

# ATELIER SUR LES CHAÎNES DE DISTRIBUTION DES POMPES À PÉDALES

Palais des Congrès, Niamey  
du 18 au 24 Octobre 2002

## RÉSUMÉ

Comité de pilotage: *François Munger (PEA)*      *Urs Heierli (DDC)*      *Daniel Sellen (BM)*  
[fmunger@worldbank.org](mailto:fmunger@worldbank.org)      [Urs.Heierli@deza.admin.ch](mailto:Urs.Heierli@deza.admin.ch)      [Dsellen@worldbank.org](mailto:Dsellen@worldbank.org)

Facilitation: *Tonino Zellweger (Swiss Center for Agricultural Extension)*

Rapporteur: *Roger Schmid (Skat Consulting)*

# Initiative sur les chaînes de distribution des pompes à pédales

## Organisation:



Programme pour l'Eau  
et l'Assainissement



Développement rural  
Région Afrique



## Financement:



Programme pour l'Eau  
et l'Assainissement



Développement rural  
Région Afrique



## Activités:

**Voyages d'études au Bangladesh et au Kenya**  
(Mars 2002, 16 participants / 2 rapports produits)

+

**Visite de terrain au Niger**  
(Octobre 20, 2002)

+

**Atelier**  
(Niamey Octobre 18 - 24, 2002)

# ATELIER SUR LES CHAINES DE DISTRIBUTION DES POMPES À PÉDALES

*Résumé  
du  
Samedi 19.10.02*

# Activités du jour

- Allocutions
- Introduction à l'atelier et à la méthodologie
- Présentation: « Initiative globale sur les chaînes de distribution - PEA »
- Présentation: « Réduire la pauvreté en faisant des affaires »
- Restitutions des voyages d'étude au Kenya et au Bangladesh
- Tour de table: « Idées saillantes »
- Travaux de groupe I: « Motivations et questions »
- Présentation: « Projet Pilote pour la Promotion de l'Irrigation Privée (PPIP) - Niger »

# Introduction à l'atelier - objectifs

↑  
A  
T  
E  
L  
I  
E  
R  
↓

## Opérationnels, focalisés sur le Niger (cas d'école)

- 1 Un premier jet de stratégie pour le développement de chaînes de distribution viables et durables de la pompe à pied au Niger.
- 2 Un outil simple de suivi et évaluation de la mise en place de la stratégie

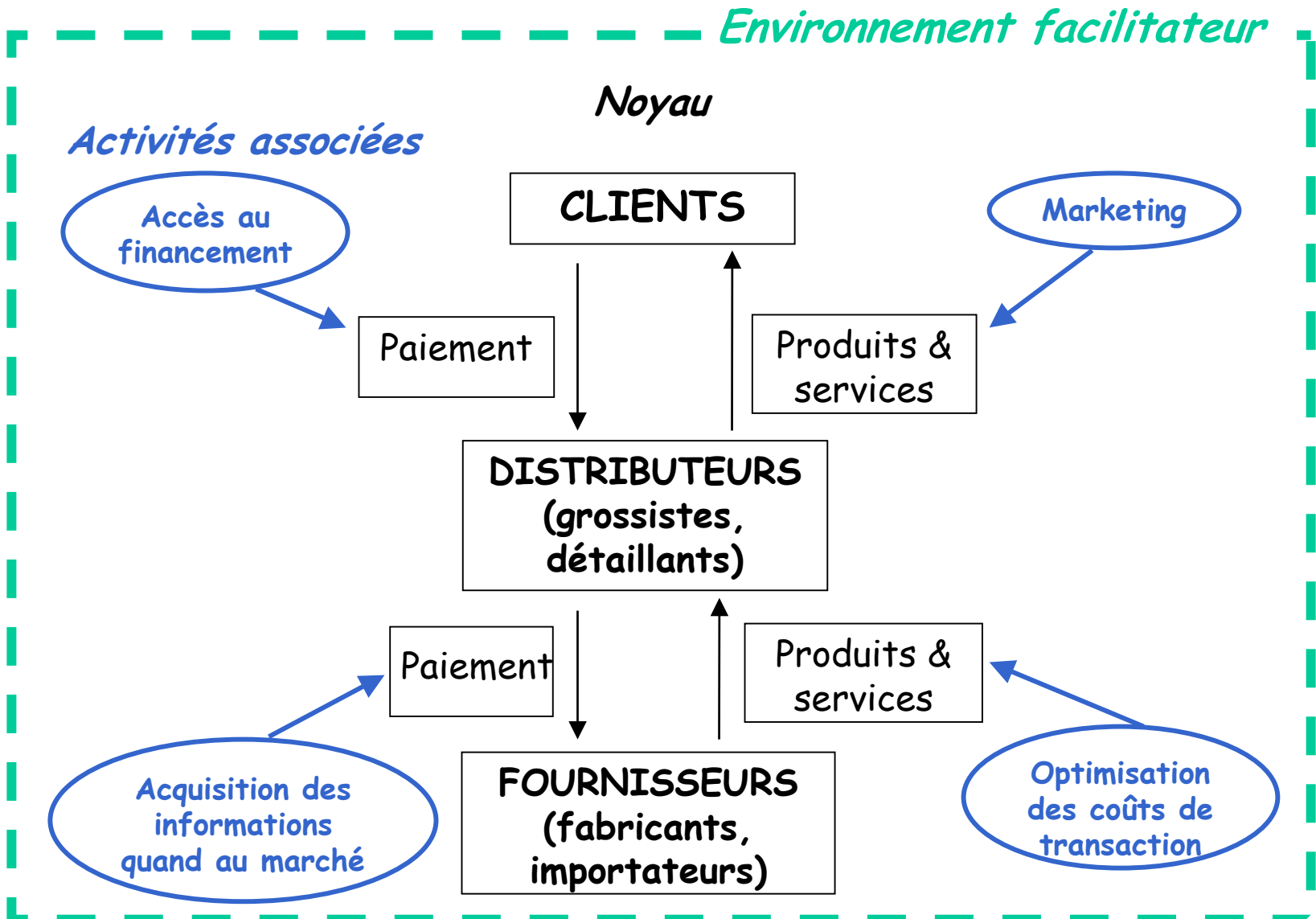
## Création et transfert de connaissances

- 3 Liste d'actions +/- pour la mise en place de chaînes viables
- 4 Éléments génériques clés de la stratégie
- 5 Mise en place d'une collaboration post-atelier
- 6 Recueil des contributions, discussions et conclusions
- 7 Publication d'une note dans la série Supply Chains - WSP

# Introduction à la méthodologie



# « Initiative chaînes de distribution » ①



# « Initiative chaînes de distribution » ②

## *Conclusions principales des cas étudiés:*

- Le secteur public se caractérise par un **manque de motivation** pour fournir les produits appropriés répondant aux demandes des clients
- Les pratiques des bailleurs et des gouvernements souvent « **étouffent** » la mise en place par le secteur privé de chaînes de distribution viables
- La **demande** n'est pas bien comprise et le prix n'est pas adapté.
- La **qualité est fondamentale** mais doit être équilibrée avec le prix
- Les agences externes **peuvent stimuler** le développement de chaînes de distribution par différentes interventions, mais elles doivent savoir **se retirer à temps!**



