio Feon’Itasy et Radio Tantsaha Soavinandriana).

* **Facilitation de l’accès des producteurs aux technologies et stimulation de la demande**

Subvention des matériels avec un taux moyen de 50 % et octroi d’une pompe à pédales à tout groupe de 10 personnes achetant chacune 1 kit goutte à goutte.

Augmentation des parts des revendeurs et technico-commerciaux par rapport aux normales pour les motiver davantage dans leurs activités.

Organisation d’une offre promotionnelle (entre le 01 octobre et le 30 novembre)

**Tableau 9. Evolution des prix de vente des matériels** (MGA, 1 EUR : 2 700 MGA)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Matériels** | | **Pompes importées** | **Pompes locales** | **Kits 50 m² (+ sac)** | **Kits 100 m² (sans sac)** |
| **Prix sans subvention** | Prix de gros (aux revendeurs) | 192 712 | 154 800 | 32 190 | 65 021 |
| Marge des revendeurs | 14 453 | 19 100 | 1 931 | 3 901 |
| Commission des TC | 14 453 | 19 100 | 4 507 | 9 103 |
| Prix de vente (producteurs) | **221 618** | **193 001** | **38 628** | **78 025** |
| Subvention | 0% | 0% | 0% | 0% |
| **Prix avant promotion** | Prix de cession | 60 000 | 75 000 | 6 000 | 18 000 |
| Marge des revendeurs | 10 000 | 10 000 | 5 000 | 5 000 |
| Commission des TC | 15 000 | 15 000 | 14 000 | 15 000 |
| Prix de vente (producteurs) | **85 000** | **100 000** | **25 000** | **38 000** |
| Subvention | 62% | 45% | 49% | 49% |
| **Prix de promotion** | Prix de cession | 40 000 | 60 000 | 3 000 | 10 000 |
| Marge des revendeurs | 8 000 | 8 000 | 3 000 | 4 000 |
| Commission des TC | 12 000 | 12 000 | 9 000 | 11 000 |
| Prix de vente (producteurs) | **60 000** | **80 000** | **15 000** | **25 000** |
| Subvention | **73%** | **56%** | **68%** | **67%** |

Pendant la promotion, les parts des dispositifs commerciaux ont été révisées à la baisse, car le Projet voulait qu’ils contribuent aussi à la promotion. Ce principe a été partagé avec les concernés qui n’en ont fait aucune objection.

* **Recouvrement des coûts par les techniciens animateurs du Projet.**

Le recouvrement aurait du être confiée à un prestataire, mais l’équipe a été obligée de la faire elle-même. Cette situation vient de l’épuisement du budget de matériels pour l’année, à causa de la dévaluation de l’euro par rapport à la monnaie locale (l’euro a chuté de 2 950 à 2 450 MGA entre mai et août) et l’existence des achats non prévus (19 000 vannettes, 500 sacs en bâches).

En général, le recouvrement n’a pas présenté de problème majeur. Un montant de 11 350 400 MGA (4 200 EUR) est recouvré et versé dans le sous compte du Projet.

* **Ligne d’activités 1.4 : Déclenchement de la mise à l’échelle en dehors de la zone SCAMPIS**

La manifestation des intérêts des partenaires a amené SCAMPIS à catalyser le processus de mise à l’échelle dans 6 autres régions. Le Projet a pris en charge les matériels et a mandaté un Consultant pour former les acteurs et les techniciens locaux sur le SMI et la mise en place des sites de démonstration.

La prise en charge du Consultant a été assurée par le SCAMPIS pour 2 régions (Sofia et Atsimo Andrefana) et par le Programme AROPA pour deux autres (Anosy et Androy). Le suivi des sites a été par les organismes d’appui techniques de ces partenaires.

Cette activité a permis de mettre en place 32 SD comme le tableau ci-dessous le montre.

**Tableau 10. Nombre de sites de démonstration hors zones SCAMPIS**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Régions** | **Partenaires** | **Districts** | **Nb.**  **de SD** | **Bénéfi-ciaires** | **Encadreurs** |
| Sofia1 | PROSPERER | Mampikony, Antsohihy | 18 | 18 | FFTS |
| Anosy1 | AROPA | Betroka, Bekily | 4 | 16 | FAFAFI, CARE |
| Androy | AROPA | Bekily | 2 | 8 | FAFAFI, CARE |
| Ihorombe2 | AROPA | Ihosy | 2 | 8 | DRDR |
| Atsimo Andrefana2 | AVSF/WWF | Betioky | 5 | 5 | AVSF |
| Haute Matsiatra2 | PROSPERER | Ambalavao | 1 | 6 |  |
| **Total** | | | **32** | **61** |  |

* 1 *Actions entrant dans le cadre de l’amélioration de revenu (culture d’oignon). Les sites de démonstration se trouvent dans deux importants bassins de production d’oignon de Madagascar.*

80 % des sites installés dans le Sofia et l’Atsimo Andrefana ont donné des bons résultats. Les autres viennent encore d’être mis en place.

La mise en place de ces sites sera poursuivie avec la mise en œuvre d’un pack d’actions qui réplique la stratégie du Projet.

### **Analyse de la performance des ventes**

Le suivi chez les revendeurs a fait état d’une vente de 546 matériels tout confondu avec 306 clients.

**Tableau 11. Détails sur la vente des revendeurs avant et pendant la promotion** (date : 31/11)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Matériels** | **Total livrés** | Vendus avant et pendant la promotion | | | % |
| avant  (15/07 – 30/11) | pendant  (01/10-30/11) | **Total** |
| Pompes importées | 121 | 03 | 08 | 11 | 9,0 % |
| Pompes locales | 246 | 49 | 47 | 96 | 39,0 % |
| Kits pour 50 m² (M50) | 1 089 | 103 | 197 | 300 | 27,7 % |
| Kits pour 100 m² (M100) | 217 | 127 | 12 | 139 | 64,1 % |
| **Total** | **1 545** | **282** | **264** | **546** | **35,3 %** |
| **Nombre de clients** |  | **150** | **156** | **306** |  |

A part ces 546 matériels vendus par les revendeurs, 10 pompes à pédales et 82 kits goutte à goutte ont été vendus directement par le Projet à 12 Clients pour des raisons: matériels à mettre en place dans plusieurs Communes mais paiement par chèque (AVRDC), revendeurs encore non identifiés.

**Tableau 12. Vente directe par AVSF et Clients**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Acheteurs** | **Pompes locales** | **Kits**  **50 m²** | **Kits**  **100 m²** | **Remarque** |
| AVRDC1 | 04 | - | 60 | Pour 30 petits semenciers maraîchers |
| JCI2 | 01 | 04 | - | Pour un centre de l’association |
| FTA3 | 01 |  | 09 | Mis en place dans un site de formation |
| IIM4 | 04 | - | 04 | Pour la formation des jeunes dans son centre |
| 05 particuliers |  | 05 |  | Vendus lors de la foire FIERMADA |
| **Total** | **10** | **09** | **73** |  |

*1 AVRDC : Projet d’appui à la filière semencière, JCI2 : Jeune Chambre Internationale Amoron’i Mania, 3FTA Association Farming & Training Agriculture, 4 IIM Institut Islamique de Madagascar.*

Ces tableaux confirment les informations recueillies sur terrain depuis le mois de Juin. En effet, il a été constaté que beaucoup de paysans :

préfèrent les pompes à pédales aux kits goutte à goutte qui leur présentent plus de risques (vols, ennuis techniques) et leur demandent du temps pour voir les résultats ;

préfèrent de loin les pompes locales (encore vendues plus chères) aux pompes importées ;

reprochent la petitesse des kits 50 m². En effet, malgré la livraison partielle et tardive des kits 100 m² par rapport aux kits 50 m², les premiers ont encore affiché un taux de vente meilleur.

A priori, les tableaux ci-dessus montrent un résultat encore faible par rapport à l’objectif de cette année (3 000 bénéficiaires atteints). Plusieurs causes ont été à l’origine de cette situation.

