



La première enquête réalisée en RDC sur terminal mobile

Améliorer le niveau de vie dans les milieux ruraux au Kasai-Oriental

Enquête de base PRODAKOR-PRODEKOR auprès des ménages



FORCIER CONSULTING

PRÉPARÉ POUR



CTB RD CONGO

**LA COOPÉRATION
BELGE AU DÉVELOPPEMENT**



PRODEKOR-PRODAKOR, Immeuble CFE MJM (PROCOKI), Boulevard Désiré Kabila, Commune de Diu-lu, Quartier de Masan Ka, Mbuji-Mayi



REMERCIEMENTS

L'équipe de recherche voudrait d'abord adresser ses plus sincères remerciements aux équipes de la Coopération Technique Belge, notamment Steven Hollevoet. L'équipe de recherche voudrait aussi remercier l'ensemble des participants qui ont bien voulu participer à cette enquête et partager leurs informations et opinions sur ces questions. De plus, l'équipe de recherche voudrait adresser ses sincères remerciements aux autorités locales de la province de Kasai-Oriental qui ont facilité la mise en place de cette enquête.

Nous aimerions de plus saluer le travail des membres de l'équipe pour leur contribution à la recherche et à l'analyse de ce rapport. Les personnes suivantes ont contribué à l'enquête et à l'analyse:

Erin Satterlee, Vice-directeur des opérations
Martin Kern, Chargé de projet
Eero Wahlstedt, Directeur de recherche
Alexandre Moller, Chercheur

Erin Satterlee
Vice-président des opérations
Forcier Consulting
Décembre 2014



TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux.....	4
Liste des graphiques.....	5
Acronymes	7
<i>Résumé analytique</i>	8
1. Introduction et contexte	10
2. Objectifs et méthodologie de l'enquête de base.....	10
2.1 Sites de l'étude.....	10
2.2 Procédure de collecte des données	11
2.3 Utilisation du support mobile dans la collecte des données.....	11
2.4 Contrôle qualité.....	13
2.5 Analyse et interprétation des données.....	14
2.6 Données démographiques des ménages et répondants.....	14
2.7 Limites.....	19
3. Résultats	20
3.1 Etat des lieux de la production et productivité agricole dans les ménages.....	20
A. Production et superficie	20
B. Pratiques autour des semences.....	28
C. Fertilité du sol.....	30
D. Pratiques afin d'améliorer la productivité	31
3.2 Traitement, stockage et commercialisation de la production agricole	32
A. Consommation, stockage et commercialisation	32
B. Types de marchés où s'écoulent la production.....	38
C. Information sur les prix.....	39
3.3 Etat du réseau routier et conséquences sur les pratiques des ménages	40
A. Etat et entretien des routes	40
B. Types de problèmes rencontrés dans la commercialisation de la production agricole	42
C. Coûts de transport et problèmes liés à l'utilisation des routes	44
3.4 Bonne gouvernance dans le secteur agricole.....	48
A. Appui conseil/Vulgarisation agricole.....	48
B. Organisations paysannes	51



C. CARG	54
3.5 Genre dans le secteur agricole	55
A. Inégalités entre les ménages agricoles gérés par des hommes et des femmes	56
B. Présence et rôle des femmes en milieu rural	58
4. Conclusions et recommandations pour les enquêtes futures	60
5. Annexes	62
5.1 Carte des zones et villages enquêtés	62
5.2 Méthode d'échantillonnage	63
5.3 Questionnaire	66
5.4 Résumé des réponses.....	89



LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 Nombre d'enquêtes par territoire _____	10
Tableau 2 Ménage-type _____	14
Tableau 3 Niveau de revenu par territoire _____	18
Tableau 4 Part du revenu provenant de l'agriculture par territoire _____	19
Tableau 5 Production et superficie cultivée pour le maïs _____	21
Tableau 5 Production et superficie cultivée pour l'huile de palme _____	22
Tableau 6 Production et superficie cultivée pour le niébé _____	23
Tableau 7 Production et superficie cultivée pour l'arachide _____	25
Tableau 8 Production et superficie cultivée pour le soja _____	26
Tableau 9 Ménage-type dirigé par un homme et une femme _____	55
Tableau 10 Populations par bassin enquêté _____	63
Tableau 11 Nombre d'UPE par bassin enquêté _____	64



LISTE DES GRAPHIQUES

Figure 1 : Répartition des répondants par sexe et groupe d'âge.....	15
Figure 2: Répartition des répondants par niveau d'éducation	16
Figure 3: Répartition des répondants par profession principale.....	16
Figure 4: Répartition du chef de ménage selon le sexe	17
Figure 5: Nombre d'enfants au sein du ménage.....	17
Figure 6: Revenu moyen mensuel du ménage	18
Figure 7: Part du revenu provenant de l'agriculture.....	19
Figure 8: Nombre de productions cultivées par les ménages parmi les cultures prioritaires	20
Figure 9: Production pour laquelle les ménages consacrent la plus grande surface parmi les cultures prioritaires ..	20
Figure 10: Production de maïs des ménages sur la saison culturelle passée.....	21
Figure 11: Production d'huile de palme des ménages sur la saison culturelle passée	22
Figure 12: Production de niébé des ménages sur la saison culturelle passée	23
Figure 13: Production de niébé sur la saison culturelle passée selon le revenu mensuel moyen	24
Figure 14: Production d'arachide des ménages sur la saison culturelle passée	24
Figure 15: Production d'arachide des ménages selon le territoire	25
Figure 16: Production de soja des ménages sur la saison culturelle passée.....	26
Figure 17: Production de soja sur la saison culturelle passée selon le revenu moyen mensuel	27
Figure 18: Appréciation de l'évolution de la production des cultures prioritaires sur la saison culturelle passée	27
Figure 19: Montant du revenu consacré à l'achat de semences par les ménages acheteurs.....	28
Figure 20: Origine de la semence utilisée par les ménages	29
Figure 21: Présence et nombre d'agrimultiplicateurs ou d'associations villageoises productrices de semences	30
Figure 22: Appréciation de la fertilité de la terre arable dans le village selon le territoire	30
Figure 23: Existence de pratiques mises en place par les ménages pour améliorer la productivité des cultures.....	31
Figure 24: Types de pratiques mises en place par les ménages pour améliorer la productivité des cultures.....	31
Figure 25: Production agricole fournissant le revenu le plus important parmi les cultures prioritaires	32
Figure 26: Taux de commercialisation moyen des différentes cultures prioritaires	33
Figure 27: Appréciation par les ménages de l'évolution des prix des produits agricoles ces trois dernières années .	33
Figure 28: Consommation, stockage et commercialisation de la production de maïs	34
Figure 29: Consommation, stockage et commercialisation de la production d'huile de palme	35
Figure 30: Consommation, stockage et commercialisation de la production de niébé	36
Figure 31: Consommation, stockage et commercialisation de la production d'arachide.....	37
Figure 32: Consommation, stockage et commercialisation de la production de soja	38
Figure 33: Lieux où les ménages écoulent leur production.....	39
Figure 34: Accès régulier aux informations sur le prix des produits agricoles.....	39
Figure 35: Sources des informations sur le prix des produits agricoles	40
Figure 36: Etat des routes menant vers le centre commercial.....	40
Figure 37: Etat des routes menant vers le centre commercial selon l'état des routes	41
Figure 38: Etat des routes menant vers le centre commercial selon l'entité entretenant ces routes.....	41
Figure 39: Etat des routes menant vers le centre commercial selon la présence de cantonniers dans le village	42
Figure 40: Conséquences de la réhabilitation et l'entretien de la route sur les conditions de vie des ménages	42
Figure 41: Confrontation à la multiplication des points de péage sur les pistes de dessertes agricoles	43
Figure 42: Confrontation à la multiplication des montants à payer sur les pistes de dessertes agricoles	43
Figure 43: Confrontation à l'exigence de documents non prévus par la loi sur les pistes de dessertes agricoles	44
Figure 44: Coût de transport d'une personne adulte du village au marché (10km)	45
Figure 45: Coût de transport d'une personne adulte du village au marché (15km)	45
Figure 46: Coût de transport d'un sac de maïs de 70kg du village au marché (10km).....	46



Figure 47: Coût de transport d'un sac de maïs de 70kg du village au marché (15km).....	46
Figure 48: Coût de transport d'un sac de niébé de 50kg du village au marché (10km).....	47
Figure 49: Coût de transport d'un sac de niébé de 50kg du village au marché (15km).....	47
Figure 50: Appui/conseil de la part des agronomes vulgarisateurs l'année passée.....	48
Figure 51: Appui/conseil de la part des agronomes vulgarisateurs l'année passée selon le territoire.....	49
Figure 52: Origine des agronomes vulgarisateurs selon le territoire.....	49
Figure 53: Appréciation de l'utilité des services des agronomes vulgarisateurs.....	50
Figure 54: Appréciation de l'utilité des services des agronomes vulgarisateurs selon l'origine.....	50
Figure 55: Introduction de nouvelles pratiques agricoles ces trois dernières années selon la visite d'agronomes vulgarisateurs.....	51
Figure 56: Ménages membres d'une organisation paysanne.....	51
Figure 57: Taux d'adhésion à une organisation paysanne selon le territoire.....	52
Figure 58: Raisons invoquées pour rejoindre une organisation paysanne.....	53
Figure 59: Production des différentes cultures prioritaires selon l'adhésion à une organisation paysanne.....	53
Figure 60: Connaissance du CARG et de son rôle.....	54
Figure 61: Connaissance du CARG et de son rôle selon le territoire.....	54
Figure 62: Participation à une réunion du CARG.....	55
Figure 63: Niveau de revenu mensuel moyen selon le sexe du chef de ménage.....	56
Figure 64: Superficie consacrée à la culture du maïs selon le sexe du chef de ménage.....	57
Figure 65: Types d'activités génératrices de revenu mises en place par les femmes du village.....	58
Figure 66: Nombre de femmes parmi les contonniers du village.....	58
Figure 67: Types de travaux effectués par les cantonnières.....	59



ACRONYMES

ASS	Appui au Secteur Semencier
CARG	Conseil Agricole Rural de Gestion
CTB	Coopération Technique Belge
DTF	Dossier Technique et Financier
FAO	Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture
OP	Organisation Paysanne
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PADIR	Projet au Développement des Infrastructures Rurales
PRODAKOR	Programme de Développement Agricole au Kasai-Oriental
PRODEKOR	Programme de Désenclavement au Kasai-Oriental
UPE	Unité Primaire d'Echantillonnage



RESUME ANALYTIQUE

Le but de cette enquête menée pour la Coopération Technique Belge (CTB) était d'évaluer les conditions de vie des ménages agricoles situés dans la zone d'intervention au Kasai Oriental. Cette enquête s'est concentrée autour de deux éléments principaux : la production agricole d'une part, et l'accès aux routes d'autre part. C'est sur ces deux aspects que se concentrent respectivement les programmes PRODAKOR (Programme de Développement Agricole au Kasai Oriental) et PRODEKOR (Programme de Désenclavement au Kasai Oriental) mis en place par la CTB. Dans le cadre du lancement d'un nouveau cycle de ces programmes, jumelés afin de mieux servir leurs objectifs respectifs, la CTB a lancé une étude de base dont cette enquête auprès des ménages fait partie intégrante.

La CTB a fait appel à Forcier Consulting afin de l'appuyer dans la réalisation de cette enquête en lui confiant trois missions principales : la formation des enquêteurs, la supervision de l'enquête sur le terrain, et la restitution des données d'abord en lien avec l'équipe de la CTB au Kasai Oriental dès la disponibilité de ces dernières, et enfin sous la forme d'un rapport final. Les résultats et indicateurs présentés dans ce rapport permettent d'évaluer le niveau de vie des ménages dans les zones de production enquêtées, ainsi que d'expliquer à partir des données recueillies les différences de comportement existant entre les ménages dans la région. Ces indicateurs seront aussi utiles afin de pouvoir mesurer l'impact des programmes PRODAKOR et PRODEKOR dans les zones bénéficiaires lors des prochaines études.

L'enquête de terrain a été menée en octobre 2014, auprès de 700 ménages dans trente-cinq villages répartis entre six territoires du sud de la province du Kasai-Oriental : Miabi, Tshilenge, Lupatapata, Kamiji, Luilu et Ngandajika. Le nombre de villages sélectionnés dans chacun de ces territoires a été fait à partir d'une répartition proportionnelle selon le nombre d'habitants dans les différentes zones enquêtées. Dans ces villages, les enquêteurs ont utilisé la méthode de sélection d'échantillonnage aléatoire, qui consiste à sélectionner au hasard ménages et répondants afin de permettre la création d'un échantillon représentatif.

L'enquête de base a révélé plusieurs éléments importants:

1. La production est très limitée en terme de rendement par hectare dans chaque ménage – seules de faibles quantités sont disponibles pour la commercialisation et l'apport au revenu des ménages.
2. De manière paradoxale, les agriculteurs apprécient de manière positive la fertilité de leurs champs malgré le faible niveau de production et les résultats négatifs sur cette question des tests en laboratoire.
3. L'adhésion à une organisation paysanne au sein des ménages est limitée (moins de 18%) et les rôles de ces organisations ne sont pas clairs. Les organisations paysannes ne sont pas le facteur premier de mobilisation des ménages agricoles. D'autres organisations locales doivent être examinées de plus près afin de mieux toucher ces populations.
4. Les CARG ne sont pas fonctionnels au niveau des districts et des territoires. Très peu de ménages sont au courant de leur existence (moins de 13%) ou ont participé à une réunion du CARG (moins de 1%). Par conséquent, les CARG devront être soutenus et ne pourront pas immédiatement contribuer à la mise en place des programmes agricoles.



-
5. Le système de vulgarisation des gouvernements et ONG ne touche pas les agriculteurs. Ainsi, moins de 10% ont été visités par des agronomes vulgarisateurs l'année passée. Des modèles d'intervention alternatifs (vulgarisation d'agriculteur à agriculteur, programmes radio et campagne à l'église ou au marché) sont nécessaires afin d'atteindre la majorité des ménages agricoles.
 6. Malgré l'important soutien de nombreux programmes (ASS, APV, FAO, CARITAS, PADIR) pour la production de semences améliorées, très peu (moins de 4%) des ménages utilisent ces dernières. L'approche à coût élevé basée sur la certification et les distributions gratuites doit être remplacée par une production de semences agricoles plus décentralisée en mettant l'accent sur les variétés appropriées et leur intégration dans les structures de marché locales.
 7. La qualité des routes, mais surtout la présence de péages payants, influe sur le prix de transport des individus et des productions agricoles.

Par-rapport aux résultats ci-dessus, les programmes doivent être revus et plusieurs concepts clés formulés dans le DTF et des stratégies alternatives doivent être développés afin d'avoir un impact sur le long terme.



1. INTRODUCTION ET CONTEXTE

La CTB est un des principaux donneurs en République Démocratique du Congo, avec plus de trente projets dans le domaine du développement. PRODAKOR-PRODEKOR est aussi un programme de développement financé par la Belgique, portant sur six territoires sélectionnés dans le sud du Kasai Oriental, sur les routes rurales et la production agricole. Le but est d'améliorer le revenu des petits exploitants agricoles ainsi que d'améliorer le réseau de transport rural. Le programme doit durer cinq ans, avec une possible extension. La population cible est d'environ 4.8 millions de personnes à travers quinze zones de production.

PRODAKOR a souhaité conduire une enquête auprès des ménages dans le domaine des petits exploitants, l'extension des services agricoles délivrés par les agences gouvernementales et les ONG, la production agricole (processus, commercialisation), et le transport rural afin d'identifier les freins aux trois chaînes de valeurs agricoles majeures (huile de palme, maïs et la culture de légumineuses), afin de pouvoir évaluer la situation dans ces différentes sphères.

2. OBJECTIFS ET METHODOLOGIE DE L'ENQUETE DE BASE

2.1 SITES DE L'ETUDE

Les territoires sélectionnés – Tshilenge, Miabi, Lupatapata, Kamiji, Luilu et Ngandajika – ont été choisis car faisant partie des territoires sélectionnés afin de bénéficier du nouveau cycle de programmes PRODAKOR-PRODEKOR. Les trente-cinq villages sélectionnés (voir annexe 5.1) l'ont été afin de respecter la distribution de la population entre ces territoires.

Territoire	Enquêtes prévues	Enquêtes réalisées
Tshilenge	100	100
Miabi	80	79
Lupatapata	40	40
Kamiji	40	41
Luilu	260	263
Ngandajika	180	181
Total	700	704

Au sein de ces territoires, le choix des villages s'est d'abord fait au sein des bassins de production, dessinés par la CTB et qui correspondent aux zones prioritairement soutenues par cette dernière car concentrant un haut niveau de production agricole. Ces villages reflètent aussi une certaine diversité dans l'éloignement aux marchés et la qualité des routes, diversité de l'échantillon qui permet notamment de comparer la situation entre ces villages selon l'état du réseau routier.



2.2 PROCEDURE DE COLLECTE DES DONNEES

Sélection des ménages – Au niveau des UPE, les énumérateurs ont enquêté chaque troisième maison sur leur droite, en commençant par un point de repère prédéterminé. Une telle stratégie permet de s’assurer que l’équipe d’enquêteurs travaille sur une large étendue possible de ménages tout au long de l’enquête, ce qui permet de ne pas confiner l’échantillon à une petite portion de la zone d’observation.

Sélection des répondants – Une fois que le ménage a été sélectionné pour l’enquête, l’énumérateur a employé la méthode des cartes de sélection aléatoire, afin de s’assurer complètement du caractère aléatoire de la sélection des participants à l’étude. Chaque membre du ménage a été listé avec un nombre lui correspondant sur papier. Les enquêteurs ont ensuite tiré du paquet de cartes un nombre qui détermine quelle personne (nombre) participera à l’enquête.

2.3 UTILISATION DU SUPPORT MOBILE DANS LA COLLECTE DES DONNEES

La CTB a choisi de travailler avec Forcier Consulting sur cette enquête afin d’introduire la technologie de collecte de données sur mobile, une première pour l’organisation en République Démocratique du Congo.



Les enquêteurs ont été formés à cette technologie, qui présente plusieurs avantages par-rapport à l’utilisation de la méthode traditionnelle crayon et papier :



Plus de rapidité : comparé à la méthode classique crayon et papier, le support mobile fait gagner du temps aux enquêteurs pendant l'entretien, ainsi que pendant la phase d'analyse et de nettoyage des données. Ainsi, le programme de travail sur le terrain a pu être respecté, et ce malgré le défi logistique qui a été celui de se rendre dans des zones rurales reculées en pleine saison des pluies. Les 700 enquêtes ont ainsi pu être réalisées en douze jours. Le temps moyen passé pour compléter un questionnaire était de 38 minutes, et compte-tenu la longueur du questionnaire cette durée aurait pu facilement dépasser les 45 minutes avec la méthode classique. Les données ont aussi pu être nettoyées en trois jours, ce qui a permis de pouvoir faire un premier compte-rendu avec l'équipe de la CTB sur les résultats six jours après la fin de l'enquête.

Plus de fiabilité : le questionnaire est directement encodé sur le support mobile, ce qui permet de diminuer le pourcentage d'erreurs. Les questions peuvent être encodées de telle sorte que si une seule réponse est attendue, l'enquêteur ne peut pas cocher deux réponses. Pour une réponse sous forme numérique, une limite peut être créée afin d'éviter les réponses dites aberrantes. Les filtres logiques, qui consistent à formater le questionnaire de telle sorte que certaines questions s'affichent ou non selon les réponses données, permet aussi de diminuer considérablement le pourcentage d'erreurs.

Ces deux avantages ont aussi pour résultat d'entraîner une réduction des coûts. La rapidité accrue dans la réalisation d'enquêtes permet d'abord de raccourcir le temps nécessaire de travail sur le terrain. Le fait que les données sont directement encodées évite aussi de recourir à la rentrée manuelle des questionnaires sur une base informatique, une technique qui nécessite de plus l'emploi de deux personnes pour saisir les données afin d'identifier les éventuelles erreurs de frappe. Les économies d'impression des questionnaires sont aussi une source de réduction des coûts.

Comment ça marche

1

Vous démarrez avec un questionnaire papier



2

Ce questionnaire est programmé dans le logiciel Snap puis téléchargé sur les tablettes/téléphones



3

Les enquêteurs (dans le village) utilisent les tablettes/téléphones pour compléter les sondages



4

Les données sont téléchargées des téléphones vers la base informatique



5

Les données sont téléchargeables instantanément et sont accessibles à tous sur les logiciels d'analyse statistique





Une étude de la Banque Mondiale¹ de 2011 a montré que 90% des enquêteurs préfèrent utiliser un support mobile en lieu et place du crayon et papier pour réaliser un sondage, préférence qui s'est encore vérifiée auprès des enquêteurs lors de la réunion de restitution organisée après le retour sur le terrain de ces derniers. Une plus grande adhésion et reconnaissance de la part de enquêteurs en faveur de cette technologie permet une meilleure qualité des données recueillies.

2.4 CONTROLE QUALITE

La qualité des données recueillies sur le terrain est toujours un enjeu crucial dans la réalisation d'une enquête, particulièrement sur une enquête de base. L'accès difficile à certaines zones enquêtées par la route, l'absence de réseau téléphonique sur plusieurs portions de ces zones étaient autant de défis logistiques à prendre en compte dans le suivi de la qualité du travail de terrain.

Un superviseur de Forcier a été basé à Mbuji-Mayi tout au long de l'enquête afin de fournir une assistance aux équipes d'enquêteurs. Il s'est aussi assuré que les données collectées répondent aux meilleures normes de qualité, en travaillant chaque jour avec les différents chefs d'équipe :

- En compilant les données en provenance du terrain, il s'est assuré que les données démographiques recueillies par les enquêteurs étaient équilibrées sur le ratio hommes/femmes et qu'aucun écart n'était à signaler.
- Le superviseur a de même vérifié l'exactitude des données collectées par les enquêteurs, en procédant avec les chefs d'équipe à des rappels quotidiens auprès des répondants interrogés sur la base des informations fournies par les enquêteurs.

¹ Schuster C. et Brito C.P. (2011). Cutting boosts, boosting and collecting data real-time – Lessons from a Cell Phone-Based Beneficiary Survey to Strengthen Guatemala's Conditional Cash Transfer Program, World Bank.



- La compagnie britannique de traitement des données Swiss Peaks a vérifié de manière indépendante toutes les données collectées par Forcier Consulting. Les données du terrain sont soumises à des algorithmes de contrôle qui mettent en lumière les anomalies et autres données suspectes. Les données finales sont ainsi d'une qualité optimale avant analyse, fournissant un autre palier de contrôle qualité.

2.5 ANALYSE ET INTERPRETATION DES DONNEES

Une fois le dernier questionnaire téléchargé, les données ont ensuite été transférées pour être nettoyées et mises en forme. Après trois jours de travail, le tableau de données était disponible pour analyse.

Un premier compte-rendu et débriefing des résultats a été effectué le 3 novembre avec l'équipe CTB à Mbuji-Mayi, afin de rendre compte des premiers résultats et découvertes marquantes. Les grandes lignes du rapport final ont ensuite été finalisées avec l'équipe CTB, dans l'esprit voulu par l'organisation quant au compte-rendu de ces résultats : fournir une série d'indicateurs et de corrélations marquantes entre les données, afin de construire une base de données solides permettant d'orienter les actions des programmes PRODAKOR-PRODEKOR mais aussi de mesurer leur impact lors des prochaines enquêtes.

2.6 DONNEES DEMOGRAPHIQUES DES MENAGES ET REpondANTS

a. Profil des répondants

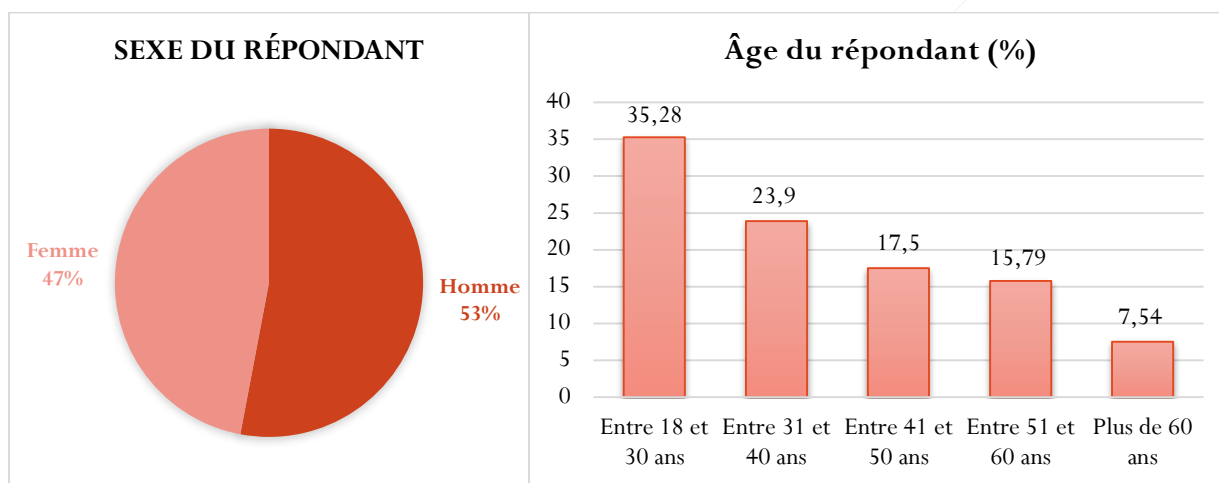
Un total de 704 observations a été collecté sur le terrain durant cette enquête auprès des ménages.

Données	Ménage-type
Niveau de revenu moyen mensuel	De 20 à 50 dollars
Part de l'agriculture dans le revenu moyen mensuel	Entre 61 et 80%
Taille du ménage	6
Production la plus importante des cultures prioritaires	Maïs
Superficie moyenne exploitée pour la production la plus importante	De 25 à 50 ares
Production rapportant le revenu le plus important des cultures prioritaires	Maïs
Appréciation de la fertilité de la terre arable dans le village	Assez fertile
Condition d'accès à la terre arable dans le village	Facile
Origine de la semence	Marché et stock personnel



Ecoulement des produits agricoles	Sur place et au marché du village
Accès régulier aux informations sur le prix des produits agricoles	Oui
Appui-conseil de la part des agronomes l'année passée	Non
Membre d'une organisation paysanne	Non
Connaissance du CARG et de son rôle	Non

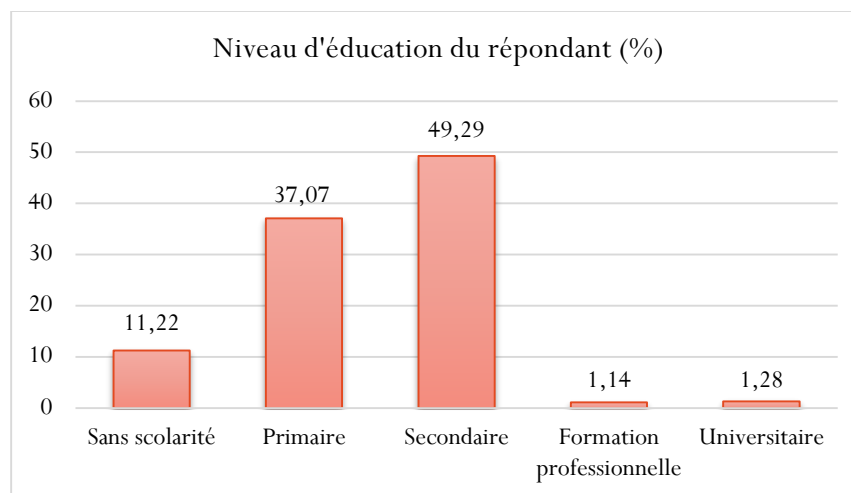
Sur le profil des répondants d'abord, la méthode de sélection aléatoire a permis de créer les conditions d'un échantillon représentatif. Sur les 704 personnes interrogées, 373 répondants (52,98%) sont des hommes et 331 (47,02%) des femmes. La catégorie d'âge la plus représentée est celle allant de 18 à 30 ans (35,23%, n=248²), et la majorité de l'échantillon a moins de 40 ans (59,09%, n=416). De fait, l'âge moyen des répondants est de 38 ans.



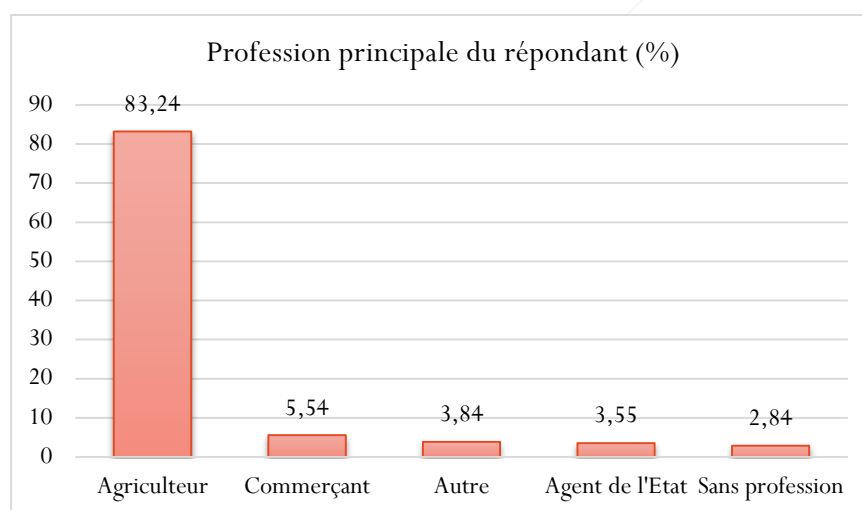
Concernant leur état-civil, une grande majorité des répondants déclare être mariée (85,23%, n=600), alors que pour le reste de l'échantillon, 6,53% (n=46) des répondants déclarent être célibataires, 7,24% (n=51) veufs ou veuves et 0,99% (n=7) être divorcés.

Près de la moitié des répondants (49,24%, n=347) déclare avoir atteint comme niveau d'éducation le secondaire, tandis que 37,07% (n=261) déclarent avoir atteint le primaire et 11,22% (n=79) précisent ne pas avoir fait d'études. Une très faible minorité de l'échantillon a complété une formation professionnelle (1,14%, n=8) ou une formation universitaire (1,28%, n=9). Dans cette dernière catégorie, 4 répondants sur les 9 interrogés (44,44%) déclarent être agents de l'Etat, le reste de cette catégorie se déclarant agriculteur (55,56%, n=5 contre 83,93%, n=577 pour le reste de l'échantillon). Le constat est le même pour la catégorie des répondants ayant achevé une formation professionnelle, 4 des 8 répondants appartenant à cette catégorie déclarant une activité principale autre que l'agriculture.

² « N= » est utilisé dans l'ensemble de ce rapport afin de préciser le nombre de répondants auquel le pourcentage correspond.

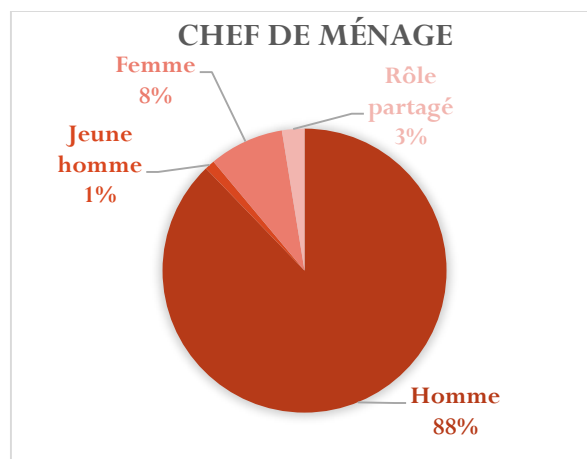


Pour tous les autres niveaux d'éducation, l'agriculture est l'activité principale à 83,93% (n=577). Le reste de l'échantillon se partage entre commerçants (5,53%, n=38), agents de l'Etat (3,06%, n=21), d'autres activités (3,64%, n=25) et sans profession (2,91%, n=20). De manière générale, plus le niveau d'éducation est élevé, moins les répondants déclarent l'agriculture comme étant leur activité principale.



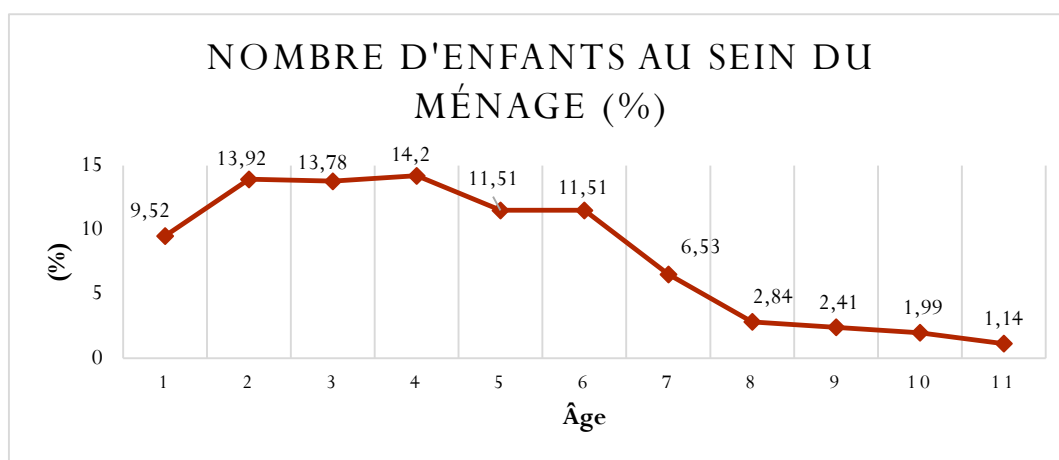
b. Profil des ménages

Les répondants sélectionnés ont répondu à la majorité des questions au nom du ménage au sein duquel ils évoluent, en commençant par les caractéristiques générales de ces ménages. Leur taille varie d'abord grandement, les enquêteurs ayant rencontré des ménages allant d'une à vingt-trois personnes. En moyenne, la taille d'un ménage dans les zones enquêtées est de sept personnes. La taille du ménage varie de quatre à sept personnes pour 46,59% (n=328) de l'échantillon.