# « Initiative chaînes de distribution » ③

## *Les 5 facteurs clés:*

1. Une demande adéquate:
  - Fonction / prix / qualité du produit
  - Localisation de la demande
  - Information du consommateur
2. Des stimulants efficaces pour les entrepreneurs
3. Un flux d'information efficace entre les acteurs de la chaîne
4. Une gestion efficace de la chaîne
5. Environnement « facilitateur » favorable:
  - Accès aux financements
  - Régulations
  - Infrastructures
  - Mécanismes de support efficaces

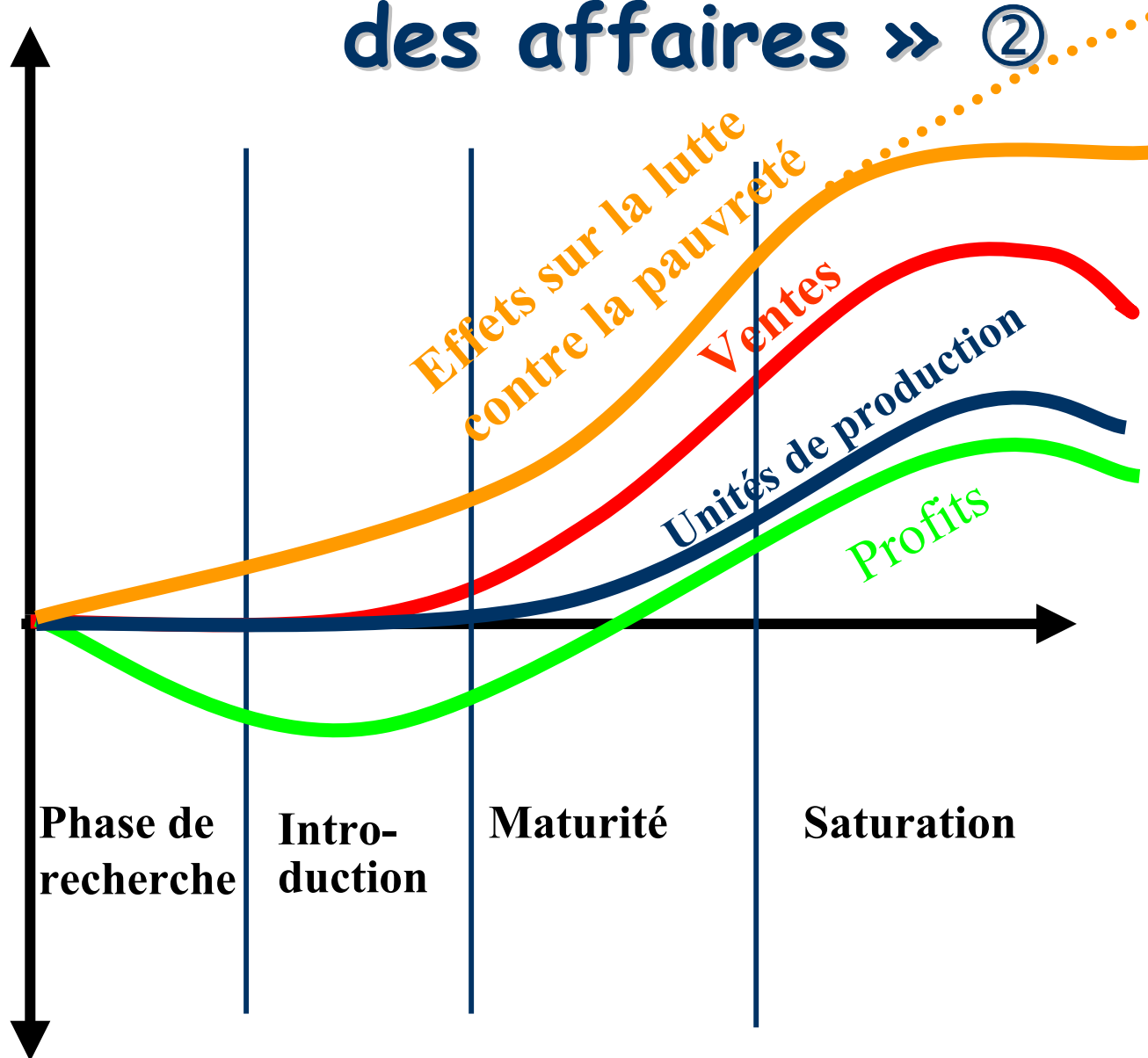


# « Réduire la pauvreté en faisant des affaires » ①

*ou: "La création de marchés pour des produits profitant d'une haute valeur ajoutée et ayant un grand impact en termes de développement"*

- Affirmation: on peut organiser le développement (lutte contre la pauvreté) comme une affaire durable.
- Condition: il faut investir dans la création des marchés et utiliser des techniques efficaces de marketing
- Conséquence: cela peut prendre du temps et exige une approche à long terme. Il faut compter parfois 10 ans pour arriver à un plein succès

# « Réduire la pauvreté en faisant des affaires » ②





# Idées saillantes - en général

- La place et le rôle de chaque acteur dans la chaîne est important pour éviter des goulots d'étranglement
- Les pompes à pédales constituent un facteur de développement et de réduction de la pauvreté
- La promotion est essentielle dans la filière
- Il faut investir pour développer les chaînes - ça ne marche pas qu'avec les seules forces du marché
- L'approche nécessite une très bonne promotion (faite par des professionnels de la promotion) pour faire rêver les gens



## Idées saillantes - cas du Kenya

- Il y a un grand écart entre le prix de production et le prix de vente auprès du client final - le prix double.
- Il n'y a que 3 producteurs de pompes à pieds sur le marché
- Points positifs : la qualité du produit et la mobilisation des détaillants
- Points négatifs : chaîne subventionnée par Approtech - centralisation de la fabrication alourdissant la communication dans la chaîne - prix très élevé.

## Idées saillantes - cas du Bangladesh

- Il y a beaucoup d'acteurs dans la chaîne, mais pourtant les prix restent très accessibles
- Utilisation très intéressante de moyens traditionnels d'information et de communication
- Du profit est fait partout dans la chaîne, d'où l'intérêt de chacun de développer la chaîne afin d'accroître son profit

# « Projet Pilote pour la Promotion de l'Irrigation Privée (PPIP)- Niger » ①

## *Leçons apprises:*

- L'irrigation est une activité rentable
- L'adoption progressive des technologies est un gage de durabilité
- La promotion des technologies par le secteur privé est une approche efficace
- La publicité bien ciblée joue un rôle déterminant dans la promotion des technologies

# « Projet Pilote pour la Promotion de l'Irrigation Privée (PPIP)- Niger » ②

*Pour le PIP2, formulé sur la base du PPIP, il faut mettre l'accent sur :*

- le faire-faire
- la recherche de synergies d'action
- l'établissement d'une chaîne durable d'approvisionnement en équipement de petite irrigation et de commercialisation de produits agricoles.
- le recours au secteur privé pour la vulgarisation
- l'information des producteurs et l'aide à la décision
- la mise en place de mécanismes de financement appropriés.