**Tableau 13. Les facteurs qui ont limité la vente** (par ordre d’importance décroissant)

|  |
| --- |
| **Facteurs et explications** |
| 1. **Retard et chevauchement de la vente des matériels avec la période de soudure**   N’étant démarrée qu’en mi-juillet, la vente a été décalée de **4-5 mois** par rapport à la période de moisson de riz(février-mars), où les paysans ont plus de possibilité pour des petits investissements. Ce retard a été dû au temps pris par la mise au point des technologies (Janvier – mai) et la fabrication. Il a fait aussi coïncider la vente avec la période de soudure (préparation des rizières, rentrée scolaire), ce qui a encore amplifié les contraintes financières des paysans. |
| 1. **Imperfections sur la communication de masse :**   Le Projet n’a participé qu’aux 6 foires communales sur 42 prévues et a réalisé seulement 271 expositions sur 343 prévues faites par les TC (185 assistées par les techniciens du Projet). Cette situation vient de la crise politique qui a réduit le nombre des Communes ayant pu organiser des foires, du temps pris par la mise au point des matériels qui a retardé le démarrage des expositions et de la rareté des marchés dans certains districts.  Les expositions aux marchés ont connu une assistance limitée (16 750 personnes/271 expositions, soit 61/exposition), à cause surtout de l’insuffisance de leur visibilité et du manque de sonorisation). Même si cet effectif semble sous-estimé, il soulève la limite de l’action qui n’a pas déclenché suffisamment des échanges inter-paysans.  Le cas d’enlèvement des posters par des inconnus était particulièrement important dans 2 Communes de concentration maraîchère où plus de 50 % des ménages vivent des travaux maraîchers, en particulier de l’arrosage (Anjeva, Ambohimanambola). Ce qui laisse l’équipe à penser aux actions visant à faire échouer la promotion du SMI.  L’attirance des posters qui sont jolis à voir, semblait aussi inciter des gens à les utiliser comme objets de décoration dans leurs chambres (un cas de ce genre a été constaté).  L’utilisation des radios semble la plus efficace pour l’amélioration de la communication sur les revendeurs et la démonstration. Mais à cause de l’intensité des autres activités, le Projet n’a pu la démarrer qu’en octobre. |
| 1. **Imperfections de la démonstration**  * Sur les 250 prévus, seuls 172 SD ont été mis en place, à cause surtout de l’attente de la mise au point des technologies, le démarrage de la commercialisation et la lenteur des paysans dans la préparation des sols qui ont ralenti la vitesse de l’installation des matériels. Au début, l’équipe a été obligé de corriger des imperfections sur les matériels déjà installés car la mise en place des sites a encore coïncidé avec la mise au point des matériels. * La petitesse des kits 50 m² a limité la démonstration des intérêts du SMI face aux contraintes en eau comme les maraîchers les perçoivent (réduction de la pénibilité et du coût élevé de l’arrosage). En effet, il a été constaté qu’une personne peut encore arroser facilement une surface de 50 m² et que pour une famille, le besoin en main-d’œuvre extérieure ne se fait sentir qu’à partir de 2 ares. * Cette petitesse des kits 50 m² a limité aussi la visibilité et les échanges inter-paysans autour de l’innovation. Elle semble aussi causer en partie le manque de motivation des paysans sur leur entretien (138 sites sur les 172 mis en place et 34 sites sur les 36 qui n’ont pas donné des bons résultats sont équipés avec des kits 50 m). * Sur les 164 sites paysans, 106 visites organisées seulement ont été enregistrées. Cette situation vient du manque de budget du Projet pour l’organisation de ce genre de visites, la motivation limitée de certains technico-commerciaux et la peur des paysans sur le vol. * Depuis septembre, 24 paysans (soit 14 %) n’ont plus renouvelé leurs cultures à cause du tarissement de leurs points d’eau. Or, c’était la meilleure occasion pour démontrer les intérêts du SMI. Cette situation vient du fait que le Projet n’a pas eu le moyen pour appuyer les producteurs dans l’approvisionnement en eau (mini-forages, bassins tampons...). |
| 1. **Imperfections chez les revendeurs**  * Il a été constaté que la proximité limitée des points de vente a influencé la vente des matériels. C’est le cas des 3 districts (Ambatolampy Manjakandriana Ambohidratrimo) où l’on trouve un ratio moyen de 1 revendeur pour 5,5 Communes. * Le problème commun des revendeurs réside sur le manque de place pour le stockage des matériels qui a affecté aussi la propreté des matériels et réduit leur attirance. |
| 1. **Imperfections constatées chez certains technico-commerciaux**  * Sur les 82 technico-commerciaux mis en place, 39 n’ont pas affiché suffisamment leur engagement sur les actions du Projet (assiduité aux réunions, sensibilisations...), à cause surtout du système de paiement des commissions (après la vente) et la contrainte temps pour certains (Chefs de quartier, quartiers mobiles, employés des Communes, techniciens des revendeurs,....) ; * Toutefois, un engagement fort a été noté chez des technico-commerciaux déjà habitués à travailler en bénévolat (animateurs de l’ONG FAFAFI, de certains vulgarisateurs de base... * Bon nombre de technico-commerciaux ont encore affiché une faible capacité dans l’assistance aux clients, à cause de l’insuffisance de leur formation, causée surtout par le manque de budget pour organiser des ateliers de recyclage/échanges. |
| **Remarque importante :**   * Les 4 dernières imperfections sont dues surtout au manque de moyens financiers du Projet, qui a conduit à une surcharge du travail de l’équipe déjà très restreinte et à l’insuffisance des actions de renforcement de capacité et de motivation des dispositifs de terrain. * En se basant sur la difficulté de la révision à la hausse des prix et du souci de pérennité des actions, l’équipe a évité d’aller vers un taux de subvention trop élevé. Aujourd’hui, elle ne dispose pas encore des informations qui vérifient la pertinence des taux de subvention ayant été appliqués (autour de 50 % des prix aux producteurs pour le lancement et 70 % pour la promotion). Cette situation vient surtout du retard de la vente et de la période encore courte de la commercialisation. |

## Composante 3 : Amélioration du revenu des producteurs par le biais du SMI

### **Activités réalisées (Janviers-octobre 2010)**

* **Ligne d’activités 2.1. Mise au point des techniques culturales adaptées au paysannat**

Cette mise au point a été faite dans la station d’expérimentation a pour objectif de comparer les gains obtenus (temps de travail, quantité d’eau apportée, production) avec l’arrosage et l’adoption du SMI et de définir des les meilleures spécificités techniques des matériels et des protocoles de conduite culturale adaptés au paysannat.

* **Ligne d’activités 2.2. Renforcement des appuis techniques aux adoptants**
* **Accompagnement des technico-commerciaux dans l’assistance aux clients.** Un TC est tenu à faire au moins 3 visites d’appui chez les clients (pendant la préparation du sol, l’installation du matériel et en cours de culture).
* **Distribution des 12 800 fiches techniques (+ 12 800 notices) lors de toutes les occasions** (foires/expositions, réunions, visites de courtoisie,...) et incorporation systématique des fiches techniques dans les kits goutte à goutte.
* **Ligne d’activités 2.3. Appuis spécifiques aux vulnérables**

Il s’agit d’une  action test  ayant pour objectif de « *rattraper la  perte des opportunités des pauvres/vulnérables détournées par les riches* » pouvant être causée par la commercialisation. Elle vise à renforcer les bénéficiaires à prévenir les chocs susceptibles de les rendre vulnérables à travers la facilitation de leur accès aux technologies SMI. Les activités ont été réalisées en collaboration avec 04 partenaires travaillant avec des familles pauvres, notamment :

* l’Association Village de la Joie ou AVJ (Imerimandroso), qui accueille des enfants des familles pauvres, en prenant en charge leur scolarisation et leurs soins. En contrepartie, les parents travaillent dans le Centre un jour par semaine ;
* le Centre Tsinjoaina qui appuie un réseau de 4 000 paysans dans le District d’Arivonimamo, avec un objectif d’améliorer le revenu de ces derniers, à travers l’encadrement technique et la facilitation de leur accès aux moyens ;
* l’association VITA (Fiadanana Fandriana), qui accueille des enfants des 125 familles en difficultés. Appuyée par une association réunionnaise, VITA adopte les principes d’AVJ (contribution parentale). Elle a développé un système de « crédit zébu » à fonds revolving et entend le copier avec les matériels SMI en 2011 ;
* l’Association Les Chantiers du Sud ou LCS ( Androka, District Ampanihy) qui regroupe environ 500 paysans dans une situation de vulnérabilité accrue, causée par l’aridité, l’enclavement et la marginalisation de leur zone. LCS a un objectif de contribuer à la réduction de la famine dans leur Commune et ses environs.

Les intérêts de SCAMPIS dans la collaboration avec ces partenaires sont multiples : partage du concept de l’appui à la réduction de la vulnérabilité, pérennité des actions, non gratuité des matériels, objectif de résoudre la famine (LCS), facilitation de l’accès aux matériels par le système de fonds revolving (Centre Tsinjoaina et VITA).