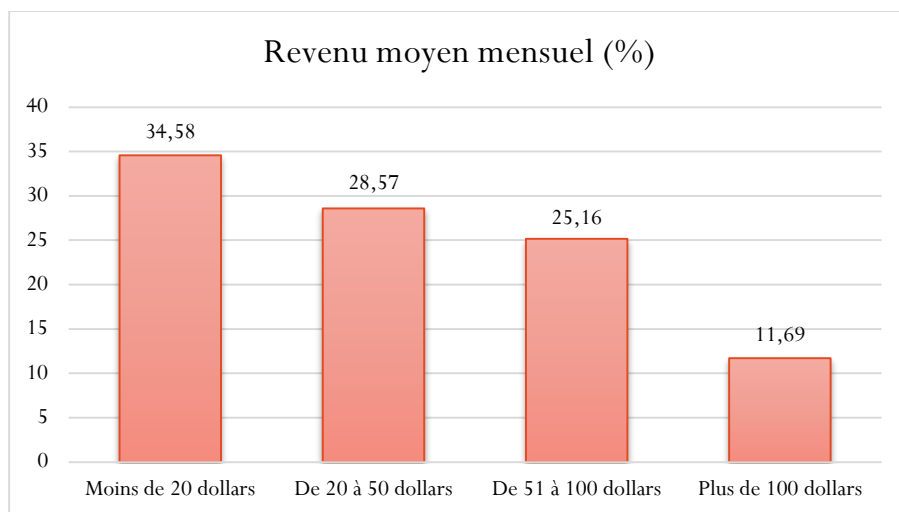


Une grande majorité des répondants dans les zones enquêtées déclare que le chef de ménage est un homme : il assume cette responsabilité dans 87,78% (n=618) des ménages, 1,14% (n=9) étant dirigés par un jeune homme. Ce rôle est assuré de manière bien plus minoritaire par une femme dans 8,52% (n=60) des ménages. Enfin, 2,56% (n=18) des répondants déclarent que ce rôle est tenu par un homme et une femme.

90,32% (n=636) des ménages abritent au moins un enfant de moins de 18 ans. En moyenne, quatre enfants évoluent au sein d'un ménage, ce chiffre pouvant aller jusqu'à quinze, même si 53,41% (n=376) des ménages déclarent avoir de deux à cinq enfants.



87,5% (n=616) des ménages peuvent estimer leur revenu moyen mensuel, un calcul pas forcément évident chez une population qui estime généralement son revenu par saison culturelle et non mensuellement. Le niveau de revenu des ménages révèle deux éléments importants. En premier lieu, une majorité des ménages vit avec moins de 51 dollars par mois, ce que déclarent 63,15% (n=389) des personnes interrogées qui peuvent estimer leur revenu moyen mensuel. Le reste des répondants, 36,75% (n=315), déclare un revenu mensuel supérieur à 50 dollars, ces deux groupes constituant une première division entre ménages plus aisés et moins aisés. Des chiffres plus détaillés permettent d'affiner cette sélection : sur les ménages pouvant calculer leur revenu moyen mensuel, 34,58% (n=213) vivent avec moins de 20 dollars par mois, et 28,57% (n=176) gagnent de 20 à 50 dollars mensuellement. 25,16% (n=155) des ménages déclarent un revenu moyen mensuel de 50 à 100 dollars, et enfin, 11,69% (n=72) des ménages estiment leur revenu moyen mensuel à un montant supérieur à 100 dollars.

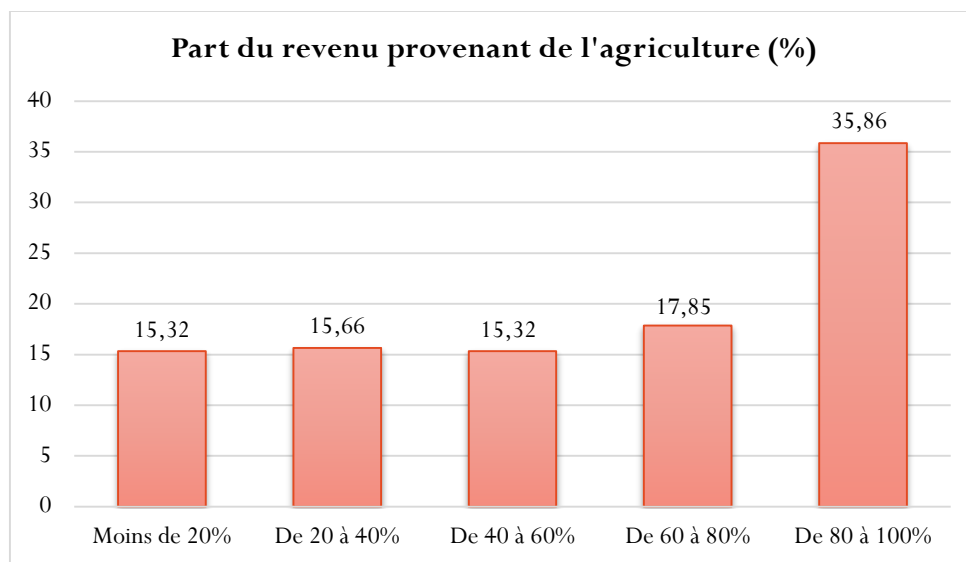


Au sein des territoires, certaines différences de revenu entre les territoires apparaissent, comme le montre le tableau ci-dessous :

	Tshilenge	Miabi	Lupatapata	Kamiji	Luilu	Ngandajika
Moins de 20 dollars	35,63	34,72	50	31,71	39,17	24,53
De 20 à 50 dollars	24,14	33,33	40	34,15	22,12	33,33
De 51 à 100 dollars	31,03	23,61	10	26,83	23,50	28,30
Plus de 100 dollars	9,2	8,33	0	7,32	15,21	13,84
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Le territoire le plus pauvre apparaît être celui de Lupatapata, où 90% (n=36) des ménages déclarent un revenu égal ou inférieur à 50 dollars. A l'inverse, les deux territoires qui comptent le plus de ménages aisés sont Tshilenge, où 40,5% (n=35) des ménages déclarent un revenu supérieur à 50 dollars, un pourcentage qui monte à 42,14% (n=67) pour Ngandajika.

Au sein des ménages enfin, le montant du revenu provenant de l'activité agricole permet d'observer deux tendances principales. Parmi les ménages pouvant estimer le montant de leur revenu provenant de l'agriculture (84,38% de l'échantillon, n=594), une disparité dans les réponses laisse apparaître une diversité des sources de revenu dans les zones enquêtées. Malgré cette disparité, 53,71% (n=302) des ménages déclarent que l'agriculture compte pour plus de 60% de leur revenu moyen mensuel, un pourcentage qui monte à 56,13% (n=268) pour les répondants déclarant que leur activité principale est l'agriculture.



Encore une fois, des disparités sont à noter entre les territoires, comme le souligne le tableau ci-dessous.

	Tshilenge	Miabi	Lupatapata	Kamiji	Luilu	Ngandajika
Moins de 20 %	29,63	27,27	57,14	9,76	3,23	11,69
De 20 à 40%	18,52	12,12	34,29	12,20	7,37	24,03
De 40 à 60%	11,11	10,61	8,57	17,07	15,21	20,78
De 60 à 80%	18,52	19,70	0	60,98	13,36	15,58
Plus de 80%	22,22	30,30	0	0	60,83	27,92
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Si, dans le territoire de Lupatapata, la grande majorité des ménages interrogés (91,43%, n=32) tirent de l'agriculture moins de 40% de leur revenu moyen mensuel, alors que dans le territoire de Luilu près de 60,83% (n=132) des ménages déclarent que l'agriculture constitue plus de 80% de leurs revenus.

2.7 LIMITES

La CTB a voulu d'abord faire de cette enquête un outil pour développer des indicateurs de base servant à aiguiller la mise en place des programmes PRODAKOR et PRODEKOR. Cette enquête n'est donc pas une analyse socio-économique, et c'est dans cet esprit que ce rapport a été construit. De même, d'autres productions (manioc, arbres fruitiers) et activités liées au monde agricole (élevage) n'ont pas été couvertes par cette enquête, dont l'analyse s'est concentrée sur les productions prioritaires identifiées par la CTB.

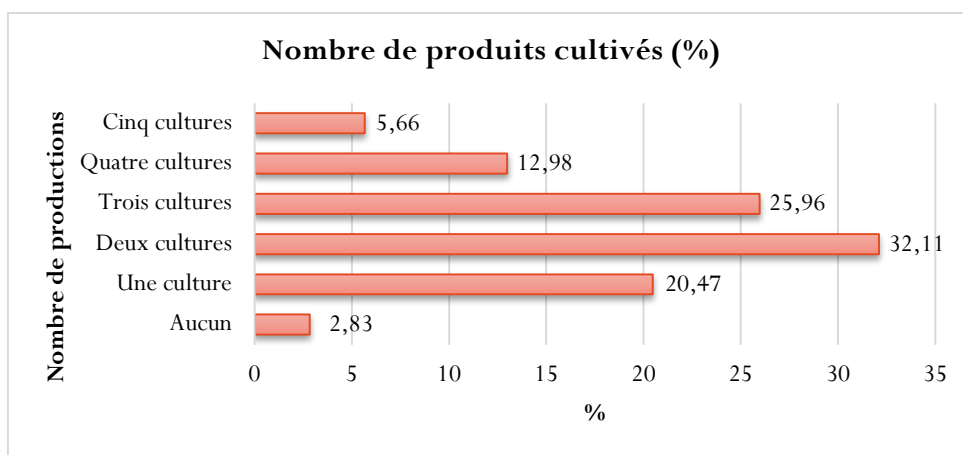
Malgré une revue complète des questions inclus dans le questionnaire avec l'ensemble des enquêteurs, trois questions du questionnaire portant sur le prix de productions agricoles ont porté à confusion dans l'esprit des répondants. Ces questions (117, 118 et 119) portant sur le prix de l'huile de palme, le maïs et l'arachide « chez le producteur » ont amené les répondants à faire plusieurs interprétations de ce terme. En conséquence et afin de préserver la qualité et la fiabilité des indicateurs, ces questions n'ont pas été exploitées dans ce rapport.



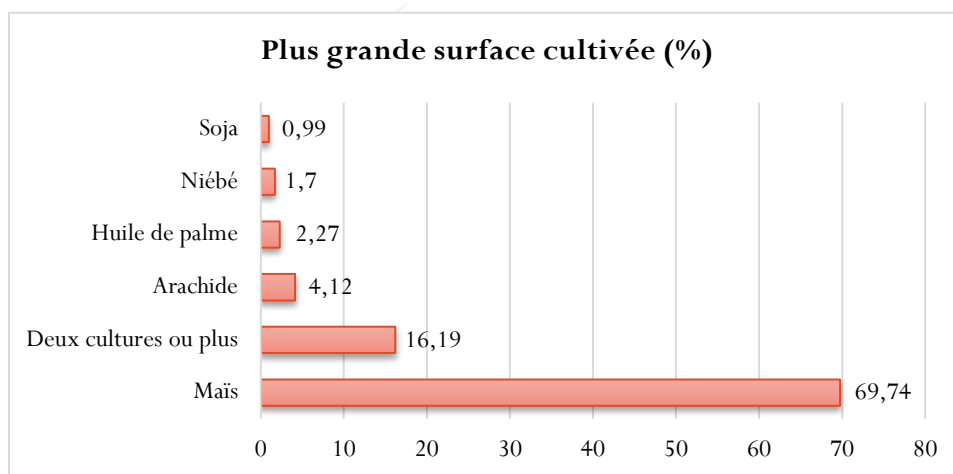
3. RESULTATS

3.1 ETAT DES LIEUX DE LA PRODUCTION ET PRODUCTIVITE AGRICOLE DANS LES MENAGES

Cette première partie détaille une série d'indicateurs autour de la production, la productivité ainsi que les pratiques qui y sont liées dans les zones enquêtées. Le questionnaire portait sur cinq cultures prioritaires soutenues par le programme PRODAKOR : palmier à huile, le maïs, le niébé, l'arachide et le soja, 97,17% (n=684) de l'échantillon cultivant au moins une de ces cultures. A noter que le niébé, l'arachide et le soja trois dernières cultures sont classées dans la catégorie des légumineuses. Les ménages cultivent en moyenne deux produits sur les cinq mentionnés dans le questionnaire, parmi lesquels est pratiquement toujours présent le maïs.



Le maïs est aussi de loin la production pour laquelle les ménages consacrent la plus grande superficie, comme le montre le graphique ci-dessous :

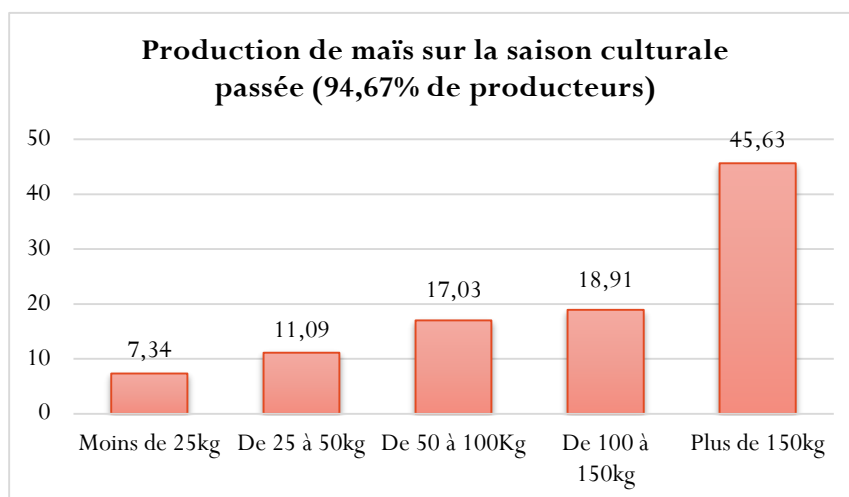




A. PRODUCTION ET SUPERFICIE

Maïs

Le maïs est, de loin, la culture la plus commune dans les zones enquêtées, et se trouve en tête de nombreux indicateurs en termes de production, consommation ou encore stockage. 94,67% (n=640) des ménages déclarent produire du maïs, un pourcentage sensiblement égal dans tous les territoires et qui grimpe à 98,31% (n=175) dans le territoire de Ngandajika. Les niveaux de production sont aussi plus élevés que pour les autres cultures, et 81,57% (n=622) des ménages déclarent avoir produit plus de 50kg sur la saison culturale passée. Les ménages cultivant moins de 25kg sont de l'ordre de 7,34% (n=47), un pourcentage bien plus faible que pour les autres cultures.



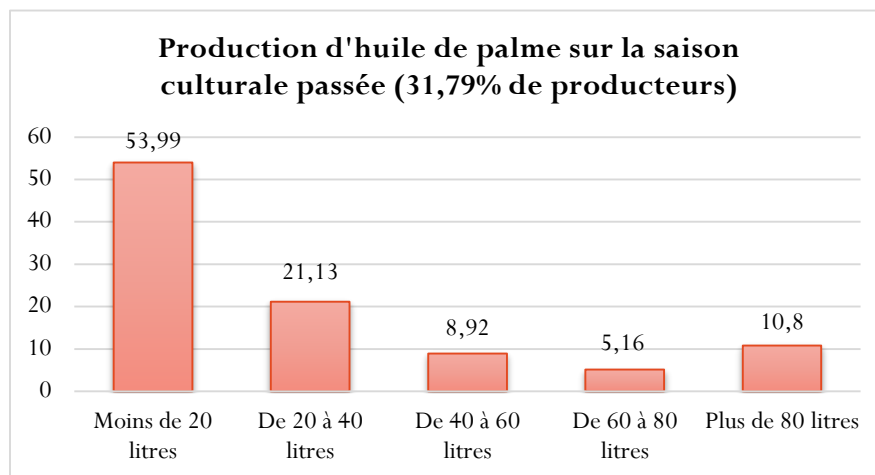
En termes de superficie cultivée, le champ consacré au maïs est souvent le plus grand chez les ménages : ils cultivent en moyenne de 25 à 50 ares. Rapporté aux niveaux de production, les ménages produisant moins de 50kg cultivent en moyenne de 12,5 à 25 ares, ceux produisant de 50 à 150kg de 25 à 50 ares, et ceux produisant plus de 150kg de 50 à 100 ares en moyenne.

	Moins de 25kg	De 25 à 50kg	De 50 à 100kg	De 100 à 150kg	Plus de 150kg	Total
Moins de 12,5 ares	28,26	22,06	9,52	7,76	5,15	10,05
De 12,5 à 25 ares	28,26	30,88	23,81	19,83	9,56	17,79
De 25 à 50 ares	30,43	32,35	43,81	46,55	30,88	36,24
De 50 à 100 ares	10,87	13,24	20,00	18,97	30,15	22,90
Plus de 100 ares	2,17	1,47	2,86	6,90	24,26	13,01
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00



Huile de palme

Le reste des cultures, à commencer par celle du palmier à huile, sont cultivées en moyenne par moins de la moitié des ménages. Pour la production d'huile de palme, 68,21% (n=457) des ménages déclarent ainsi ne pas en produire, un pourcentage qui monte à 80,11% (n=145) pour le territoire de Ngandajika. La production d'huile de palme est uniquement majoritaire parmi les ménages à Lupatapata, où 66,67% (n=22) des ménages déclarent produire de l'huile de palme. Cette production est préférée par les ménages gagnant moins de 51 dollars (35,42%, n=130) que par les ménages ayant un revenu moyen mensuel supérieur à 50 dollars (28,37%, n=61).



La superficie consacrée à l'exploitation du palmier à huile est en moyenne de 21 à 50 pieds pour la majorité des cultivateurs qui produisent moins de 20 litres. Cette moyenne monte de 51 à 100 pieds pour les ménages produisant de 20 à 40 litres. De manière générale, la superficie consacrée à la culture du palmier à huile est marquée par une certaine disparité entre les ménages, en particulier lorsque le niveau de production est faible, ce qui montre aussi une disparité en termes de rendements. Pour un même niveau de production, les ménages gagnant plus de 50 dollars déclarent en moyenne une superficie plus faible que les ménages ayant un revenu mensuel moyen inférieur à cette somme.

	Moins de 20 litres	De 20 à 40 litres	De 40 à 60 litres	De 60 à 80 litres	Plus de 80 litres	Total
Moins de 20 pieds	33,77	23,53	0	20	7,14	24,83
De 21 à 50 pieds	29,87	20,59	20	0	14,29	24,14
De 51 à 100 pieds	20,78	32,29	46,67	40	14,29	26,90
De 101 à 150 pieds	5,19	8,82	6,67	40	21,43	8,97
Plus de 150 pieds	10,39	11,76	26,67	0	42,86	15,17
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

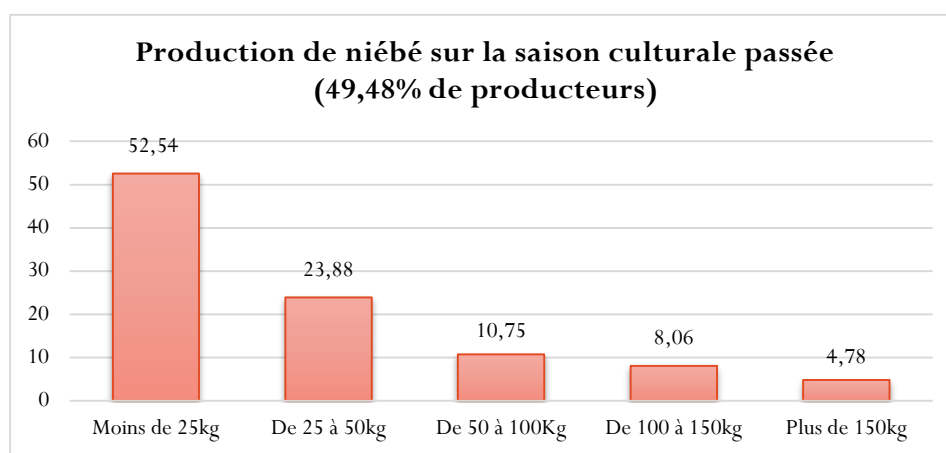


Légumineuses

Les légumineuses constituent la culture principale en termes de superficie de 7,8% (n=48) des ménages enquêtés, loin derrière le maïs.

Niébé

Des trois légumineuses étudiées, le niébé est celle qui est la plus cultivée en moyenne dans les zones enquêtées, un ménage sur deux (49,48%, n=335) déclarant avoir produit du niébé sur la saison culturale passée. La production de niébé est plus ré pondue parmi les ménages dans les territoires de Miabi, Lupatapata et Kamiji. Parmi les ménages en cultivant, un peu plus de la moitié (52,54%, n=176) précise une production de moins de 25kg, tandis que 23,88% (n=80) des ménages produisent de 25 à 50kg. Un peu moins des trois-quarts de ménages producteurs de niébé ont donc une production inférieure à 50kg sur la saison culturale passée.

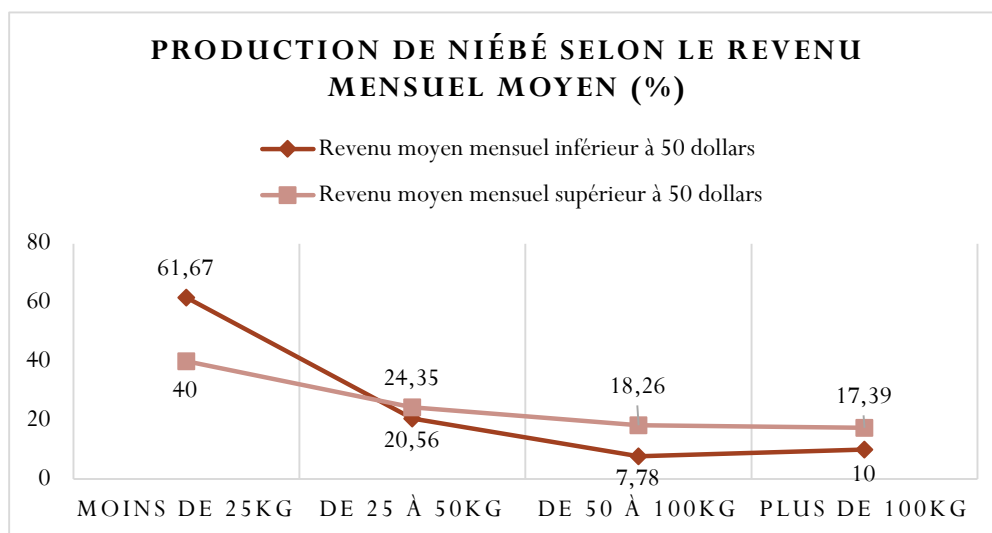


La majorité des ménages produisant moins de 100kg de niébé le font sur une surface moyenne de moins de 25 ares, tandis que les quelques ménages qui dépassent cette production cultivent en moyenne de 25 à 50 ares. Les niveaux de rendement sont assez disparates, les ménages ayant un revenu de moins de 51 dollars ont des niveaux de rendement inférieurs aux ménages gagnant plus de cette somme sur des superficies inférieures à 50 ares.

	Moins de 25kg	De 25 à 50kg	De 50 à 100kg	De 100 à 150kg	Plus de 150kg	Total
Moins de 12,5 ares	41,67	23,29	20	11,54	15,38	31,02
De 12,5 à 25 ares	33,33	39,73	40	26,92	0	33,66
De 25 à 50 ares	18,59	26,03	37,41	57,69	30,77	26,40
De 50 à 100 ares	5,77	6,85	2,86	3,85	38,46	6,93
Plus de 100 ares	0,64	4,11	0	0	15,38	1,98
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

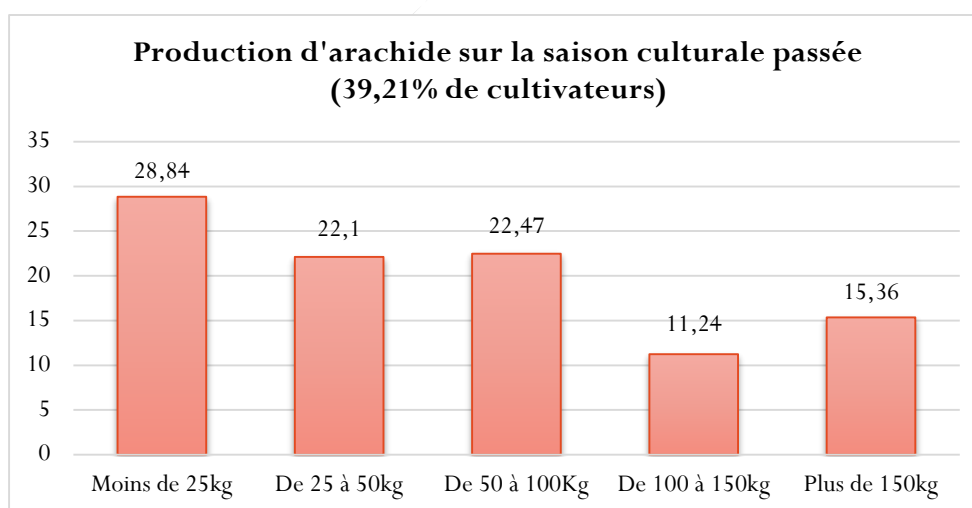


Quel que soit leur niveau de revenu, environ la moitié des ménages sont cultivateurs de niébé, même si les niveaux de production sont sensiblement différents : si 61,67% (n=111) des ménages ayant un revenu mensuel moyen de moins de 51 dollars produisent moins de 25kg de niébé, ce pourcentage tombe à 40% (n=46) pour les ménages avec un revenu mensuel moyen supérieur, dont une majorité produit plus de 25kg. Les niveaux d'inégalité sont visibles à tous les niveaux de production, comme le montre le graphique ci-dessous :

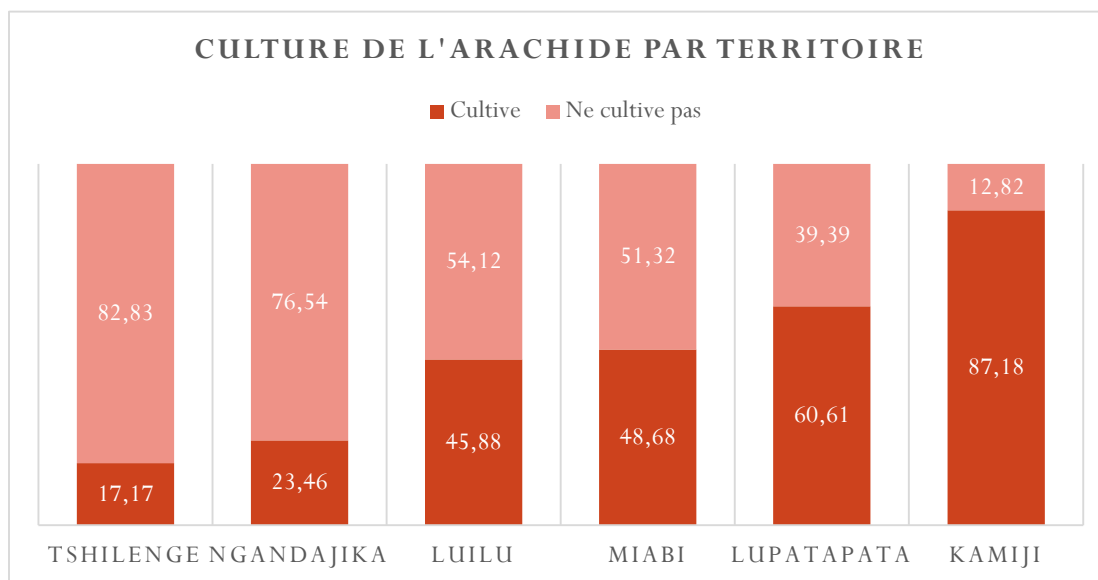


Arachide

L'arachide est une légumineuse non cultivée par la majorité des ménages : 60,79% (n=414) d'entre eux déclarent ne pas produire d'arachide. Les 39,63% (n=267) de ménages restants produisent à des niveaux de production sensiblement différents, les trois-quarts de la production allant sur une échelle de moins de 25 jusqu'à 100kg.



Les écarts de production entre les territoires sont importants, comme le graphique ci-dessous le montre : la culture d'arachide est peu répandue à Tshilenge et à Ngandajika, tandis qu'elle est bien plus implantée à Lupatapata et Kamiji.



La superficie moyenne cultivée pour l'arachide est de moins de 50 ares pour les ménages produisant moins de 50kg, et passe de 50 à 100 ares pour les ménages produisant de 50 à 150kg. Sur les champs de moins de 100 ares, les ménages gagnant plus de 50 dollars par mois cultivent en moyenne une plus petite surface que les autres ménages pour assurer une production équivalente.

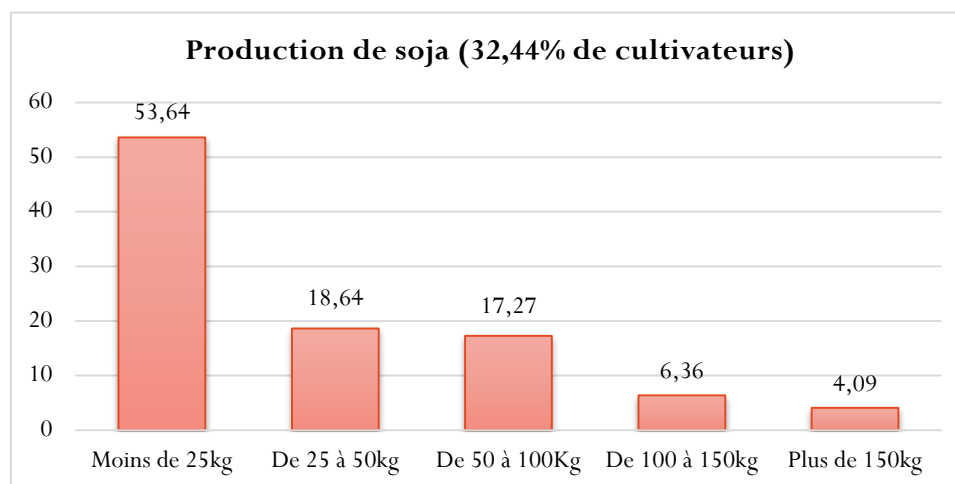
	Moins de 25kg	De 25 à 50kg	De 50 à 100kg	De 100 à 150kg	Plus de 150kg	Total
Moins de 12,5 ares	31,82	16,36	14,29	14,81	11,43	19,25
De 12,5 à 25 ares	42,42	47,27	39,29	40,74	17,14	38,91
De 25 à 50 ares	19,70	23,64	32,14	37,04	45,71	29,29
De 50 à 100 ares	6,06	10,91	10,71	7,41	20	10,46
Plus de 100 ares	0	1,82	3,57	0	571	2,09
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Soja

Le soja est la légumineuse la moins cultivée dans les zones enquêtées : près des deux-tiers des ménages (67,84%, n=464) déclarent ne pas en avoir produit sur la saison culturale passée. La culture de soja est pratiquement absente dans les territoires de Lupatapata (2,78%, n=1) et Miabi (13,16%, n=10), et elle tourne autour de 40% pour le reste des territoires. Si environ les trois-quarts (74,04%, n=154) des ménages gagnant moins de 20 dollars par mois déclarent ne pas avoir produit de soja sur la saison culturale passée, ce pourcentage tombe à 59,70% (n=40) pour les ménages gagnant plus de 100 dollars, soit un écart de 13 points. Plus le ménage est riche, plus il produit du soja, même si cela



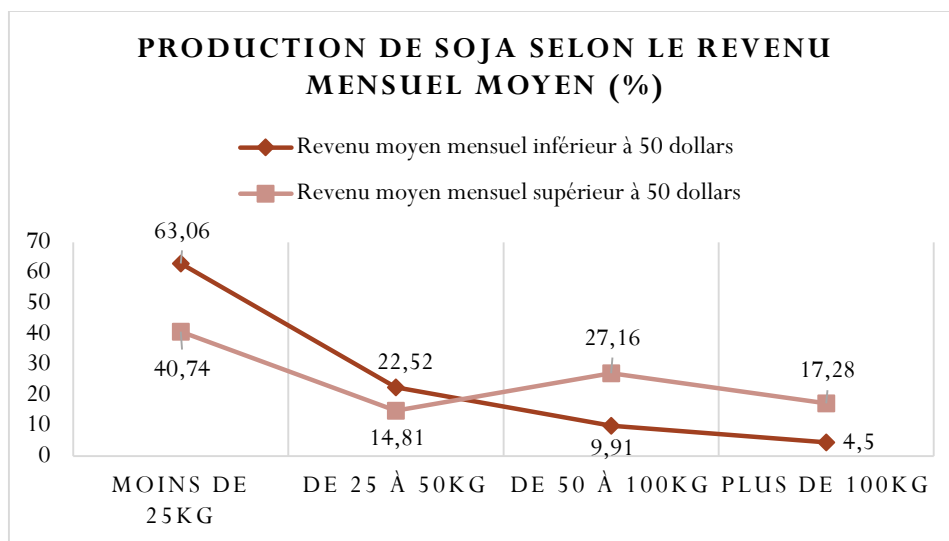
reste dans des proportions limitées : parmi les producteurs de soja, un peu plus de la moitié (53,64%, n=118) cultive moins de 25kg, et les trois-quarts des ménages (72,28%, n=159) produisent moins de 50kg.



Les superficies cultivées pour le soja pour un même niveau de production sont assez disparates : un peu moins de la moitié des ménages (44,12%, n=45) produisant moins de 25kg de soja cultivent moins de 12,5 ares, mais 37,25% (n=38) des ménages dans cette catégorie cultivent de 12,5 à 25 ares. Ces tendances augmentent légèrement pour une production de 25 à 100kg, puis de manière plus certaine pour une production de 50 à 100kg, sans pratiquement jamais dépasser toutefois la barre des 50 ares cultivés. La majorité des ménages limitent leur surface cultivée à moins de 25 ares, quel que soit leur niveau de revenu.

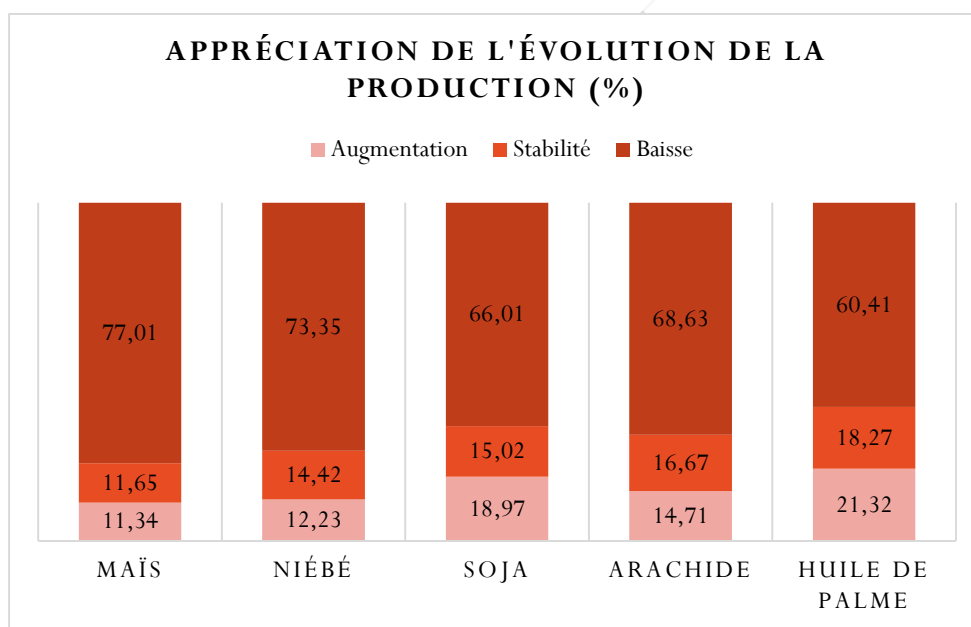
	Moins de 25kg	De 25 à 50kg	De 50 à 100kg	De 100 à 150kg	Plus de 150kg	Total
Moins de 12,5 ares	44,12	39,47	19,44	7,69	12,5	35,03
De 12,5 à 25 ares	37,25	28,95	30,56	23,08	12,5	32,49
De 25 à 50 ares	11,76	23,68	41,67	38,46	37,5	22,34
De 50 à 100 ares	5,88	7,89	5,6	30,77	25	8,63
Plus de 100 ares	0,98	0	2,78	0	12,5	1,52
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Les ménages se divisent entre ceux ayant un revenu mensuel de moins de 50 dollars et produisant en majorité moins de 25kg, et les plus riches qui produisent entre 25 et 50kg.