# ATELIER SUR LES CHAINES DE DISTRIBUTION DES POMPES À PÉDALES

*Résumé  
du  
Dimanche 20.10.02*



# Activités du jour

- Visites de terrain
  - Groupe 1: Tibiri
  - Groupe 2: Torodi



# Tâche pour les visites de terrain

## *Analyse des 4 Ps du marketing:*

### **P**roduit:

un paquet de biens et services offert pour cibler le client (...qualité, variétés, marque, conditionnement, caractéristiques et options, garantie, service après-vente...)

### **P**romotion:

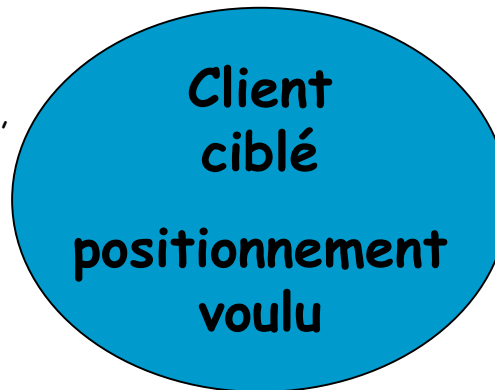
sont des activités qui communiquent les avantages du produit et convainquent le client de l'acheter (...publicité, promotion des ventes, relations publiques, démonstrations...)

### **P**rix:

le montant en argent que le client doit payer pour obtenir le produit (...remise, rabais, conditions de paiement, conditions de crédit, location-vente...)

### **P**lace:

inclut des activités de la firme qui font que le produit est disponible aux clients ciblés (...stocks et entrepôts, canaux de distribution, points de vente, moyens de transport...)



# Visite de terrain - groupe Torodi ①

## *Relations entre les acteurs de la chaîne:*

### **Le paysan :**

- Intermédiaire entre producteur et autres paysans acquéreurs
- Expérimente les nouvelles technologies

### **Le producteur :**

- Fait installer la pompe par ses foreurs
- Suivi et conseils au paysan
- Fourni le SAV et l'entretien de la pompe au paysan
- Participe à la démonstration
- Vend des pompes au projet

### **Le projet :**

- Formation des producteurs
- Promotion de la pompe (supports marketing)
- Suivi et conseils au paysan
- Amélioration de la technologie
- Contrôle du prix de vente de la pompe
- Crédit mutuel aux paysans

# Visite de terrain - groupe Torodi ②

## *Quelques observations retenues:*

- Le potentiel de demande de pompes est important dans la région
- Le marché n'est pas encore à la phase de saturation
- Le nombre des intermédiaires est limité, voire inexistant
- Le prix de la pompe est accessible aux paysans
- Le producteur est situé à proximité des utilisateurs et loin des concurrents
- Le SAV et le suivi-conseils sont assurés par le projet et par le producteur
- L'enrichissement du producteur est notable
- L'enrichissement du paysan est moins perceptible

# ATELIER SUR LES CHAINES DE DISTRIBUTION DES POMPES À PÉDALES



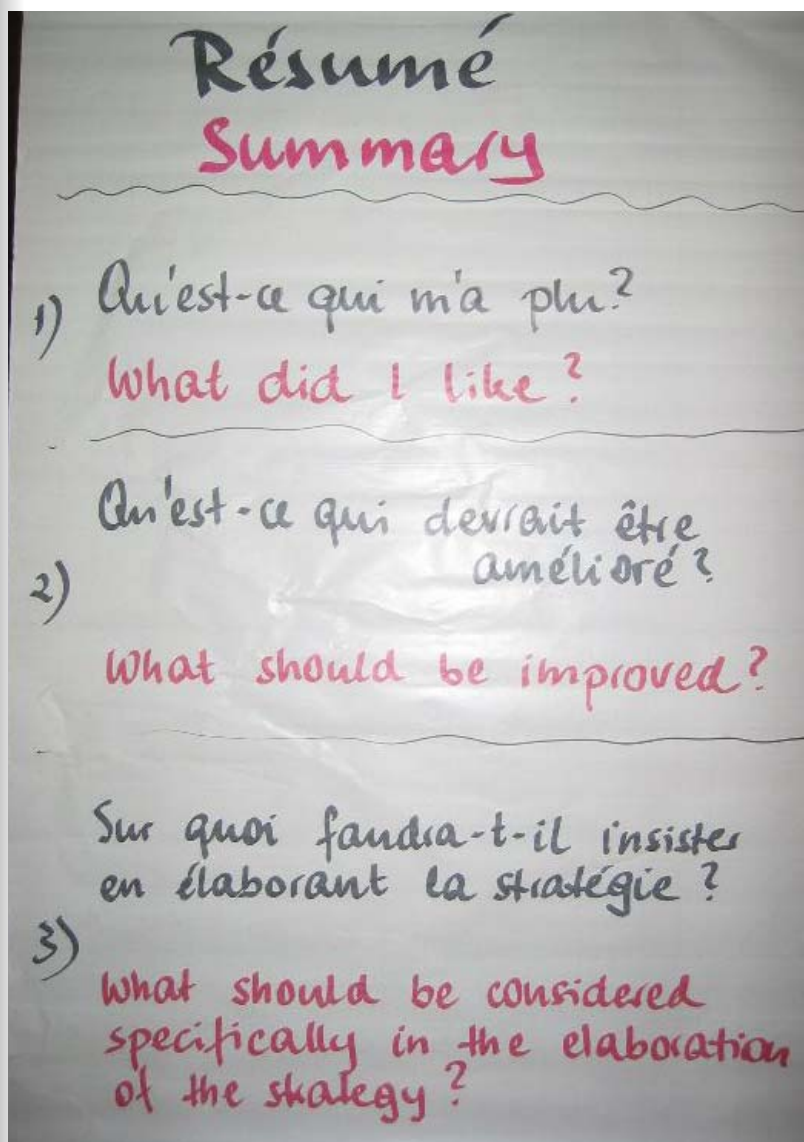
*Résumé  
du  
Lundi 21.10.02*



# Activités du jour

- Restitution des visites de terrain
- Résumé du samedi
- Présentation: « L'art de développer des chaînes de distribution »
- Ouverture officielle de l'atelier
- Présentation « L'expérience d'Enterprise Works - exemple du Niger »
- Présentation « L'histoire des pompes à pédales au Bangladesh »
- Travaux de groupe II - connaissance détaillée d'une stratégie