* + **Activités réalisées**
* **Echanges sur le concept d’appui à la réduction de la vulnérabilité avec les partenaires puis identification des bénéficiaires sur la base des critères définis**. Ont été définies comme familles vulnérables, celles (i) qui n’ont pas de terre ou qui n’en ont que très peu, (2) qui n’ont pas les moyens pour scolariser et soigner leurs enfants et (3) qui vivent essentiellement du salariat agricole (journée) et les familles monoparentales (VITA).
* **Formation des animateurs des partenaires (SMI) et mise en place des parcelles d’adoption**

Le mode d’acquisition des matériels par les bénéficiaires n’est pas le même : mise à disposition pour les bénéficiaires d’AVJ et A.C.L.E.S et achat par les bénéficiaires eux-mêmes pour le Centre Tsinjoaina et LCS (5 000 MGA les kits 50 m²). 190 familles ont bénéficié l’action comme le tableau ci-dessous récapitule.

**Tableau 14. Nombre de bénéficiaires des matériels**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Régions** | **Partenaires** | **Bénef.** | **Kits 20 m² (IDE)** | **Kits 50 m²** | **Kits 100m²** | **Pompes (IDE)** |
| Analamanga | AVJ 1 | 20 |  | 15 | 10 |  |
| Itasy | Tsinjoaina | 70 |  | 70 |  | 07 |
| Amoron’i Mania | VITA3 | 10 |  | 10 |  |  |
| Atsimo Andrefana | LCS | 100 | 75 | 25 |  |  |
| **Total** | | **190** | **75** | **120** | **10** | **07** |

### **Résultats spécifiques obtenus**

* + Des référentiels techniques sur l’adoption du SMI et des données d’expérimentation sont obtenus. La fiche technique sur la conduite culturale intégrant le SMI a été améliorée. Les référentiels techniques sur l’adoption seront sortis après la fin de la campagne.
  + Environ 60% des parcelles mises en place avant la promotion ont donné des bons résultats en matière de production. Les échanges avec les revendeurs ont permis de savoir que pour éviter la pluie, bon nombre de clients ont profité la promotion, juste pour se procurer de matériels qu’ils ne mettront en place qu’en 2011.
  + Le Projet n’est pas encore en mesure de tirer des conclusions sur l’appui aux vulnérables, du fait de la nécessité de temps pour avoir des résultats avec ce genre d’appui.

## Composante 4 : Capitalisation et valorisation des expériences du Projet

### **Activités réalisées**

## Les activités relatives à cette composante ne sont pas encore suffisamment développées.

* **Ligne d’activités 3.1 : Mise en œuvre du chantier de capitalisation** (cf. Note de mission de Fred Apollin) qui tourne autour de la méthodologie du Projet.

Montage d’un document qui enregistre toutes les informations ayant trait à l’intervention du Projet : études/capitalisations existantes, articles, flotte d’idées, de remarques et de questions émises par l’équipe et des partenaires.

* **Ligne d’activités 3.2 : Diffusion des expériences du Projet**

Le Projet a pu partager ses expériences grâce à sa participation dans un atelier national sur les filières semencières et à une vidéoconférence sur le changement climatique. Au niveau institutionnel, une exposition sur ses expériences et ses orientations a été faite au profit du MINAGRI (visites des sites et des fabricants, exposé dans la réunion des directeurs)

### **Résultats obtenus**

### **Existence des sollicitations des acteurs à collaborer avec SCAMPIS**

### **Affirmation de la volonté du MINAGRI de soutenir l’équipe du Projet dans la mise à l’échelle du SMI**, à travers notamment :

* + la mise en œuvre des actions de plaidoyer visant à réduire les coûts des matériels (exonération des taxes sur les achats de pièces) ;
  + la mobilisation des bailleurs de fonds et le financement des actions de mise à l’échelle à travers ses projets ;
  + l’implication de ses démembrements (Direction/Service) au niveau régional/national dans la facilitation de la diffusion/communication.

## Réalisations budgétaires du Projet

### **Rappel sur la restructuration du budget 2010**

Compte tenu du souci de qualité de l’intervention du Projet, la restructuration budgétaire (2010 et 2011) a été déjà axée sur l’amélioration de la capacité d’absorption de l’équipe (augmentation du budget de suivi terrain, recrutement d’un prestataire de service sur la logistique des matériels), le renforcement de la communication de masse.

### **Réalisations budgétaires du Projet**

Le suivi budgétaire (provisoire) du Projet a fait état d’une réalisation de 288 137 EUR au 31 décembre 2010.

**Tableau 15. Réalisation budgétaire pour l’année 2010 (avec frais administratif)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Catégorie** | **Prévision** | **Réalisé** | Ecarts | % écarts |
| I Coût du personnel | 68 651 | 54 863 | - 13 788 | -20% |
| II- Subvention pour la création de connaissance | 37 708 | 39 110 | 1 402 | 4% |
| III-Subvention pout les matériels | 146 497 | 163 012 | 16 515 | 11% |
| IV- Fonctionnement | 33 220 | 31 152 | - 2 068 | -6% |
| **Total** | **286 076** | **288 137** | **- 2 061** | -1% |

C’est avec les budgets des catégories II et III que le Projet a dépassé les montants prévus, sans toutefois arriver au plafond fixé par l’accord de don (10 %).

* Pour la Catégorie II :

Le dépassement vient des dépenses imprévues (mission du technicien IDE India, participations aux 11 foires). Le Projet a décidé de reporter deux activités en 2011 (production de chansons traditionnelles et réalisation d’un documentaire de 20 mn) pour des raisons techniques (attente de la version renforcée de la démonstration) et financières (augmentation des dépenses relatives aux foires).

L’analyse de cette catégorie révèle la souffrance budgétaire du Projet sur le renforcement des capacités de ses dispositifs d’intervention (techniciens animateurs, revendeurs et technico-commerciaux). A titre d’exemple, le Projet n’a pas pu organiser même un atelier de recyclage/échanges au profit des technico-commerciaux et des revendeurs.

* Catégorie III :

Le dépassement budgétaire de cette catégorie vient de la dévaluation de l’euro qui a chuté de 2 950 à 2 450 MGA entre mai et août, l’existence des autres commandes non prévues (19 000 vannettes, 500 sacs en bâches) et l’augmentation des coûts de dédouanement des matériels due aux problèmes de paperasse qui ont fait trainer la procédure de dédouanement.

En conséquence, le Projet était dans l’incapacité de prendre le prestataire de service logistique et de procéder à la dernière commande prévue de pièces (IDE India). C’est pourquoi, cette activité a été menée par l’équipe elle-même.

Le suivi budgétaire (provisoire) au mois de décembre a fait état d’une réalisation cumulative de 426 218 EUR pour 2009 et 2010, soit une réalisation de 58 % du budget contractuel.

**Tableau 15. Réalisation budgétaire cumulative pour les 2 années** (avec frais administratif 10%)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Catégorie** | 2009 | 2010 | Cumul | Accord de don | % |
| I Coût du personnel | 21 637 | 54 863 | 76 500 | 167 332 | 45,7% |
| II- Subvention pour la création de connaissance | 44 308 | 39 110 | 83 417 | 123 088 | 67,8% |
| III-Subvention pout les matériels | 62 778 | 163 012 | 225 791 | 365 025 | 61,9% |
| IV- Fonctionnement | 9 358 | 31 152 | 40 510 | 79 553 | 50,9% |
| **Total** | **138 081** | **288 137** | **426 218** | 735 000 | 58,0% |

# EVALUATION DE LA MISE EN œuvre DU PROJET

## L’environnement du Projet

SCAMPIS Madagascar a démarré en pleine crise politique qui semble continuer à perdurer. Après 20 mois d’intervention du projet, cette crise n’est pas encore dénouée et continue à amplifier l’effritement du pouvoir d’achat des ménages. De plus, elle semble causer une psychose de pénurie de PPN chez les ménages surtout les ruraux. Ces derniers ont essayé de limiter au minimum leurs dépenses en particulier celles relatives à leurs activités agricoles, voire même la vente de leur production afin de prévenir cette pénurie de PPN.

La persistancede l’insécurité dans le milieu rural semble amplifier la psychose de pénurie de PPN et le souci des paysans sur les vols de kits de micro-irrigation.

Par contre, au niveau économique, la politique d’austérité adoptée par le Gouvernement et l’apport des devises par les grandes exploitations minières ont permis de limiter le niveau de l’inflation, ce qui n’a pas empêché la monnaie nationale de déprécier de 16,5 % par rapport au USD et de 1,3 % vis-à-vis de l’euro entre 2009 et fin juin 2010. La politique de change multiple adoptée par le gouvernement *(qui a permis aux pétroliers un accès direct à la Banque Centrale et un taux fixe de 2 130 MGA le pour l’USD)* a limité la hausse des produits pétroliers, et aussi ceux des pièces de fabrication des matériels SMI qui sont fabriqués en majeure partie avec des dérivés pétroliers (pièces en PVC, microtubes, tuyaux latéraux, sacs en propylène et gaines plastiques).

