

Republique Rwandaise  
Ministère de l'Agriculture,  
de l'Elevage et des Forêts

# La Destination Intentionnée du Haricot et du Sorgho Achetés par les Producteurs

par

Scott Loveridge

Document de Travail NO. 27  
Division des Statistiques Agricoles  
(DSA)

juin 1989

## Introduction

Lors de l'année agricole 1986, la DSA<sup>1</sup> a mené une enquête hebdomadaire sur la commercialisation du haricot et du sorgho auprès d'un échantillon de plus de 1000 ménages ruraux. Les résultats globaux de cette enquête et leurs implications ont été publiés ailleurs (Rwamasirabo, Kampayana et Loveridge, Loveridge et. al., Loveridge). Ce document traite un aspect précis ignoré par les publications antérieures: celui de la destination du haricot et du sorgho achetés en milieu rural. Pour chaque transaction enregistrée, les enquêteurs ont demandé l'usage intentionnée du produit acheté. Il y avait cinq réponses précodifiées, à savoir:

Consommation: Le ménage compte manger le produit.

Ventes: Le ménage compte revendre le produit. Notons que ces transactions commerciales ont été exclues dans la plupart des tableaux des publications antérieures car l'inclusion des transactions commerciales fait gonfler les chiffres globaux sur le niveau de commercialisation de ces produits. Les achats commerciaux sont inclus ici pour montrer l'échelle à laquelle le producteur lui-même participe dans la chaîne de commercialisation.

Semences et Consommation: Le ménage compte semer une partie de l'achat et manger une autre. Lors du pré-test du questionnaire, il a été constaté que les producteurs font un triage des achats destinés aux semences. Les grains qui n'ont pas les caractéristiques voulues pour les semis (cassés, attaqués par les insectes, variété non-appréciée) sont généralement destinés à la consommation. En plus, certains producteurs font l'achat d'un lot des grains en sachant qu'ils vont manger une grande partie et semer une autre partie, mais ils ont des difficultés à prévoir exactement quelle proportion va à chacune de ces deux destinations. C'est ainsi qu'on a dû spécifier la catégorie comme étant "semences et consommation" au lieu de "semences" seulement.

Bière: Le ménage compte fabriquer de la bière (de sorgho ou de banane) avec le sorgho acheté.

Autre: Cette catégorie comprend les cas où le producteur compte donner les grains à quelqu'un d'autre, les cas où on ne sait pas la destination au moment de l'achat, et les cas où il y a plusieurs destinations (exemple: ventes et bière).

---

<sup>1</sup>Antérieurement connue sous le nom de SESA.

## Résultats

Le tableau 1 montre les quantités globales achetées lors de l'année agricole selon la destination du produit acheté. Il sort deux constatations du tableau 1. Primo, les achats commerciaux sont beaucoup plus importants pour le sorgho que pour le haricot. Ceci est probablement dû au fait que le sorgho grain sec présente plus de possibilités de transformation (en sorgho germé ou sorgho farine) que le haricot. Ces achats commerciaux sont alors une source de valeur ajoutée assez importante pour certains ménages. Secundo, les achats de haricot sec destinés aux "semences et consommation" sont énormes par rapport aux achats de sorgho de la même destination malgré que les achats totaux de sorgho soient plus grands que les achats totaux de haricot. Ceci est consistant avec la constatation (voir Loveridge) que les cultivateurs qui disposent d'une grande production calorique par personne se penchent vers la culture de sorgho plus que les autres catégories de cultivateurs. Comme ils disposent d'une plus grande production calorique par personne, les cultivateurs de sorgho sont probablement obligés de manger leurs semences moins fréquemment que les autres producteurs. Ceci a comme effet une demande de semences limitée pour le sorgho.