# Restitution des visites de terrain

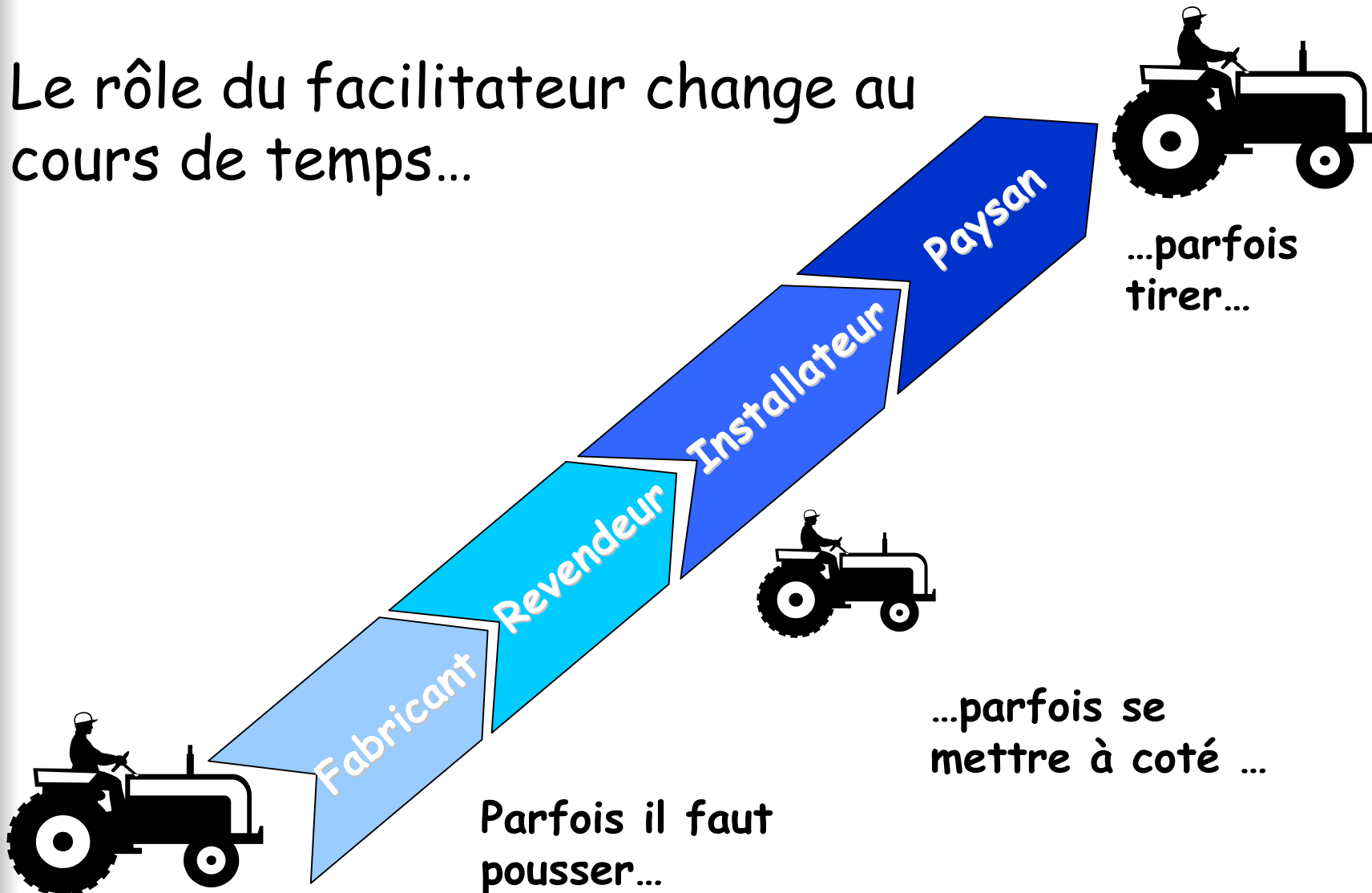


Par rapport au 4 Ps du marketing:

- La bonne appropriation de la technologie par l'utilisateur
- La maîtrise de la technologie à chaque maillon de la chaîne
- Les conditions d'accessibilité aux produits
- Le marketing et la promotion du produit
- Les capacités des fabricants et des intermédiaires
- Adopter d'une approche plus business que projet
- Définir clairement rôles et champs d'action des acteurs de la chaîne
- Améliorer la gestion de l'eau à delà de l'irrigation par inondation

# « L'art de développer des chaînes de distribution » ①

Le rôle du facilitateur change au cours de temps...





# « L'art de développer des chaînes de distribution » ②

## Leçon 1:

Les gens prennent du temps pour se décider

**A**wareness

Les gens doivent savoir, voir et toucher

**I**nformation

Les gens doivent voir les autres faire

**D**esire

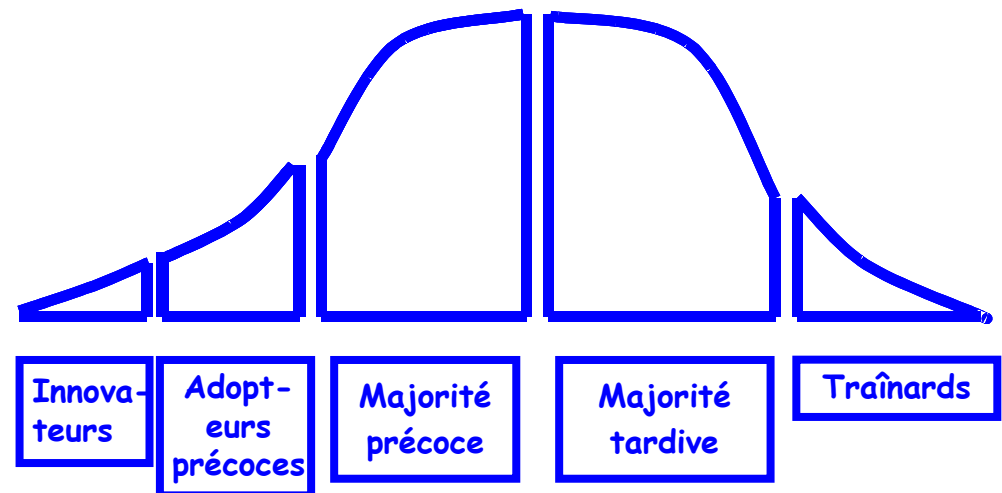
Les gens doivent le vouloir pour eux-mêmes également