Appréciation de l'évolution de la production

Le graphique ci-dessous détaille le niveau d'appréciation des ménages sur l'évolution de leurs différentes productions sur la saison culturale passée comparée aux saisons précédentes.



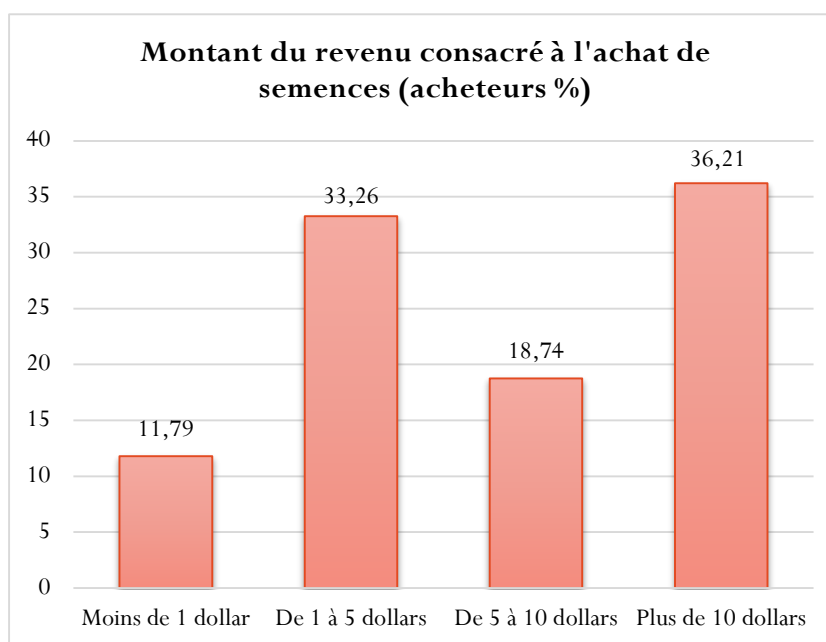
Deux principaux constats peuvent être formulés : en premier lieu, une majorité de ménages constate une baisse de leur production sur l'ensemble des cinq cultures étudiées. Cette baisse est plus particulièrement sentie sur la principale production des zones enquêtées, le maïs, où 77,01% (n=489) des ménages déclarent avoir constaté une baisse de leur production sur la dernière saison culturale. Le niébé suit cette tendance avec 73,35% (n=234) des ménages produisant cette légumineuse ayant senti une baisse de leur production. Les deux autres légumineuses, le soja et l'arachide, sont à des taux de baisse respectifs de 68,63% (n=140) et 66,01% (n=167) chez les ménages producteurs. La production d'huile de palme a quant à elle été revue à la baisse pour 60,41% (n=119) des ménages.



Cette évolution des différentes productions est différemment appréciée selon la superficie cultivée. Pour l'huile de palme, les petits exploitants (moins de 20 pieds) déclarent une baisse pour 72,97% (n=27) d'entre eux, mais plus la surface cultivée augmente, plus la tendance s'affaiblit, avec un pourcentage de 52,63% (n=20) déclarent une baisse pour les ménages cultivant de 51 à 100 pieds. La tendance est la même pour la production de maïs et d'arachide, mais s'inverse pour les producteurs de niébé, où plus la surface augmente, plus la baisse de la production a été ressentie. Pour le soja, la baisse est perçue de la même manière quel que soit la superficie cultivée.

B. PRATIQUES AUTOUR DES SEMENCES

Deux-tiers des ménages (67,47%, n=475) déclarent investir dans l'achat de semences, à des niveaux très variés. Parmi les ménages achetant des semences, 11,79% (n=56) déclarent en acheter pour moins de 1 dollar, un-tiers (33,26%, n=158) entre 1 et 5 dollars, 18,74% (n=89) de 5 à 10 dollars et enfin plus d'un ménage sur trois (36,21%, n=172)) pour plus de 10 dollars. Les acheteurs de semences se divisent donc en deux groupes : un peu moins de la moitié (45,05%, n=214) investit 5 dollars ou moins, tandis que l'autre groupe investit plus de cette somme.

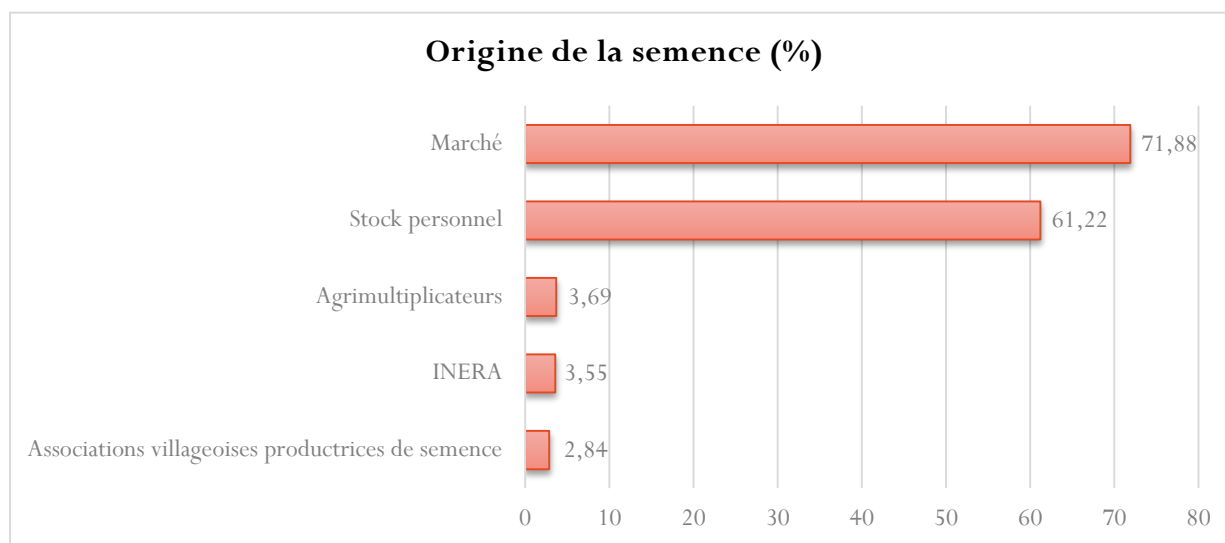


Des différences émergent sur les pratiques d'achat de semences selon la catégorie de ménages. Les ménages gagnant moins de 51 dollars par mois achètent en moyenne moins de semences que les ménages gagnant plus de cette somme : s'ils sont deux-tiers dans la première catégorie à acheter des semences (66,58%, n=259), ce pourcentage monte à 73,42% (n=163) pour les ménages gagnant plus de 50 dollars par mois. Parmi les ménages achetant des semences, les ménages gagnant plus de 50 dollars investissent en moyenne légèrement plus que les ménages gagnant moins de 51 dollars par mois : dans cette dernière catégorie, 36,51% (n=142) des ménages investissent cinq dollars ou plus dans l'achat de semences, tandis qu'ils sont 44,06% (n=98) chez les ménages avec un niveau de revenu supérieur.

Il existe une dynamique entre l'achat de semences et les pratiques mises en place pour améliorer la productivité : les ménages achetant des semences sont 74,11% (n=352) à préciser avoir mis en place au moins une pratique pour améliorer la productivité de leurs cultures, alors que ce pourcentage baisse de presque 20 points à 54,59% (n=125) parmi les ménages n'achetant pas de semences.

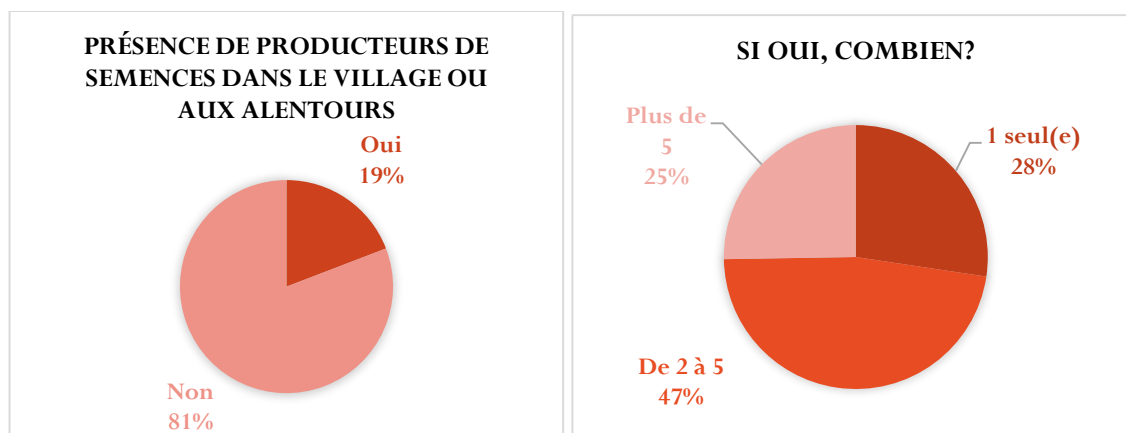


Le tableau ci-dessous montre de manière claire que deux types principaux de semences sont privilégiés par l'ensemble des ménages : celle venant du marché (71,88%, n=506) et celle du stock personnel (61,22%, n=431). Environ la moitié des ménages dans une de ces deux catégories (51,19%, n=259) combinent achat de semences au marché et stock personnel, et seuls 3,69% (n=26) des répondants n'utilisent aucune de ces deux sources. Ces pratiques transcendent les niveaux de revenu, d'éducation et les territoires. Les autres sources de semences sont citées par une petite minorité de ménages : 3,69% (n=26) d'entre eux se fournissent auprès d'agrimultiplicateurs, 3,55% (n=25) auprès de l'INERA, et 2,84% (n=20) auprès d'associations villageoises productrices de semences.



Quatre ménages sur cinq (80,83%, n=527) déclarent ne pas connaître la présence d'agrimultiplicateurs ou d'associations paysannes productrices de semence dans leur village ou dans les villages voisins. Le fait que dans une majorité de villages les réponses diffèrent indique que le niveau d'information sur cette question est inégal au sein d'un même village. Le taux de réponses positives se situe autour de 20% dans l'ensemble des territoires, sauf à Lupatapata où il est de 8,33% (n=3) et Kamiji où il grimpe à 53,85% (n=21). Parmi les ménages connaissant l'existence de ces producteurs de semence, ils sont 79,17% (n=95) à pouvoir préciser leur nombre, comme le montre le graphique ci-dessous. Ces personnes ou associations sont en moyenne au nombre de deux ou plus, excepté dans le territoire de Kamiji.

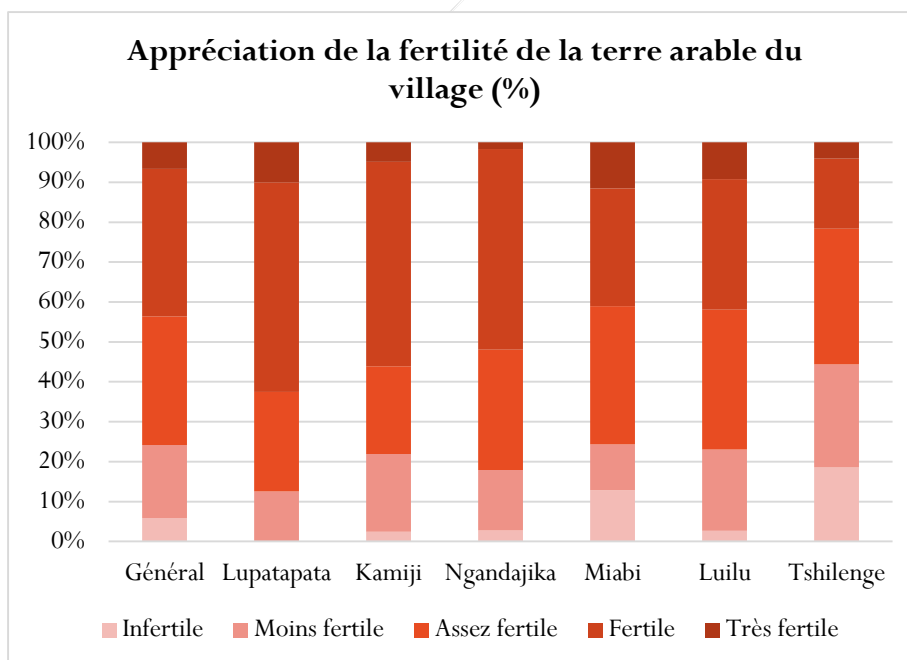
Dans la perspective d'un projet semencier, pour les producteurs ou commerçants de semences, les chiffres montrent qu'il n'est pas nécessaire de convaincre les ménages d'acheter des semences ou de créer un commerce de semences. Les dépenses très faibles rapportées par les ménages cependant indiquent que leur pouvoir d'achat est très limité. En conséquence, une semence de qualité qui vise à toucher une partie importante du marché ne doit pas seulement présenter des avantages de qualité mais en même temps être abordable.



C. FERTILITE DU SOL

Une majorité des ménages a une bonne appréciation de la fertilité du sol dans son village : $\frac{3}{4}$ (75,83%, n=527) des ménages déclarent leur sol d'assez fertile à très fertile, tandis que le reste des ménages (24,17%, n=168) considèrent le sol de leur village moins fertile ou infertile. L'appréciation de la fertilité varie avec le territoire: comme le montre le graphique ci-dessous, les ménages de Tshilenge (majorité de terres sablonneuses) sont les plus sévères sur le niveau de fertilité dans leurs villages, tandis que ceux de Lupatapata et Kamiji sont une majorité à considérer leur sol comme fertile ou très fertile.

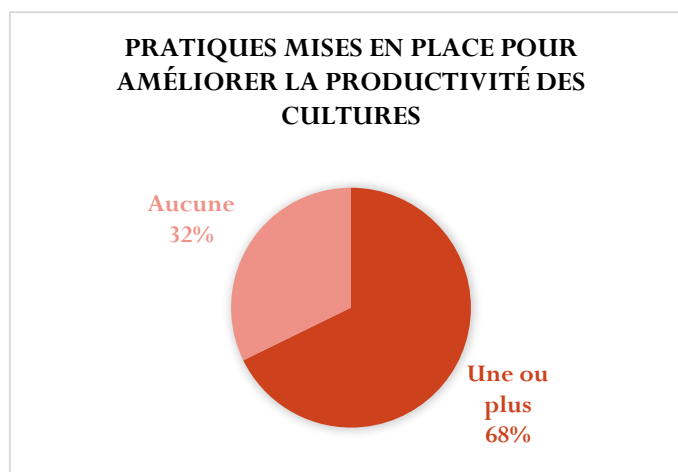
Il est intéressant de noter que l'analyse du sol et les niveaux de rendement ne confirment l'appréciation de la fertilité du sol par les agriculteurs. Au contraire, la fertilité du sol reste un goulot d'étranglement majeur de la productivité agricole.



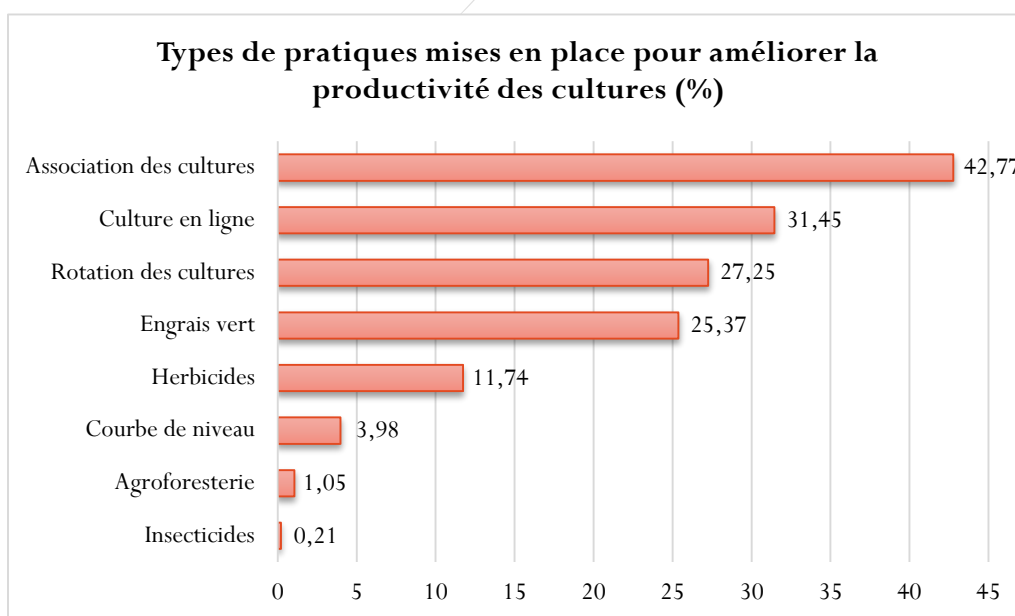


D. PRATIQUES AFIN D'AMÉLIORER LA PRODUCTIVITE

Les ménages mettent en place dans leur majorité des techniques afin d'améliorer la productivité de leurs cultures. Ils sont 67,76% (n=477) d'entre eux à déclarer avoir mis en place au moins une technique dans ce but, soit deux ménages sur trois. $\frac{3}{4}$ des ménages (74,89%, n=164) gagnant plus de 50 dollars par mois mettent en place de telles techniques, contre 60,87% (n=224) pour les ménages ayant un niveau de revenu inférieur à cette somme.



Comme le montre le graphique ci-dessous, les pratiques mises en place par les ménages se caractérisent par leur variété, même si l'association des cultures (42,77%, n=204) revient le plus souvent dans les réponses, devant la culture en ligne (31,45%, n=150), la rotation des cultures (27,25%, n=130) et l'engrais vert (25,37%, n=121). 11,74% (n=56) des ménages citent l'utilisation d'herbicides, tandis que la courbe de niveau, l'agroforesterie et les insecticides sont utilisés respectivement par 3,98% (n=19), 1,05% (n=5) et 0,21% (n=1) des ménages.





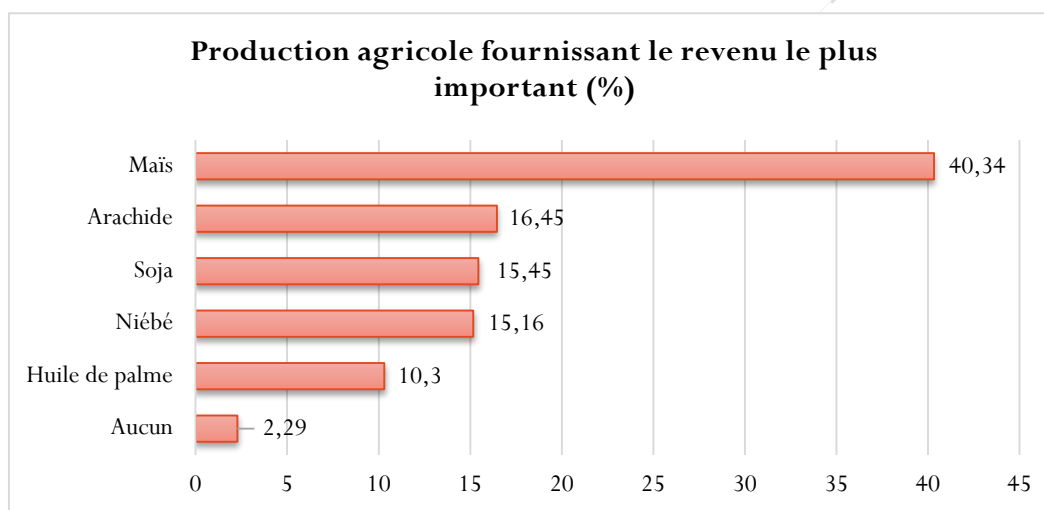
Plus le niveau de revenu est élevé, plus l'utilisation d'engrais vert est répandue. Cette pratique est la seule qui soit plus largement répandue chez les ménages ayant un niveau de revenu plus élevé que chez les autres. La visite d'agronomes vulgarisateurs a aussi un impact sur la diffusion dans les ménages de cette pratique.

3.2 TRAITEMENT, STOCKAGE ET COMMERCIALISATION DE LA PRODUCTION AGRICOLE

A. CONSOMMATION, STOCKAGE ET COMMERCIALISATION

Hierarchie des produits

Lorsqu'il est demandé aux ménages de faire la liste des produits leur rapportant le plus de revenu, le maïs arrive largement en tête (40,34%, n=282). Le reste des ménages, soit 59,66% (n=417) de l'échantillon, déclare tirer sa première source de revenu d'une autre production, citant les trois légumineuses, niébé, arachide et soja, à environ 15% pour chacune de ces productions. Cette tendance est observée pour l'ensemble des ménages quel que soit leur niveau de revenu. Dans l'ensemble des zones enquêtées, le maïs est la première source de revenu excepté dans le territoire de Lupatapata, où il n'arrive qu'à 5% (n=2), largement devancé par l'arachide qui est la première source de revenu dans cette zone pour 45% (n=18) des ménages.



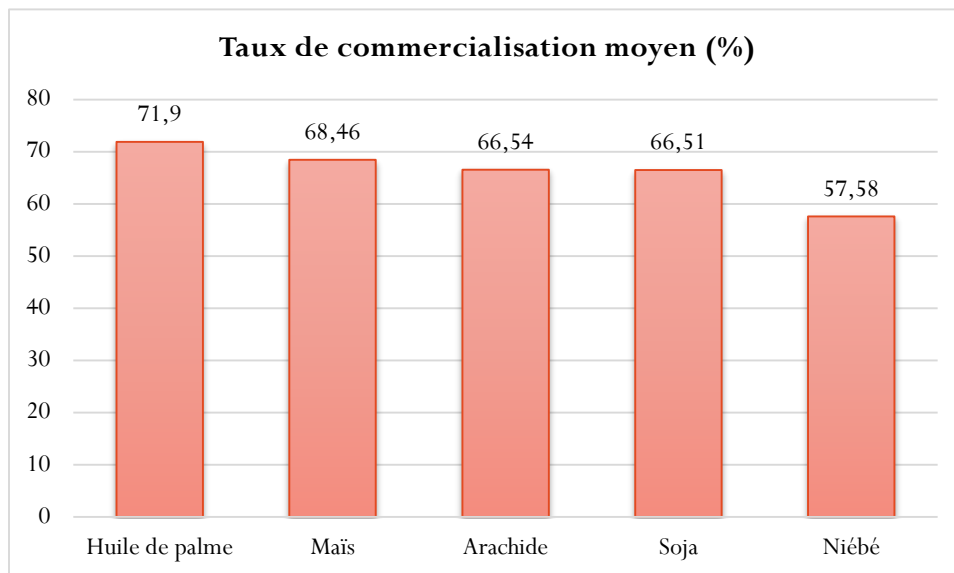
Les cultures desquelles les ménages tirent un revenu, comme le montre le graphique ci-dessous, sont dominées par le maïs pour la première ou deuxième source de revenu. Même lorsque le maïs n'est pas cité comme la première source de revenu, il est alors cité comme seconde source de revenu, et constitue de manière générale la première ou deuxième source de revenu pour 66,67% (n=462) des ménages cultivant au moins deux produits. Le niébé revient ensuite le plus souvent comme deuxième ou troisième de revenu, les ménages cultivant au moins quatre ou cinq cultures citent le plus souvent le soja et l'huile de palme comme quatrième ou cinquième source de revenu.

Près d'un tiers des ménages (34,64%, n=97) déclarant tirer du maïs sa principale source de revenu déclare ne tirer de revenu d'aucune autre culture, un pourcentage quasi-nul quand une autre production est citée comme première source de revenu.

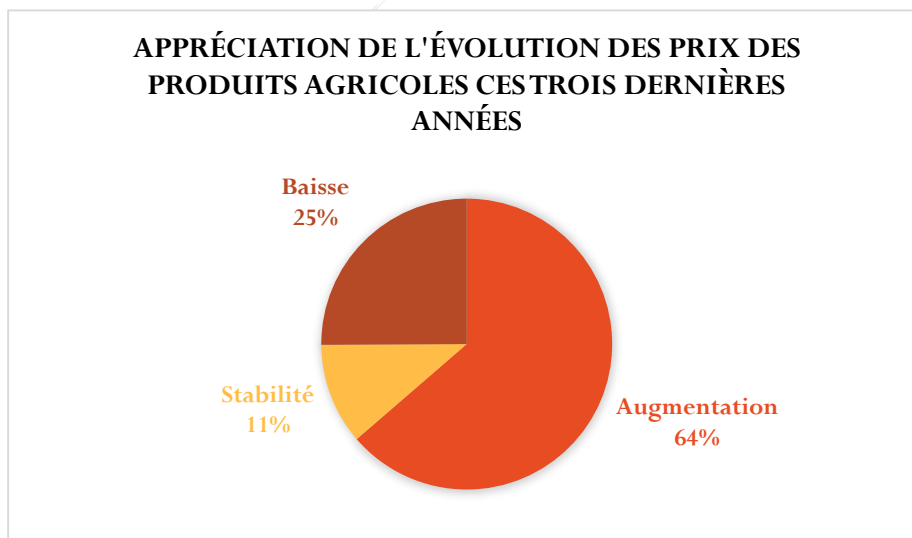


Niveau de commercialisation

La majorité des ménages commercialisent leur production dans les cinq cultures étudiées. Le niveau de commercialisation, comme le montre le graphique ci-dessous, va de 57,58% (n=302) pour le niébé à 71,9% (n=151) pour l'huile de palme.



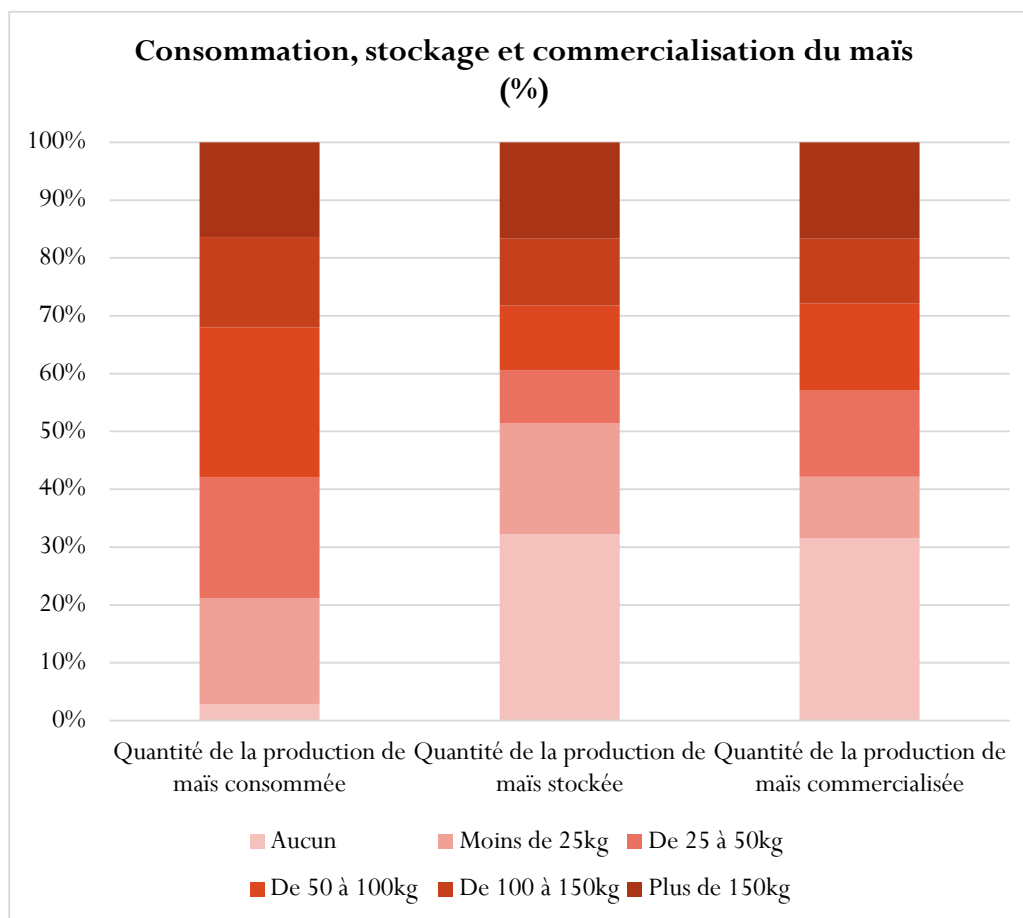
Un peu moins de deux ménages sur trois disent avoir vu une augmentation des prix des produits agricoles ces trois dernières années, un constat partagé dans l'ensemble des zones enquêtées. Les ménages qui ont vu le prix des produits agricoles augmenter sont d'abord ceux qui bénéficient d'un très bon état des routes (76,19%, n=16) alors que ce pourcentage baisse à 61,52% (n=259) chez les ménages constatant un état des routes médiocre.





Maïs

Le maïs est de loin la ressource la plus consommée par les ménages : 97,19% (n=604) d'entre eux consomment leur production, pour une moyenne de 50 à 100kg sur la saison culturale passée.



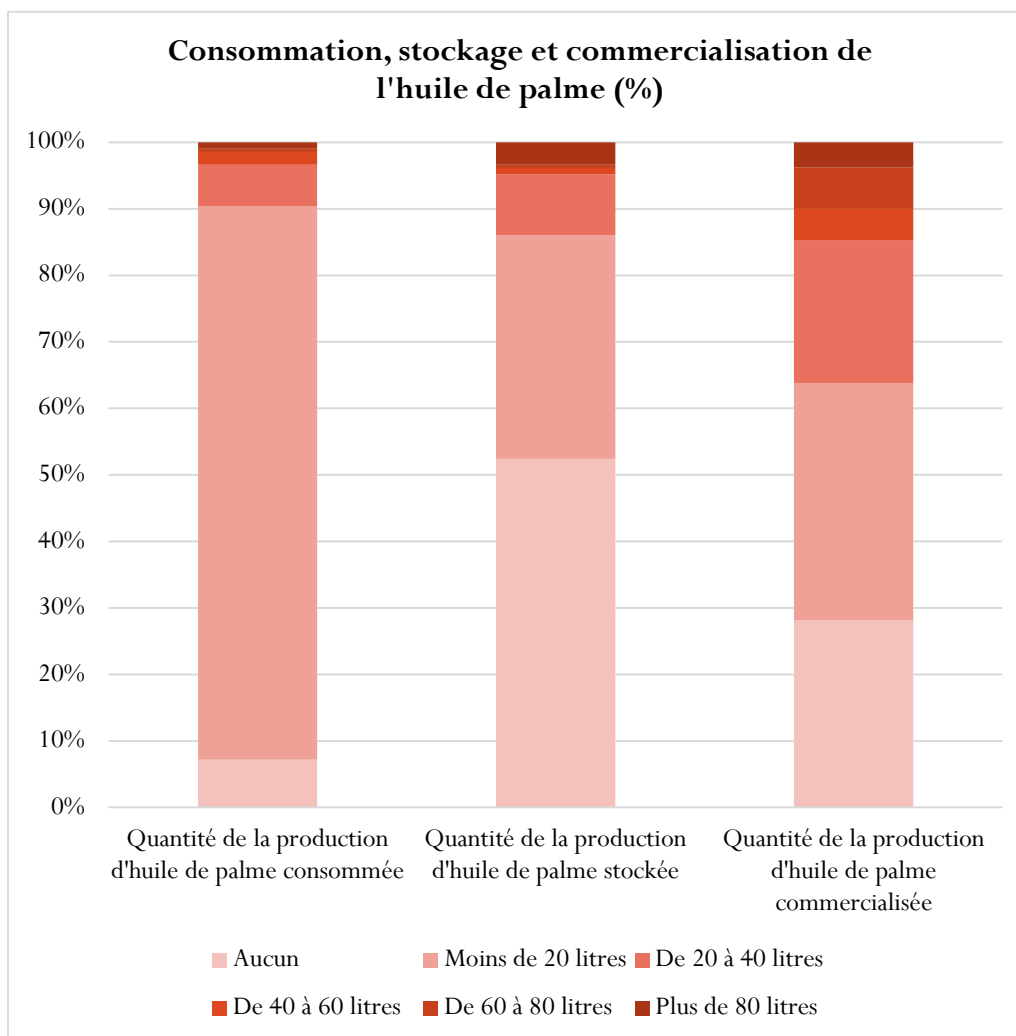
Le maïs est aussi la ressource la plus stockée, même si presque deux ménages sur trois (32,21%, n=423) déclarent ne rien stocker de leur production de maïs. Parmi les ménages stockant leur production, la moyenne est de 50 à 100kg, avec de grandes inégalités de niveaux de stockage entre les ménages.

Le maïs est commercialisé en moyenne par 68.46% (n=432). Le taux de commercialisation est en moyenne plus élevé chez les ménages gagnant plus de 50 dollars par mois que chez les ménages ayant un revenu moyen mensuel inférieur à cette somme. Ainsi, 34,66% (n=122) des ménages dans cette dernière catégorie ne commercialisent pas leur production de maïs, contre 22,60% (n=47) pour les ménages gagnant plus de 50 dollars. Plus la superficie augmente, plus le taux de commercialisation augmente aussi : si 49,18% (n=30) des ménages cultivant moins de 12,5 ares commercialisent tout ou partie de leur production, ce pourcentage grimpe à 73,43% (n=99) pour les ménages cultivant une surface comprise entre 50 et 100 ares, et 84,62% (n=66) pour les ménages cultivant une superficie supérieure à 100 ares.



Huile de palme

Une grande majorité des ménages consomme sa production d'huile de palme en faible quantité : 82,54% (n=174) des ménages en produisant déclare en consommer moins de 20 litres.