**Tableau 1**  
**Tonnage de Haricot Sec et de Sorgho Grain Sec**  
**Acheté Par Usage Intentionnée**  
**en Milieu Rural**  
**(Année Agricole 1986)**

	Haricot Sec	Sorgho Grain Sec
<b>Consommation</b>	<b>46726</b>	<b>17848</b>
<b>Ventes</b>	<b>2995</b>	<b>13228</b>
<b>Semences et Consommation</b>	<b>13245</b>	<b>636</b>
<b>Autre</b>	<b>589</b>	<b>46544</b>
<b>Total</b>	<b>63562</b>	<b>79053</b>

Les tableaux 2 et 3 montrent les destinations des achats de haricot et de sorgho selon la Préfecture de l'achat. Il est à noter que la culture de la banane n'est pas beaucoup pratiquée dans la Préfecture de Gikongoro, ce qui pousse les ménages dans cette préfecture à se procurer le sorgho pour la fabrication de la bière de sorgho. Les variations dans la proportion des achats consacrés à chaque destination selon la préfecture pourront éventuellement s'expliquer par les différences dans les niveaux d'autosuffisance en production. (Notons qu'on trouve les mêmes tableaux mais en termes de tonnes par préfecture en annexe de ce document.)

**Tableau 2**  
**QUANTITE DE HARICOT SEC ACHETE PAR PRODUCTEURS AU RWANDA**  
**SELON LA DESTINATION ET LA PREFECTURE DE L'ACHAT**  
**(ANNEE AGRICOLE 1986--KILOS PAR MENAGE)**

	CONSUM- MATION	VENTES	SEM/CONS	AUTRE	TOTAL
BUTARE	31	13	12	0	61
BYUMBA	71	1	29	0	108
CYANGUGU	27	1	12		44
GIKONGORO	46	2	7		59
GISENYI	62	0	7	1	73
GITARAMA	27	3	10	0	48
KIBUNGO	26	1	11		60
KIBUYE	24	0	9	0	41
KIGALI	42	6	10	0	77
RUHENGERI	60	0	13	3	78
<b>RWANDA</b>	<b>43</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>67</b>

**Tableau 3**  
**QUANTITE DE SORGHO GRAIN SEC ACHETE PAR PRODUCTEURS AU RWANDA**  
**SELON LA DESTINATION ET LA PREFECTURE DE L'ACHAT**  
**(ANNEE AGRICOLE 1986--KILOS PAR MENAGE)**

	CONSUM- MATION	VENTES	SEM/CONS	BIERE	AUTRE	TOTAL
BUTARE	3	16	1	34	1	56
BYUMBA	7	4	0	54	0	64
CYANGUGU	31	0	0	0	0	32
GIKONGORO	7	5	0	238	4	255
GISENYI	19	22	0	12	1	54
GITARAMA	16	10	1	20	0	47
KIBUNGO	25	28	1	42	0	96
KIBUYE	9	20	1	88		118
KIGALI	23	13	0	6	1	44
RUHENGERI	25	1	0	9	0	35
<b>RWANDA</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>42</b>	<b>1</b>	<b>72</b>

L'achat de haricot sec pour les semences se fait tout au long de l'année, avec des périodes de pointe en mars - avril et septembre - octobre (Tableau 4). Ceci est consistant avec la constatation que la récolte de haricot se fait chaque mois avec deux périodes de

pointe (voir DeJaegher et Ngarambe). Les producteurs sont en train de semer chaque mois, ce qui fait qu'ils ont besoin de semences chaque mois. Le tableau 5 montre pratiquement le même phénomène pour le sorgho, à part qu'il y a une période morte en avril - mai. Les deux tableaux montrent que la période de pointe des achats pour la consommation "pure" diffère des périodes de pointe des achats pour "semences et consommation" pour les deux cultures. Ceci confirme l'hypothèse de Haugerud que les agriculteurs rwandais préfèrent échelonner leurs récoltes dans le temps pour s'assurer d'un approvisionnement régulier et pour éviter des risques des aléas climatiques. Ceci est possible dû au différences dans la saisonnalité d'une préfecture à une autre et la "saison marais".

Tableau 4  
TONNAGE DE HARICOT SEC ACHETE PAR LES PRODUCTEURS AU RWANDA  
SELON LA DESTINATION ET LE MOIS DE L'ACHAT  
(ANNEE AGRICOLE 1986)

DESTINATION	NOV	DEC	JAN	FEV	MAR	AVR	MAI	JUN	JUL	AOU	SEP	OCT	TOTAL
CONSOMMATION	6278	2696	1303	2990	3231	3437	4704	4702	4467	4794	3614	4511	46726
VENTES	32	2	947	369	159	374	287	7	635	33	108	43	2995
SEM/CONS	439	5	216	522	1607	1158	394	530	689	681	3239	3767	13245
AUTRE	28	13	3	14	36	206	63	.	29	29	147	22	583
RWANDA	6783	2716	2469	3894	5033	5174	5447	5239	5819	5537	7108	8342	63562