En matière de développement rural, la continuation du financement des Programmes FIDA et reprise du financement de certains Projets par la Banque Mondiale pourraient contribuer au renforcement des dynamiques d’acteurs qui ont été secouées par la crise.

Le démarrage de la mise en œuvre d’un Projet d’appui au maraîchage cofinancé par AVSF et la Région Rhône Alpes (coopération décentralisée), à Tamatave va influencer la performance des activités de SCAMPIS dans la Côte-Est. Ce Projet qui dure 3 ans développe des appuis techniques et commerciaux aux petits producteurs maraîchers. Il va insérer le SMI dans son intervention.

La zone du Projet a connu une forte contrainte en eau cette année (réduction du nombre des jours des pluies, tarissement précoce des points d’eau). Bon nombre de maraîchers ont arrêté leur activité dès le mois de septembre à cause de ces contraintes. Cette situation semble interpeller beaucoup d’acteurs sur la nécessité de trouver des moyens pour prévenir la pénurie en eau dans les années à venir. L’étude de la firme internationale Maplecroft (www.midi), Madagascar arrive à la 3ème place en ce qui concerne les impacts du changement climatique, après le Bangladesh et l’Inde. C’est avec ce cas que la promotion du SMI à Madagascar se justifie davantage.

## Réussites des approches et leçons apprises dans la mise en œuvre du Projet

### **Les grands acquis et leçons tirées**

# En résumé, l’intervention du Projet est basée sur une stratégie de commercialisation intégrant une approche « différenciée ». Cette approche permet de développer une offre adaptée à plusieurs types de couches sociales tout en créant un environnement propice au développent du marché des technologies. L’expérience de 2010 a permis au Projet de démontrer la faisabilité de la mise à l’échelle du SMI à Madagascar avec cette approche, à travers les aspects suivants :

* + **la capacité des paysans malgaches à conduire les exploitations intégrant le SMI** ;
  + **la faisabilité de la fabrication locale des matériels répondant aux perceptions des paysans et aux exigences du SMI**.

Le Projet a réussi à susciter les intérêts des fabricants actuels à investir davantage dans le SMI. A titre d’exemples :

* l’Entreprise INNOVAGRI a déjà trouvé en Chine, un fournisseur qui propose une extrudeuse à XXXXXX USD avec 30 % à la Commande et 70 % à la réception des matériels à Tanà. Prête à investir jusqu’à 2 000 EUR dans la construction d’un atelier, elle est actuellement en train de monter un dossier de projet complet sur la mise en place de cet atelier ;
* le propriétaire de JO-SAMMY a construit un petit atelier spécial pour la fabrication. Etant un Entreprise de construction, elle a envisage de créer une nouvelle Entreprise plus spécialisée sur la fabrication de kits et de pièces de kits SMI ;
* les fabricants partagent actuellement cette approche (pro-poor market approcah) avec le Projet qui a animé les échanges sur ce thème avec eux dès le début de la collaboration.

Les échanges avec ces fabricants ont permis de trouver qu’avec une fabrication de 1 000 kits, un fabricant de peut réserver un certain pourcentage de sa marge bénéficiaire pour renflouer son propre capital (30 % pour les kits 50 m² et 50 % pour les kits 50 m²). Cet exercice a amené à l’équipe de trouver qu’avec une fabrication respective de 22 697 kits 50 m² ou de 16 287 kits 100 m², un fabricant pourrait avoir la possibilité de fabriquer 1 000 kits de chaque type avec la partie de la marge qu’il récupère dans la fabrication.

* + **la faisabilité de la création des chaînes de distribution ajoutée d’une possibilité de hausse de la demande ;**
  + **la faisabilité du développement des services payés par les bénéficiaires.** En effet, il a été porté à la connaissance des cibles que les prix de vente des matériels incluent déjà les commissions des technico-commerciaux, dont une quarantaine ont affiché leur engagement dans la mise en œuvre de SCAMPIS. L’existence de la vente dans une période courte et décalée par rapport à la bonne saison de vente, démontre aussi la pertinence de ce choix stratégique ;
  + **l’existence des expériences sur la mise en œuvre de SCAMPIS** qui sont appelées à s’enrichir davantage dans les 16 mois à venir ;
  + **la volonté d’un grand nombre d’acteurs**, notamment le MINAGRI et des Programmes et Projets à promouvoir le SMI, dans et en dehors de la zone SCAMPIS.

Toutefois, l’équipe a constaté l’importance des formations et de l’accompagnement des dispositifs de terrain qui ont été sous-dimensionnés dans la formulation de SCAMPIS Madagascar. Ce constat a été tenu en compte dans l’affinage de la stratégie du Projet qui vise à améliorer la capacité d’absorption de l’équipe, afin de la permettre d’améliorer cet accompagnement.

**Remarque sur la dimension genre dans la promotion du SMI**

Le nombre des sites inscrits aux femmes est faible (9%). Or, en réalité, ce sont souvent ces dernières qui assurent le suivi des parcelles jusqu’à la prise de décisions sur la gestion de la production. Si l’on se réfère à leur dynamisme, (questionnement dans les foires, émission de feed back sur les messages transmis par l’équipe, suivi des parcelles...), les femmes semblent plus sensibles que les hommes, sur les questions de contraintes d’eau et de changement climatique. Ainsi, la seule considération du nombre des femmes inscrites dans le registre des SD risque d’amener à une fausse interprétation.

La prise en considération de « l’approche genre » montre aussi sa limite dans le cas de SCAMPIS Madagascar qui développe le marché des technologies SMI. Elle doit être renforcée par « l’approche différenciée », étant donné que, sans actions spécifiques à leur profit, les pauvres et les vulnérables ont très peu de chance à accéder aux technologies promues par le Projet.

## Avancement du Projet en matière de partenariat

L’entrée dans la phase de commercialisation a amené les Projets à développer de partenariat avec les groupes d’acteurs les plus diversifiés :

* + les acteurs du secteur publics (Ministère de l’Agriculture et ses Directions Régionales chargées de Développement Rural, les autorités locales). La collaboration avec les autorités locales a été particulièrement renforcée cette année. Des Maires et des responsables régionaux ont affiché leurs intérêts sur la promotion du SMI dans leurs ressorts territoriaux ;
  + des Projets/Programmes intervenant dans le domaine de l’amélioration de revenu et de la sécurité alimentaire ;
  + des ONG et centres intervenant dans le domaine sociale et surtout de la formation. (le Projet a travaillé avec 4 associations en appui aux familles en difficultés et de 4 Centre de formation (CFP Bevalala, Notre Dame des Clairvaux, Ferme-Ecole Tombotsoa, l’Association Farming & Training Agriculture;
  + des promoteurs de services agricoles dont les plus adaptés au besoin du Projet sont les Centres de Service Agricoles et les organisations paysannes faîtières. Dans les régions d’Itasy et du Vakinankaratra, la collaboration avec ces promoteurs a été particulièrement plus développée ;
  + des Petites et Moyennes entreprises intervenant dans la fabrication des matériels et la commercialisation des intrants et matériels agricoles (revendeurs).

La collaboration avec les institutions de microfinance n’a pas encore été abordée du fait qu’elle risquerait d’amplifier davantage la surcharge de l’équipe. En 2001, la celle-ci sera renforcée avec l’intermédiation des Centres de Service Agricole. L’année 2011 sera aussi marquée par le démarrage de la collaboration du Projet avec un opérateur économique de taille qu’est la Société Lecofruits. Cette dernière travaille en mode d’agriculture contractuelle avec 10 000 paysans pour la production de haricot vert, de cornichon et de pois mangetout (exportation en frais et en saumure vers l’Europe et La Réunion).

Lecofruits a un système d’approvisionnement et d’encadrement avancé. Sa stratégie consiste à limiter les risques de perte de production en limitant les superficies de cultures par paysan à 1- 2 ares, ce qui est bien adaptée aux kits développés par SCAMPIS. Le suivi des adoptants ne posera pas donc de problème au Projet. Un échange avec un responsable de la Société a déjà entamé, ce qui pourrait amener à la mise en place de sites de démonstration dès le début 2011.

## Résultats du Projet

Même limitée dans le temps (8 mois), la création des chaînes de fabrication a permis au Projet de créer des effets au niveau des bénéficiaires :

Pour les adoptants, l’analyse des données a permis de montrer un gain moyen de 30 % en matière de temps de travail, de plus de 50 % en matière de consommation d’eau, de plus de 70 % en matière de coûts de traitement phytosanitaire. En matière d’outputs, cette analyse a permis de soulever un gain moyen des adoptants de 35 % et matière de production et de plus de 100 % en matière de revenu.

**Tableau 16. Les gains obtenus sur quelques spéculations dans des bons sites de démonstration**



Au niveau des fabricants plusieurs effets ont été constatés.