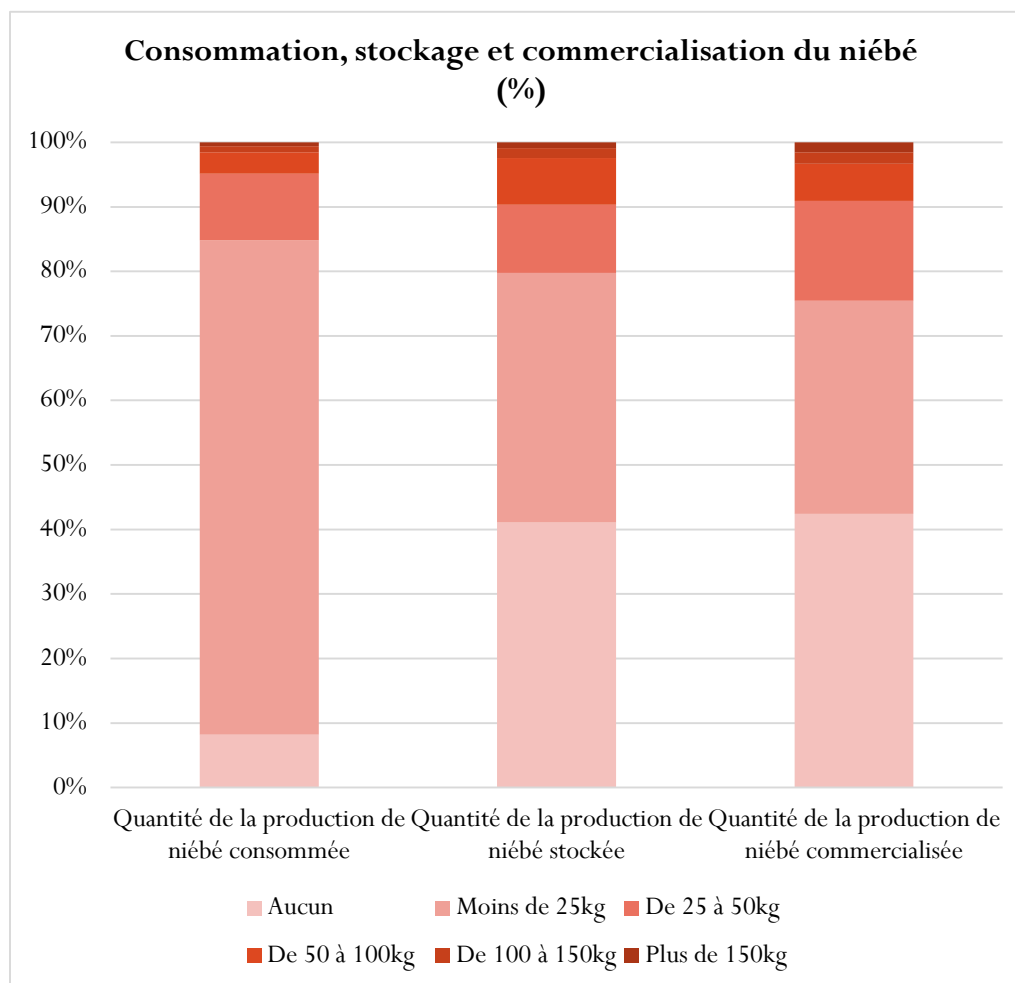
53,85% (n=109) des ménages produisant de l'huile de palme déclare ne pas stocker sa production, soit plus de la moitié de cette population. Plus le niveau de revenu décroît, moins le ménage stocke sa production, le pourcentage de non-stockage montant à 58,33% (n=42) pour les ménages avec un revenu moyen mensuel de moins de 20 dollars. Cependant, même chez les ménages ayant un revenu moyen plus élevé, le niveau de stockage reste faible, moins de 20 litres en moyenne.

L'huile de palme est le produit ayant le taux de commercialisation le plus élevé chez les ménages producteurs (71,9%, n=202), dans des proportions restant peu élevées : ainsi, 79,47% (n=120) des ménages commercialisant leur production d'huile de palme vendent moins de 40 litres, soit pour une vente au village à 0,65 dollars le litre moins de 30 dollars, et pour une vente à Mbuji-Mayi à 1,2 dollars le litre moins de 50 dollars de revenus tirés de la vente sur la saison culturelle passée.



Niébé

Une très grande majorité des ménages producteurs de niébé (91,79%, n=302) consomment leur production de niébé, ans des quantités qui restent de l'ordre de moins de 25kg pour 83,44% (n=252) d'entre eux.



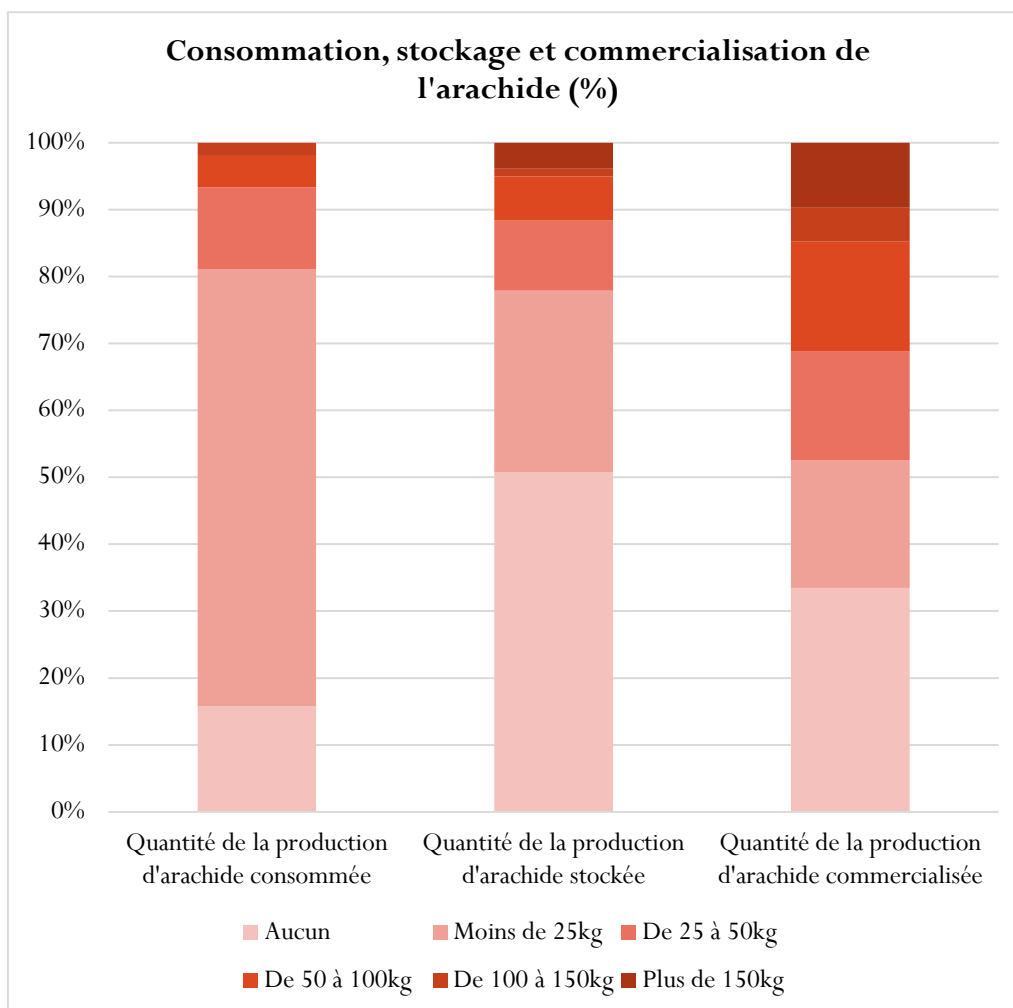
Plus de la moitié des ménages (58.02%, n=136) stockent leur production de niébé, un chiffre qui grimpe à 70.18% (n=80) pour les ménages gagnant plus de 50 dollars par mois, creusant un écart de dix-sept points avec les ménages ayant un revenu mensuel moyen inférieur à 50 dollars par mois (53.28%, n=89). Près des deux-tiers des ménages stockant leur production (64.12%, n=128) mettent moins de 25kg de côté, avec un niveau de stockage légèrement supérieur si le niveau de revenu du ménage est supérieur à 50 dollars.

Un peu plus de la moitié des ménages cultivant du niébé (57.58%, n=190) commercialisent leur production. Le taux de commercialisation augmente de manière conséquente avec l'augmentation du revenu moyen mensuel : si 50,54% (n=47) des ménages gagnant moins de 20 dollars par mois commercialisent leur production, ce pourcentage grimpe à 76,32% (n=29) pour les ménages vivant avec plus de 100 dollars par mois. Les niveaux de commercialisation restent principalement inférieurs à 25kg.



Arachide

6 ménages sur 10 (62,67%, n=214) producteurs d'arachide consomment leur production, pour $\frac{3}{4}$ d'entre eux (75,4%, n=166) pour moins de 25kg. Le niveau de consommation décroît ensuite rapidement.



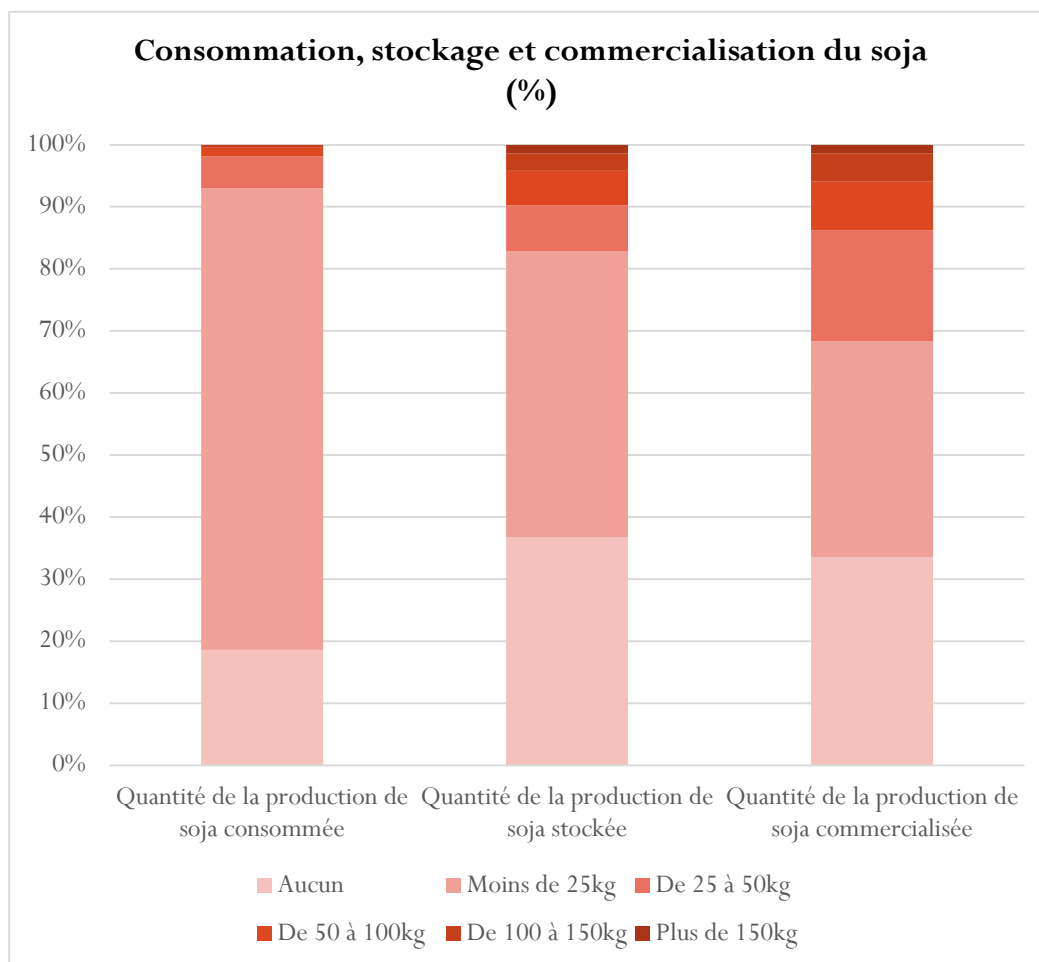
La moitié des ménages (50,86%, n=131) n'a rien stocké de sa production d'arachide de la saison culturale passée. Alors que les ménages gagnant moins de 20 dollars par mois et producteurs d'arachide sont 56,25% (n=45) à ne pas stocker leur production, ils sont seulement 30,77% (n=8) chez les ménages gagnant plus de 100 dollars, soit un écart de 15 points.

Comme le montre le graphique ci-dessus, une majorité des ménages (66,54%, n=171) a commercialisé une partie de sa production d'arachide la saison passée à des niveaux cependant assez différents. Les niveaux variés de production expliquent cet écart entre ménages.



Soja

4 ménages sur 5 (80,42%, n=175) en moyenne consomment leur production de soja, dans des proportions inférieures à 25kg pour la très grande majorité d'entre eux (90,79%, n=160).



Un peu moins de deux-tiers des ménages stockent leur production de soja, dans des proportions de l'ordre de moins de 25kg pour environ les $\frac{3}{4}$ d'entre eux (72,5%, n=99). Les niveaux de stockage sont inégaux selon le niveau de revenu : si les ménages gagnant moins de 20 dollars par mois stockant leur production de soja sont 90,91% (n=20) à le faire pour moins de 25kg, les ménages gagnant entre 50 et 100 dollars sont les plus grands stockeurs, 47,5% (n=19) d'entre eux stockant plus de 25kg.

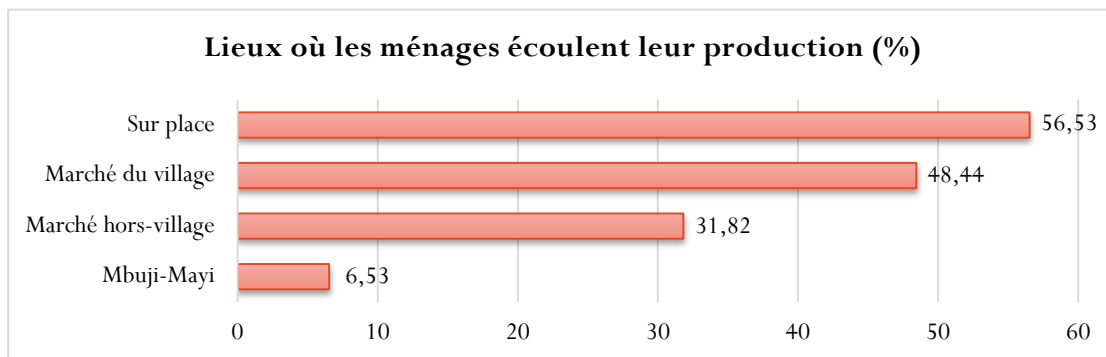
Deux ménages sur trois (66,51%, n=145) ont commercialisé tout ou partie de leur production de soja de la saison culturale passée, et parmi eux, un peu plus de la moitié (52,41%, n=76) a commercialisé moins de 25kg.

B. TYPES DE MARCHES OU S'ÉCOULENT LA PRODUCTION

Les ménages écoule leur production agricole dans différents lieux, même si l'enquête révèle qu'ils sont en majorité peu mobiles. Ainsi, lorsqu'ils se voient demandés où ils vendent leurs produits agricoles, plus de la moitié des ménages (56,53%, n=398) répondent sur place, premier lieu d'écoulement de la production. Un peu moins de la moitié des ménages (48,44%, n=341) donnent ensuite comme réponse le marché du village, et environ un-tiers des ménages



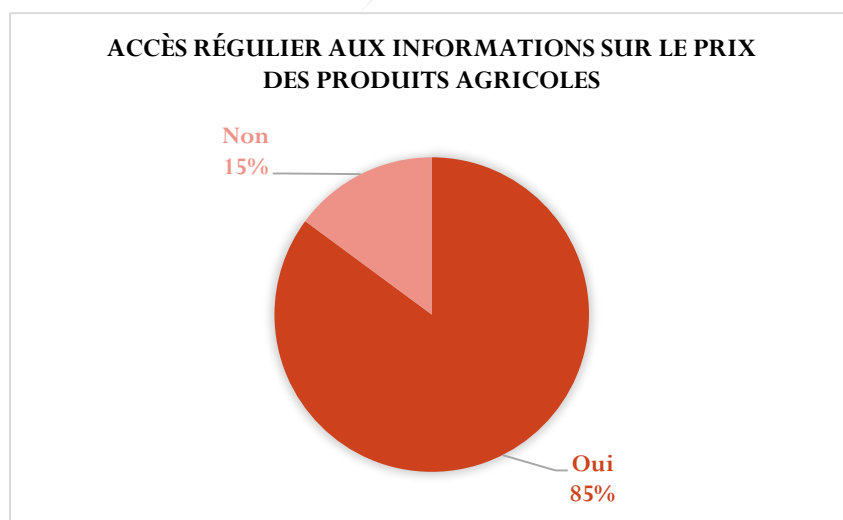
(31,82%, n=224) vont écouler leur production dans un marché hors-village. Loin derrière, 6,53% (n=46) des ménages vont vendre leur production à Mbuji-Mayi.



L'autre grand enseignement de ces chiffres, c'est que les ménages ayant un niveau de revenu plus élevé sont plus mobiles que les autres ménages. Ainsi, si les ménages gagnant moins de 20 dollars par mois déclarent pour les deux-tiers d'entre eux (68,93%, n=142) écouler leur production sur place, ce pourcentage tombe à 45,45% (n=30) pour les ménages gagnant plus de 100 dollars mensuellement. Cette dernière catégorie préfère aller écouler sa production au marché du village pour 59,09% (n=39) d'entre eux, contre 42,23% (n=87) des ménages gagnant moins de 20 dollars en moyenne. A noter que l'appartenance à une organisation paysanne n'a pas d'incidence sur les lieux d'écoulement de la production agricole des ménages.

C. INFORMATION SUR LES PRIX

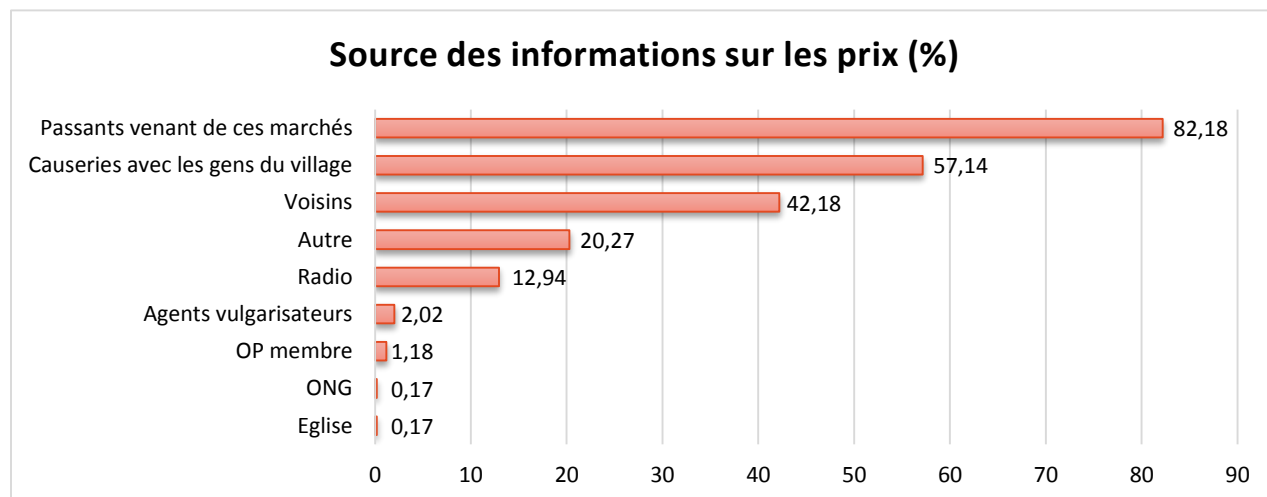
Une grande majorité des ménages (85,12%, n=595) répond avoir un accès régulier aux informations sur le prix des produits agricoles pratiqués sur les différents marchés. Cet accès est confirmé par un pourcentage de « oui » majoritaire dans l'ensemble des villages et territoires enquêtés.



Parmi les ménages ayant un accès régulier à ces prix, plus de quatre sur cinq (82,18%, n=489) reçoivent cette information des passants venant de ces marchés. Un peu plus de la moitié (57,14%, n=340) obtient l'accès à ces informations en discutant avec d'autres personnes du village, et 42,18% (n=251) par leurs voisins. Enfin, 12,94% (n=77) des ménages reçoivent cette information de la radio, qui est plus utilisée lorsque le niveau d'éducation est plus



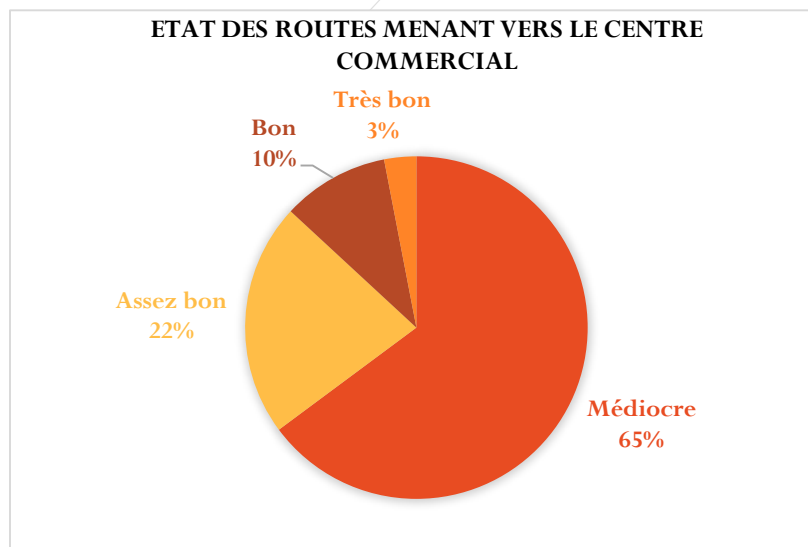
élevé. A noter que parmi les réponses « autres », le téléphone revient comme réponse de manière récurrente. Enfin, environ deux ménages sur trois (65,71%, n=391) croisent au moins deux sources d'information différentes lorsqu'ils cherchent à s'informer sur les prix.



3.3 ETAT DU RESEAU ROUTER ET CONSEQUENCES SUR LES PRATIQUES DES MENAGES

A. ETAT ET ENTRETIEN DES ROUTES

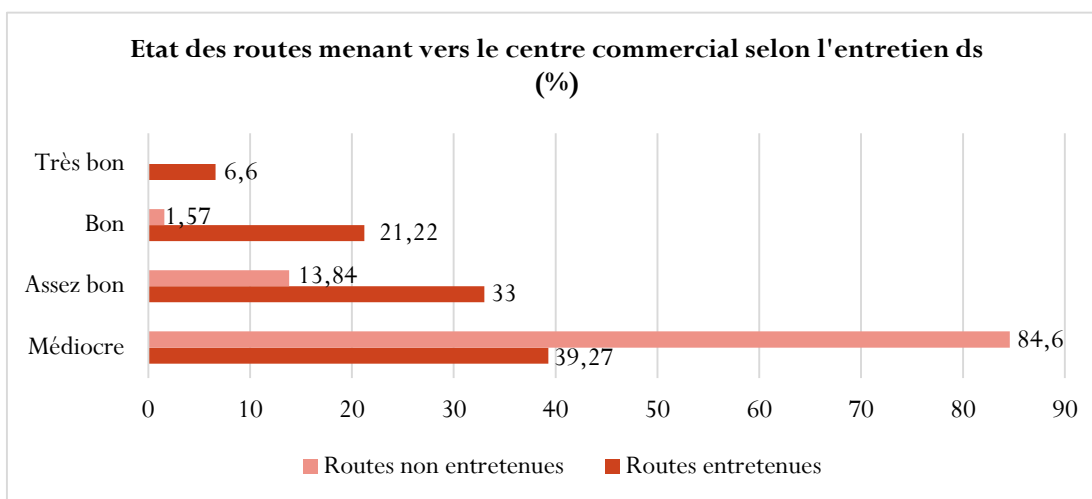
La majorité des ménages (64,84%, n=305) déclarent que l'état des routes menant de leur village au centre commercial est dans un état médiocre. Ce constat est partagé dans la majorité des villages et des territoires, excepté dans celui de Luilu où les ménages sont plus partagés, du fait d'un meilleur entretien des routes dans ce territoire.



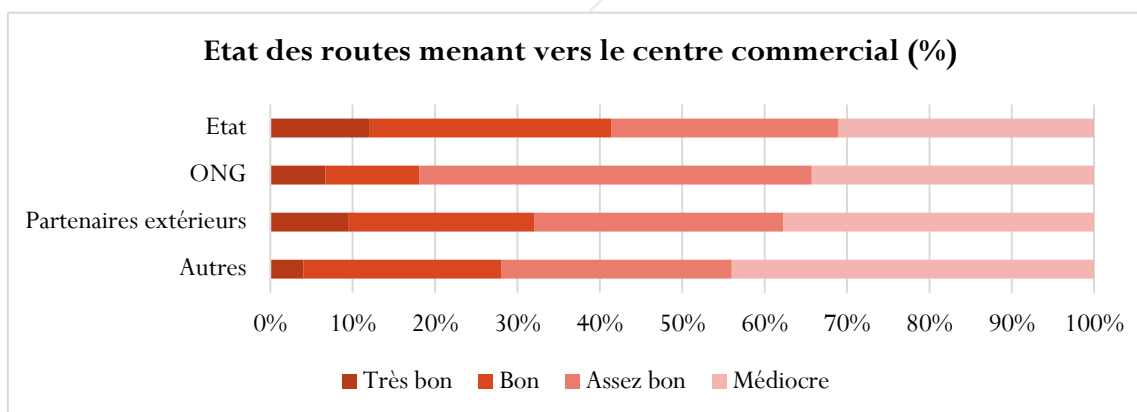
Un peu moins de la moitié de l'échantillon (44,08%, n=305) déclarent que les routes allant de leur village au centre commercial sont entretenues. Les ménages font clairement un lien entre l'entretien des routes et l'état de ces



dernières : 84,60% (n=324) des ménages déclarant que la route n'est pas entretenue font état d'une condition médiocre, alors que ce pourcentage tombe à 39,27% (n=119) pour les ménages constatant un entretien des routes.



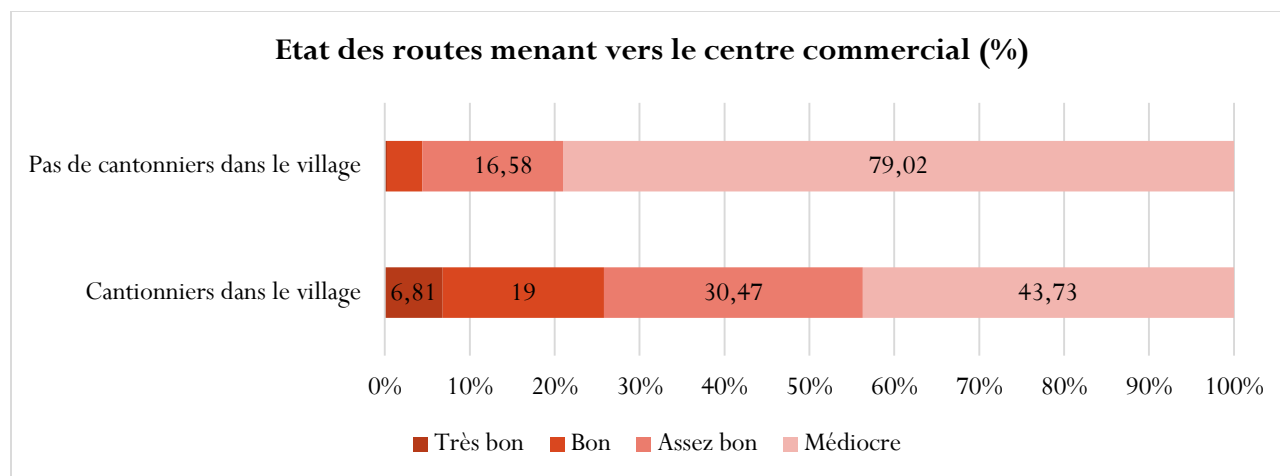
Lorsque les ménages déclarent que les routes sont entretenues, ils précisent que ce sont les ONG (34.43%, n=105) et des personnes du village³ (32.79%, n=100) qui entretiennent ces routes. L'Etat (19.02%, n=58) et les partenaires extérieurs⁴ (17.7%, n=54) sont les autres réponses citées. Plus de 4 ménages sur 5 (83.28%) ne déclarent avoir connaissance que d'une seule entité lorsqu'il leur est demandé qui est en charge de l'entretien des routes. Comme le montre la graphique ci-dessous, les ménages sont en majorité satisfaits de l'entretien des routes quelle que soit l'entité en charge, même si les niveaux de satisfaction divergent.



Sur l'ensemble de l'échantillon, environ 4 ménages sur 10 (41.84%, n=282) déclarent avoir connaissance dans leur village de personnes travaillent comme cantonniers. Comme le montre le graphique ci-dessous, la présence de ces travailleurs influe de manière positive sur l'évaluation de l'état des routes.

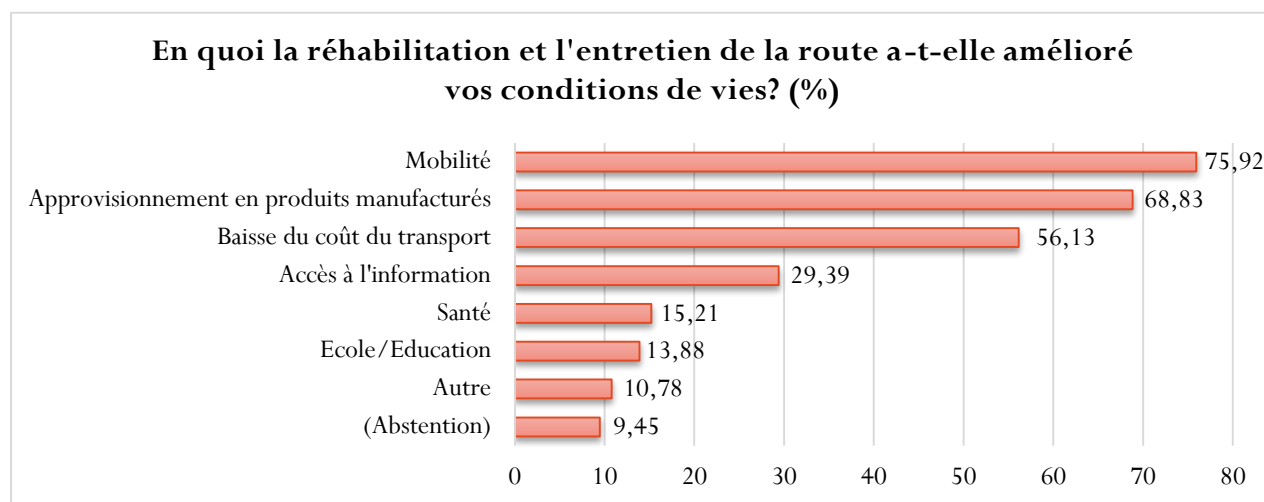
³ Réponse « autre » à la question 90.

⁴ La CTB est majoritairement citée lorsqu'il est demandé de préciser le nom du partenaire extérieur.



Lorsque les ménages notent la présence de cantonniers dans leur village, 64,29% (n=135) d'entre eux connaissant leur nombre précisent qu'ils sont plus de dix personnes à travailler sur l'entretien des routes.

Enfin, le premier impact que les ménages voient dans la réhabilitation et l'entretien des routes sont la mobilité (75,92%, n=514), l'approvisionnement en produits manufacturés (68,83%, n=466) et la baisse du coût du transport pour un peu moins de six ménages sur dix (56,13%, n=380). Les données disponibles sont insuffisantes pour faire un lien entre la baisse du coût du transport et la propension des ménages à se rendre dans un marché hors-village.



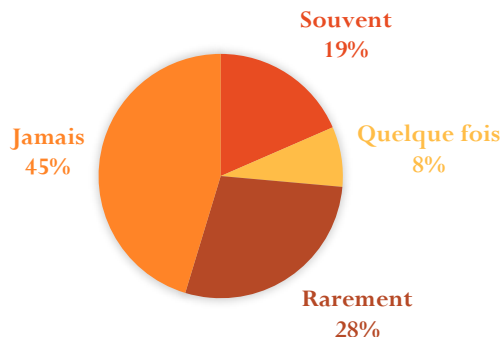
B. TYPES DE PROBLEMES RENCONTRES DANS LA COMMERCIALISATION DE LA PRODUCTION AGRICOLE

De manière générale, environ $\frac{3}{4}$ des ménages (73,44%, n=517) déclarent rencontrer au moins un problème lorsqu'ils empruntent les pistes de dessertes agricoles.

Un peu plus de la moitié des répondants (54,29%, n=385) déclare d'abord être confronté à la multiplication des points de péage sur ces pistes, à des fréquences variant comme le montre le graphique ci-dessous.

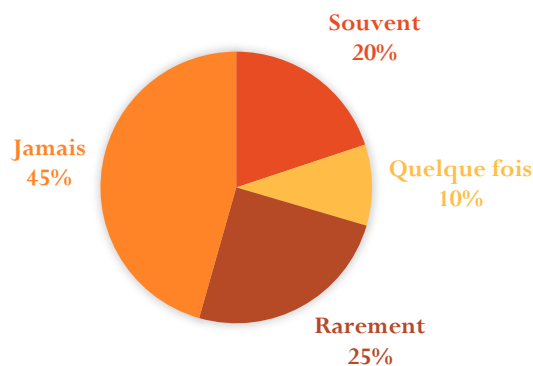


CONFRONTATION À LA MULTIPLICATION DES POINTS DE PÉAGE SUR LES PISTES DE DESSERTES AGRICOLES



Concernant le problème de l'augmentation du prix à payer sur les pistes de dessertes agricoles, le pourcentage de ménages disant rencontrer cette difficulté quel que soit la fréquence (54,40%, n= 383) est sensiblement le même que pour la première question, la quasi-totalité des ménages (94,29%, n=363) listant le premier problème font état du second.

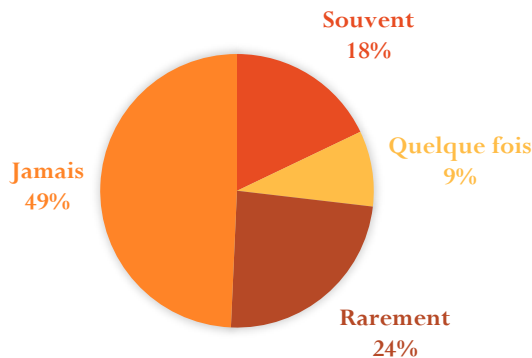
CONFRONTATION À LA MULTIPLICATION DES MONTANTS À PAYER SUR LES PISTES DE DESSERTES AGRICOLES



L'exigence de documents non prévus par la loi, enfin, est citée par la moitié (50,71%, n=357) des répondants, à des fréquences variant encore une fois.



CONFRONTATION À L'EXIGENCE DE DOCUMENTS NON PRÉVUS PAR LA LOI SUR LES PISTES DE DESSERTES AGRICOLES



Parmi les 14,63% (n=103) de ménages qui listent d'autres problèmes en plus de ceux listés ci-dessus, l'insécurité, le mauvais état des routes et les « tracasseries »⁵ sont les réponses qui reviennent le plus souvent.