Tableau 5  
TONNAGE DE SORGHO GRAINS SECS ACHETE PAR LES PRODUCTEURS AU RWANDA  
SELON LA DESTINATION ET LE MOIS DE L'ACHAT  
(ANNEE AGRICOLE 1986)

DESTINATION	NOV	DEC	JAN	FEV	MAR	AVR	MAI	JUN	JUL	AOU	SEP	OCT	TOTAL
CONSOMMATION	1126	1318	1348	1499	1370	1413	1499	1354	2966	1752	1091	1112	17848
VENTES	582	477	744	1040	987	731	705	327	3932	1905	723	1074	13228
SEM/CONS	47	34	206	65	6	.	.	2	30	79	114	54	636
BIERE	4556	4126	3610	4696	3678	3670	3051	3226	4300	4493	3356	3783	46544
AUTRE	110	288	90	46	88	14	56	38	43	6	6	14	798
RWANDA	6420	6243	5997	7345	6129	5829	5311	4948	11270	8234	5291	6036	79053

Les enquêteurs ont aussi demandé les informations à propos de la source d'approvisionnement pour chaque achat effectué par les ménages enquêtés. Il y avait cinq catégories pour la source, à savoir: autres exploitants, commerçants, coopératives, OPROVIA, et autre. Parmi ces cinq catégories, seule la catégorie de "commerçants" mérite de plus amples explications. Il est ici considéré "commerçant" toute vendeur de haricot ou de sorgho membre de ménage n'ayant pas participé dans la production dudit haricot ou sorgho.

Les tableaux 6 et 7 montrent la destination du haricot et du sorgho achetés selon les différentes catégories de vendeurs. A part les achats de haricot destinés à la vente, le

commerçant est la source d'approvisionnement la plus importante pour toutes les cinq catégories de destination à travers les deux cultures considérées. Les autres exploitants sont des importants fournisseurs des semences, mais même dans cette catégorie de destination traditionnellement crû comme étant occupée par des voisins, le commerçant est dominant. Ce résultat fait penser qu'on peut envisager dans un proche avenir un système de diffusion de nouvelles variétés qui fait recours au réseau commercial parallèlement au système de distribution par les projets actuellement en place.

**Tableau 6**  
**TONNAGE DE HARICOT SEC ACHETE PAR LES PRODUCTEURS AU RWANDA**  
**SELON LA DESTINATION ET LE VENDEUR**  
**(ANNEE AGRICOLE 1986)**

VENDEUR	CONSOM- MATION	VENTES	SEM/CONS	AUTRE	TOTAL
AUTRES EXPLOITANTS	7821	2052	3249	31	13154
COMMERCANTS	38103	943	9852	540	49444
COOPERATIVES	432	.	81	.	513
OPROVIA	79	.	.	.	79
AUTRE	291	.	63	18	371
<b>RWANDA</b>	<b>46726</b>	<b>2995</b>	<b>13245</b>	<b>589</b>	<b>63562</b>

**Tableau 7**  
**TONNAGE DE SORGHO GRAIN SEC ACHETE PAR LES PRODUCTEURS AU RWANDA**  
**SELON LA DESTINATION ET LE VENDEUR**  
**(ANNEE AGRICOLE 1986)**

VENDEUR	CONSOM- MATION	VENTES	SEM/CONS	BIERE	AUTRE	TOTAL
AUTRES EXPLOITANTS	4240	5977	282	6123	84	16706
COMMERCANTS	13528	7251	336	38919	713	60747
COOPERATIVES	35	.	19	169	.	222
OPROVIA	37	.	.	1273	.	1310
AUTRE	8	.	.	60	.	68
<b>RWANDA</b>	<b>17848</b>	<b>13228</b>	<b>636</b>	<b>46544</b>	<b>798</b>	<b>79053</b>

