



Institut Libanais de Développement Économique & Social
Lebanese Institute for Economic & Social Development

Etude financée par l'Union Européenne
Study financed by the European Union

La Commercialisation Des Produits Agricoles

Etude de faisabilité préparée par
Carole Hachem, Ingénieur agronome.

Jun 2001- Jul el Dib - Liban

Table des matières

Sommaire	2
1- Règles de production	3
1-1 Production adaptée aux besoins du marché	
1-2 Normalisation de la qualité	
1-3 Amélioration de l’emballage du transport et de l’entreposage	4
1-4 Approvisionnement constant du marché	4
2- Règles post - production	5
2-1 Organisation de la commercialisation	
2-1-1 L’entreprise publique	
2-1-2 L’entreprise privée	
2-1-3 Les coopératives agricoles	6
2-1-4 Synthèse	7
2-2 La mise du produit sur le marché	8
2-2-1 Niveaux de marchés	
2-2-1-1 Le marché de gros	
2-2-1-2 Le marché de détail	
2-2-2 Types de marchés	9
2-2-2-1 Le marché à la ferme	
2-2-2-2 Le marché local	10
2-2-2-3 Le marché national	
2-2-2-4 Le marché international	11
3- Condition de réussite de la commercialisation	12
3-1 Commercialisation régionale	
3-2 Commercialisation nationale	13
3-2-1 Distribution	
3-2-2 Livraison aux marchés de gros, les Souks	
3-3 Commercialisation internationale	
4- Recommandations	14
5- Conclusion	14

Les points de vue exposés dans cette étude reflètent l’opinion de l’auteur.

Sommaire

La commercialisation des produits agricoles inclut :

- La manutention,
- Le transport,
- La transformation et le conditionnement,
- Le classement et le contrôle de qualité pour faciliter les opérations de vente et répondre aux besoins des différents consommateurs,
- Le stockage pour équilibrer les récoltes de caractère saisonnier avec la demande à la consommation de caractère continu.

Le système de commercialisation doit être adapté aux besoins de l'agriculteur qui doit assurer un approvisionnement continu afin de répondre à la demande du marché.

A la suite des négociations sur les achats menées au niveau du gros et du détail, les prix sont établis; ils tiennent compte de l'aptitude des consommateurs à payer et de la nécessité d'encourager les producteurs. Un bon système de commercialisation doit s'attacher à élargir l'éventail des consommateurs desservis, et ouvrir ainsi aux producteurs de nouveaux débouchés.

Cette étude a pour but d'aider l'agriculteur dans ses efforts pour commercialiser sa production. L'agriculteur doit tenir compte des règles à suivre en amont et en aval de la production. Ces règles sont les suivantes:

1- Règles de production :

- 1-1 Production adaptée aux besoins du marché,
- 1-2 Normalisation de la qualité,
- 1-3 Amélioration de l'emballage du transport et de l'entreposage,
- 1-4 Approvisionnement constant du marché.

2- Règles post-production :

- 2-1 Renforcement de l'organisation et de la commercialisation,
- 2-2 La mise du produit sur le marché.