C. COÛTS DE TRANSPORT ET PROBLÈMES LIÉS À L'UTILISATION DES ROUTES

Les données détaillées ci-dessous sont précieuses dans la compréhension de l'évolution des coûts des transports dans les zones enquêtées. Elles ne prennent cependant tout leur sens que lorsque des éléments pouvant être mis en comparaison sont discutés, ce que cette partie va faire en prenant l'exemple de deux échantillons de trois villages enquêtés à égale ou supérieure distance du marché le plus proche :

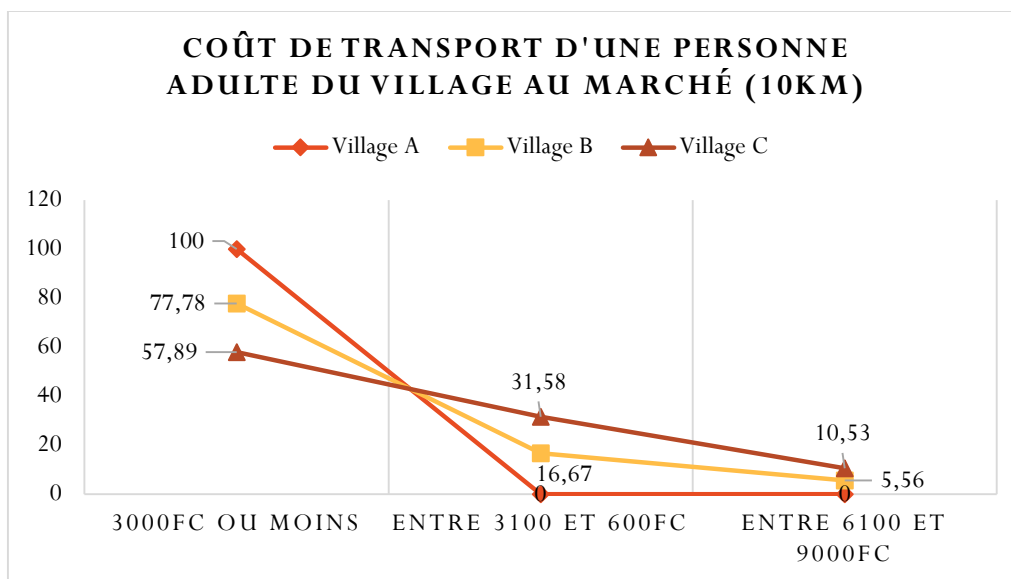
- Le premier échantillon est composé du village A (Bambazeu) village B (Tshibikos) et village C (Kalenda-Kashila) tous distants de leur centre commercial principal d'environ dix kilomètres ;
- Le deuxième échantillon est composé du village A (Musakatshi), village B (Lulamba) et village C (Kele), ces deux derniers villages étant distants d'environ quinze kilomètres de leur centre commercial principal, tandis que le premier est distant d'environ vingt kilomètres.

Ces villages ont donc été choisis pour leur distance par-rapport au centre commercial, mais aussi pour leurs caractéristiques :

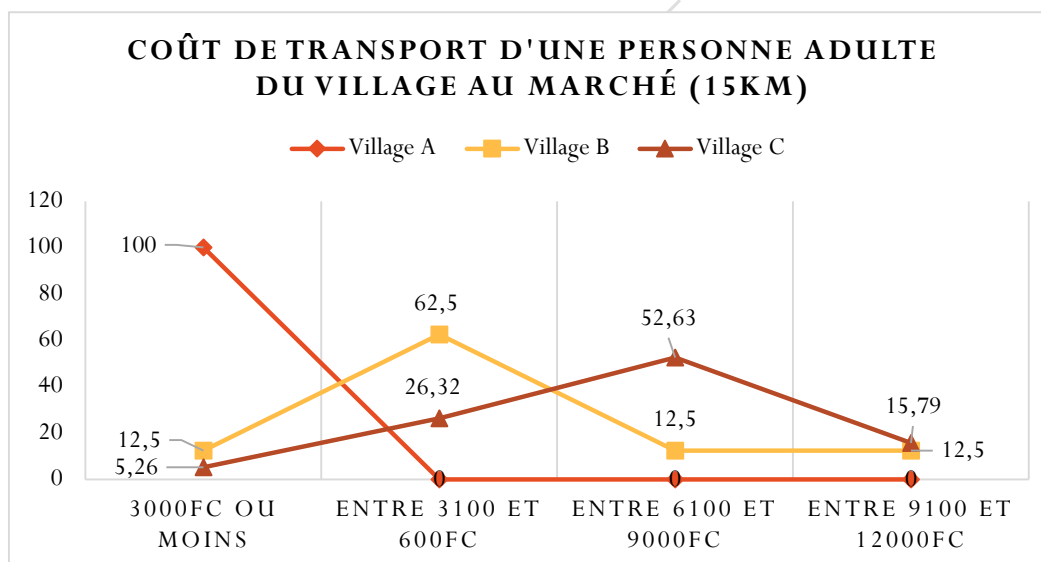
- Le village A bénéficie d'un bon état général des routes selon ses habitants mais est exposé à des montants à payer aux points de péage sur les pistes de dessertes agricoles
- Le village B a un état des routes majoritairement vu comme médiocre mais n'est pas exposé aux montants à payer aux points de péage
- Le village C est exposé en même temps à un mauvais état des routes et un montant à payer aux points de péage

Les trois villages des deux échantillons résument donc les différents problèmes auxquels peuvent être confrontés les habitants d'un village lorsqu'ils veulent se rendre au centre commercial, notamment pour y écouler leur production agricole. Appliqué à ces villages, voilà ce que les répondants dans les deux échantillons répondent sur le coût de transport d'une personne adulte du village au marché le plus proche :

⁵ Terme utilisé par les Congolais pour désigner la corruption et les lenteurs de l'administration.

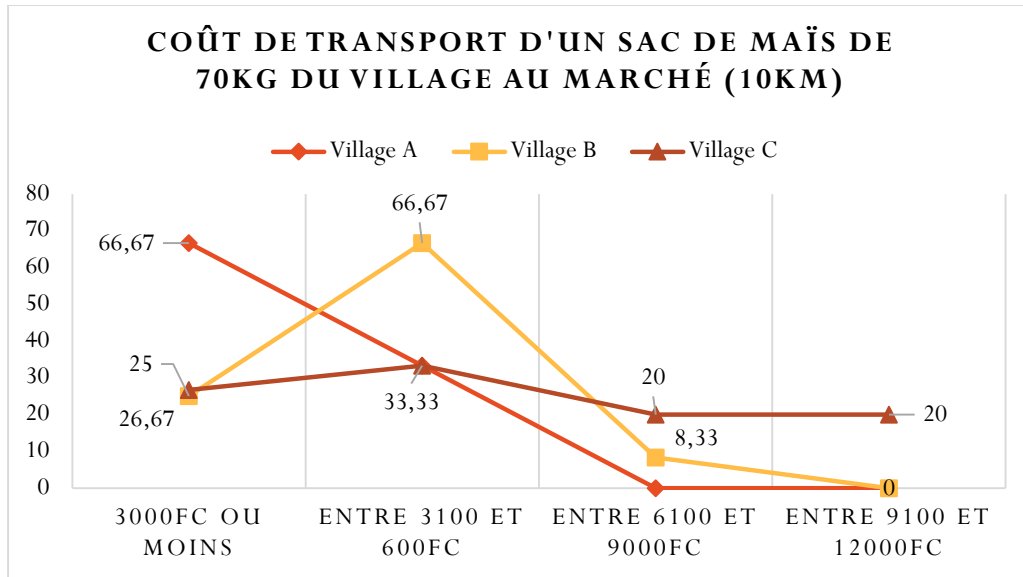


Les ménages du village A indiquent tous un prix inférieur ou égal à 3000FC pour se rendre au marché le plus proche. Les ménages du village B indiquent pour les trois-quarts d'entre eux un prix similaire, tandis que les ménages du village C sont les plus partagés, un peu moins de la moitié des ménages rapportant un prix du trajet supérieur à 3000FC.

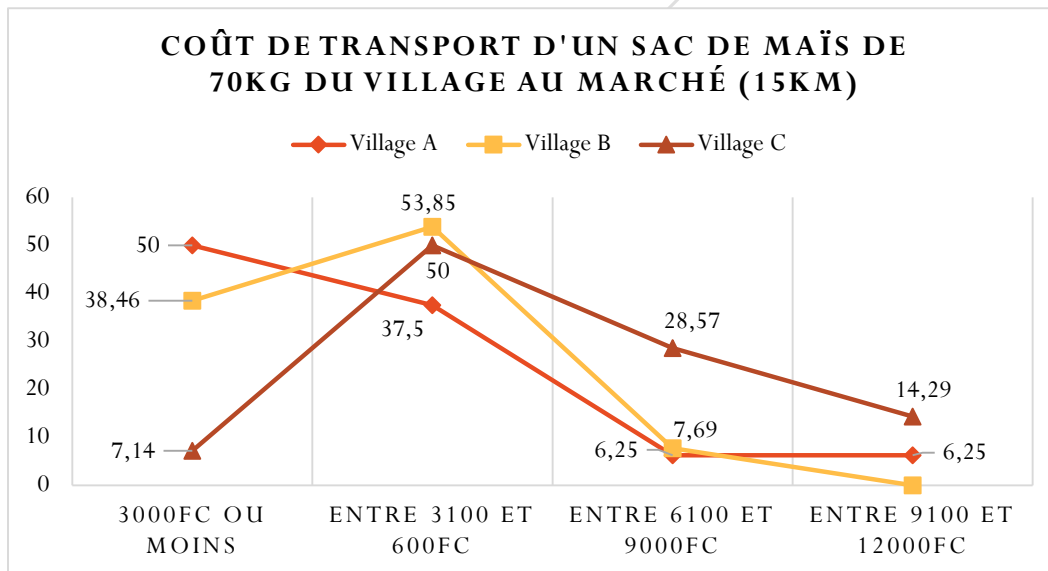


Dans le village A, le coût de transport du village au marché est encore une fois de 3000FC ou moins pour l'ensemble des ménages. Les ménages dans le village B notant majoritairement un prix de 3100 à 6000FC, tandis que ceux du village C sont une légère majorité à indiquer un prix de 6100 à 9000FC.

Ce constat s'applique pour le transport de productions agricoles étudiées ici, en commençant par le coût de transport pour un sac de maïs de 70kg :

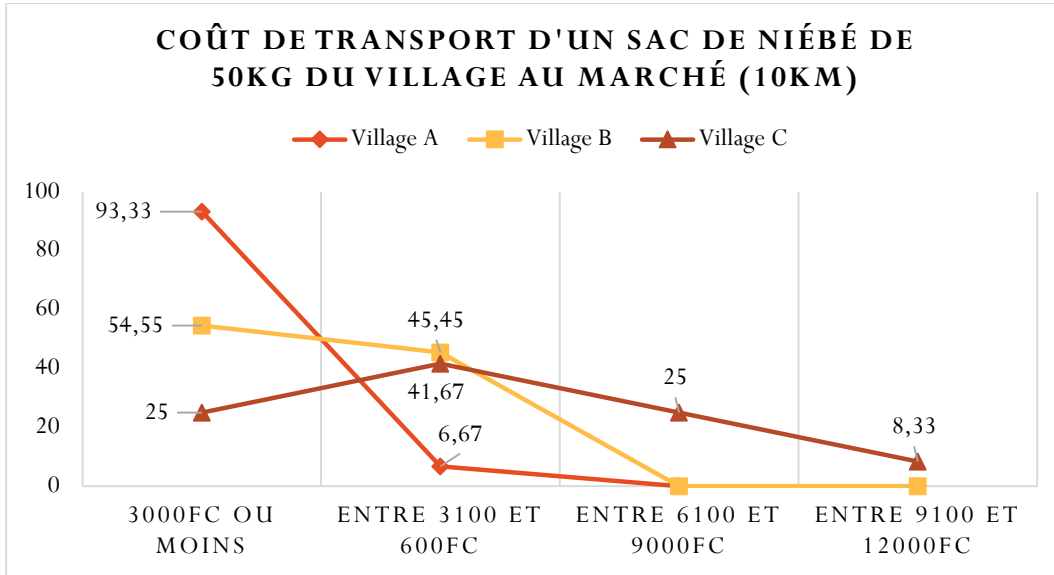


Les ménages du village A indiquent un coût de transport généralement inférieur à 3000FC, tandis que les ménages du village B indiquent que le coût du transport est généralement de 3100 à 6000FC. Les ménages du village C indiquent une grande variété de prix, supérieur à 3000FC selon 76,33% (n=11) d'entre eux.

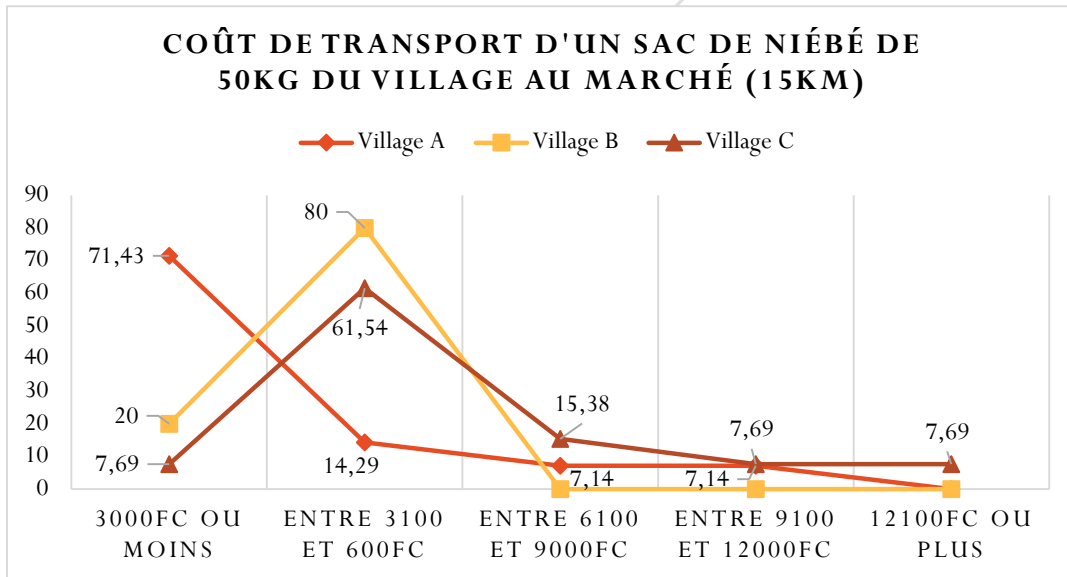


Pour un marché distant de 15km, la moitié des ménages du village 1 notent un coût de transport d'un sac de maïs de 70kg égal ou inférieur à 3000FC. 61.54% (n=8) du village B indiquent un coût supérieur à 3000FC, un pourcentage qui monte à 92,86 (n=13) pour les ménages dans le village C.

Sur le transport d'un sac de 50kg de niébé, les conclusions sont les mêmes :



Pour un marché distant de 10km, la quasi-totalité des ménages du village 1 déclarent pour le coût de transport d'un sac de niébé de 50kg égal ou inférieur à 3000FC. Un peu moins de la moitié des ménages dans le village B, indique un prix supérieur, et dans le village C les trois-quarts des ménages notent un coût de transport supérieur à 3000FC.



Lorsque le marché est distant de 15km ou plus du village, un peu moins des trois-quarts des ménages dans le village A notent un coût de transport inférieur ou égal à 3000FC. 80% des ménages du village B indiquent un coût de transport supérieur à 3000FC, un pourcentage qui monte à 92,31% (n=12) parmi les ménages du village C.

Les deux échantillons amènent aux mêmes conclusions quant à l'ordre des prix :

- Le coût de transport est le moins cher là où l'absence de points de péages payants est notable (village A)



- Le coût augmente ensuite légèrement avec un bon état de la route mais une présence des péages (village B)
- Le coût est le plus fort là où les deux problèmes se cumulent (village C)

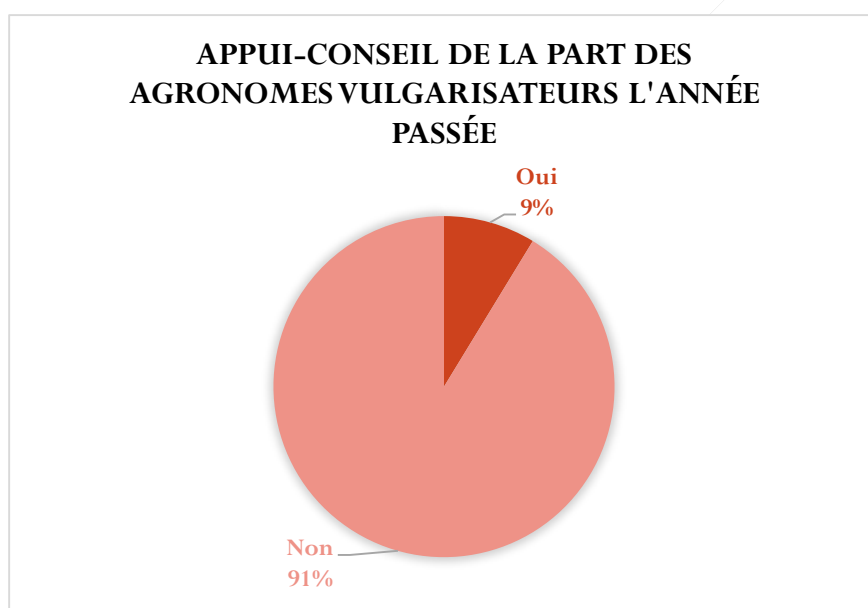
L'argent donné aux points de péage est donc l'indicateur ayant la première influence sur le coût du transport dans les zones enquêtées. La condition des routes a aussi un impact positif, mais de moindre ampleur.

3.4 BONNE GOUVERNANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE

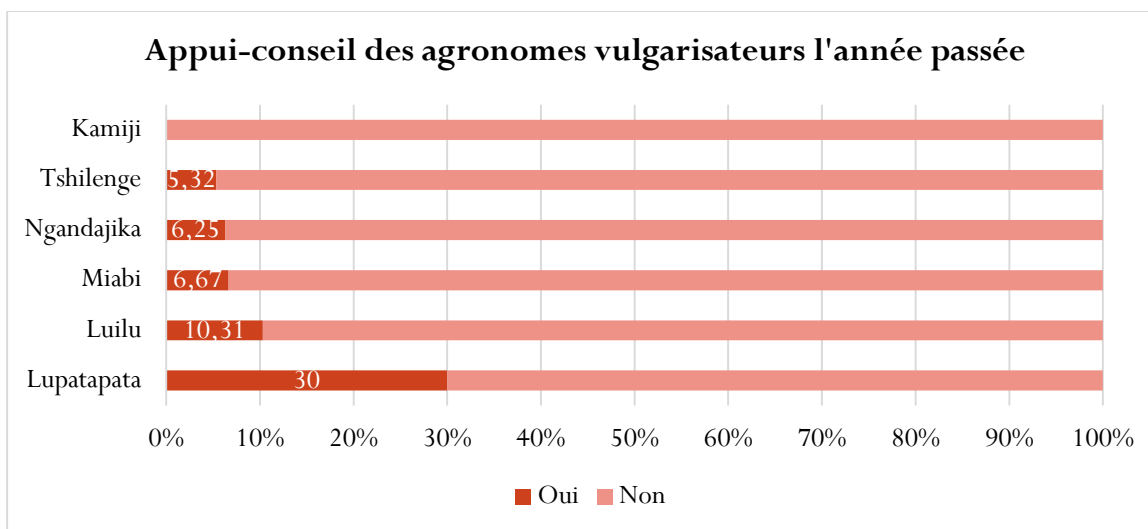
Cette enquête a été centrée autour du niveau de connaissance, du rôle et de l'appréciation de trois acteurs extérieurs dans le milieu agricole : les agronomes vulgarisateurs, les associations paysannes, et le CARG (Conseil Agricole Rural de Gestion). Les résultats montrent que ces organisations et institutions ne sont connues et/ou utilisées que par une minorité des ménages.

A. APPUI CONSEIL/VULGARISATION AGRICOLE

Le premier indicateur à relever est que la très grande majorité des ménages n'ont pas bénéficié d'un appui-conseil de la part des agronomes l'année passée : ils sont 91,28% (n=628) à déclarer ne pas avoir bénéficié de cet appui.

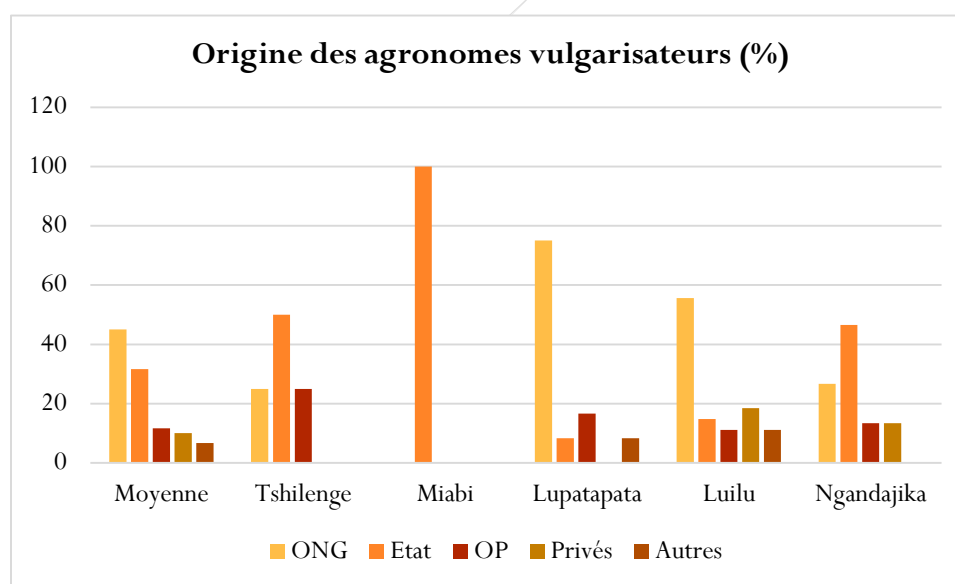


Comme le montre le graphique ci-dessous, ce taux de ménages ayant bénéficié d'un appui-conseil reste inférieur ou égal à 10% dans la majorité des zones enquêtées. Le seul territoire où ce taux se distingue est Lupatapata, où 30% (n=12) des ménages déclarent avoir bénéficié d'un appui-conseil durant l'année passée.

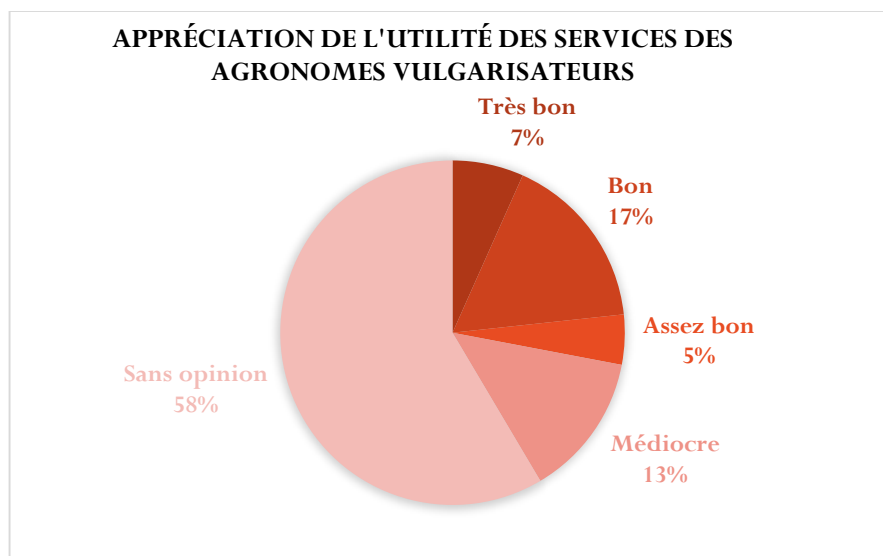


Parmi les ménages ayant bénéficié de cet appui-conseil, un peu moins de la moitié (47,86%, n=28) déclarent qu'ils ont été visités deux à trois fois par les agronomes vulgarisateurs, une fréquence de visite constatée par la majorité des ménages dans les territoires de Lupatapata et Ngandajika.

Les ménages interrogés déclarent aussi que cet appui-conseil venait principalement de deux entités : les ONG et l'Etat. Les ONG sont la première réponse citée à 45% (n=27), suivie de l'Etat avec un taux 31,67% (n=19), et enfin les organisations paysannes citées par 11,67% (n=7) des ménages. Comme le montre le graphique ci-dessous, les réponses diffèrent selon les territoires.

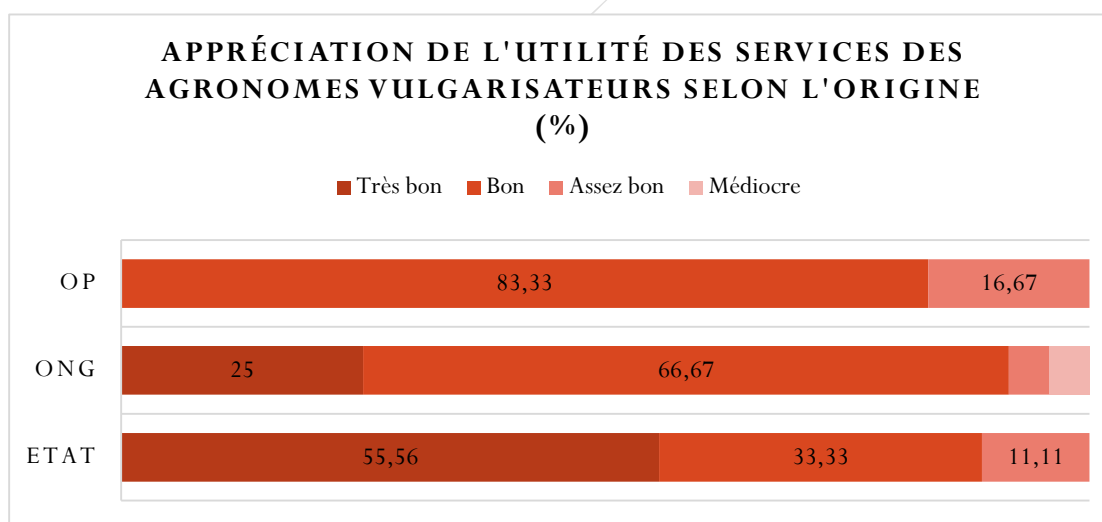


L'appréciation de l'utilité des services de ces organismes vulgarisateurs montre d'abord qu'une majorité de ménages marque son ignorance de la qualité de ce travail, en décidant de s'abstenir à 58,52% (n=412). Ce chiffre montre aussi que plus d'un tiers des ménages (37,26%, n=292) n'ayant pas bénéficié d'un appui-conseil de la part des agronomes vulgarisateurs se prononcent tout de même sur la qualité de leur travail.

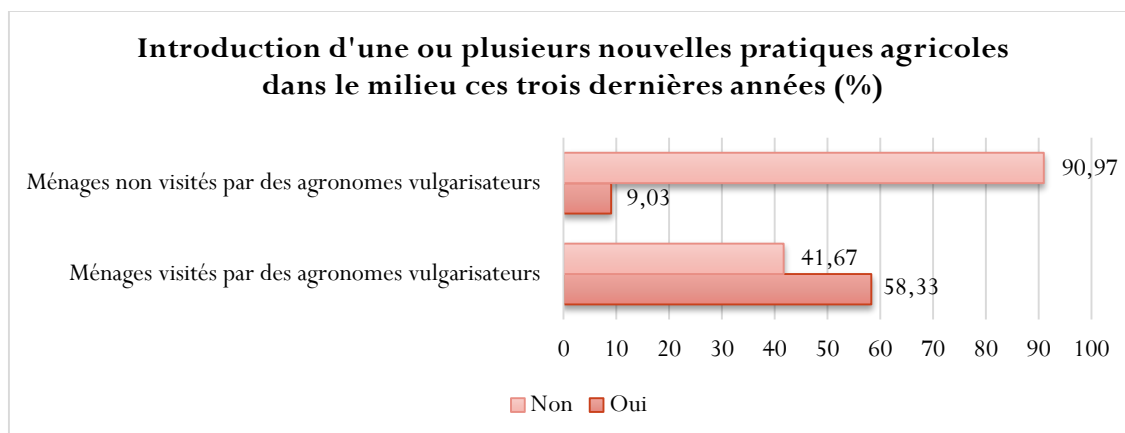


Parmi les ménages ayant bénéficié d'un appui-conseil des agronomes vulgarisateurs, une grande majorité (80%, n=48) ont apprécié l'utilité de leurs services comme bon ou très bon, 8,33% (n=5) assez bon, et 1,67% (n=1) médiocre, ce chiffre étant à mettre en perspective avec les 38,89% (n=91) de ménages n'ayant pas bénéficié de cet appui-conseil et rendant compte d'un avis médiocre sur l'utilité de ces services.

En rentrant encore plus dans les détails, les services des agronomes vulgarisateurs sont appréciés comme bons ou très bons, quel que soit leur origine, comme le graphique ci-dessous le montre :



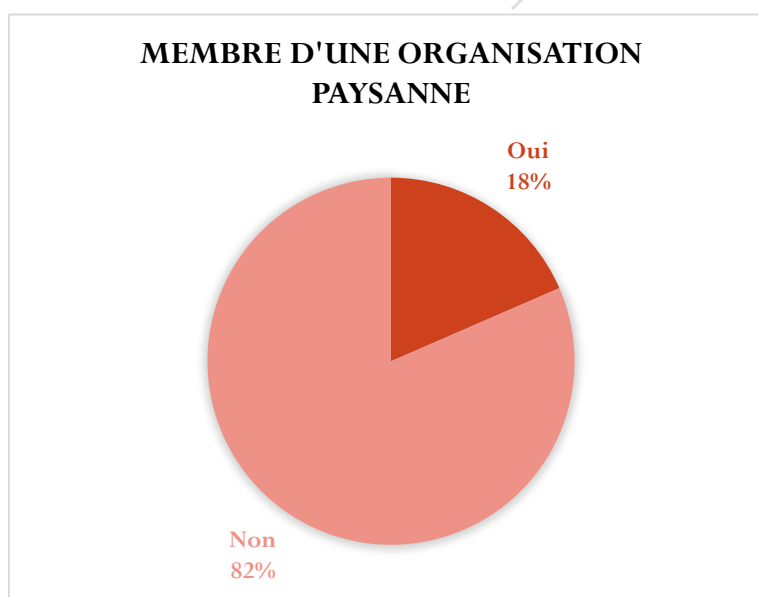
L'appui-conseil d'agronomes vulgarisateurs a une influence certaine sur l'introduction de nouvelles pratiques agricoles, comme l'illustre le graphique ci-dessous. Ainsi, les ménages n'ayant pas reçu cet appui-conseil sur l'année passée ne sont que 9,03% (n=52) à avoir connaissance d'une ou plusieurs pratiques agricoles dans leur milieu ces trois dernières années, alors que pour la même question ce pourcentage monte à 58,33% (n=35) pour les ménages ayant bénéficié de cet appui-conseil.



Parmi les pratiques introduites dans leur milieu ces trois dernières années, les ménages ayant reçu un appui-conseil de la part des agronomes vulgarisateurs font plus état par-rapport au reste des ménages de l'introduction des herbicides (14,29%, n=5), de meilleures pratiques culturales (37,14%, n=13) et de l'engrais vert (28,57%, n=20)⁶.

B. ORGANISATIONS PAYSANNES

La première donnée à prendre en compte ici est que moins d'un ménage sur cinq en moyenne (18,48%, n=80) est membre d'une organisation paysanne⁷.

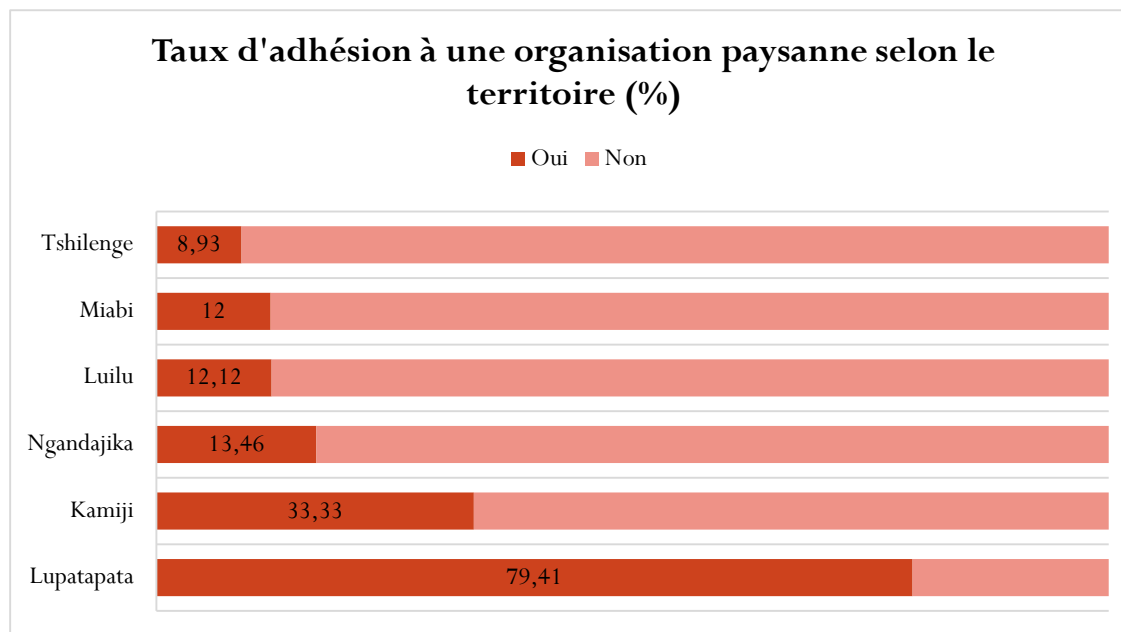


⁶ Etant donné que la question portait sur ces trois dernières années, il est possible que des agronomes aient introduit ces pratiques ou d'autres dans des proportions différentes il y a deux ou trois ans sans que cela puisse être noté dans les chiffres.

⁷ Pourcentage obtenu à partir du calcul de l'ensemble des répondants pour les ménages gérés par une femme et des répondants hommes pour les ménages gérés par un homme après discussion avec l'équipe d'enquêteurs.