### Sommaire et Conclusions

Les achats commerciaux sont importants pour le sorgho, probablement dû au fait que certains ménages le transforment en vue de gagner un peu d'argent. Les achats de semences de haricot se font dans toutes les préfectures et (à l'échelle nationale) tout au long de l'année. Les achats de semences sont plus importants pour le haricot que pour le

sorgho. Le fait que les semences de haricot sont beaucoup achetées tend à confirmer l'hypothèse de Sperling: une des raisons pour lesquelles les variétés améliorées développées et diffusées par l'ISAR disparaissent est que les producteurs sont souvent obligés de manger leur stock de semences, même si les caractéristiques de la variété sont appréciées. Ceci implique la nécessité d'une amélioration dans le système de diffusion des semences de haricot. Les résultats obtenus ici montrent qu'on peut probablement penser à développer le secteur privé pour épauler le réseau officiel pour la distribution des semences de haricot.

## Bibliographie

DeJaegher, Yvan, et Octavien Ngarambe, "La production de certaines cultures vivrières: La sécheresse de 1984 comparée à une année normale (1986), la répartition mensuelle de la production agricole et son impact possible sur la stratégie alimentaire", République Rwandaise, MINAGRI, Division des Statistiques Agricoles, 1987.

Haugerud, Angelique, "Farmer's Use of Potato Cultivars in Eastern Africa", Mimeo presented at the 1985 Annual Review Meetings, The International Potato Center, Box 5969, Lima Peru, 1985.

Loveridge, Scott, "Importance du haricot et du sorgho dans le système de production des cultures vivrières au Rwanda: disponibilités actuelles et projections pour l'avenir", République Rwandaise, MINAGRI, Division des Statistiques Agricoles, 1989.

Loveridge, Scott, et. al., "Résultats d'une enquête sur le niveau de commercialisation du haricot à l'échelon du producteur", République Rwandaise, MINAGRI, Division des Statistiques Agricoles, 1987.

Rwamasirabo Serge, Théobald Kampayana, et Scott Loveridge, "Résultats d'une enquête sur le niveau de commercialisation du haricot à l'échelon du producteur", République Rwandaise, MINAGRI, Division des Statistiques Agricoles, 1987.

Sperling, Louise, "La diffusion de nouvelles variétés de haricot au Rwanda", CIAT/ISAR, B.P. 259, Butare Rwanda, n.d.

**Tableau 8**  
**TONNAGE DE HARICOT SEC ACHETE PAR LES PRODUCTEURS AU RWANDA**  
**SELON LA DESTINATION ET LA PREFECTURE DE L'ACHAT**  
**(ANNEE AGRICOLE 1986)**

	CONSOM- MATION	VENTES	SEM/CONS	AUTRE	TOTAL
BUTARE	4544	1630	1774	6	7955
BYUMBA	7967	63	3219	2	11251
CYANGUGU	2072	52	874	.	2998
GIKONGORO	3551	134	497	.	4182
GISENYI	7088	15	808	150	8061
GITARAMA	3617	333	1277	61	5287
KIBUNGO	2406	72	1056	.	3535
KIBUYE	2076	35	790	6	2914
KIGALI	5831	635	1374	26	7866
RUHENGARI	7574	27	1574	340	9515
<b>RWANDA</b>	<b>46726</b>	<b>2995</b>	<b>13245</b>	<b>589</b>	<b>63562</b>

**Tableau 9**  
**TONNAGE DE SORGHO GRAIN SEC ACHETE PAR LES PRODUCTEURS AU RWANDA**  
**SELON LA DESTINATION ET LA PREFECTURE DE L'ACHAT**  
**(ANNEE AGRICOLE 1986)**

PREFECTURE	CONSOM- MATION	VENTES	SEM/CONS	BIERE	AUTRE	TOTAL
BUTARE	500	2360	158	4944	155	8118
BYUMBA	746	404	13	6044	2	7209
CYANGUGU	2355	10	15	24	7	2411
GIKONGORO	570	381	7	18206	317	19481
GISENYI	2158	2521	47	1388	59	6172
GITARAMA	2127	1368	104	2597	18	6215
KIBUNGO	2308	2568	93	3914	46	8928
KIBUYE	742	1680	105	7487	.	10013
KIGALI	3183	1847	68	842	171	6111
RUHENGARI	3158	90	28	1099	21	4396
<b>RWANDA</b>	<b>17848</b>	<b>13228</b>	<b>636</b>	<b>46544</b>	<b>798</b>	<b>79053</b>