**Tableau 17. Effets créés par la mise en œuvre du Projet**

|  |  |
| --- | --- |
| **Domaine** | **Effets obtenus** |
| Fabrication de pompes à pédales | Création d’emplois temporaires pendant 4 mois plus de 30 personnes avec l’atelier  Création d’emplois de plus de 10 personnes pour la collecte de déchets de kyranyl dans 4 villes.  Contribution à la protection de l’environnement dans recyclage de déchets non biodégradables (fabrication des corps des pompes et de vannes principales avec les déchets de kyranyl). |
| Fabrication de kits goutte à goutte | Création de plus de 20 emplois temporaires pendant 2 mois avec les deux ateliers.  Création de plus de 6 emplois pendant 1 mois et demi pour la fabrication des joints de vannette |
| Commercialisation | Création de bénéfice de 11 245 000 MGA (4 165 EUR) pour les revendeurs de matériels et de et environ le double pour les Technico-commerciaux. |

## Les contraintes de la mise en œuvre du Projet

Le rapprochement entre les expériences de cette année, les enjeux et l’objectif à atteindre a amené l’équipe à conclure que l’atteinte des objectifs de SCAMPIS Madagascar se heurte à deux contraintes : **période de mise en œuvre courte** et **budget limité du Projet.**

### **Période courte du Projet**

La nécessité d’atteindre un maximum de cibles dans une période courte du Projet a obligé l’équipe à prendre deux mesures :

* la mise en œuvre en même temps des chantiers de mise au point et de commercialisation des technologies SMI ;
* l’extension de la zone d’intervention en travaillant avec le maximum de spéculations maraîchères travaillées. En effet, l’objectif quantitatif de SCAMPIS ne peut pas être atteint avec une stratégie de « taches d’huile », surtout que sa zone d’intervention ne présente pas des contraintes cruciales en eau.

L’on peut dire qu’à part l’expédition avortée du chantier d’assainissement productif (SEOL), la première année du Projet (mai 2009 – mai 2010) a été consacrée aux activités préparatoires). Le 2ème semestre 2010 a été consacré au démarrage de la mise en place des chaînes de distribution.

Pour la zone du Projet, la période de moisson de riz (mars – mai) reste la seule saison favorable à la commercialisation des technologies SMI. Or, l’équipe n’a pas pu saisir cette occasion, à cause du temps pris par la mise au point de la technologie et de la fabrication. Pour la Côte-Est, cette saison favorable coïncide à la période de récolte de litchi mais elle reste assez courte (novembre-décembre) et n’influencera pas beaucoup les résultats du Projet.

En admettant que la période contractuelle de SCAMPIS amènera à son expiration en fin avril 2012, l’équipe n’aura donc que 16 mois et 2 saisons consistantes (période de moisson 2011 et début de la période de moisson 2012) pour atteindre les objectifs quantitatifs en valorisant les expériences du 2ème semestre 2010.

### **Budget très limité**

L’expérience de cette année confirme et éclaircit l’insuffisance du budget de SCAMPIS. Par rapport aux mesures nécessaires à mettre en œuvre pour atteindre les résultats (voir chapitre 2.), ces contraintes résident essentiellement sur les trois aspects suivants :

* **Le renforcement des dispositifs de terrain** (assistant technique, techniciens animateurs, technico-commerciaux et revendeurs, fabricants,..) qui nécessite :
* 3 ateliers au profit des dispositifs commerciaux (formation, recyclage, évaluation) pour chacune des 4 sous-zones du Projet (Itasy, Vakinankaratra, Analamanga, Côte-Est), qui nécessite au moins 800 EUR par atelier (prise en charge de la logistique de la formation) ;
* plusieurs séances de formation et d’échanges pour l’équipe et les autres partenaires (assembleurs, partenaires de l’appui à la vulnérabilité)
* 2 descentes de terrain par district par mois à effectuer par l’Assistant technique. Or une descente auprès des 75 % des Communes d’intervention du Projet (45-50 Communes) nécessite 570 EUR pour les carburants ;
* le recrutement d’un autre assistant technique, pour assurer ces deux descentes de terrain par district.

La plupart des imperfections constatées cette année (démonstration, intervention des technico-commerciaux, expositions dans les lieux d’attraction publique, développement de partenariat) vient essentiellement de la faible capacité d’absorption de l’équipe qui est causée par le manque de budget sur le renforcement des dispositifs de terrain.

* **La Communication de masse et institutionnelle**

Le tableau ci-dessous résume la situation du Projet pour les deux lignes d’actions. Le budget de 5 500 EUR correspond au montant des entretiens/carburants pour le suivi et accompagnement des dispositifs de terrain.

**Tableau18. Evaluation du budget minimum pour renforcement des dispositifs de terrain (2011)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Activités/Sous-activités/Etapes** | **Besoins min (PTBA 2011)** | **Prévu budget 2011** | **Ecart** |
|
| **Publicités (communication de masse & institutionnelle)** | **27 210** |  |  |
| Actions de communication de masse | 22 360 | **11 400** |
| Action de communication institutionnelle | 4 850 |
| **Renforcement de capacité de l'équipe** | **1 740** | **5 500** |
| **Renforcement de capacité des partenaires1** | **12 220** |
| **Total** | **41 170** | **16 900** | **24 270** |
| 1 Revendeurs, TC, fabricants, partenaires d'appui aux vulnérables | |  |  |

* **La fabrication des matériels**

Des échanges avec des paysans ont permis d’estimer que dans les conditions optimales (période de moisson, arrêt de la crise politique, subvention à 50 %), 25 % des maraîchers seraient intéressés à acheter une pompe. Un adoptant achèterait au moins 1 kit de 100 m² et 1 kit de 50 m². Ce qui donne des ratios de 0,25 pompe et 1,75 kits par bénéficiaire.

Or, le budget matériels du Projet ne permet d’acheter que 1 760 pompes à pédales et 11 142 kits goutte à goutte), soit un ratio de 0,117 pompe/bénéficiaire, et de 1,11 kits/bénéficiaire. L’existence d’une personne qui achète plus de 2 kits diminuera donc la chance d’atteindre les 10 000 bénéficiaires visés.

Le tableau ci-dessous donne des idées sur le budget manquant par rapport aux ratios à atteindre susmentionnés.

Cette situation a amené l’équipe à reformuler le budget pour 2011 en fonction de la réalisation 2009-2010, puis de trouver d’autres moyens pour la fabrication à travers le partenariat avec les autres acteurs. Ce qui pourra affecter la mise en œuvre du Projet pour la première moitié de 2012.

**Tableau 19. Budget matériels SMI nécessaires (2011 et 2012) pour atteindre les objectifs (EUR)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Matériels** | **2009** | **2010** | **2011** | **Total** |
| 1. **Quantité des pompes à pédales** |  |  |  |  |
| Pouvant être achetés avec le budget SCAMPIS1 | 200 | 1060 | 500 | **1 760** |
| Qté par bénéficiaire (pour 10 000 bénéficiaires visés) |  |  |  | **0,176** |
| A diffuser pour atteindre un ratio de 0,25/bénéficiaire |  |  |  | 2 500 |
| Nombre à ajouter pour atteindre 0,25/bénéficiaire |  |  |  | 740 |
| Prix unitaire de vente au niveau de fabriquant |  |  |  | 52 |
| **Budget nécessaire pour 0,25 pompe /bénéficiaire** |  |  |  | **38 370** |
| 1. **Quantité des kits goutte à goutte** |  |  |  |  |
| Pouvant être achetés avec le budget SCAMPIS2 | **1 400** | **3 642** | **6 100** | **11 142** |
| Qté par bénéficiaire (pour 10 000 bénéficiaires visés) |  |  |  | **1,11** |
| A diffuser pour atteindre un ratio de **1,7** kit/bénéficiaire |  |  |  | 17 000 |
| Nombre à ajouter pour atteindre 1,7 kit/bénéficiaire |  |  |  | 5 858 |
| Prix unitaire de vente au niveau de fabriquant (1 kit 100 m² avec bâche soudée 140 litres) |  |  |  | 32 |
| **Budget nécessaire pour 1,7 kit/bénéficiaire** |  |  |  | **187 456** |
| **Frais de mise à proximité** (3% du coût d’achat) |  |  |  | **6 775** |
| **Pièces de rechange** (5% du coût de fabrication) |  |  |  | **9 373** |
| **Total budget additif à chercher (2011-2012)** |  |  |  | **241 974** |

*1 Pompes importées et locales 2 Kits importés et locaux confondus et de toutes tailles (20 m², 50 m², 100 m²)*

## Les mesures prises et activités à entreprendre en 2011 pour atteindre les objectifs du Projet

Les acquis et les défis de SCAMPIS l’amènent à faire face aux multiples enjeux, notamment :

* + l’augmentation de la demande en technologies SMI, accompagnée d’une amélioration de la qualité de l’assistance technique de proximité. L’expérience de 2010 interpelle l’équipe sur la nécessité d’éviter la dépendance entière aux technico-commerciaux dans la sensibilisation et la communication de masse, ainsi que leur renforcement sur l’assistance aux clients ;
  + l’autonomisation des chaînes de fabrication et de distribution, en tenant compte de la nécessité d’une facilitation de l’accès des petits producteurs aux matériels, au moins pendant une période donnée ;
  + une meilleure appropriation des actions par les acteurs (producteurs, autorités, opérateurs,..). Si actuellement, le Ministère de l’Agriculture a manifesté sa volonté d’appuyer les différents chantiers de SCAMPIS, l’équipe devrait faire des efforts pour trouver un continuum entre les dynamiques nationales en chance d’émergence et les dynamiques locales déjà existantes. L’existence des actions de pilotage de la promotion du SMI et de gestion de l’eau au niveau local/régional (cf. Note de mission de M. Fred Apollin) pourrait aider à atteindre cet objectif.