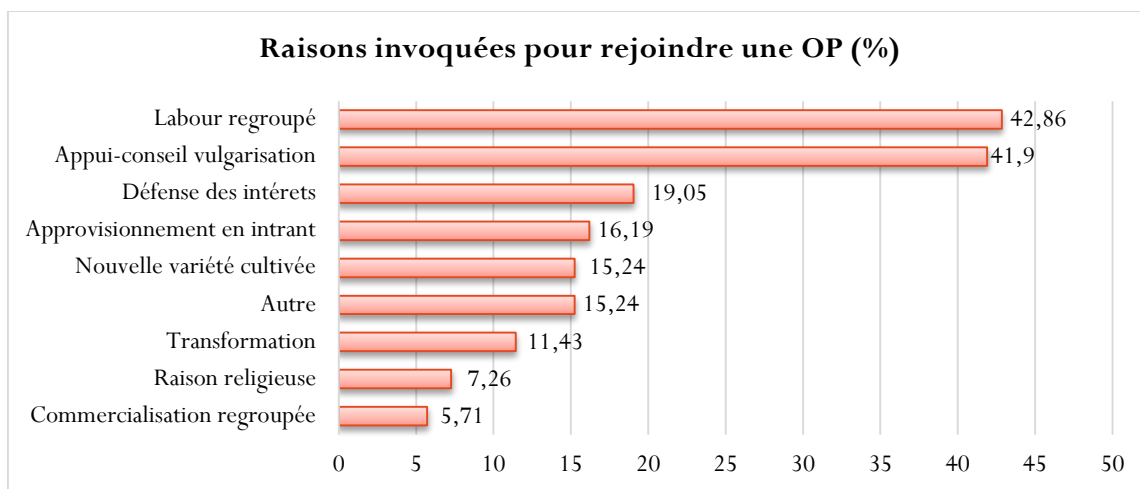
Les chiffres varient selon les territoires, comme le montre le graphique ci-dessous : Lupatapata est le seul territoire où le pourcentage de ménage membres d'une organisation paysanne dépasse les 50%. En enlevant des données les territoires de Lupatapata et Kamiji, le pourcentage général d'adhésion tombe à 12% (n=45).



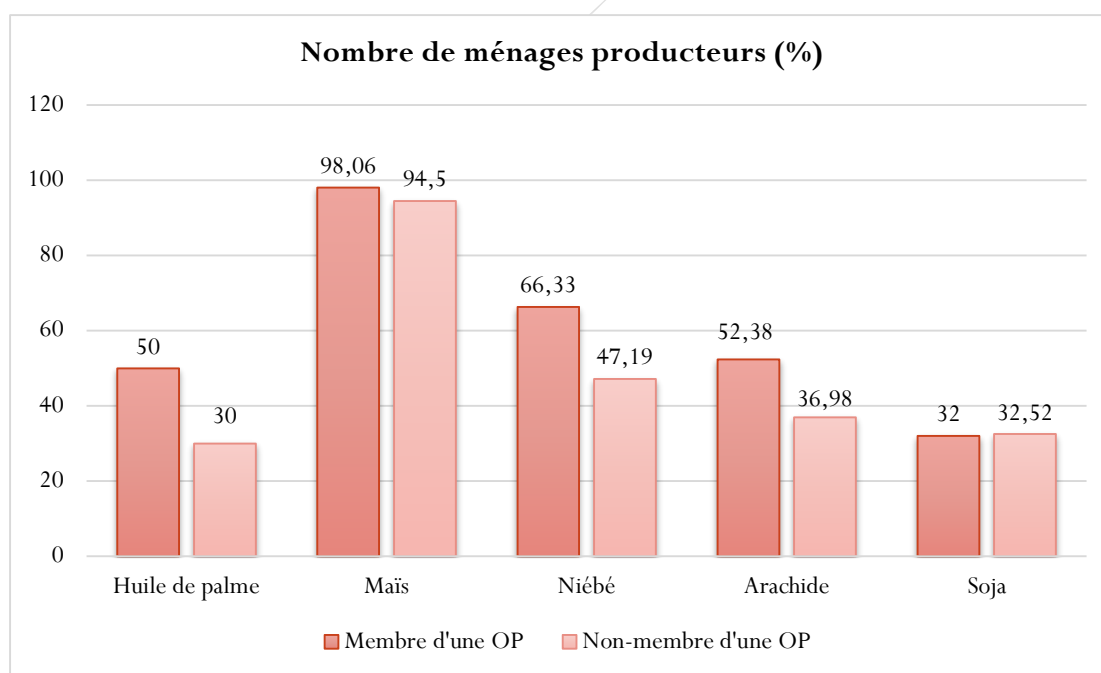
Les ménages ayant un revenu moyen mensuel de moins de 51 dollars ont plus tendance à rejoindre les organisations paysannes que les ménages gagnant plus de cette somme. Ainsi, ils sont 22,08% (n=53) des ménages gagnant moins de 51 dollars par mois qui déclarent avoir rejoint une organisation paysanne, alors que les autres ménages avec un niveau de revenu supérieur sont à un pourcentage d'adhésion de 17,12% (n=25). Enfin, le taux d'adhésion est supérieur pour les ménages gagnant de 20 à 50 dollars par mois (26,73%, n=27) que pour les ménages ayant un revenu mensuel moyen inférieur à cette somme (18,71%, n=26).

Lorsque les ménages qui ont adhéré à une organisation paysanne doivent préciser les raisons pour lesquelles ils l'ont rejointe, deux réponses arrivent en tête pratiquement à égalité pour un peu moins de la moitié des ménages concernés: le labour regroupé (42,86%, n=45), et l'appui en conseil/vulgarisation (41,90%, n=44). Parmi les personnes qui donnent cette dernière réponse, ils sont ainsi 40,91% (n=18) à avoir eu bénéficié de l'appui-conseil d'un agronome vulgarisateur l'année passée. Cette réponse revient d'ailleurs le plus souvent à Lupatapata, où elle est citée par 71,88% (n=23) des adhérents à une organisation paysanne. Les ménages déclarant avoir rejoint une organisation paysanne afin de regrouper leur labour, c'est sur la superficie cultivée pour le maïs que la différence est visible avec le reste des ménages : 31,85% (n=164) des ménages dans cette catégorie cultivent ainsi plus de 50 ares de maïs, alors que ce pourcentage grimpe à 58,54% (n=24) pour les ménages pratiquant le labour regroupé.

Les réponses les plus citées sont ensuite la défense des intérêts du ménage pour un peu moins d'un ménage sur cinq (19,05%, n=20), l'approvisionnement en intrant (16,09%, n=17) et une nouvelle variété cultivée pour 15,24% (n=16) des ménages. La microfinance (9,52%, n=10) revient majoritairement comme réponse dans le territoire de Luilu.



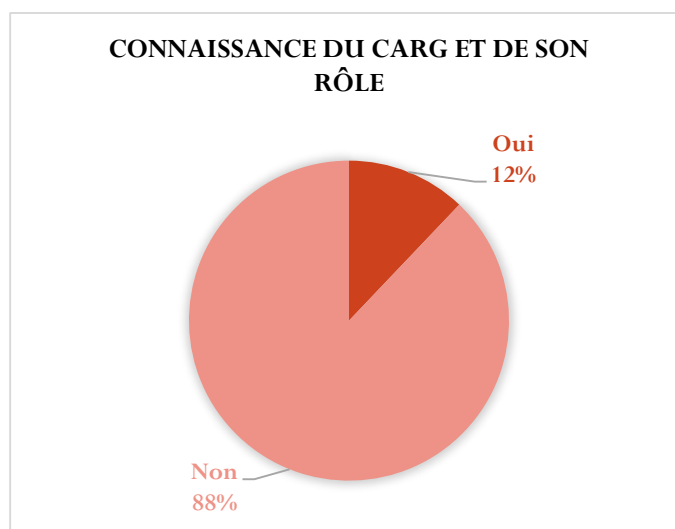
Les ménages membres d'une organisation paysanne ont généralement des cultures plus diversifiées : ils sont plus nombreux à cultiver le palmier à huile (+20 points), le niébé (+ 19 points) et l'arachide (+ 15 points). Le soja est la seule culture plus cultivée chez les ménages non-membres d'une organisation paysanne, ce qui se perçoit aussi dans les taux de commercialisation : le soja est la seule production plus largement commercialisée par les ménages non-membres d'une OP. Pour le reste des cultures, les ménages membres d'une OP ont plus tendance à commercialiser leur production : ils sont ainsi 75,9% (n=63) à vendre tout ou partie de leur production de maïs, soit dix points de plus que le reste des ménages.



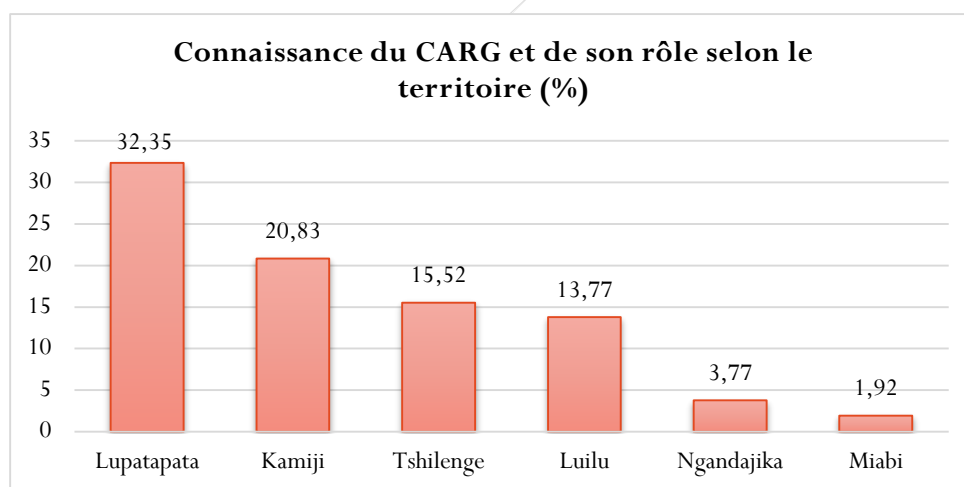


C. CARG

Le premier enseignement à tirer de cette enquête est qu'une grande majorité des ménages ne connaît pas le CARG. Ainsi, 87,9% (n=385) des ménages⁸ déclarent d'avoir jamais entendu parler du CARG et de son rôle.



Le niveau de connaissance du CARG diffère selon les territoires. Ainsi, comme le montre le graphique ci-dessous, si presque un tiers des ménages connaissant l'existence du CARG dans le territoire de Lupatapata⁹, son existence et son rôle sont pratiquement inconnus dans les territoires de Miabi et Ngandajika.



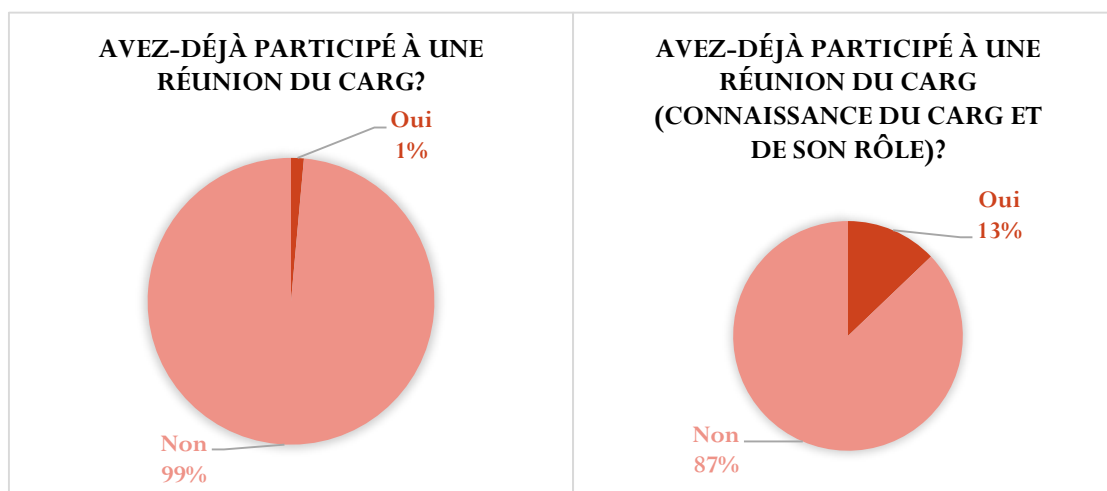
Dans la suite logique de ce chiffre, seuls 1,44% (n=10) des ménages déclarent déjà avoir assisté à une réunion du CARG. Ce taux s'établit à 12,86% (n=9) pour les personnes ayant connaissance de l'existence du CARG et de son

⁸ Échantillon de 438 répondants sur 704 formé par les répondants hommes dans les ménages gérés par un homme et l'ensemble des répondants dans les ménages gérés par une femme. Pourcentage de « non » pour l'échantillon total : 90,06%.

⁹ Les chiffres pour les territoires de Lupatapata et Kamiji sont à prendre avec précaution.



rôle, soit environ un ménage sur dix. Si c'est dans le territoire de Lupatapata que l'existence de l'organisation est la plus connue, aucun ménage sur place ne déclare avoir déjà participé à une réunion.



3.5 GENRE DANS LE SECTEUR AGRICOLE

Cette partie consacrée au genre dans les zones enquêtées est divisée en deux sections : une première consacrée aux différences qui peuvent exister entre les ménages dirigés par un homme et une femme, puis une deuxième section consacrée à une série d'indicateurs détaillant le rôle des femmes en milieu rural.

Données	Ménage-type dirigé par un homme	Ménage-type dirigé par une femme
Niveau de revenu moyen mensuel	De 51 à 100 dollars	20 dollars
Part de l'agriculture dans le revenu moyen mensuel	Entre 61 et 80%	Entre 61 et 80%
Taille du ménage	6	6
Production la plus importante des cultures prioritaires	Maïs	Maïs
Superficie moyenne exploitée pour la production la plus importante	De 25 à 50 ares	De 25 à 50 ares
Production rapportant le revenu le plus important des cultures prioritaires	Maïs	Maïs
Appréciation de la fertilité de la terre arable dans le village	Assez fertile	Assez fertile

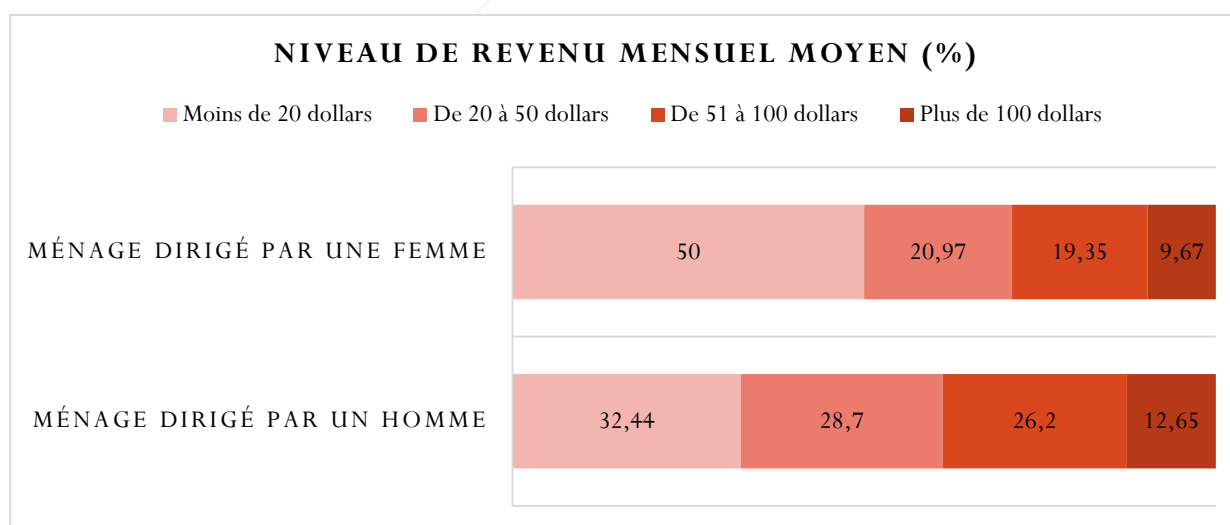


Condition d'accès à la terre arable dans le village	Facile	Facile
Origine de la semence	Marché et stock personnel	Marché et stock personnel
Ecoulement des produits agricoles	Sur place et au marché du village	Sur place
Accès régulier aux informations sur le prix des produits agricoles	Oui (84%)	Oui (88%)
Appui-conseil de la part des agronomes l'année passée	Non (91%)	Non (92%)
Membre d'une organisation paysanne	Non (85%)	Non (85%)
Connaissance du CARG et de son rôle	Non (89%)	Non (96%)

A. INEGALITES ENTRE LES MENAGES AGRICOLES GERES PAR DES HOMMES ET DES FEMMES

Comme précisé dans la partie consacrée aux données démographiques, 87,78% (n=616) des ménages enquêtés sont dirigés par un homme, et 8,52% (n=60) par une femme. Il est à noter une proportion plus importante de femmes chefs de ménage dans les territoires de Lupatapata (17,50%, n=7) et Luilu (15,59%, n=41). La section suivante va détailler les différences observées entre ces deux catégories de ménages dans les zones enquêtées.

Les inégalités sont d'abord visibles en termes de revenu. Ainsi, si 32,44% (n=182) des ménages gérés par un homme déclarent un revenu mensuel moyen de moins de 20 dollars, ce pourcentage grimpe à 50% (n=30) pour les ménages gérés par une femme. Les inégalités de revenu sont clairement visibles sur le graphique ci-dessous :



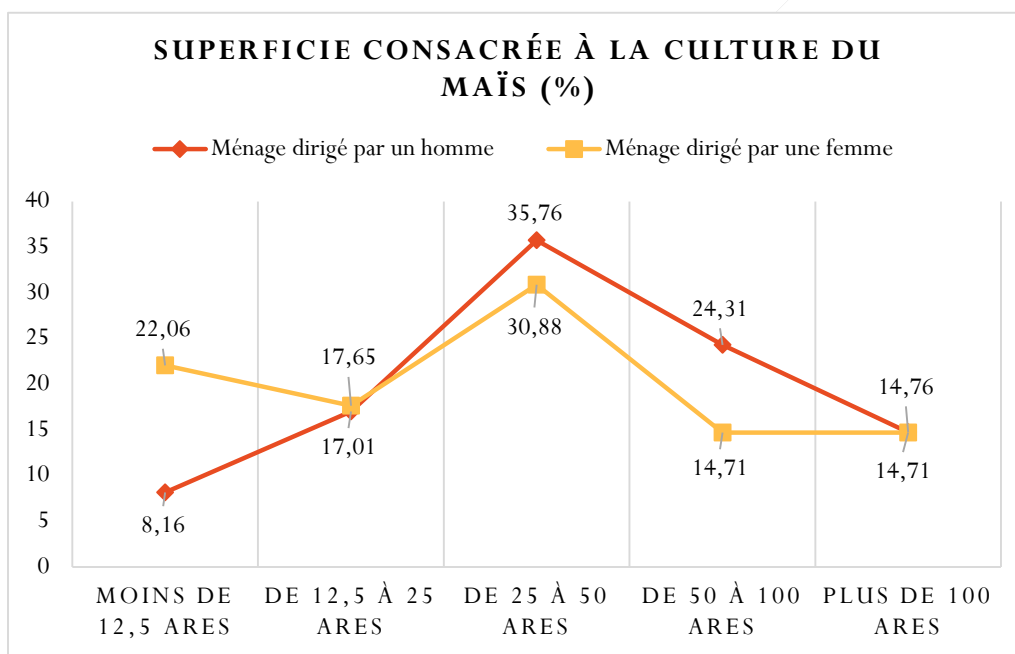


Les inégalités en termes de production sont principalement perceptibles pour la culture du maïs et du soja. Pour le maïs d'abord, les niveaux de production sont plus faibles pour les ménages gérés par les femmes que les hommes : si 16,82% (n=95) des ménages producteurs dirigés par un homme ne produisent que 50kg ou moins, ce pourcentage double à 35,85% (n=19) pour les ménages gérés par une femme.

Pour le niébé, les niveaux de production sont plus faibles chez les ménages gérés par les femmes, dont 73,33% (n=22) cultivant cette culture le font pour une production de moins de 25kg, alors que seulement 50,88% (n=145) des ménages gérés par les hommes sont à un niveau de production similaire.

Les inégalités dans les taux de commercialisation sont aussi visibles entre les ménages dirigés par un homme ou une femme. Pour la commercialisation du maïs par exemple, 70,50% (n=392) des ménages dirigés par un homme commercialisent leur production, mais ce pourcentage tombe à 47,17% (n=25) pour les femmes. Pour le niébé, le taux de commercialisation est de 59,79% (n=168) pour les ménages gérés par un homme, alors que ce taux tombe à 37,93% (n=11) pour les ménages gérés par une femme.

Le maïs est le produit où les écarts de superficies cultivées sont les plus importants entre les ménages dirigés par un homme et une femme : comme le montre le graphique ci-dessous, les superficies exploitées pour le maïs sont généralement moins grandes chez les ménages dirigés par des femmes que des hommes.



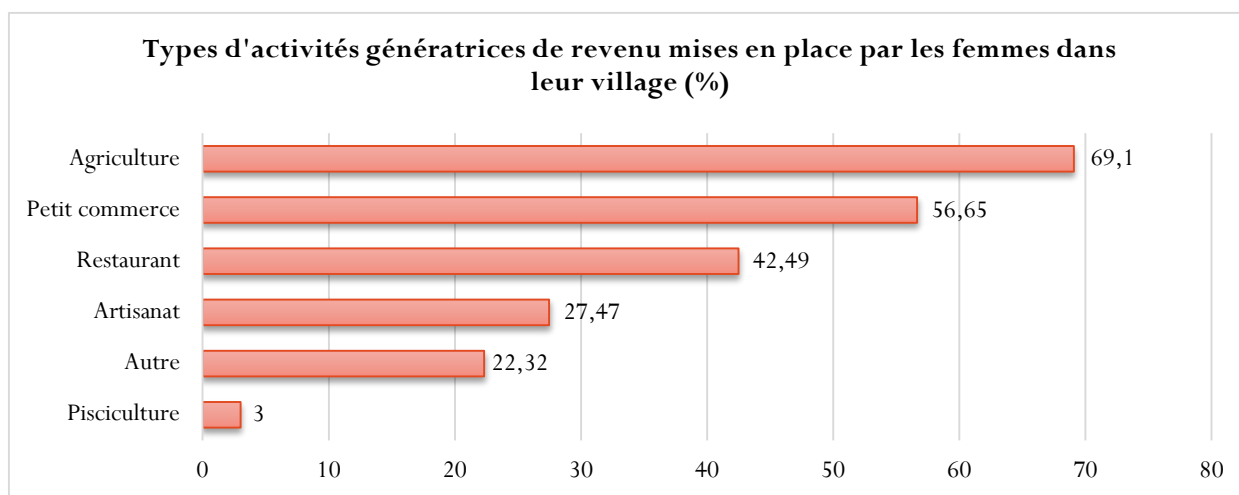
Les ménages dirigés par une femme sont aussi mobiles que ceux dirigés par un homme pour aller écouler leur production agricole hors du village, où les taux de déplacement sont similaires, mais apparaissent privilégier au sein de leur village la vente sur place avant de se rendre au marché du village. Ainsi, si 50% (n=297) des ménages dirigés par un homme écoulent leur production au marché du village, ce pourcentage tombe à 33,33% (n=19) pour les ménages dirigés par une femme, soit un écart de plus de 16 points.



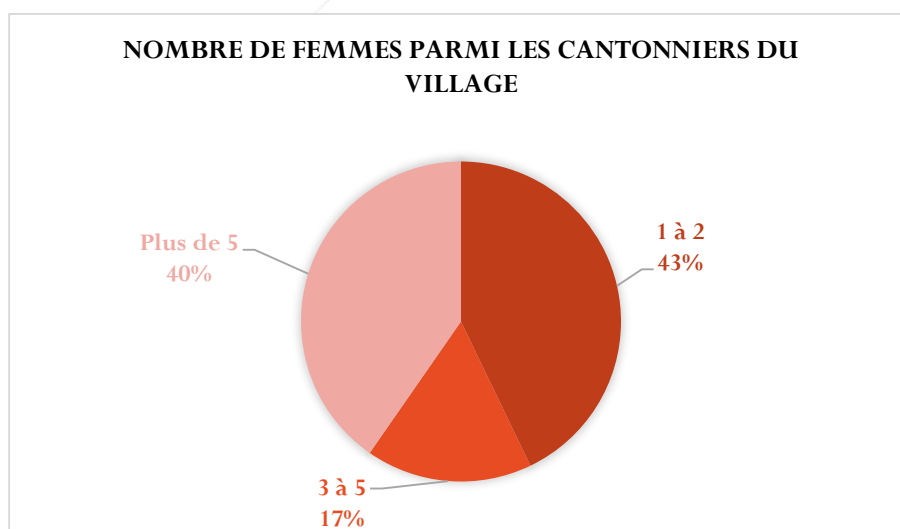
B. PRESENCE ET ROLE DES FEMMES EN MILIEU RURAL

Sur de nombreux éléments de la vie au sein de la communauté en milieu rural et notamment autour de la question de la production agricole, les femmes sont présentes mais mises à l'écart des cercles de décisions, comme les chiffres ci-dessous le montrent.

Un peu plus d'un ménage sur trois (37,89%, n=233) déclare connaître l'existence d'activités génératrices de revenu initiées par des femmes dans leur village. Lorsqu'il est demandé à ces ménages de préciser la nature de ces activités, les réponses varient, mais celles revenant le plus souvent sont l'agriculture (69,10%, n=161), le petit commerce (56,95%, n=132) et la gestion d'un restaurant (42,49%, n=99).

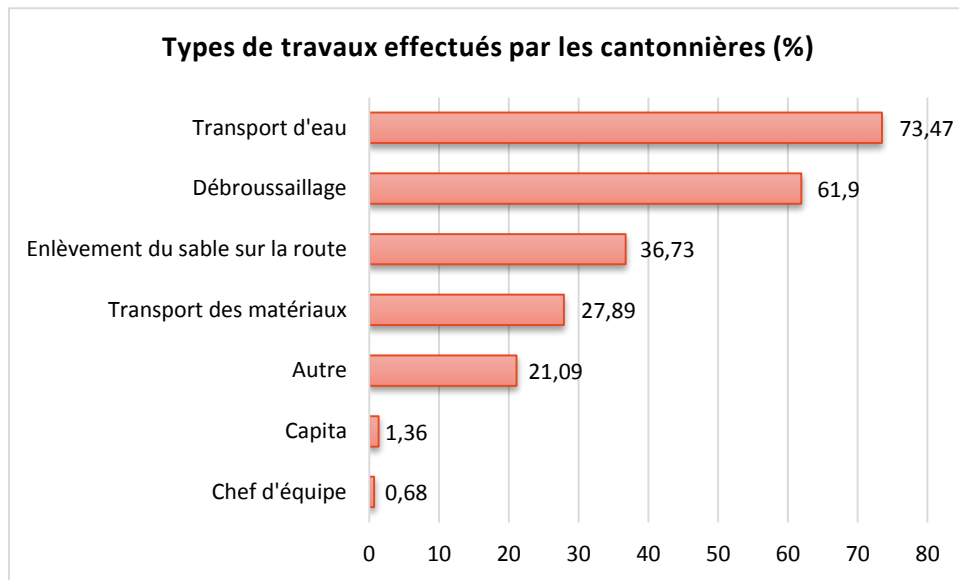


Parmi les ménages connaissant la présence de cantonniers dans leur village, un peu plus de la moitié (52,88%, n=147) notent qu'il y a des femmes parmi ces personnes, dans des proportions néanmoins différentes, comme le montre le graphique ci-dessous.





La nature des travaux effectués par ces femmes sont principalement des activités de soutien. Ainsi, les réponses qui reviennent le plus souvent sont le transport d'eau (73,47%, n=108) et le débroussaillage (61,90%, n=91). Comme le montre le graphique ci-après, les activités de supervisions ne sont quasiment jamais occupées par des femmes.



* autre : préparation des repas principalement citée

Organisations paysannes

Plus des $\frac{3}{4}$ (76,30%, n=454) des ménages déclarent ne connaître aucune femme membre d'organisation paysanne dans leur village. Cependant, ce pourcentage tombe à 47,87% (n=49) parmi les ménages membres d'organisations paysannes, ce qui veut dire qu'un peu plus d'un ménage sur deux étant membre d'une OP connaît au moins une femme membre d'une telle organisation dans son village.



4. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS POUR LES ENQUETES FUTURES

Le but de cette enquête était de fournir à la CTB un compte-rendu détaillé de différents indicateurs rendant compte des pratiques agricoles des ménages dans six territoires autour de Mbuji-Mayi, à travers une enquête de base effectuée auprès de 700 ménages. Les résultats permettent de dégager plusieurs grandes tendances observées à travers les zones enquêtées :

- La culture du maïs est prédominante, autant en termes de production, de superficie cultivée, que pour les niveaux de consommation, stockage et commercialisation. Les ménages en font une culture prioritaire quel que soit leur niveau de revenu. Il y a néanmoins un potentiel important pour augmenter la production par hectare et par ménage.
- Pour le reste des cultures, le niveau de production est généralement faible et la culture des légumineuses et de palmier à huile vient le plus souvent en complément de celle du maïs. Encore une fois, le potentiel existe d'augmenter la production par hectare et par ménage.
- Les ménages se fournissent principalement en semences au marché ou sur leur stock personnel, les autres sources (INERA, agrimultiplicateurs et associations paysannes) sont très peu utilisées.
- Moins d'un ménage sur dix a bénéficié de la visite d'un agronome vulgarisateur l'année passée.
- L'état des routes est généralement vu comme médiocre à travers les zones enquêtées, même si leur entretien et la présence de cantonniers a un impact positif sur cette question.
- La première cause d'augmentation des prix de transport entre le village et le marché sont les péages payants, l'état des routes étant le second indicateur ayant une influence sur ces prix.
- Moins d'un ménage sur cinq est membre d'une organisation paysanne, dont les membres qui pratiquent le labour regroupé ont un revenu moyen légèrement supérieur par-rapport reste de la population.
- Un ménage sur dix a déjà entendu parler du CARG et de son rôle, et un pourcentage infime des ménages ont déjà assisté à une réunion du CARG.

Cette enquête aura donc permis de bâtir plusieurs indicateurs et de les mettre en relation, afin de trouver des pistes permettant d'expliquer les différences entre les réponses données par les ménages. Les huit indicateurs suivants sont donc ceux qui peuvent être suivis avec le plus de facilité et peuvent permettre de mesurer l'impact des programmes mis en place par la CTB lors des enquêtes de suivi et d'évaluation (dépendant bien sûr des priorités données à ces programmes) :

- Niveau de revenu moyen mensuel (ménage dirigé par un homme et une femme)
- Niveau de commercialisation des différentes productions pour moins ou plus de 25kg ou 20 litres
- Origine des semences
- Prix du transport des personnes et productions agricoles selon la présence de péages payants et l'état des routes
- Visite récente d'un agronome vulgarisateur
- Pratiques mises en place pour améliorer la productivité, en particulier l'engrais vert
- Taux d'appartenance à une organisation paysanne et pratique du labour regroupé au sein des OP
- Taux de connaissance et de participation aux réunions du CARG

Afin de préparer au mieux les futures enquêtes, les considérations suivantes peuvent être prises en compte :

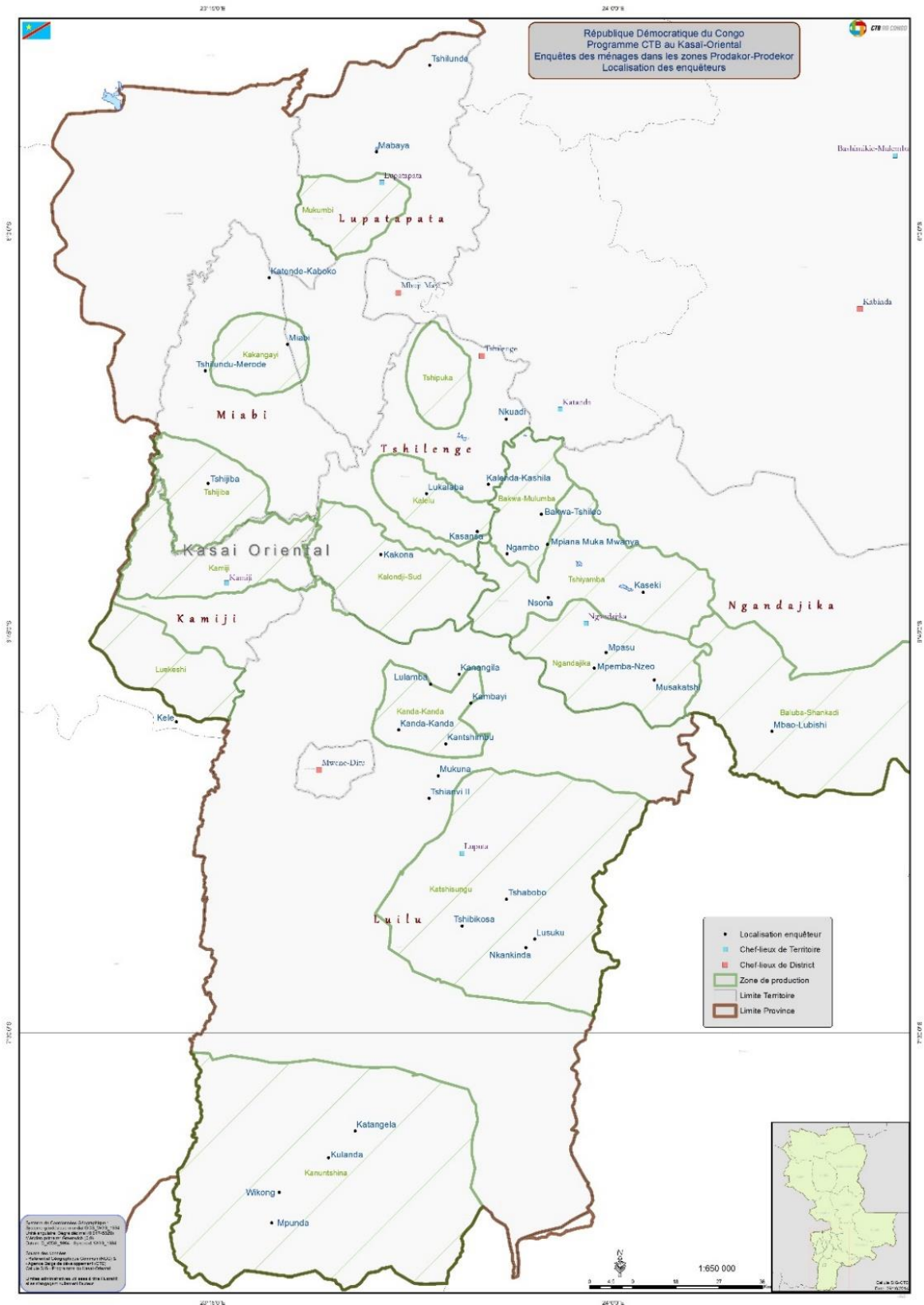


-
- Travailler en profondeur les buts de l'enquête avant de commencer la rédaction du questionnaire permet d'abord de cibler de la manière la plus efficace la direction qui veut être donnée au projet de recherche ainsi que les thématiques prioritaires. Cela peut aussi permettre de réduire la longueur du questionnaire, qui était pour cette enquête d'une longueur conséquente.
 - Dans le questionnaire lui-même, quelques questions portant sur le coût de différents produits du quotidien « chez le producteur » n'ont pas pu être exploitées, car la notion de « producteur » a été mal comprise par certains ménages. Être certain de la portée de chaque question dans l'environnement dans lequel celle-ci est posée avant d'exploiter le questionnaire sur le terrain permet d'éviter ces mauvaises surprises, qui concernent cependant ici une infime partie du questionnaire.
 - Sur la mesure des indicateurs, l'utilisation d'intervalles présente des avantages et inconvénients. Ici, le principal avantage est de pouvoir maintenir le travail de terrain dans des délais courts (un ménage n'a pas besoin de mesurer précisément son champ mais peut facilement retrouver l'intervalle dans lequel sa superficie se trouve par exemple). Pour une enquête de cette ampleur réalisée auprès de 700 ménages en moins de deux semaines sur un questionnaire d'une longueur conséquente, ce choix est justifié. Le tri des données est cependant par la suite plus difficile avec des intervalles, et certains indicateurs, comme ici le taux de rendement pour un champ, ne peuvent être calculés avec précision. L'ensemble de l'équipe intéressée par les résultats de l'enquête doit donc clairement décider en amont de ses priorités et dans quelle mesure les questions posées pourront obtenir une réponse précise de la part des ménages.