**A**ction

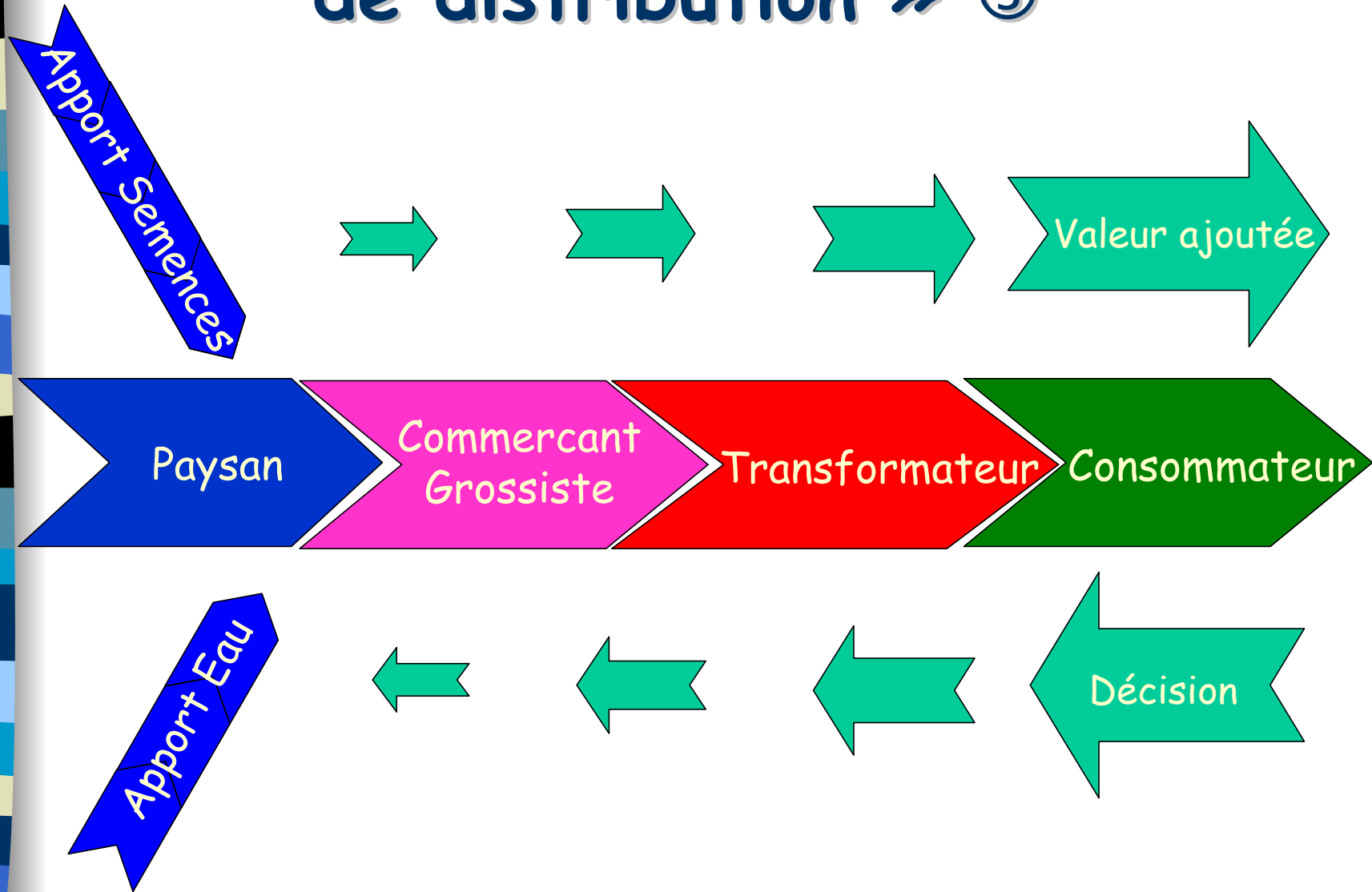
Les gens doivent prendre action et payer

## Leçon 2:

Les gens sont différents



# « L'art de développer des chaînes de distribution » ③



# Ouverture officielle de l'atelier

## Ministre du Développement Agricole:

*...la SRP accorde la plus grande importance au développement rural et considère la maîtrise de l'eau pour l'irrigation comme un axe prioritaire d'intervention...*

*...l'expérience nigérienne vous offre une occasion pour mieux comprendre les contraintes et opportunités de nature à assurer durablement par le secteur privé, une distribution en milieu rural de produits accessibles aux populations pauvres...*

## Représentant résidant BM:

*...cet atelier est venu à point nommé car il complète opportunément les informations et connaissances acquises durant les 6 dernières années dans le développement de l'irrigation privée au Niger...*

*...aujourd'hui toutes les conditions sont réunies pour réussir le développement de la petite irrigation privée au Niger...*