### **Mesures à entreprendre**

Les mesures à prendre en 2011 visent à répondre ces enjeux, tout en prenant en compte de la nécessité de trouver des solutions face aux contraintes évoqués ci-haut. Elles vont cadrer le Plan de Travail et de Budget Annuel 2011 du Projet.

Compte tenu des contraintes (période de mise en œuvre et budget limités) face à l’importance des objectifs à atteindre, les mesures à prendre visent particulièrement à :

* + améliorer au maximum possible l’efficience du budget restant du Projet, ce qui implique une amélioration de la capacité d’absorption de l’équipe et de la qualité d’intervention des partenaires de mise en œuvre (revendeurs, technico-commerciaux);
  + trouver d’autres formes de financement pour combler le manque en terme budgétaire, surtout en matière de matériels SMI.

1. **Développement de partenariat pour l’accès des paysans aux technologies**

### C’est à travers le partenariat que SCAMPIS compte trouver de moyens financiers pour atteindre la le niveau de fabrication correspondant aux rations de 0,25 pompe et de 1,7 kits par bénéficiaire. Deux types de partenaires existent sont prévus à cette fin :

* + les opérateurs économiques  comme la Société Lecofruits SA et la SEMANA (producteurs de semences), qui pourra acheter directement des matériels auprès des fabricants ;
  + les Projets/Programmes (Programme FIDA, PSDR,...) qui ont déjà *prévu insérer le SMI dans leurs actions. AVSF avance que cette insertion* fera l’objet d’une réplication de la stratégie de SCAMPIS. La mise en œuvre devrait être assurée par des structures locales vouées à être pérennes qui bénéficieront d’un transfert de compétence managériale en la matière. AVSF estime être en capacité d’assurer ce transfert de compétence.

Le tableau ci-dessous donne des structures locales déjà opérationnelles dans les régions (non exhaustif). Certaines sont déjà en collaboration avec les partenaires.

**Tableau 20. Structures locales susceptibles d’être appuyées pour la mise en œuvre des actions**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Régions** | **Partenaires potentiels** | **Structures locales (non exhaustif)** |
| Sofia1 | PROSPERER, PSDR | Association FFTS, ex-agents du CTHA |
| Anosy1 | AROPA, PSDR | ONG FAFAFI |
| Ihorombe2 | AROPA, PSDR | A identifier |
| Atsimo Andrefana2 | AVSF/WWF, PSDR | A identifier |
| Haute Matsiatra2 | PROSPERER, PSDR | Accompagnateurs du Programme Suisse (SAHA) |
| Amoron’i Mania | AROPA, PSDR | Accompagnateurs du Programme Suisse (SAHA) |
| Vakinankaratra | PSDR | ONG FAFAFI/SPAM, Fédération FTMTK |
| Itasy | PROSPERER, PSDR | MANOVA, VMLTI, Centre TSINJOAINA |
| Analamanga | PSDR, PROSPERER | ALFA (Fédération paysanne), Centre SAHAFANILO |

CTHA : Centre Technique Horticole d’Antananarivo

La mise en œuvre de ces actions sera cadrée par un cahier des charges qui clarifie les engagements des parties prenantes.

1. **Révision du nombre des bénéficiaires visés pour 2011 et 2012**

Compte tenu des résultats et expériences de 2010, des contraintes financières et l’existence des partenaires, l’équipe a essayé de fixer des objectifs à atteindre pour l’année 2011 et 2012.

**Tableau 21. Répartition des objectifs quantitatifs du Projet**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Groupe des bénéficiaires** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **Total** |
| **1- Zone d'intervention SCAMPIS** |  |  |  |  |  |
| **11- Bénéficiaires directs du Projet** (subvention) |  |  |  |  |  |
| Propriétaires de SD | 97 | 172 | 550 | 150 | 969 |
| Propriétaires des parcelles d’adoption | 559 | 16 |  |  | 575 |
| Familles vulnérables |  | 190 | 200 |  | 390 |
| Nombre de clients1 |  | 306 | 3 000 | 1 500 | 4 806 |
| **Total bénéficiaires directs de SCAMPIS** | **656** | **684** | **3 750** | **1 650** | **6 740** |
| **12-** **Bénéficiaires de la Sté Lecofruits** SA |  |  | **260** | **1 000** | **1 260** |
| **12-** **Autres** (avec les fonds des fabricants) |  |  | **1 000** | **2 000** | **2 000** |
| **Total de la zone SCAMPIS** | **656** | **684** | **5 010** | **4 650** | **11 000** |
| **2- Zones d'intervention des autres partenaires 2** |  |  |  |  | 0 |
| 21- Zone PPRR (// fonds des fabricants en 2012) |  |  | 600 | 1 000 | 1 600 |
| 22- Zone AROPA (idem) |  |  | 1 500 | 1 000 | 2 500 |
| 23- Zone PROSPERER (idem) |  |  | 500 | 1 250 | 1 750 |
| 24- Zone AD2M |  |  | 50 | 400 | 450 |
| 25- Zone PSDR |  |  | 2 000 | 3 000 | 5 000 |
| 26- Autres |  |  | 200 | 200 | 400 |
| **Total bénéficiaires des autres partenaires** | **0** | **0** | **4 850** | **6 850** | **11 700** |
| **Grand total** | **656** | **684** | **9 860** | **11 500** | **22 700** |

*1 Nombre de bénéficiaires direct de SCAMPIS basé sur les ratios de 0,25 pompe et 1,7 kits/bénéficiaire*

*2 Basés sur la prévision des partenaires (AROPA, PPRR, AD2M) pour 2011 et des fonds des fabricants en 2012.*

L’objectif visé avec le PROSPERER et le PSDR fera encore l’objet de négociation.

1. **Mise sur le marché des matériels avant la période de moisson**

La fabrication d’une partie des matériels prévues pour 2011 a été anticipée, afin d’assurer leur mise sur le marché avant fin mars 2011. Compte tenu de la complication de l’importation des pièces indiennes (tuyaux latéraux et vannettes), la commande de la quantité nécessaire (budget SCAMPIS) a été faite en décembre 2010, grâce à un virement spécial fait par le siège d’AVSF.

1. **Polarisation de la zone d’intervention du Projet**

La polarisation de la zone du Projet vise à :

* + concentrer les actions dans des Communes dites « pôles de diffusion » qui bénéficient les plus des meilleures conditions de développement de la demande en technologies ;
  + valoriser ces conditions des pôles de diffusion, pour créer des effets d’entrainement favorables à la hausse de la demande dans les Communes qui les entourent.

La polarisation a été faite sur la base d’une notation des Communes (1 à 3) par rapport aux 9 critères[[2]](#footnote-3) qui pourront influencer la demande en technologies. Les Communes qui ont eu les notes les plus élevées ont été prises comme pôles de diffusion. L’exercice a amené l’équipe à identifier 36 pôles de diffusion dans 13 districts, soit une moyenne de 3 pôles par district.

Le nombre des SD et des dispositifs commerciaux, ainsi que le degré d’intervention de l’équipe du Projet varieront en fonction des notes des Communes et de leur étendue. Les activités de l’équipe (mise en place des SD, expositions aux marchés, suivi...) seront échelonnées dans le temps en priorisant celles à mettre en œuvre dans les pôles de diffusion.