De manière générale, cette première enquête réalisée en République Démocratique du Congo avec un support mobile a prouvé que même sur un terrain logistiquement difficile, cette technologie présentait plusieurs avantages décisifs : plus de rapidité dans l'exécution de l'enquête mais aussi le traitement des données, prêtes à être analysées trois jours après le téléchargement du dernier questionnaire. La fiabilité des données a aussi été rendue possible par un contrôle qualité rigoureux et une adhésion des enquêteurs au projet ainsi qu'à la technologie utilisée. L'enquête sur mobile en RDC a donc le potentiel de fournir des données plus fiables en moins de temps, et ainsi aider une organisation comme la CTB dans la construction et l'évaluation de ses programmes auprès des populations ciblées.

5. ANNEXES

5.1 CARTE DES ZONES ET VILLAGES ENQUETES





5.2 METHODE D'ECHANTILLONNAGE

Afin de créer un aperçu représentatif des six territoires d'intervention, Forcier Consulting a utilisé une approche qui développe l'échantillonnage en le divisant en différentes grappes afin de créer un échantillon statistiquement représentatif des zones d'enquête. Une telle méthode d'échantillonnage inclut les trois éléments suivants:

1. **Sélection de l'Unité Primaire d'Enumération (UPE)** – Les zones échantillon ont été sélectionnées en utilisant la technique de la probabilité proportionnelle à la taille (PPT) selon l'équation ci-dessous :

Où N (Taille requise de l'échantillon) est dérivé de la formule suivante:

$$N = (z^2 * P * (1-P) * Deff) / (d^2 * (1-R))$$

N = Taille requise de l'échantillon

Z = 1,96 (Intervalle de confiance)

P = 0,5 (Asymétrie de l'échantillon)

r = 0.1 (Taux de non-réponse)

Deff = 1,5 (effet du plan)

d= 0,05 Marge d'erreur désirée

Après avoir dérivé une taille finale d'échantillon statistiquement représentatif (ici 640), Forcier a ensuite distribué l'échantillon entre les différentes Unités Primaires d'Evaluation (UPE) en comptant pour chacune vingt observations, le tout rendant fidèlement compte des dynamiques démographiques au sein de la population locale selon la technique PPT comme le montre le tableau ci-dessous :

Bassin	Population du bassin	% du total
Kalelu	234 080	5%
Tshipuka-Lukalaba	369 965	8%
Kalonji-Sud	100 505	2%
Kakangayi	589 128	12%
Tshijiba	53 000	1%
Mukumbi	79 523	2%
Baluba Shankadi	161 743	3%
Ngandajika	861 296	18%



Bakwa Mulumba	83 851	2%
Tshiyamba	146 797	3%
Kanda kanda	767 121	16%
Kanuntshina	502 280	10%
Katsisungu	770 752	16%
Lwekeshi	62 945	1%
Kamiji	95 647	2%
Total	4 878 633	100%

L'équation donnant un total de 640 répondants ajouté aux 20 répondants à interroger par village donne un total de 32 UPE (640/20) à visiter pour cette enquête. Afin de rendre compte au plus près de la diversité des zones échantillonnées au sein du cadre PPT, le taille de l'échantillon a été portée à 700 répondants, soit 35 UPE distribués comme suit :

Bassin	Population du bassin	% du total	Nombres d'UPE
Kalelu	234 080	5%	2
Tshipuka-Lukalaba	369 965	8%	2
Kalonji-Sud	100 505	2%	1
Kakangayi	589 128	12%	3
Tshijiba	53 000	1%	1
Mukumbi	79 523	2%	2
Baluba Shankadi	161 743	3%	1
Ngandajika	861 296	18%	5
Bakwa Mulumba	83 851	2%	2
Tshiyamba	146 797	3%	1
Kanda kanda	767 121	16%	5
Kanuntshina	502 280	10%	3
Katsisungu	770 752	16%	5



Lwekeshi	62 945	1%	1
Kamiji	95 647	2%	1
Total	4 878 633	100%	35



5.3 QUESTIONNAIRE

Questions:	Type de question:	Filtre logique:
<p>1. Quelle est la date du jour? (ne pas demander)</p> <p><input type="checkbox"/> 09/10/14 (1)</p> <p><input type="checkbox"/> 10/10/14 (2)</p> <p><input type="checkbox"/> 11/10/14 (3)</p> <p><input type="checkbox"/> 12/10/14 (4)</p> <p><input type="checkbox"/> 13/10/14 (5)</p> <p><input type="checkbox"/> 14/10/14 (6)</p> <p><input type="checkbox"/> 15/10/14 (7)</p> <p><input type="checkbox"/> 16/10/14 (8)</p> <p><input type="checkbox"/> 17/10/14 (9)</p> <p><input type="checkbox"/> 18/10/14 (10)</p> <p><input type="checkbox"/> 19/10/14 (11)</p> <p><input type="checkbox"/> 20/10/14 (12)</p> <p><input type="checkbox"/> 21/10/14 (13)</p> <p><input type="checkbox"/> 22/10/14 (14)</p> <p><input type="checkbox"/> 23/10/14 (15)</p> <p><input type="checkbox"/> 24/10/14 (16)</p> <p><input type="checkbox"/> 25/10/14 (17)</p> <p><input type="checkbox"/> 26/10/14 (18)</p>	Single	All respondents
<p>2. Nom du lieu (ne pas demander)</p> <p><input type="checkbox"/> Tshilenge (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Miabi (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Lupatapata (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Kamiji (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Luilu (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Ngandajika (6)</p>	Single	All respondents
<p>3. Nom de l'UPE (ne pas demander)</p>	Text	All respondents
<p>4. Code de l'énumérateur (nombre)</p>	Numeric	All respondents
<p>5. Bonjour, mon nom est _____ et je travaille pour la Coopération Technique Belge. J'effectue actuellement un sondage afin d'évaluer la situation du</p>	Single	All respondents



<p>monde agricole dans la région de Mbuji Mayi. Cet entretien devrait durer environ 1 heure et vous êtes libres d'arrêter l'entretien quand vous le voulez. Les informations que vous nous donnez aujourd'hui resteront confidentielles et seront utilisées SEULEMENT dans le but d'améliorer le travail de la Coopération Technique Belge et ses organisations partenaires. Voulez-vous participer?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1) <input type="checkbox"/> Non (2)</p>		
<p>Les questions suivantes visent à préciser votre profil. Je vous rappelle que cet entretien est anonyme et que vos informations resteront confidentielles.</p>	<p>Instructions</p>	
<p>6. Sexe de l'enquêté? (NOTE POUR L'ENUMERATEUR: observez, ne demandez pas)</p> <p><input type="checkbox"/> Homme (1) <input type="checkbox"/> Femme (2)</p>	<p>Single</p>	<p>Willing to participate (FILTER if q5=1)</p>
<p>7. Quel âge avez-vous?</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 18 et 30 ans (1) <input type="checkbox"/> Entre 31 ans et 40 ans (2) <input type="checkbox"/> Entre 41 ans et 50 ans (3) <input type="checkbox"/> Entre 51 ans et 60 ans (4) <input type="checkbox"/> Plus de 60 ans (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	<p>Single</p>	<p>Willing to participate (FILTER if q5=1)</p>
<p>8. Nombre de personnes dans le ménage (taille)? (999 = Abstention)</p>	<p>Numeric</p>	<p>Willing to participate (FILTER if q5=1)</p>
<p>9. Qui est le chef du ménage?</p> <p><input type="checkbox"/> Homme (1) <input type="checkbox"/> Femme (2) <input type="checkbox"/> Un jeune homme (3) <input type="checkbox"/> Une jeune femme (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	<p>Single</p>	<p>Willing to participate (FILTER if q5=1)</p>
<p>10. Quel est votre état-civil?</p> <p><input type="checkbox"/> Marié (1) <input type="checkbox"/> Célibataire (2) <input type="checkbox"/> Veuf/veuve (3) <input type="checkbox"/> Divorcé(e) (4)</p>	<p>Single</p>	<p>Willing to participate (FILTER if q5=1)</p>



<input type="checkbox"/> Union des faits (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
11. Quel est votre niveau d'étude? <input type="checkbox"/> Sans scolarité (1) <input type="checkbox"/> Primaire (2) <input type="checkbox"/> Secondaire (3) <input type="checkbox"/> Formation professionnelle (4) <input type="checkbox"/> Universitaire (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
12. Quel est votre profession principale de l'enquête? <input type="checkbox"/> Sans profession (1) <input type="checkbox"/> Agriculteur (2) <input type="checkbox"/> Pédaleur (3) <input type="checkbox"/> Pêcheur (4) <input type="checkbox"/> Éleveur (5) <input type="checkbox"/> Agent de l'Etat (6) <input type="checkbox"/> Commerçant/petit commerce (7) <input type="checkbox"/> Autre (8) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
13. Autre, veuillez préciser	Text	Other (FILTER if q12=8)
14. Nombre total d'enfants (moins de 18 ans) dans le ménage?	Numeric, limit range to 0-20	Willing to participate (FILTER if q5=1)
15. Combien avez-vous de garçons scolarisés ?	Numeric, limit range to 1-20	(FILTER if q14 = >0)
16. Combien avez-vous de filles scolarisées ?	Numeric, limit range to 1-20	(FILTER if q14 = >0)

Les questions suivantes portent sur votre activité agricole. Gardez à l'esprit qu'il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses, nous voulons juste connaître votre opinion.	Instructions	Willing to participate FILTER if Q5=1
17. Depuis 2 ans, quelle est l'évolution du niveau vie dans votre milieu? <input type="checkbox"/> Reduction (1) <input type="checkbox"/> Stable (2) <input type="checkbox"/> Amelioration (3) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
18. Quel est votre revenu moyen mensuel ? <input type="checkbox"/> Moins de 18 000 FC (\$20) (1)	Single	Willing to participate



<input type="checkbox"/> Entre 18 000 FC (\$20) à 45 000 FC (\$50) (2) <input type="checkbox"/> Entre 45 900 FC (\$51) à 90 000 FC (\$100) (3) <input type="checkbox"/> Entre 90 900 FC (\$101) à 450 000 FC (\$500) (4) <input type="checkbox"/> Plus de 450 000 FC (\$500+) (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		(FILTER if q5=1)
19. Quel est le montant de ce revenu provenant de l'agriculture ? <input type="checkbox"/> Moins de 20% (1) <input type="checkbox"/> Entre 20 et 40% (2) <input type="checkbox"/> Entre 41 et 60% (3) <input type="checkbox"/> Entre 61 et 80% (4) <input type="checkbox"/> Entre 81 et 100% (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
20. Quelle est votre production agricole actuelle d'huile de palme (saison culturale passée)? <input type="checkbox"/> Moins de 4 bidons de 5 L (20L) (1) <input type="checkbox"/> Entre 4 et 8 bidons de 5 L (20 à 40L) (2) <input type="checkbox"/> Entre 8 et 12 bidons de 5 L (40 à 60L) (3) <input type="checkbox"/> Entre 12 et 16 bidons de 5 L (60 à 80L) (4) <input type="checkbox"/> Plus de 16 bidons de 5 L (80L) (5) <input type="checkbox"/> Ne cultive pas (98) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
21. Quelle est votre production agricole actuelle de maïs (saison culturale passée)? <input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (1) <input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (2) <input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (3) <input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (4) <input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (5) <input type="checkbox"/> Ne cultive pas (98) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
22. Quelle est votre production agricole actuelle de niébé (saison culturale passée)? <input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (1) <input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (2) <input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (3) <input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (4) <input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (5) <input type="checkbox"/> Ne cultive pas (98) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<p>23. Quelle est votre production agricole actuelle d'arachide (saison culturale passée)?</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Ne cultive pas (98)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>Willing to participate</p> <p>(FILTER if q5=1)</p>
<p>24. Quelle est votre production agricole actuelle de soja (saison culturale passée)?</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Ne cultive pas (98)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>Willing to participate</p> <p>(FILTER if q5=1)</p>
<p>25. Quelle a été la quantité de votre production d'huile de palme destinée au <i>stockage</i> par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Moins de 4 bidons de 5 L (20L) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 4 et 8 bidons de 5 L (20 à 40L) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 8 et 12 bidons de 5 L (40 à 60L) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 12 et 16 bidons de 5 L (60 à 80L) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 16 bidons de 5 L (80L) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>Farms palm oil</p> <p>(FILTER if q20=1-5)</p>
<p>26. Quelle a été la quantité de votre production d'huile de palme destinée à la <i>consommation</i> par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Moins de 4 bidons de 5 L (20L) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 4 et 8 bidons de 5 L (20 à 40L) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 8 et 12 bidons de 5 L (40 à 60L) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 12 et 16 bidons de 5 L (60 à 80L) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 16 bidons de 5 L (80L) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>Farms palm oil</p> <p>(FILTER if q20=1-5)</p>
<p>27. Quelle a été la quantité de votre production d'huile de palme destinée à la <i>commercialisation</i> par rapport aux</p>	Single	<p>Farms palm oil</p> <p>(FILTER if q20=1-5)</p>



<p>spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Moins de 4 bidons de 5 L (20L) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 4 et 8 bidons de 5 L (20 à 40L) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 8 et 12 bidons de 5 L (40 à 60L) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 12 et 16 bidons de 5 L (60 à 80L) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 16 bidons de 5 L (80L) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>		
<p>28. Quelle a été la quantité de votre production de maïs destinée au stockage par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Farms maize (FILTER if q21=1-5)
<p>29. Quelle a été la quantité de votre production de maïs destinée à la consommation par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Farms maize (FILTER if q21=1-5)
<p>30. Quelle a été la quantité de votre production de maïs destinée à la commercialisation par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Farms maize (FILTER if q21=1-5)
<p>31. Quelle a été la quantité de votre production de niébé destinée au</p>	Single	Farms cowpea



<p>stockage par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>		<p>(FILTER if q22=1-5)</p>
<p>32. Quelle a été la quantité de votre production de niébé destinée à la consommation par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	<p>Single</p>	<p>Farms cowpea</p> <p>(FILTER if q22=1-5)</p>
<p>33. Quelle a été la quantité de votre production de niébé destinée à la commercialisation par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	<p>Single</p>	<p>Farms cowpea</p> <p>(FILTER if q22=1-5)</p>
<p>34. Quelle a été la quantité de votre production d'arachide destinée au stockage par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	<p>Single</p>	<p>Farms peanuts</p> <p>(FILTER if q23=1-5)</p>



<p>35. Quelle a été la quantité de votre production d'arachide destinée à la consommation par rapport aux spéculations suivantes (saison culturelle passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>Farms peanuts</p> <p>(FILTER if q23=1-5)</p>
<p>36. Quelle a été la quantité de votre production d'arachide destinée à la commercialisation par rapport aux spéculations suivantes (saison culturelle passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>Farms peanuts</p> <p>(FILTER if q23=1-5)</p>
<p>37. Quelle a été la quantité de votre production de soja destinée au <i>stockage</i> par rapport aux spéculations suivantes (saison culturelle passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>Farms soya</p> <p>(FILTER if q24=1-5)</p>
<p>38. Quelle a été la quantité de votre production de soja destinée à la consommation par rapport aux spéculations suivantes (saison culturelle passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Aucun (1)</p> <p><input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3)</p>	Single	<p>Farms soya</p> <p>(FILTER if q24=1-5)</p>



<input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4) <input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5) <input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
<p>39. Quelle a été la quantité de votre production de soja destinée à la commercialisation par rapport aux spéculations suivantes (saison culturale passée) ?</p> <input type="checkbox"/> Aucun (1) <input type="checkbox"/> De 1 à 10 meca (25kg) (2) <input type="checkbox"/> Entre 11 et 20 meca (25 à 50kg) (3) <input type="checkbox"/> Entre 21 et 40 meca (50 à 100kg) (4) <input type="checkbox"/> Entre 41 et 60 meca (100 à 150kg) (5) <input type="checkbox"/> Plus de 60 meca (supérieur à 150kg) (6) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Farms soya (FILTER if q24=1-5)
<p>40. Comment appréciez-vous votre production d'huile de palme de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?</p> <input type="checkbox"/> A baissé (1) <input type="checkbox"/> Est restée stable (2) <input type="checkbox"/> A augmenté (3) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Farms palm oil (FILTER if q20=1-5)
<p>41. Comment appréciez-vous votre production de maïs de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?</p> <input type="checkbox"/> A baissé (1) <input type="checkbox"/> Est restée stable (2) <input type="checkbox"/> A augmenté (3) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Farms maize (FILTER if q21=1-5)
<p>42. Comment appréciez-vous votre production de niébé de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?</p> <input type="checkbox"/> A baissé (1) <input type="checkbox"/> Est restée stable (2) <input type="checkbox"/> A augmenté (3) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Farms cowpea (FILTER if q22=1-5)
<p>43. Comment appréciez-vous votre production d'arachide de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?</p> <input type="checkbox"/> A baissé (1) <input type="checkbox"/> Est restée stable (2) <input type="checkbox"/> A augmenté (3)	Single	Farms peanuts (FILTER if q23=1-5)



<input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
<p>44. Comment appréciez-vous votre production de soja de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?</p> <input type="checkbox"/> A baissé (1) <input type="checkbox"/> Est restée stable (2) <input type="checkbox"/> A augmenté (3) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Farms soya (FILTER if q24=1-5)
<p>45. Quelles pratiques agricoles appliquez-vous pour améliorer la productivité de vos cultures (plusieurs possibilités) ?</p> <input type="checkbox"/> Aucune (1) <input type="checkbox"/> Agroforesterie (2) <input type="checkbox"/> Herbicides (3) <input type="checkbox"/> Insecticides (4) <input type="checkbox"/> Culture en ligne (5) <input type="checkbox"/> Courbe de niveau (6) <input type="checkbox"/> Engrais vert (7) <input type="checkbox"/> Rotation des cultures (8) <input type="checkbox"/> Association des cultures (9) <input type="checkbox"/> Autres (10) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Multiple, response option 1 is « none », and is exclusive	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>46. Autre, veuillez préciser</p>	Text	Other (FILTER if q45=10)
<p>47. Comment appréciez-vous le mode d'accès à la terre arable dans votre village ?</p> <input type="checkbox"/> Très difficile (1) <input type="checkbox"/> Difficile (2) <input type="checkbox"/> Assez difficile (3) <input type="checkbox"/> Facile (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>48. Comment appréciez-vous la fertilité du sol dans votre village?</p> <input type="checkbox"/> Très fertile (1) <input type="checkbox"/> Fertile (2) <input type="checkbox"/> Assez fertile (3) <input type="checkbox"/> Moins fertile (4) <input type="checkbox"/> Infertile (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>49. Quel est le montant de votre revenu que vous consacrez à l'achat de semences améliorées ?</p> <input type="checkbox"/> Moins de 1000FC (\$1) (1) <input type="checkbox"/> Entre 1000 et 4500FC (1 à \$5) (2)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<input type="checkbox"/> Entre 4600 et 9000FC (5 à \$10) (3) <input type="checkbox"/> Plus de 9000FC (\$10) (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
50. Quelle est l'origine de votre semence ? (choix multiple) <input type="checkbox"/> Stock personnel (1) <input type="checkbox"/> Agrimultiplicateurs (2) <input type="checkbox"/> INERA (3) <input type="checkbox"/> Marché (4) <input type="checkbox"/> Associations villageoises productrices de semence (5) <input type="checkbox"/> Autre (6) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Multiple	Willing to participate (FILTER if q5=1)
51. Autre, veuillez préciser	Text	Other (FILTER if q50=6)
52. Comment appréciez-vous la qualité de semence fournie par votre propre stock ? <input type="checkbox"/> Très productive (1) <input type="checkbox"/> Productive (2) <input type="checkbox"/> Assez productive (3) <input type="checkbox"/> Moins productive (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
53. Comment appréciez-vous la qualité de semence fournie par l'INERA ? <input type="checkbox"/> Très productive (1) <input type="checkbox"/> Productive (2) <input type="checkbox"/> Assez productive (3) <input type="checkbox"/> Moins productive (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
54. Comment appréciez-vous la qualité de semence fournie par les agrimultiplicateurs ? <input type="checkbox"/> Très productive (1) <input type="checkbox"/> Productive (2) <input type="checkbox"/> Assez productive (3) <input type="checkbox"/> Moins productive (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
55. Comment appréciez-vous la qualité de semence fournie par le marché? <input type="checkbox"/> Très productive (1) <input type="checkbox"/> Productive (2) <input type="checkbox"/> Assez productive (3) <input type="checkbox"/> Moins productive (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<p>56. Y a-t-il des agris multiplicateurs ou des associations paysannes qui produisent la semence améliorée dans votre village ou dans les villages voisins ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1) <input type="checkbox"/> Non (2) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>57. Si Oui, combien ?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 seul(e) (1) <input type="checkbox"/> 2 à 5 (2) <input type="checkbox"/> Plus de 5 (3) <input type="checkbox"/> Ne connaît pas (97) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	If such people exist (FILTER if q56=1)
<p>58. Quel est la superficie moyenne des champs que vous exploitez pour le palmier à huile par spéculation (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Moins de 20 pieds (1) <input type="checkbox"/> 21 à 50 pieds (2) <input type="checkbox"/> 51 à 100 pieds (3) <input type="checkbox"/> 101 à 150 pieds (4) <input type="checkbox"/> Plus de 150 pieds (5) <input type="checkbox"/> Ne connaît pas (97) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	If farms palm oil (FILTER if q20=1-5)
<p>59. Quel est l'espace moyen exploitez-vous pour le maïs par spéculation (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Moins de 25mx50m (12,5 ares) (1) <input type="checkbox"/> 25mx50m à 50mx50m (12,5 à 25 ares) (2) <input type="checkbox"/> 50mx50m à 50mx100m (25 à 50 ares) (3) <input type="checkbox"/> 50mx100m à 100mx100m (50 à 100 ares) (4) <input type="checkbox"/> Plus de 100mx100m (100 ares) (5) <input type="checkbox"/> Ne connaît pas (97) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	If farms maize (FILTER if q21=1-5)
<p>60. Quel est l'espace moyen exploitez-vous pour l'arachide par spéculation (saison culturale passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Moins de 25mx50m (12,5 ares) (1) <input type="checkbox"/> 25mx50m à 50mx50m (12,5 à 25 ares) (2) <input type="checkbox"/> 50mx50m à 50mx100m (25 à 50 ares) (3) <input type="checkbox"/> 50mx100m à 100mx100m (50 à 100 ares) (4) <input type="checkbox"/> Plus de 100mx100m (100 ares) (5) <input type="checkbox"/> Ne connaît pas (97) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	If farms peanuts (FILTER if q23=1-5)



<p>61. Quel est l'espace moyen exploitez-vous pour le soja par spéculation (saison culturelle passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Moins de 25mx50m (12,5 ares) (1)</p> <p><input type="checkbox"/> 25mx50m à 50mx50m (12,5 à 25 ares) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> 50mx50m à 50mx100m (25 à 50 ares) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> 50mx100m à 100mx100m (50 à 100 ares) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 100mx100m (100 ares) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Ne connaît pas (97)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>If farms soya</p> <p>(FILTER if q24=1-5)</p>
<p>62. Quel est l'espace moyen exploitez-vous pour le niébé par spéculation (saison culturelle passée) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Moins de 25mx50m (12,5 ares) (1)</p> <p><input type="checkbox"/> 25mx50m à 50mx50m (12,5 à 25 ares) (2)</p> <p><input type="checkbox"/> 50mx50m à 50mx100m (25 à 50 ares) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> 50mx100m à 100mx100m (50 à 100 ares) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Plus de 100mx100m (100 ares) (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Ne connaît pas (97)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>If farms cowpea</p> <p>(FILTER if q22=1-5)</p>
<p>63. Avez-vous bénéficié d'un appui-conseil de la part des agronomes (l'année passée)?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Non (2)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>Willing to participate (FILTER if q5=1)</p>
<p>64. Si Oui, ils appartenaient à quelle organisation ?</p> <p><input type="checkbox"/> ONG (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Organisation paysanne (2)</p> <p><input type="checkbox"/> De l'Etat (secteur, territoire) (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Des privés (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (5)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Multi	<p>(FILTER if q63=1)</p>
<p>65. Autre, veuillez préciser</p>	Text	<p>Other</p> <p>(FILTER if q64=5)</p>
<p>66. Quelle était la fréquence de leur visite?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 fois (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 2 et 3 fois (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 4 et 6 fois (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 7 et 8 fois (4)</p> <p><input type="checkbox"/> 9 fois et plus (5)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	<p>(FILTER if q63=1)</p>



<p>67. Comment appréciez-vous l'utilité des services des agronomes vulgarisateurs dans votre milieu ?</p> <p><input type="checkbox"/> Très bon (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Bon (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Assez bon (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Médiocre (4)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>68. Y a-t-il eu une innovation agricole introduite dans votre milieu ? (ces 3 dernières années)</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Non (2)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>69. Si oui, laquelle ?</p> <p><input type="checkbox"/> Herbicides (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Insecticides (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Nouvelle variété culture vivrière (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Nouvelle variété de palmier à huile (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Meilleures pratiques culturales (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Equipement de transformation (6)</p> <p><input type="checkbox"/> Engrais chimique (7)</p> <p><input type="checkbox"/> Engrais vert (8)</p> <p><input type="checkbox"/> Agroforesterie (9)</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (10)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Multiple	(FILTER if q68=1)
<p>69a. Autre, veuillez préciser</p>	Text	Other (FILTER if q69=10)
<p>70. Etes-vous membre d'une organisation paysanne ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Non (2)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>71. Si Oui, quelles sont les motivations qui vous ont poussées à adhérer à une organisation paysanne ?</p> <p><input type="checkbox"/> Nouvelle variété cultivée (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Défense d'intérêt (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Approvisionnement en intrant (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Labour regroupé (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Commercialisation regroupée (5)</p> <p><input type="checkbox"/> Micro-finance (6)</p> <p><input type="checkbox"/> Appui conseil/vulgarisation (7)</p> <p><input type="checkbox"/> Transformation (8)</p> <p><input type="checkbox"/> Raison religieuse (9)</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (10)</p>	Multiple	Part of peasant organization (FILTER if q70=1)



<input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
72. Autre, veuillez préciser	Text	Other (FILTER if q71=10)
Merci pour l'ensemble de vos réponses jusqu'à maintenant. Nous voudrions à présent vous poser quelques questions sur votre connaissance des prix des produits.		
73. Comment appréciez-vous le prix de vos productions agricoles sur les marchés locaux ces 3 dernières années ? <input type="checkbox"/> Augmenté (1) <input type="checkbox"/> Est resté stable (2) <input type="checkbox"/> Baissé (3) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
74. Parmi les produits agricoles suivants, lesquels vous donnent le plus de revenus (classez-les par ordre d'importance) ? <input type="checkbox"/> Huile de palme (1) <input type="checkbox"/> Maïs (2) <input type="checkbox"/> Niébe (3) <input type="checkbox"/> Arachide (4) <input type="checkbox"/> Soja (5) <input type="checkbox"/> Ne cultive aucun de ces produits (98) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
75. Parmi les produits agricoles suivants, lesquels vous donnent le second plus important revenu (classez-les par ordre d'importance) ? <input type="checkbox"/> Huile de palme (1) <input type="checkbox"/> Maïs (2) <input type="checkbox"/> Niébé (3) <input type="checkbox"/> Arachide (4) <input type="checkbox"/> Soja (5) <input type="checkbox"/> Ne cultive aucun de ces produits (98) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single, remove from response options the response of q74	Farms any of the produce (FILTER if q74=1-5)
76. Parmi les produits agricoles suivants, lesquels vous donnent le troisième plus important revenu (classez-les par ordre d'importance) ? <input type="checkbox"/> Huile de palme (1) <input type="checkbox"/> Maïs (2) <input type="checkbox"/> Niébe (3) <input type="checkbox"/> Arachide (4) <input type="checkbox"/> Soja (5) <input type="checkbox"/> Ne cultive aucun de ces produits (98) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single, remove from response options the response of q74 and q75	Farms any of the produce (FILTER if q75=1-5)



<p>77. Parmi les produits agricoles suivants, lesquels vous donnent le quatrième plus important revenu (classez-les par ordre d'importance)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Huile de palme (1) <input type="checkbox"/> Maïs (2) <input type="checkbox"/> Niébe (3) <input type="checkbox"/> Arachide (4) <input type="checkbox"/> Soja (5) <input type="checkbox"/> Ne cultive aucun de ces produits (98) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99) 	<p>Single, remove from response options the response of q74-76</p>	<p>Farms any of the produce (FILTER if q76=1-5)</p>
<p>78. Parmi les produits agricoles suivants, lesquels vous donnent le cinquième plus important revenu (classez-les par ordre d'importance)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Huile de palme (1) <input type="checkbox"/> Maïs (2) <input type="checkbox"/> Niébe (3) <input type="checkbox"/> Arachide (4) <input type="checkbox"/> Soja (5) <input type="checkbox"/> Ne cultive aucun de ces produits (98) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99) 	<p>Single, remove from response options the response of q74-77</p>	<p>Farms any of the produce (FILTER if q77=1-5)</p>
<p>79. Où vendez-vous vos produits agricoles ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Sur place (1) <input type="checkbox"/> Marché du village (2) <input type="checkbox"/> Marché hors-village (3) <input type="checkbox"/> Mbuji Mayi (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99) 	<p>Multiple</p>	<p>Willing to participate (FILTER if q5=1)</p>
<p>80. Avez- vous un accès régulier aux informations sur le prix des produits agricoles pratiqués sur les différents marchés (du village et d'ailleurs) ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Oui (1) <input type="checkbox"/> Non (2) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99) 	<p>Single</p>	<p>Willing to participate (FILTER if q5=1)</p>
<p>81. Si oui, comment ces informations vous arrivent-elles ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Causeries avec les gens du village (1) <input type="checkbox"/> Par les voisins (2) <input type="checkbox"/> Par les passants venant de ces marchés (3) <input type="checkbox"/> OP à laquelle je suis membre (4) <input type="checkbox"/> Radio (5) <input type="checkbox"/> Agents vulgarisateurs (6) <input type="checkbox"/> Eglise (7) <input type="checkbox"/> ONG (8) 	<p>Multiple</p>	<p>(FILTER if q80=1)</p>