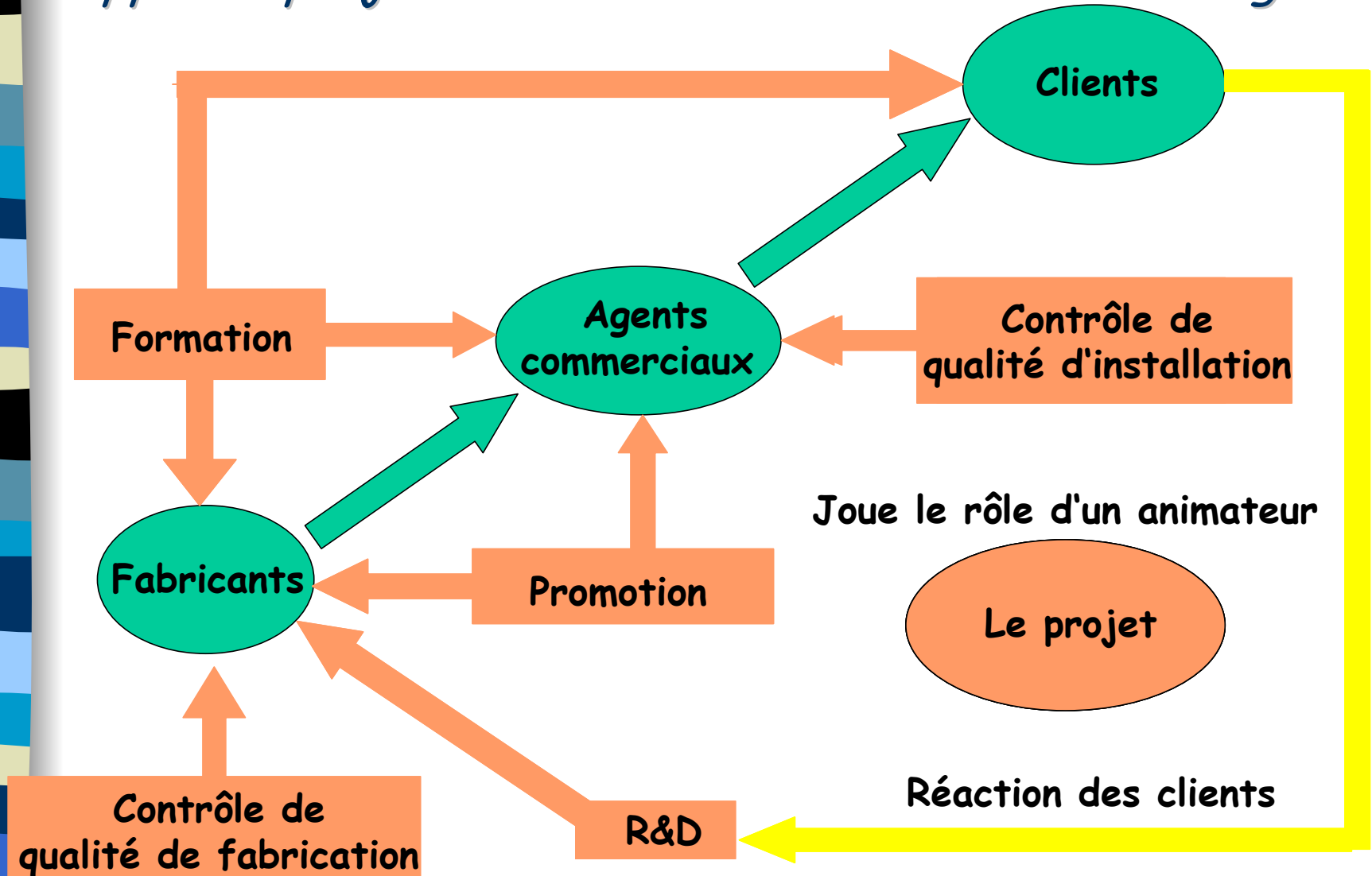
# « L'expérience d'Enterprise Works » ①

*Comment développer une chaîne viable de distribution ?*

- a) Faire l'analyse du marché
- b) Identifier des zones ayant un fort potentiel
- c) Faire des démonstrations dans les marchés
- d) Identifier des sites de production de cultures irrigués
- e) Faire des démonstrations sur place
- f) Identifier et former des artisans locaux pour fabriquer les pompes et pour réaliser les forages
- g) Promouvoir les produits par la publicité

# « L'expérience d'Enterprise Works » ②

*Appui du projet sur la chaîne de distribution au Niger:*



# « L'expérience d'Enterprise Works » ③

## *Une chaîne de distribution durable - conclusions:*

- Tous les acteurs de la chaîne doivent dégager un profit
- L'appui de l'organisation animatrice doit accompagner les acteurs et non pas les remplacer
- Le nombre d'acteurs dans la chaîne dépend du volume du marché

# « L'histoire des pompes à pédales au Bangladesh » ①



- Intervention pompes à pédales: 1984 - 2002
- Nombre de pompes à pédales vendues à travers la chaîne de distribution privée: 1.5 million
- Constitution de la chaîne de distribution:
  - Fabricants: 120
  - Revendeurs: 3,268
  - Installateurs / Foreurs (Mistiries): 9,500
- Revenu additionnel annuel net pour les cultivateurs: US\$100

# « L'histoire des pompes à pédales au Bangladesh » ②

## *Leçons apprises:*

- Des prestations de services lors du démarrage sont parfois critiques, mais doivent se passer dans le cadre d'une stratégie de sortie définie à l'avance
- Pour contrecarrer la spirale de perte de qualité, des interventions à des moments judicieux sont nécessaires
- Les clients doivent pouvoir choisir dans des options prix - qualité
- Une fois la référence de qualité établie, c'est au marché de déterminer le rapport qualité / prix
- Le facilitateur doit travailler avec différents acteurs du marché pour ne pas créer des situations de monopoles
- Une approche focalisée sur les clients et une réponse adéquate à leurs besoins sont des éléments clés pour toute intervention de développement de marchés
- Flexibilité et esprit d'apprentissage face au marché sont primordiaux pour un marketing efficace des produits
- La stratégie de retrait du facilitateur doit être spécifique en fonction du produit



# ATELIER SUR LES CHAINES DE DISTRIBUTION DES POMPES À PÉDALES

*Résumé  
du  
Mardi 22.10.02*



# Activités du jour

- Résumé du lundi
- Restitution des travaux de groupe II
  - *Compréhension détaillée d'une stratégie*
- Travaux de groupe III
  - *Élaboration d'une stratégie pour la distribution de la pompe à pédales au Niger*
- Démonstration «bucket kit»

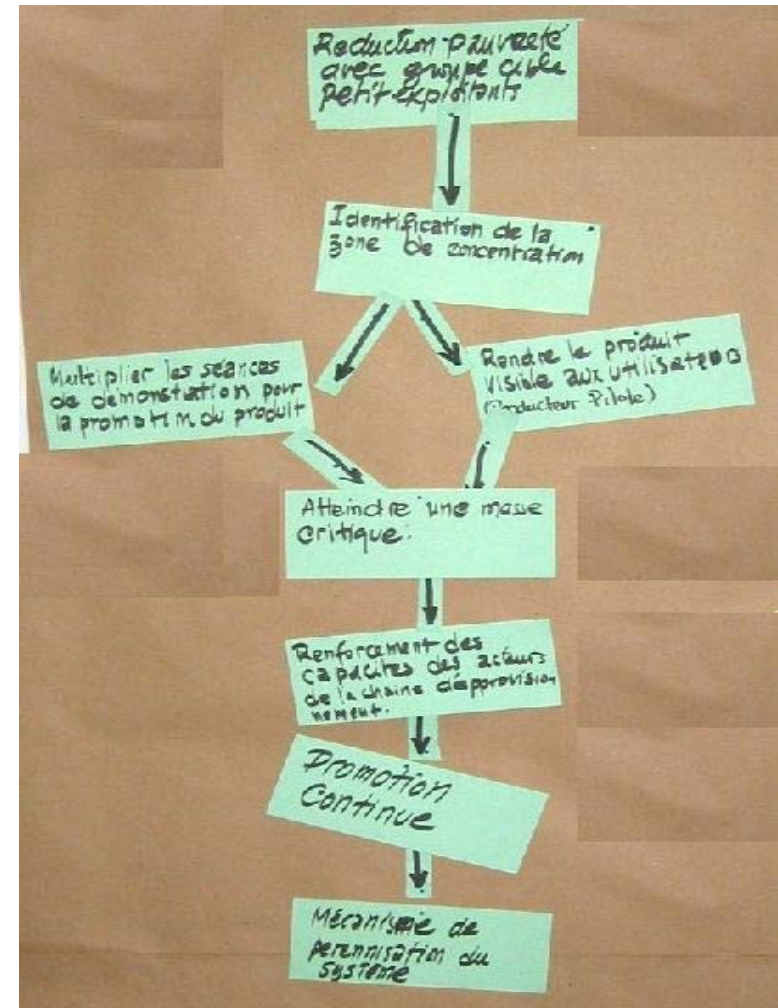
# Restitution des travaux de groupes II ①

## Compréhension détaillée d'une stratégie:

### Cas du Niger



### Cas du Bangladesh



# Restitution des travaux de groupes II ②

## *Compréhension détaillée d'une stratégie:*

### Options futures pour le Niger:

- Améliorer la promotion des forages
- Améliorer et intensifier la promotion des pompes
- Établir un système décentralisé de financement
- Pérenniser les actions par les artisans organisés
- Lien plus étroit entre technologie et crédit
- Améliorer la technologie
- Explorer de nouvelles possibilités d'utilisation (p.e. élevage - eau potable)

### Options futures pour le Bangladesh:

- Organiser mieux les acteurs
- Améliorer la qualité des produits
- Utiliser les appuis financiers sans causer des dommages à la chaîne
- Répliquer la stratégie pour d'autres secteurs

# Travaux de groupes III

## *Élaboration d'une stratégie pour la distribution de la pompe à pédales au Niger:*

### Contexte:

- Superficie: 1 267 000 km<sup>2</sup>
- Population: 10.8 millions
- Revenu national brut par personne: 180 \$US
- L'analphabétisme des hommes (+ 15 ans): 77%
- 120 000 Maraîchers
- 360 000 autres irriguants potentiels

### Objective:

Design a strategy for the distribution of the treadle pump in Niger

### Vision :

Reaching a maximum of clients by using a sustainable supply chain.