**Tableau 22. Nombre des pôles de diffusion et des dispositifs à atteindre (2011)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Régions** | **Nombre de Communes d'intervention** | **Nombre de pôles de diffusion** | **Nombre de SD à mettre en place** | **Nombre de dispositifs** | |
| **Technico-commerciaux** | **Revendeurs** |
| Analamanga | **45** | **17** | **113** | **46** | **31** |
| Itasy | **20** | **7** | **51** | **18** | **12** |
| Vakinankaratra | **23** | **7** | **75** | **27** | **10** |
| Côte-Est (2 régions) | **10** | **5** | **36** | **12** | **10** |
| **Total** | **98** | **36** | **275** | **103** | **63** |

1. **Redéfinition de la politique de subvention**

La note de mission de M. Frédéric Apollin (octobre 2010) a recommandé la discussion rapide avec FIDA sur la recherche d’un équilibre entre la quantité (risque d'échecs élevés) et la qualité des actions (risque de toucher un nombre limité de bénéficiaires car la stratégie requiert une assistance technique individualisée aux paysans adoptants...). Cette note a amené l’équipe à approfondir ses réflexions sur la subvention. Or le retard du démarrage de la vente en 2010 n’a pas permis à l’équipe de vérifier la pertinence des taux de subvention appliqués en 2010.

En se basant sur les objectifs à atteindre et les difficultés de remonter les prix des matériels, des taux de subvention situés entre ceux proposés par M. Fred Apollin (80 %) et ceux appliqués en 2010 (50 %) semble pertinents. Si la promotion effectuée en 2010 était basée sur une subvention à environ 70 % des prix aux producteurs, une fourchette entre 60 et 70 % sera donc tenue en 2011.

1. **Amélioration de la capacité d’absorption de l’équipe du Projet**

Deux principales mesures seront prises pour améliorer la capacité d’absorption de l’équipe :

* **Allègement de l’intensité des activités courantes du staff national**
* **Transfert de l’approvisionnement, du dispatching et du recouvrement des coûts des matériels aux fabricants.**
* **Délégation de la gestion de l’unité d’expérimentation (**au Centre Don Bosco et à quelques paysans expérimentés), avec l’appui technique du Projet.
* **Recrutement d’un 2ème Assistant Technique,** pour renforcer le suivi de terrain et améliorer la qualité de la gestion des données.
* **Rattachement opérationnel des 2 techniciens de la Côte-Est au Projet d’appui au maraîchage mis en œuvre par AVSF/Rhône Alpes.**
* **Montage d’un manuel léger de mise en œuvre du Projet** (GRH, Gestion Financière et Administrative, Gestion Logistique et SSE), sur la base des expériences 2009-2010.

Ces mesures offriront plusieurs avantages au Projet :

* réduction de l’intensité du travail du staff national et meilleur accompagnement des dispositifs de terrain ;
* meilleurs suivi et valorisation des techniciens de la Côte-Est et amélioration de l’efficience du budget engagé dans la zone : extension de leurs activités sur l’appui à la commercialisation des légumes (une composante du Projet) ;
* meilleure position du Projet (en tant que facilitateur) par rapport à la dynamique d’acteurs autour de la promotion du SMI et meilleur transfert de compétence au profit des fabricants ;
* activation de l’atteinte de la vitesse de croisière pour les fabricants (autonomisation progressive des chaînes de fabrication) ;
* diminution du coût de la station d’expérimentation avec une diversification des conditions (types de sols, cultures) ;
* réduction du nombre d’écritures comptables et amélioration du contrôle de dépenses.
* **Poursuite de l’amélioration de la communication interne et externe**
* Amélioration de la qualité des rapports d’activités des techniciens et des assistants
* Création d’une adresse-mail interne de l’équipe pour activer la transmission des correspondances écrites et des outils de travail ([scampis.mada@gmail.com](mailto:scampis.mada@gmail.com))
* Développement des espaces de concertations/pilotage des actions sur le SMI et la gestion de l’eau au niveau local/régional (cf. Note de mission de M. Appolin, 2010). Cette action facilitera la communication institutionnelle sur le Projet, et l’appropriation des acteurs sur les actions. AVSF/SCAMPIS pourra animer ces espaces avec d’autres acteurs intéressés.
* **Poursuite du renforcement de capacité de l’équipe opérationnelle**

### **Les activités à entreprendre pour le développement du marché en technologies**

|  |
| --- |
| 1. **Renforcement de la communication de masse et de l’incitation des achats groupés**  * **Poursuite et renforcement de l’émission « Aina ny rano ».**   L’émission sera reprise dès Février 2011 et fera l’objet d’une amélioration : diversification de contenu et d’intervenants : témoignages, débats, conseils techniques, information sur les activités du Projet au niveau national et sur terrain (expositions aux marchés, formation,...), information sur les dispositifs commerciaux et les sites de démonstration.  Sa réalisation sera cadrée par un plan de communication pilotée par le Responsable du Projet. Elle fera intervenir un communicateur externe à ¼ de temps et des partenariats avec d’autres acteurs (MINAGRI, CSA, Programmes FIDA...).   * **Amélioration de la qualité des expositions dans les lieux d’attraction publics**   Les expositions par Commune feront l’objet d’une réduction de fréquence mais avec une amélioration de leur proximité, de leur visibilité et de leur animation. Des équipements spéciaux seront constitués pour cette fin.   * **Poursuite de la participation aux foires** **communales** où les revendeurs pourront vendre leurs matériels * **Poursuite des spots publicitaires sur les matériels, à partir de Février 2011** * **Poursuite de l’octroi de pompe** importée à tout groupe de 10 personnes achetant chacune 1 kit goutte à goutte |
| 1. **Amélioration de la qualité de la démonstration**  * **Augmentation du nombre de sites**  et a**mélioration de leur visibilité** (augmentation du nombre/taille des parcelles, des bénéficiaires, diversification des types de matériels).   Les sites sont catégorisés en 4 suivant leur composition (2 à 4 kits goutte à goutte de tailles et de réservoirs d’eau différents) et le nombre de bénéficiaires. Cette disposition permettra aussi de faciliter les échanges entre les propriétaires et leurs voisins.  **Tableau 23. Catégorie des sites de démonstration à mettre en place**   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Catégorie** | **Localisation (type de Communes)** | **Nombre bénéfi-**  **ciaires** | **Type de matériels** | | | | | | **Pompes à pédales** | | **M50** | **M100 carré** | **M100 rect.** | | **locale** | **importée** | **(sac PP)** | **(bâche)** | **(bidons)** | | I | Pôles de diffusion | 3 | x |  | x | x | x | | II | Intermédiaires | 2 |  | X | X | X |  | | III | Intermédiaire | 2 |  |  | X |  | X | | IV | Autres | 2 |  |  | x | x |  |   Les matériels ayant été mis en place chez des paysans défaillants seront récupérés. Le Projet impliquera le maximum des femmes dans la démonstration.   * **Prise en charge des semences et des intrants chimiques**, afin de standardiser les conditions culturales (la décision sera prise avec les propriétaires des sites). * **Renforcement des actions de communication autour des sites (**affichage d’indication, émission « Aina ny rano ») * **Formation des adoptants sur la fabrication/utilisation de compost et des jus de composts (fertilisants liquides)** |
| 1. **Amélioration de la proximité et de qualité des actions des revendeurs**  * **Augmentation du nombre des revendeurs en fonction des potentiels de demande.** * Mise en relation des revendeurs avec des personnes capables et motivés sur la vente auprès des paysans en cas d’éloignement des marchés. * Formation des revendeurs sur la base des pratiques du SMI et le marketing du SMI. * Equipement de chaque revendeur avec un présentoir spécial pour les matériels et qui permettra d’afficher les informations de base minimum à transmettre aux clients. |
| 1. **Amélioration de la qualité de l’assistance aux clients**  * **Identification de nouveaux technico-commerciaux,** en remplacement des non engagés. L’évaluation de la disponibilité en temps d’un paysan pour effectuer d’autres activités, ainsi que du nombre maximum de paysans qu’il peut visiter en un jour a montré que le Projet doit en disposer d’au moins 83 pour assurer le suivi de 4 500 clients en 2011.   T**ableau 24. Essai d’évaluation du nombre minimum de technico-commerciaux**   |  |  | | --- | --- | | Nombre max de jours disponible/personne/mois | 4 jours (1/semaine x 4) | | Nombre max de clients pouvant être visités/an (9 mois) | 108 clients (3/jour x 4 x 9) | | Nombre max clients pouvant bénéficier de 3 visites/9 mois | 36 clients (108 clients/3) | | Nombre de clients visés par le Projet en 20111 | 3 000 | | Nombre minimum de TC nécessaires pour le suivi en 2011 | **83** |   *1 Scampis vise 3 000 clients en 2011*   * **Organisation d’au moins 3 ateliers pour chacune des 4 zones** (1 pour la formation et l’entrée en matière, 1 pour le recyclage/échanges, 1 pour l’évaluation de campagne). La formation sera élargie sur le conseil aux exploitations. * **Accompagnement groupé et motivation des technico-commerciaux** * **Incitation des technico-commerciaux à s’organiser selon leur convenance** (district intercommune,...) et accompagnement des organisations existantes pour que celles-ci aient une notoriété/reconnaissance en matière de services d’appui en SMI. Cette mesure permettra d’améliorer l’efficience de l’appui aux technico-commerciaux (passage de l’accompagnement individuel à un accompagnement groupé). * **Equipement des technico-commerciaux en outils nécessaires à l’appui aux clients** (scies et marteaux) * **Délivrance des Certificat d’aptitude à l’assistance technique** aux méritants**.** * **Organisation des formations payantes** dans les sites de démonstration ou la station d’expérimentation.Les frais de participation (exemple : 500 à 1 000 AR/participant) reviendront intégralement aux organisations des technico-commerciaux.   C’est dans cette formation que SCAMPIS renforcera sa collaboration avec les Centres de Services Agricoles qui pourront appuyer l’organisation des formations et prendre en charge des paysans avec le Fonds Régional de Développement Agricole), et d’autres Projets/Programmes/ONG (prise en charge des coûts de formation). L’émission radiodiffusée « Aina ny rano » sera utilisée pour renforcer cette offre.  **Cette mesure présente plusieurs avantages, entre autres** :   * une augmentation de la chance d’avoir des clients et une réduction des besoins d’assistance technique de ces derniers ; * une augmentation du nombre des visites groupées des sites de démonstration ; * une amélioration de la capacité et de la motivation des technico-commerciaux. |
| 1. **Déconcentration et autonomisation des chaînes de fabrication des matériels**  * **Mise en place au niveau régional des unités d’assemblage des matériels,** pour maîtriser les coûts des matériels (transport et stockage), rapprocher la fabrication aux revendeurs, et mieux adapter la fabrication au contexte local. L’approvisionnement et la pré-transformation de pièces *(corps et fer métalliques prédécoupées pour les* pompes*, sacs d’eau et pièces en PVC prédécoupées pour les kits goutte à goutte, afin de standardiser la qualité)* se feront à Antananarivo.   Quatre villes sont jugées plus appropriées à cette action (Analavory Itasy, Antsirabe, Toamasina et Antananarivo).   * **Elaboration d’un cahier des charges** qui définit l’engagement de fabricants et du Projet dans l’autonomisation des chaînes de fabrication et de distribution.   **Tableau 25. Cadrage du cahier des charges entre les fabricants et SCAMPIS**   |  |  | | --- | --- | | Fabricants | SCAMPIS | | * Prise en charge de leur propre développement (renflouement de fonds avec une partie des recettes de la fabrication, recherche d’autre financement...) * Suivi des unités locales d’assemblage avec le Projet * Participation progressive aux actions marketing (foires, affichages...) * Ventes exclusive des matériels subventionnés par SCAMPIS aux revendeurs appuyés | * Appui technique, méthodologique sur l’amélioration de la qualité et à la réduction des coûts de fabrication * Affectation du budget  logistique des matériels au processus de transfert des fonctions aux fabricants * Développement d’un système de vente à la commande pour réduire les coûts de fabrication1 * Appui au partenariat (mise en relation avec les fournisseurs, les revendeurs et d’autres partenaires potentiels). | | **Avantages pour les fabricants :**   * Les fabricants peuvent développer d’autres modèles de matériels (horticulture, pépinières) et diversifier des clients (gros exploitants...). * Les partenaires du Projet (Programme FIDA, PSDR,...) achèteront directement les matériels aux fabricants.   Dans ces 2 cas, la fabrication et les transactions se feront avec les propres frais et comptes des fabricants. | | |