### Task :

Based on what has been accomplished up to now:

- define the next steps
- describe the role of the actors
- identify intermediate results
- and estimate the time you need to reach them.



# Restitution des travaux de groupes III ②







# ATELIER SUR LES CHAINES DE DISTRIBUTION DES POMPES À PÉDALES

*Résumé  
du  
Mercredi 23.10.02*



# Activités du jour

- Résumé du mardi
- Présentation: « Les 4+1 Ps du marketing »
- Travaux de groupe III - suite
  - *Élaboration d'une stratégie pour la distribution de la pompe à pédales au Niger - selon les 4+1 Ps*
- Restitution des travaux de groupe III
- Podium de questions

# « Les 4+1 Ps du marketing » ①

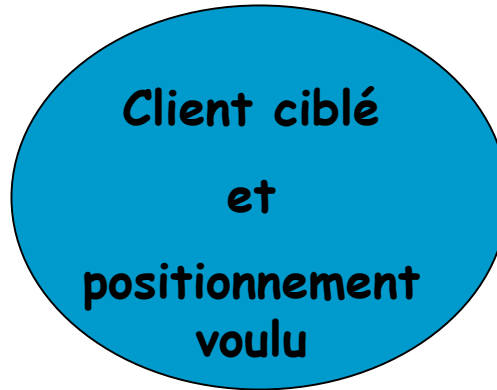
## Définitions:

### Produit:

un paquet de biens-et-services offert pour cibler le client

### Promotion:

sont des activités qui communiquent les avantages du produit et convainquent le client de l'acheter



### Politique:

veut dire un environnement favorable pour que le client puisse tirer un profit du produit

### Prix:

le montant en argent que le client doit payer pour obtenir le produit

### Place:

inclut des activités de la firme qui font que le produit est disponible aux clients ciblés

# « Les 4+1 Ps du marketing » ②

## *Le rôle du promoteur:*

*Pas de rôle*

*Facilitateur*

*Prestataire  
de services*

- Beaucoup de renforcements des capacités à tous les niveaux est nécessaires
- Des activités de lobbying et de travail en réseau sont primordiales, surtout pour les nouveaux segments du marché. La chaîne de distribution ne peut pas assumer ces tâches par elle-même
- Le facilitateur devrait également intervenir au niveau des politiques et régulations pour créer un environnement favorable
- La collaboration avec d'autres institutions, projets, etc.

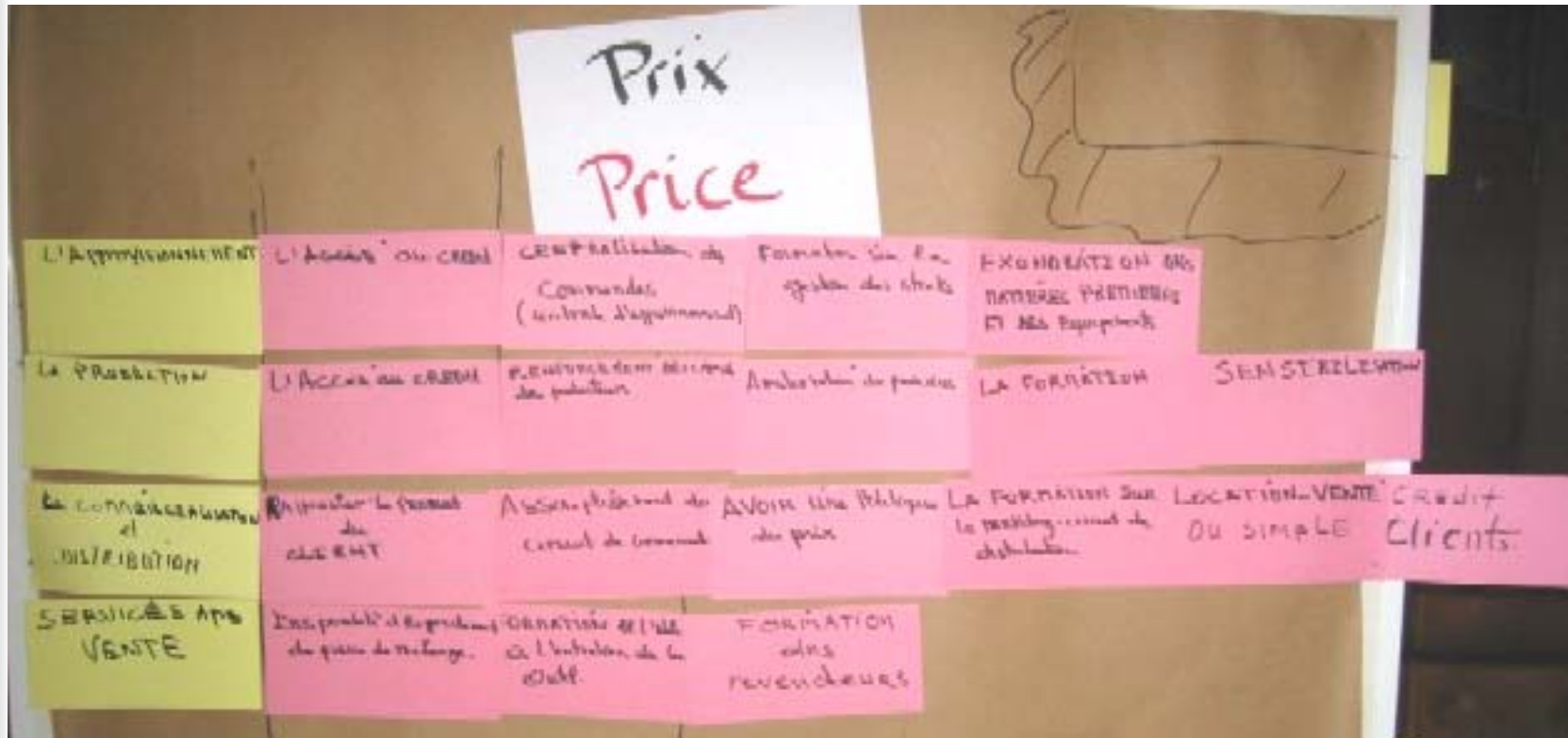
# Restitution des travaux de groupes II - suite ①

## Stratégie pour la distribution de la pompe à pédales au Niger



# Restitution des travaux de groupes II - suite ②

## Stratégie pour la distribution de la pompe à pédales au Niger

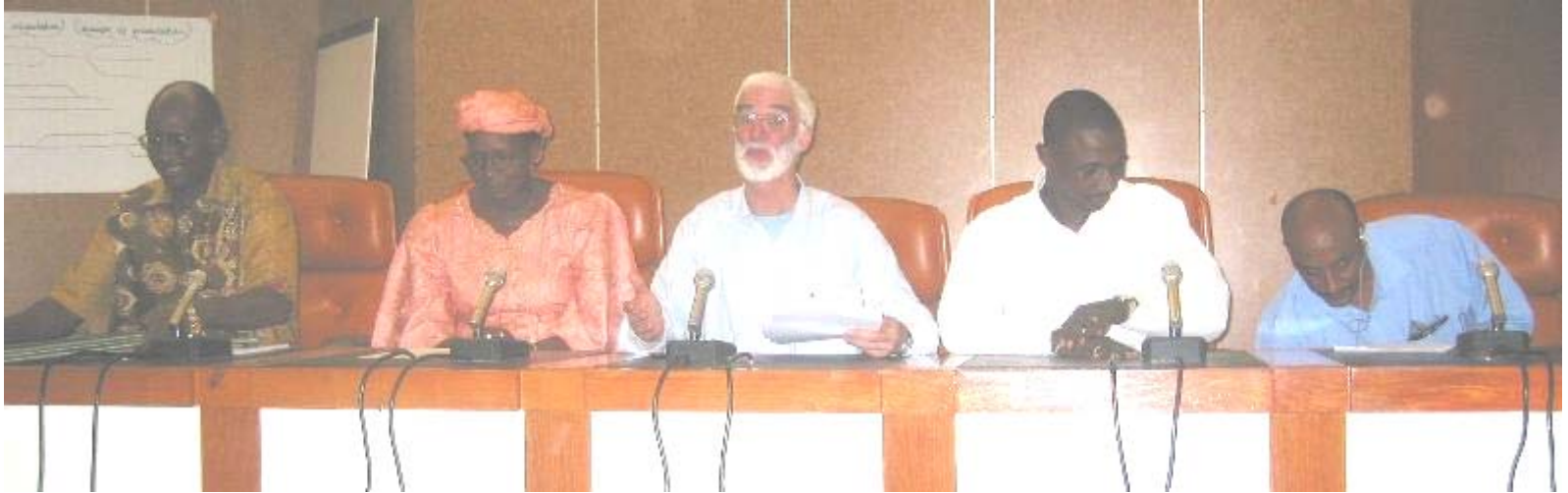








# Podium de questions



*Genre*

*Réduction  
des coûts*

*Moyens  
externes*

*Systèmes  
de crédit*

*Applicabilité  
ailleurs*

*Besoins des  
utilisateurs*

# ATELIER SUR LES CHAINES DE DISTRIBUTION DES POMPES À PÉDALES

*Résumé  
du  
Jeudi 24.10.02*



# Activités du jour

- Résumé du mercredi
- Présentation de posters:
  - *Centre Écologique Albert Schweitzer (CEAS) - Burkina Faso*
  - *Association W≈3≈W - Suisse*
- Suivi de l'atelier et travail en réseau
- « Marché d'expertises personnelles »
- Photo de groupe
- Évaluation de l'atelier
- Tour de table sur les éléments retenus
- Remarques finales et clôture

# Collaboration post-atelier

Mise à disposition de sites WEB pour:

- disséminer les retombées et produits de l'atelier
- rendre accessible d'autres ressources concernant la petite irrigation en général et des pompes à pédales en particulier

[www.promopme.net](http://www.promopme.net): «Cercle pour la promotion de la micro-entreprise en Afrique de l'Ouest »

[www.ceas-ong.net](http://www.ceas-ong.net) : « Centre Ecologique Albert Schweitzer »

[www.wsp.org](http://www.wsp.org) : Le site du Programme pour l'Eau et Assainissement (PEA)

# « Marché des expertises personnelles »

**Nanzoul Mohamed**

(Ingénieur du Génie Rural)  
- nanzoul@hotmail.com.

- Connaissances en:

- \* Irrigation
- \* Alimentation eau potable (AEP)
- \* Assainissement
- \* Barrages
- \* Routes
- \* Bâtiments

**Munger François**

Hydrogéologue } P  
Biotechnologie } R  
ENERGIE } O

→ Eau & Assainissement  
rural & petits villages

→ Transfert Techno  
SUD-SUD

→ Projet Multi-Secteurs

Fondue à la tomme  
CALENDRIER AVEC IMPACT

**Zellweger Tonino**

era@ubl.ch

- Techniques de facilitation
- Comment financer la vulgarisation
- Entraînements pour facilitateurs

Fondac fribourgeoise

**Ibrahim Tahirou**

RECHERCHE en vue produits  
secteur agricole:

- Technologies simples et performantes de captage d'exhaure de distribution
  - Supports de diffusion et marketing.
  - Informations et documentation sur les techniques de conservation ou transformation des produits agricoles
- E-mail: [tahirouib@yahoo.fr](mailto:tahirouib@yahoo.fr)

**Bovey Claude**

CHAINES DE

ENCADREMENT DE PRODUCTION

AGRICOLE DIVERSES (BIOLOGIQUES)

- FRUITS, LEGUMES
- CEREALES, SESAME, ... ETC
- DEPNIERES
- ELEVAGE

● COMMERCIALISATION/EXPORT

● TRANSFORMATION AGROALIMENTAIRE

- SECHAGE
- FERMENTATION

-----> SPECIALISATION  
SUR KRUMBEREKACHELE

BUNAT @CENATRIN.BF

**Nunley David**

INTEL' DEVELOPMENT ENTERPRISES

○ SUPPLY CHAIN DEVELOPMENT

○ LOW-COST TECHNOLOGY DEVELOPMENT

- A. WATER LIFTING
- B. IRRIGATION
- C. MICRO IRRIGATION
- D. RAIN WATER STORAGE + COLLECTION
- E. DEEP WATER TABLE LIFTING DEVICES (RAMPS)
- F. WATER (ORINKING) FILTRATION

○ PROMOTIONAL IDEAS FOR DEVELOPMENT OF SUPPLY CHAINS

# Évaluation de l'atelier ①

## Opérationnels, focalisés sur le Niger (cas d'école)

- 1 Un premier jet de stratégie pour le développement de chaînes de distribution viables et durables de la pompe à pied au Niger.
- 2 Un outil simple de suivi et évaluation de la mise place de la stratégie

## Création et transfert de connaissances

- 3 Liste d'actions +/- pour la mise en place de chaînes viables
- 4 Éléments génériques clés de la stratégie
- 5 Mise en place d'une collaboration post-atelier
- 6 Recueil des contributions, discussions et conclusions
- 7 Publication d'une note dans la série Supply Chains - WSP

● réalisé      ● pas réalisé      ● en cours

# Évaluation de l'atelier ②

1. Quelle est la valeur ajoutée de cet atelier à mes propres connaissances ?
2. Quelles étaient mes possibilités à contribuer aux résultats de cet atelier ?
3. Quelles sont les retombées pour mon propre projet ?
4. A quel degré l'atelier et ses produits contribuent au développement de la stratégie au Niger ?
5. Degré de satisfaction par rapport à la logistique