### **Nécessité d’un plaidoyer et d’une recherche de financement complémentaire pour la prolongation de la mise en œuvre du Projet**

Compte tenu des expériences de 2010, de la situation actuelle de la mise en œuvre du Projet et l’importance des objectifs à atteindre, AVSF avance qu’une prolongation de SCAMPIS devrait faire l’objet d’une étude avec le FIDA et le bailleur.

La définition des activités nécessaires pour assurer la qualité de la campagne 2011 amènerait le Projet à un cumulatif de 723 426 EUR, soit à 98 % du budget contractuel. SCAMPIS connaîtra un épuisement budgétaire en fin 2011, alors qu’il a besoin encore de continuer à intervenir au moins pendant le 1er semestre 2012 pour atteindre le maximum de résultat.

### **Tableau 26. Situation budgétaire en fin 2011 par rapport au nouveau PTBA 2011**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Catégorie** | **Réalisation 2 ans** | | | **Prévision 2011 et cumul 3 ans** | | **Accord de**  **don** | **Ecart**  **2012** |
| 2009 | 2010 | Cumul | 2011 | Cumul |
| I Coût du personnel | 21 637 | 54 863 | 76 500 | 73 552 | 150 051 | 167 332 | 17 281 |
| II- Subvention pour connaissance | 44 308 | 39 110 | 83 417 | 53 207 | 136 624 | 123 088 | - 13 536 |
| III-Subvention matériels | 62 778 | 163 012 | 225 791 | 133 820 | 359 611 | 365 025 | 5 414 |
| IV- Fonctionnement | 9 358 | 31 152 | 40 510 | 36 630 | 77 140 | 79 553 | 2 414 |
| **Total** | **138 081** | **288 137** | **426 218** | **297 209** | **723 426** | **735 000** | **11 573** |

Ce budget 2011 ne tient pas en compte des financements qu’AVSF compte chercher pour la fabrication de la quantité additive de matériels. La grande partie des besoins financiers (à part la fabrication de matériels) se trouve sur la formation et la communication de masse & institutionnelle.

Même si les objectifs quantitatifs sont atteints avant mai 2012, son expiration en début de campagne risquera de porter atteinte à la pérennité des actions, du fait de l’absence de l’accompagnement de la dynamique d’acteurs autour de la promotion.

AVSF est actuellement en train de réfléchir sur la recherche de financement complémentaire pour y arriver. Quelques pistes sont identifiées :

* + réutilisation de la recette récupérée sur le recouvrement des coûts, suivant un plan de financement à déposer par le Projet auprès du FIDA en fin 2011. Le Projet en dispose actuellement dans le sous-compte, environ 4 000 EUR ;
  + cofinancement de certaines des ONG financement
  + financement de l’Agence Française de Développement via le Ministère de l’Agriculture dont l’interlocuteur en est l’UPDR ;
  + financement de certaines activités thématiques (communication/sensibilisation sur la gestion de l’eau, l’anticipation au changement climatique,...) par les organismes d’appui intervenant en la matière.

L’appui de FIDA est très important pour les réflexions et le plaidoyer en vue de la recherche de réponse sur cette question.

# CONCLUSION

L’année 2010 est très porteuse d’expériences sur la mise en œuvre de SCAMPIS. Elle a permis à AVSF, non seulement de démontrer la pertinence de la stratégie du Projet, mais de disposer des informations nécessaires pour relever les défis multiples du Projet : atteindre les 10 000 bénéficiaires, améliorer le revenu des petits producteurs par le SMI et ériger la base de la mise à l’échelle du SMI à Madagascar.

Même si le budget et la période de SCAMPIS s’avèrent très restreints, ses expériences pourraient constituer un effet levier sur la gestion de fertilité des sols, l’amélioration du bien-être des petits producteurs, la conservation de l’environnement et l’anticipation au changement. Il est important de trouver tous les moyens pour les enrichir, les capitaliser et valoriser ce capital.

Comme le Projet cible des petits producteurs qui ont leurs habitudes culturales et leurs stratégies d’adaptation au contexte très évolutif et peu incitatif en matière d’investissements, il est obligé d’améliorer en permanence sa stratégie d’intervention en analysant les résultats de ses actions qui sont obtenus avec la mise en œuvre d’un SSE de qualité.

L’affinage de cette stratégie a amené la révision des termes de référence de l’équipe du Projet vers une véritable fonction d’accompagnement. Ce qui nécessite l’amélioration de l’offre du Projet dans une dynamique multi-acteur.

1. 01 mission de M. Rudolph Cleveringa (FIDA) , 02 de M. Jean Payen (Consultant FIDA) , 01 de Cecilia Ruberto (FIDA) et 01 de M. Frederic Apollin (AVSF) [↑](#footnote-ref-2)
2. *Critères de polarisation : importance du maraîchage sur tanety, degré d’intensification agricole, degré de diversification culturale (maraîchage), importance des contraintes en eau, densité de la population agricole, existence/importance des marchés physiques, potentiel de développement de partenariat, degré d’intégration du maraîchage sur le marché, degré d’accès de la Commune aux informations* [↑](#footnote-ref-3)