<input type="checkbox"/> Autre (9) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
82. Autre, veuillez préciser	Text	Other (FILTER if q81=9)
83. Avez-vous déjà attendu parler du CARG et de son rôle ? <input type="checkbox"/> Oui (1) <input type="checkbox"/> Non (2) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
84. Avez-vous déjà participé à une réunion du CARG ? <input type="checkbox"/> Oui (1) <input type="checkbox"/> Non (2) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
85. Combien de femmes responsables des organisations paysannes connaissez-vous dans votre village ? <input type="checkbox"/> Aucune (1) <input type="checkbox"/> 1 seule (2) <input type="checkbox"/> 2 à 3 femmes (3) <input type="checkbox"/> 4 à 5 femmes (4) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
86. Existe-t-il des activités génératrices de revenu initiées par des femmes dans votre village ? <input type="checkbox"/> Oui (1) <input type="checkbox"/> Non (2) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
87. Si Oui, lesquelles ? <input type="checkbox"/> Agriculture (1) <input type="checkbox"/> Petit élevage (2) <input type="checkbox"/> Pisciculture (3) <input type="checkbox"/> Artisanat (4) <input type="checkbox"/> Petit commerce (5) <input type="checkbox"/> Restaurant (6) <input type="checkbox"/> Autre (7) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Multiple	There are livelihood activities for females (FILTER if q86=1)
88. Autre, veuillez préciser	Text	Other (FILTER if q87=7)
Merci pour vos réponses jusqu'à maintenant. Je voudrais maintenant connaître votre opinion à propos de l'état des routes.	Instructions	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<p>89. Quel est l'état des routes de votre village menant vers le centre commercial ?</p> <p><input type="checkbox"/> Très bon (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Bon (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Assez bon (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Médiocre (4)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>90. Ces routes sont-elles entretenues ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Non (2)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>91. Si Oui, par qui ?</p> <p><input type="checkbox"/> Service de l'Etat (1)</p> <p><input type="checkbox"/> ONG (2)</p> <p><input type="checkbox"/> OP (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Partenaire extérieur (préciser) (4)</p> <p><input type="checkbox"/> SNCC (5)</p> <p><input type="checkbox"/> MIBA (6)</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (7)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Multiple	If routes maintained (FILTER if q90=1)
<p>92. Partenaire extérieur, veuillez préciser</p>	Text	Other (FILTER if q91=4)
<p>93. Autre, veuillez préciser</p>	Text	Other (FILTER if q91=7)
<p>94. Combien de fois allez-vous au marché (du village ou des environs) ?</p> <p><input type="checkbox"/> Une fois/semaine (1)</p> <p><input type="checkbox"/> 2 fois/semaine (2)</p> <p><input type="checkbox"/> 3 fois/semaine (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Tous les jours (4)</p> <p><input type="checkbox"/> Chaque fois que le marché hebdomadaire est organisé (5)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>95. Etes-vous informés des activités de sensibilisation sur l'utilisation de la route ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Non (2)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>96. Y a-t-il des personnes de votre village qui travaillent comme cantonniers pour l'entretien de la route ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Non (2)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
97. Si Oui, combien sont-ils ? <input type="checkbox"/> 1 à 2 personnes (1) <input type="checkbox"/> 3 à 5 personnes (2) <input type="checkbox"/> 6 à 10 personnes (3) <input type="checkbox"/> Plus de 10 personnes (4) <input type="checkbox"/> Ne connaît pas (97) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	If such persons exist (FILTER if q96=1)
98. Y a-t-il des femmes parmi ces personnes ? <input type="checkbox"/> Oui (1) <input type="checkbox"/> Non (2) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	If such persons exist (FILTER if q96=1)
99. Si Oui, combien sont-elles ? <input type="checkbox"/> 1 à 2 femmes (1) <input type="checkbox"/> 3 à 5 femmes (2) <input type="checkbox"/> Plus de 5 femmes (3) <input type="checkbox"/> Ne connaît pas (97) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	If females (FILTER if q98=1)
100. Quel genre de travail effectuent ces femmes ? <input type="checkbox"/> Débroussaillage (1) <input type="checkbox"/> Enlèvement du sable sur la route (2) <input type="checkbox"/> Transport des matériaux (3) <input type="checkbox"/> Transport d'eau (4) <input type="checkbox"/> Capita (5) <input type="checkbox"/> Chef d'équipe (6) <input type="checkbox"/> Conducteur des travaux (7) <input type="checkbox"/> Responsable PME, entreprises ou ONG prestataire (8) <input type="checkbox"/> Autre (à préciser) (9) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Multiple	If females (FILTER if q98=1)
101. Autres, veuillez préciser	Text	Other (FILTER if q100=9)
102. A quelle fréquence êtes-vous confronté à la multiplication des points officiels de péage sur les pistes de désertes agricoles que vous empruntez dans votre village ? <input type="checkbox"/> Souvent (1) <input type="checkbox"/> Quelque fois (2) <input type="checkbox"/> Rarement (3) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<p>103. A quelle fréquence êtes-vous confronté à l'augmentation du montant à payer sur les pistes de désertes agricoles que vous empruntez dans votre village ?</p> <p><input type="checkbox"/> Souvent (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Quelque fois (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Rarement (3)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>104. A quelle fréquence êtes-vous confronté à l'exigence de documents non prévus par la loi sur les pistes de désertes agricoles que vous empruntez dans votre village ?</p> <p><input type="checkbox"/> Souvent (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Quelque fois (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Rarement (3)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>105. Rencontrez-vous d'autres problèmes sur les routes en plus de ceux mentionnés ci-dessus?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Non (2)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>106. Quels sont ces problèmes ?</p>	Text	If other problems (FILTER if q105=1)
<p>107. A quelle fréquence faites-vous face à ces autres problèmes ?</p> <p><input type="checkbox"/> Souvent (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Quelque fois (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Rarement (3)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	If other problems (FILTER if q105=1)
<p>108. Quel est le coût de transport d'une personne adulte entre votre village et le grand marché de votre territoire ?</p> <p><input type="checkbox"/> 3000FC ou moins (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 3100 et 6000FC (2)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 6100 et 9000FC (3)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 9100 et 12000FC (4)</p> <p><input type="checkbox"/> 12100FC ou plus (5)</p> <p><input type="checkbox"/> (Abstention) (99)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>109. Quel est le coût de transport d'un bidon de 25 L huile de palme ?</p> <p><input type="checkbox"/> 3000FC ou moins (1)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 3100 et 6000FC (2)</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<input type="checkbox"/> Entre 6100 et 9000FC (3) <input type="checkbox"/> Entre 9100 et 12000FC (4) <input type="checkbox"/> 12100FC ou plus (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
110. Quel est le coût de transport d'un sac de maïs de 70 kg ? <input type="checkbox"/> 3000FC ou moins (1) <input type="checkbox"/> Entre 3100 et 6000FC (2) <input type="checkbox"/> Entre 6100 et 9000FC (3) <input type="checkbox"/> Entre 9100 et 12000FC (4) <input type="checkbox"/> 12100FC ou plus (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
111. Quel est le coût de transport d'un sac de niébé de 50 kg? <input type="checkbox"/> 3000FC ou moins (1) <input type="checkbox"/> Entre 3100 et 6000FC (2) <input type="checkbox"/> Entre 6100 et 9000FC (3) <input type="checkbox"/> Entre 9100 et 12000FC (4) <input type="checkbox"/> 12100FC ou plus (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
112. Quel est le coût de transport d'un sac d'arachide de 80 kg ? <input type="checkbox"/> 3000FC ou moins (1) <input type="checkbox"/> Entre 3100 et 6000FC (2) <input type="checkbox"/> Entre 6100 et 9000FC (3) <input type="checkbox"/> Entre 9100 et 12000FC (4) <input type="checkbox"/> 12100FC ou plus (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
113. Quel est le coût de transport d'un sac de Soja de 50 kg ? <input type="checkbox"/> 3000FC ou moins (1) <input type="checkbox"/> Entre 3100 et 6000FC (2) <input type="checkbox"/> Entre 6100 et 9000FC (3) <input type="checkbox"/> Entre 9100 et 12000FC (4) <input type="checkbox"/> 12100FC ou plus (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
114. Ces coûts des personnes et des produits agricoles ont-ils changé durant ces trois dernières années ? <input type="checkbox"/> Ont augmenté (1) <input type="checkbox"/> Ont baissé (2) <input type="checkbox"/> Sont restés stables (3) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
115. En quoi la réhabilitation et l'entretien de la route a amélioré vos conditions de vies ? (plusieurs réponses sont possibles)	Multiple	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<input type="checkbox"/> Mobilité (1) <input type="checkbox"/> Ecole/Education (2) <input type="checkbox"/> Santé (3) <input type="checkbox"/> Accès à l'information (4) <input type="checkbox"/> Facilité d'approvisionnement en produits manufactures (5) <input type="checkbox"/> Facilité d'écoulement de la production agricole (6) <input type="checkbox"/> Baisse du coût de transport (7) <input type="checkbox"/> Autre (8) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
116. Autre, veuillez préciser	Text	Other (FILTER if q115=8)
117. Quel est le prix du maïs chez le producteur? <input type="checkbox"/> Inférieur ou égal à 600 FC (1) <input type="checkbox"/> 700 à 900 FC (2) <input type="checkbox"/> 1000 FC (3) <input type="checkbox"/> 1100 FC (4) <input type="checkbox"/> 1200 FC (5) <input type="checkbox"/> 1300 à 1500 FC (6) <input type="checkbox"/> Plus de 1500 FC (6) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
118. Quel est le prix d'un bidon de 5 litres d'huile de palme chez le producteur? <input type="checkbox"/> Inférieur ou égal à 3500 FC (1) <input type="checkbox"/> 3600 à 7500 FC (2) <input type="checkbox"/> 7600 à 8000 FC (3) <input type="checkbox"/> 8100 à 12000 FC (4) <input type="checkbox"/> 12100 à 15000 FC (5) <input type="checkbox"/> Plus de 15000 FC (6) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
119. Quel est le prix d'un meca d'arachide chez le producteur? <input type="checkbox"/> Inférieur ou égal à 2000 FC (1) <input type="checkbox"/> 2100 à 2500 FC (2) <input type="checkbox"/> 2600 à 3000 FC (3) <input type="checkbox"/> 3100 à 3500 FC (4) <input type="checkbox"/> 3600 à 4000 FC (5) <input type="checkbox"/> Plus de 4000 FC (6) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
120. Quel est le prix d'un meca de sucre chez le producteur? <input type="checkbox"/> Inférieur ou égal à 5300 FC (1) <input type="checkbox"/> 5400 à 8000 FC (2)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)



<input type="checkbox"/> 8100 à 9000 FC (3) <input type="checkbox"/> 9100 à 12000 FC (4) <input type="checkbox"/> 12100 à 15000 FC (5) <input type="checkbox"/> 15100 à 20000 FC (6) <input type="checkbox"/> Plus de 20000 FC (7) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)		
<p>121. Quel est le prix d'une pièce de savon ordinaire au magasin?</p> <input type="checkbox"/> Inférieur ou égal 200 FC (1) <input type="checkbox"/> 300 à 400 FC (2) <input type="checkbox"/> 450 FC (3) <input type="checkbox"/> 500 FC (4) <input type="checkbox"/> Plus de 500 FC (5) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>122. Quel est le prix d'une pièce de savon fabrication local au magasin?</p> <input type="checkbox"/> Inférieur ou égal 100 FC (1) <input type="checkbox"/> 200 FC (2) <input type="checkbox"/> 300 FC (3) <input type="checkbox"/> 400 FC (4) <input type="checkbox"/> 500 FC (5) <input type="checkbox"/> Plus de 500 FC (6) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>123. Quel est le prix d'une pièce d'allumettes</p> <input type="checkbox"/> 100 FC (1) <input type="checkbox"/> 200 FC (2) <input type="checkbox"/> 300 FC (3) <input type="checkbox"/> 400 FC (4) <input type="checkbox"/> 500 FC (5) <input type="checkbox"/> Plus de 500 FC (6) <input type="checkbox"/> (Abstention) (99)	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)
<p>Merci d'avoir partagé ces informations sur votre quotidien avec la Coopération Technique Belge. Votre témoignage sera utilisé afin d'améliorer notre action dans le futur.</p>	Single	Willing to participate (FILTER if q5=1)



5.4 RESUME DES REPONSES

<i>Q6. Sexe de l'enquêté?</i>		
	Fréquence	%
Homme	373	53.00
Femme	331	47.00
Total	704	100.00

<i>Q7. Quel âge avez-vous?</i>		
	Fréquence	%
Entre 18 et 30 ans	248	35.28
Entre 31 ans et 40 ans	168	23.90
Entre 41 ans et 50 ans	123	17.50
Entre 51 ans et 60 ans	111	15.79
Plus de 60 ans	53	7.54
Total	703	100,00%

<i>Q8. Nombre de personnes dans le ménage?</i>		
	Fréquence	%
1 à 2	49	6.9
3 à 4	147	20.9
5 à 7	241	34.2
8 à 10	157	22.2
Plus de 10	109	15.7
Total	703	100.00

<i>Q9. Qui est le chef du ménage?</i>		
	Fréquence	%
Homme	636	90.3
Femme	78	11.1
Un jeune homme	9	1.3
Une jeune femme	3	0.4
Total	704	100.00

<i>Q10. Quel est votre état-civil?</i>		
	Fréquence	%



Marié	600	85.2
Célibataire	46	6.5
Veuf/veuve	704	7.2
Divorcé	7	1.00
Union des faits	0	0.00
Total	704	100.00

<i>Q11. Quel est votre niveau d'études?</i>		
	Fréquence	%
Secondaire	347	49.29
Primaire	261	37.07
Sans scolarité	79	11.22
Universitaire	9	1.28
Formation professionnelle	8	1.14
Total	704	100.00

<i>Q12. Quel est votre profession principale?</i>		
	Fréquence	%
Agriculteur	586	83.24
Commerçant/petit commerce	39	5.54
Agent de l'Etat	25	3.55
Sans profession	20	2.84
Pédaleur	6	0.85
Eleveur	1	0.14
Autre	27	3.84
Total	704	100.00

<i>Q14. Nombre total d'enfants (moins de 18 ans) dans le ménage?</i>		
	Fréquence	%
0	66	9.4
1 à 2	165	23.4
3 à 4	197	28.0
5 à 6	162	23.0
7 et plus	114	16.2
Total	704	100.00



<i>Q15. Combien avez-vous de garçons scolarisés?</i>		
	Fréquence	%
0	241	34.2
1	165	23.4
2	137	19.5
3	85	12.1
4 et plus	76	10.8
Total	704	100.00

<i>Q17. Depuis 2 ans, quelle est l'évolution du niveau de vie dans votre milieu?</i>		
	Fréquence	%
Réduction	514	73.74
Stable	120	17.22
Amélioration	63	9.04
Total	697	100.00

<i>Q18. Quel est votre revenu moyen mensuel?</i>		
	Fréquence	%
Moins de 20\$	213	34.58
Entre 20 et 50\$	176	28.57
Entre 51 et 100\$	155	25.16
Entre 101 et 500\$	67	10.88
Plus de 500\$	5	0.81
Total	616	100.00

<i>Q19. Quel est le pourcentage de ce revenu provenant de l'agriculture ?</i>		
	Fréquence	%
Moins de 20%	91	15.32
Entre 21 et 40%	93	15.66
Entre 41 et 60%	91	15.32
Entre 61 et 80%	106	17.85
Entre 81 et 100%	213	35.86
Total	594	100.00



Q20. Quelle est votre production agricole actuelle d'huile de palme (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 20 litres	115	17.16	17.16
De 20 à 40 litres	45	6.72	23.88
De 40 à 60 litres	19	2.84	26.72
De 60 à 80 litres	11	1.64	28.36
Plus de 80 litres	34	3.43	31.79
Ne cultive pas	457	68.21	100.00
Total	670	100.00	

Q21. Quelle est votre production agricole actuelle de maïs (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 25kg	47	6.95	6.95
De 25 à 50kg	71	10.50	17.46
De 50 à 100kg	109	16.12	33.58
De 100 à 150kg	121	17.90	51.48
Supérieur à 150kg	292	43.20	94.67
Ne cultive pas	36	5.33	100.00
Total	670	100.00	

Q22. Quelle est votre production agricole actuelle de niébé (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 25kg	176	26.00	26.00
De 25 à 50kg	80	11.82	37.81
De 50 à 100kg	36	5.32	43.13
De 100 à 150kg	27	3.99	47.12
Ne cultive pas	342	2.36	49.48
Plus de 150kg	16	50.52	100.00
Total	677	100.00	

Q23. Quelle est votre production agricole actuelle d'arachide (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 25kg	77	11.31	11.31
De 25 à 50kg	59	8.66	19.97
De 50 à 100kg	60	8.81	28.78



Plus de 150kg	41	4.41	33.19
De 100 à 150kg	30	6.02	39.21
Ne cultive pas	414	60.79	100.00
Total	704	100.00	

Q24. Quelle est votre production agricole actuelle de soja (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 25kg	118	17.25	17.25
De 25 à 50kg	41	5.99	23.25
De 50 à 100kg	38	5.56	28.80
De 100 à 150kg	14	2.05	30.85
Plus de 150kg	9	1.32	32.16
Ne cultive pas	464	67.84	100.00
Total	684	100.00	

Q25. Quelle est la quantité de la production d'huile de palme destinée au stockage (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	109	52.40	52.40
Moins de 20 litres	70	33.65	86.06
De 20 à 40 litres	19	9.13	95.16
De 40 à 60 litres	2	0.96	96.15
De 60 à 80 litres	1	0.48	96.63
Plus de 80 litres	7	3.37	100.00
Total	208	100.00	

Q26. Quelle est la quantité de la production d'huile de palme destinée à la consommation (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	15	7.18	7.18
Moins de 20 litres	174	83.25	90.43
De 20 à 40 litres	13	6.22	96.65
De 40 à 60 litres	4	1.91	98.56
De 60 à 80 litres	1	0.48	99.04
Plus de 80 litres	2	0.96	100



Total	209	100.00
--------------	-----	--------

Q27. Quelle est la quantité de la production d'huile de palme destinée à la commercialisation (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	59	28.10	28.10
Moins de 20 litres	75	35.71	63.81
De 20 à 40 litres	45	21.43	85.24
De 40 à 60 litres	10	4.76	90.00
De 60 à 80 litres	13	6.19	96.19
Plus de 80 litres	8	3.76	100.00
Total	210	100.00	

Q28. Quelle est la quantité de la production de maïs destinée au stockage (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	201	32.21	32.21
Moins de 25kg	120	19.23	51.44
De 25 à 50kg	57	9.13	60.58
De 50 à 100kg	70	11.22	71.79
De 100 à 150kg	72	11.54	83.33
Plus de 150kg	104	16.67	100.00
Total	624	100.00	

Q29. Quelle est la quantité de la production de maïs destinée à la consommation (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	18	2.89	2.89
Moins de 25kg	114	18.33	21.22
De 25 à 50kg	130	20.90	42.12
De 50 à 100kg	161	25.88	68.01
De 100 à 150kg	97	15.59	83.60
Plus de 150kg	102	16.40	100.00
Total	622	100.00	



Q30. Quelle est la quantité de la production de maïs destinée à la commercialisation (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	199	31.54	31.54
Moins de 25kg	67	10.62	42.16
De 25 à 50kg	94	14.90	57.05
De 50 à 100kg	95	15.06	72.11
De 100 à 150kg	71	11.25	83.36
Plus de 150kg	105	16.64	100.00
Total	631	100.00	

Q31. Quelle est la quantité de la production de niébé destinée au stockage (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	136	41.09	41.09
Moins de 25kg	128	38.67	79.76
De 25 à 50kg	35	10.57	90.33
De 50 à 100kg	24	7.25	97.58
De 100 à 150kg	5	1.51	99.09
Plus de 150kg	3	0.91	100.00
Total	331	100.00	

Q32. Quelle est la quantité de la production de niébé destinée à la consommation (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	27	8.21	8.21
Moins de 25kg	252	76.60	84.80
De 25 à 50kg	34	10.33	95.14
De 50 à 100kg	11	3.34	98.48
De 100 à 150kg	3	0.91	99.39
Plus de 150kg	2	0.61	100.00
Total	329	100.00	

Q33. Quelle est la quantité de la production de niébé destinée à la commercialisation (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	140	42.42	42.42



Moins de 25kg	109	33.03	75.45
De 25 à 50kg	51	15.45	90.91
De 50 à 100kg	19	5.76	96.67
De 100 à 150kg	6	1.82	98.48
Plus de 150kg	5	1.82	100.00
Total	330	100.00	

Q34. Quelle est la quantité de la production d'arachide destinée au stockage (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	131	50.78	50.78
Moins de 25kg	70	27.13	77.91
De 25 à 50kg	27	10.47	88.37
De 50 à 100kg	17	6.59	94.96
De 100 à 150kg	3	1.16	96.12
Plus de 150kg	10	3.88	100.00
Total	258	100.00	

Q35. Quelle est la quantité de la production d'arachide destinée à la consommation (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	40	15.75	15.75
Moins de 25kg	166	63.35	81.10
De 25 à 50kg	31	12.20	93.31
De 50 à 100kg	12	4.72	98.03
De 100 à 150kg	5	1.97	100.00
Total	254	100.00	

Q36. Quelle est la quantité de la production d'arachide destinée à la commercialisation (saison culturale passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	86	33.46	33.46
Moins de 25kg	49	19.07	52.53
De 25 à 50kg	42	16.34	68.87
De 50 à 100kg	42	16.34	85.21
De 100 à 150kg	13	5.06	90.27
Plus de 150kg	25	9.73	100.00



Total	257	100.00
--------------	-----	--------

Q37. Quelle est la quantité de la production de soja destinée au stockage (saison culturelle passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	79	36.74	36.74
Moins de 25kg	99	46.05	82.79
De 25 à 50kg	16	7.44	90.23
De 50 à 100kg	12	5.58	95.81
De 100 à 150kg	6	2.79	98.60
Plus de 150kg	3	1.40	100.00
Total	215	100.00	

Q38. Quelle est la quantité de la production de soja destinée à la consommation (saison culturelle passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	40	18.60	18.60
Moins de 25kg	160	74.42	93.02
De 25 à 50kg	11	5.12	98.14
De 50 à 100kg	3	1.40	99.53
De 100 à 150kg	1	0.47	100.00
Total	215	100.00	

Q39. Quelle est la quantité de la production de soja destinée à la commercialisation (saison culturelle passée)?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucun	73	33.49	33.49
Moins de 25kg	76	34.86	68.35
De 25 à 50kg	39	17.89	86.24
De 50 à 100kg	17	7.80	94.04
De 100 à 150kg	10	4.59	98.62
Plus de 150kg	3	1.38	100.00
Total	218	100.00	

Q40. Comment appréciez-vous votre production d'huile de palme de la saison culturelle passée par rapport aux saisons antérieures ?

	Fréquence	%	Cumulé
--	------------------	----------	---------------



A baissé	119	60.41	60.41
Est restée stable	36	18.27	78.68
A augmenté	42	21.32	100.00
Total	197	100.00	

Q41. Comment appréciez-vous votre production de maïs de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?

	Fréquence	%	Cumulé
A baissé	489	77.01	77.01
Est restée stable	74	11.65	88.66
A augmenté	72	11.34	100.00
Total	635	100.00	

Q42. Comment appréciez-vous votre production de niébé de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?

	Fréquence	%	Cumulé
A baissé	234	73.35	73.35
Est restée stable	46	14.42	87.77
A augmenté	39	12.23	100.00
Total	319	100.00	

Q43. Comment appréciez-vous votre production d'arachide de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?

	Fréquence	%	Cumulé
A baissé	167	66.01	66.01
Est restée stable	38	15.02	81.03
A augmenté	48	18.97	100.00
Total	253	100.00	

Q44. Comment appréciez-vous votre production de soja de de la saison culturale passée par rapport aux saisons antérieures ?

	Fréquence	%	Cumulé
A baissé	140	63.64	63.64
Est restée stable	34	15.45	79.09
A augmenté	30	13.64	92.73
(Abstention)	16	7.27	100.00



Total	220	100.00
--------------	-----	--------

<i>Q44. Quelles pratiques agricoles appliquez-vous pour améliorer la productivité de vos cultures?</i>		
Une ou plusieurs	448	66.37
Aucune	227	33.63
Total	675	100.00

<i>Q44. Quelles pratiques agricoles appliquez-vous pour améliorer la productivité de vos cultures?</i>		
	Fréquence	%
Association des cultures	204	42.77
Culture en ligne	150	31.45
Rotation des cultures	130	27.25
Engrais vert	121	25.37
Autres	60	12.58
Herbicides	56	11.74
Courbe de niveau	19	3.98
Agroforesterie	5	1.05
Insecticides	1	0.21

<i>Q47. Comment appréciez-vous le mode d'accès à la terre arable dans votre village ?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
Facile	484	69.24	69.24
Assez difficile	119	17.02	86,26
Difficile	61	8.73	94.99
Très difficile	35	5.01	100.00
Total	704	100.00	

<i>Q48. Comment appréciez-vous la fertilité du sol dans votre village?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
Très fertile	46	6.62	6.62
Fertile	257	36.98	43.60
Assez fertile	224	32.23	75.83
Moins fertile	127	18.27	94.10
Infertile	41	5.90	100.00



Total	704	100.00
--------------	-----	--------

Q49. Quel montant de votre revenu consacrez-vous à l'achat de semences améliorées ?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 1\$	56	7.95	7.95
De 1 à 5\$	158	22.44	30.40
De 5 à 10\$	89	12.64	43.04
Plus de 10\$	172	24.43	67.47
(Abstention)	229	32.53	100.00
Total	704	100.00	

Q53. Quelle est l'origine de votre semence ?

	Fréquence	%
Marché	506	71.88
Stock personnel	431	61.22
Agrimultiplicateurs	26	3.69
INERA	25	3.55
Associations villageoises productrices de semence	20	2.84
Autres	13	1.85

Q52. Comment appréciez-vous la qualité de semence fournie par votre propre stock ?

	Fréquence	%	Cumulé
Très productive	81	11.51	11.51
Productive	317	45.03	56.53
Assez productive	152	21.59	78.13
Moins productive	47	6.68	84.80
(Abstention)	107	15.20	100.00
Total	704	100.00	

Q53. Comment appréciez-vous la qualité de semence fournie par l'INERA ?

	Fréquence	%	Cumulé
Très productive	77	10.94	10.94
Productive	74	10.51	21.45
Assez productive	13	1.85	23.30
Moins productive	18	2.56	25.85



(Abstention)	522	74.15	100.00
Total	704	100.00	

<i>Q54. Comment appréciez-vous la qualité de semence fournie par les agrimultiplicateurs ?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
Très productive	14	1.99	1.99
Productive	64	9.09	11.08
Assez productive	34	4.83	15.91
Moins productive	32	4.55	20.45
(Abstention)	560	79.55	100.00
Total	704	100.00	

<i>Q55. Comment appréciez-vous la qualité de semence fournie par le marché ?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
Très productive	21	2.98	2.98
Productive	259	36.79	39.77
Assez productive	238	33.81	73.58
Moins productive	119	16.90	90.48
(Abstention)	67	9.52	100.00
Total	704	100.00	

<i>Q56. Y-a-t-il des agris multiplicateurs ou des associations paysannes qui produisent la semence améliorée dans votre village ou dans les villages voisins ?</i>		
	Fréquence	%
Oui	125	19.17
Non	527	80.83
Total	704	100.00

<i>Q57. Si oui, combien?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
1 seul(e)	26	21.67	21.67
2 à 5	45	37.50	59.17
Plus de 5	24	20.00	79.17
Ne connaît pas	25	20.83	100.00
Total	120	100.00	



Q58. Quelle est la superficie moyenne des champs que vous exploitez pour le palmier à huile par spéculation (saison culturale passée) ?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 20 pieds	43	21.29	21.29
21 à 50 pieds	37	18.32	39.60
51 à 100 pieds	39	19.31	58.91
101 à 150 pieds	17	8.42	67.33
Plus de 150 pieds	22	10.89	78.22
Ne connaît pas	44	21.78	100.00
Total	202	100.00	

Q59. Quelle est la superficie moyenne des champs que vous exploitez pour le maïs par spéculation (saison culturale passée) ?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 12,5 ares	62	9.70	9.70
De 12,5 à 25 ares	109	17.06	26.76
De 25 à 50 ares	224	35.05	61.82
De 50 à 100 ares	147	23.00	84.82
Plus de 100 ares	91	14.24	99.06
Ne connaît pas	6	0.94	100.00
Total	639	100.00	

Q60. Quelle est la superficie moyenne des champs que vous exploitez pour l'arachide par spéculation (saison culturale passée) ?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 12,5 ares	49	18.70	18.70
De 12,5 à 25 ares	98	37.40	56.11
De 25 à 50 ares	76	29.01	85.11
De 50 à 100 ares	26	9.92	95.04
Plus de 100 ares	5	1.91	96.95
Ne connaît pas	8	3.05	100.00
Total	262	100.00	

Q61. Quelle est la superficie moyenne des champs que vous exploitez pour le soja par spéculation (saison culturale passée) ?



	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 12,5 ares	73	34.60	34.60
De 12,5 à 25 ares	64	30.33	64.93
De 25 à 50 ares	44	20.85	85.78
De 50 à 100 ares	17	8.06	93.84
Plus de 100 ares	3	1.42	95.26
Ne connaît pas	10	4.74	100.00
Total	211	100.00	

Q62. Quelle est la superficie moyenne des champs que vous exploitez pour le niébé par spéculation (saison culturale passée) ?

	Fréquence	%	Cumulé
Moins de 12,5 ares	97	29.57	29.57
De 12,5 à 25 ares	106	32.32	61.89
De 25 à 50 ares	83	25.30	87.20
De 50 à 100 ares	22	6.71	93.90
Plus de 100 ares	7	2.13	96.04
Ne connaît pas	13	3.96	100.00
Total	328	100.00	

Q63. Avez-vous bénéficié d'un appui-conseil de la part des agronomes (l'année passée)?

	Fréquence	%
Oui	60	8.72
Non	628	91.28
Total	688	100.00

Q64. Si oui, à quelle(s) organisation(s) appartenait-il(s)?

	Fréquence	%
ONG	27	45
Etat	19	31.67
Organisations paysannes	7	11.67
Privés	6	10
Autre	4	6.67

Q66. Quelle était la fréquence de leurs visites?



	Fréquence	%	Cumulé
1 fois	19	32.20	32.20
Entre 2 et 3 fois	28	47.46	79.66
Entre 4 et 6 fois	7	11.86	91.53
Entre 7 et 8 fois	3	5.08	96.61
9 fois et plus	2	3.39	100.00
Total	59	100	

Q67. Comment appréciez-vous l'utilité des services des agronomes vulgarisateurs dans votre milieu ?

	Fréquence	%	Cumulé
Très bon	47	6.68	6.68
Bon	117	16.62	23.30
Assez bon	33	4.69	27.98
Médiocre	95	13.49	41.48
(Abstention)	412	58.52	100.00
Total	704	100.00	

Q68. Y a-t-il eu une innovation agricole introduite dans votre milieu (ces 3 dernières années) ?

	Fréquence	%
Oui	87	13.47
Non	559	85.53
Total	704	100.00

Q70. Etes-vous membre d'une organisation paysanne ?

	Fréquence	%
Oui	105	15.11
Non	590	84.89
Total	704	100.00

Q71. Quelles sont les motivations qui vous ont poussées à adhérer à une organisation paysanne ?

	Fréquence	%
Labour regroupé	44	42.86
Appui-conseil/vulgarisation	43	41.9
Défense des intérêts	20	19.05



Approvisionnement en intrant	17	16.19
Nouvelle variété cultivée	16	15.24
Autre	16	15.24
Transformation	12	11.43
Micro-finance	10	9.52
Raison religieuse	8	7.26
Commercialisation regroupée	6	5.71

Q73. Comment appréciez-vous le prix de vos productions agricoles sur les marchés locaux ces 3 dernières années ?

	Fréquence	%	Cumulé
Augmenté	443	63.92	63.92
Est resté stable	80	11.54	75.47
Baissé	170	24.53	100.00
Total	693	100.00	

Q74. Parmi les produits agricoles suivants, lequel vous donne le plus de revenu le plus important?

	Fréquence	%	Cumulé
Huile de palme	72	10.54	10.54
Maïs	282	41.29	51.83
Niébé	106	15.52	67.35
Arachide	115	16.84	84.19
Soja	108	15.81	100.00
Total	683	100.00	

Q75. Parmi les produits agricoles suivants, lequel vous donne le second revenu le plus important?

	Fréquence	%	Cumulé
Huile de palme	67	11.57	11.57
Maïs	180	31.09	42.66
Niébé	151	26.08	68.74
Arachide	97	16.75	85.49
Soja	84	14.51	100.00
Total	579	100.00	

Q76. Parmi les produits agricoles suivants, lequel vous donne le troisième revenu le plus important?



	Fréquence	%	Cumulé
Huile de palme	52	12.87	12.87
Maïs	111	27.48	40.35
Niébé	115	28.47	68.81
Arachide	78	19.31	88.12
Soja	48	11.88	100.00
Total	404	100.00	

Q77. Parmi les produits agricoles suivants, lequel vous donne le quatrième revenu le plus important?

	Fréquence	%	Cumulé
Huile de palme	56	21.29	21.29
Maïs	62	23.57	44.87
Niébé	49	18.63	63.50
Arachide	49	18.63	82.13
Soja	47	17.87	100.00
Total	263	100.00	

Q78. Parmi les produits agricoles suivants, lequel vous donne le cinquième revenu le plus important?

	Fréquence	%	Cumulé
Huile de palme	62	35.03	35.03
Maïs	37	20.90	55.93
Niébé	17	9.60	65.54
Arachide	15	8.47	74.01
Soja	46	25.99	100.00
Total	177	100.00	

Q71. Quelles sont les motivations qui vous ont poussées à adhérer à une organisation paysanne?

	Fréquence	%
Sur place	398	56.53
Marché du village	341	48.44
Marché hors-village	224	31.82
Mbuji-Mayi	46	6.53

Q80. Avez-vous un accès régulier aux informations sur le prix des produits agricoles pratiqués sur les différents marchés (du village et d'ailleurs) ?



	Fréquence	%
Oui	595	85.12
Non	104	14.88
Total	699	100.00

Q81. Si oui, comment ces informations vous arrivent-elles?

	Fréquence	%
Passants venant de ces marchés	489	82.18
Causeries avec les gens du village	340	57.14
Voisins	251	42.18
Autre	123	20.27
Radio	77	12.94
Agents vulgarisateurs	12	2.02
OP membre	7	1.18
ONG	1	0.17
Eglise	1	0.17

Q83. Avez-vous déjà attendu parler du CARG et de son rôle ?

	Fréquence	%
Oui	70	9.97
Non	632	90.03
Total	702	100.00

Q84. Avez-vous déjà participé à une réunion du CARG ?

	Fréquence	%
Oui	685	1.44
Non	10	98.56
Total	695	100.00

Q85. Combien de femmes responsables des organisations paysannes connaissez-vous dans votre village ?

	Fréquence	%	Cumulé
Aucune	454	76.30	76.30
1 seule	54	9.08	85.38



2 à 3 femmes	52	8.74	94.12
4 à 5 femmes	35	5.88	100.00
Total	704	100.00	

Q86. Existe-t-il des activités génératrices de revenu initiées par des femmes dans votre village ?

	Fréquence	%
Oui	233	37.89
Non	382	62.11
Total	615	100.00

Q87. Si oui, lesquelles?

	Fréquence	%
Agriculture	161	69.1
Petit commerce	132	56.65
Restaurant	99	42.49
Artisanat	64	27.47
Petit élevage	63	27.04
Autre	52	22.32
Pisciculture	7	3

Q89. Quel est l'état des routes de votre village menant vers le centre commercial ?

	Fréquence	%	Cumulé
Très bon	21	3.03	3.03
Bon	70	10.09	13.11
Assez bon	153	22.05	35.16
Médiocre	450	64.84	100.00
Total	704	100.00	

Q90. Ces routes sont-elles entretenues ?

	Fréquence	%
Oui	305	44.08
Non	387	55.92
Total	692	100.00



<i>Q91. Si oui, par qui?</i>		
	Fréquence	%
ONG	105	34.43
Autres	100	32.70
Services de l'Etat	58	19.02
Partenaire extérieur	54	17.70
OP	4	1.31
MIBA	1	0.33

<i>Q94. Combien de fois allez-vous au marché (du village ou des environs) ?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
Une fois/semaine	229	37.00	37.00
2 fois/semaine	235	37.96	74.96
3 fois/semaine	43	6.95	81.91
Tous les jours	37	5.98	87.88
A chaque fois que le marché hebdomadaire est organisé	75	12.12	100.00
Total	704	100.00	

<i>Q95. Etes-vous informé des activités de sensibilisation sur l'utilisation de la route ?</i>		
	Fréquence	%
Oui	129	18.64
Non	563	81.36
Total	692	100.00

<i>Q96. Y a-t-il des personnes de votre village qui travaillent comme cantonniers pour l'entretien de la route ?</i>		
	Fréquence	%
Oui	282	41.84
Non	392	58.16
Total	674	100.00

<i>Q97. Si oui, combien sont-ils ?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
1 à 2 personnes	7	3.33	3.33
3 à 5 personnes	32	15.24	18.57



6 à 10 personnes	36	17.14	35.71
Plus de 10 personnes	135	64.29	100.00
Total	210	100.00	

<i>Q98. Y a-t-il des femmes parmi ces personnes ?</i>		
	Fréquence	%
Oui	147	52.88
Non	131	47.12
Total	278	100.00

<i>Q99. Si oui, combien sont-elles ?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
1 à 2 femmes	51	42.86	42.86
3 à 5 femmes	20	16.81	59.66
Plus de 5 femmes	48	40.34	100.00
Total	119	100.00	

<i>Q98. Quel genre de travail effectuent ces femmes?</i>		
	Fréquence	%
Transport d'eau	108	73.47
Débroussaillage	91	61.9
Enlèvement du sable sur la route	54	36.73
Transport des matériaux	41	27.89
Autre	31	21.09
Capita	2	1.36
Chef d'équipe	1	0.68

<i>Q102. A quelle fréquence êtes-vous confronté à la multiplication des points officiels de péage sur les pistes de désertes agricoles que vous empruntez dans votre village ?</i>			
	Fréquence	%	Cumulé
Souvent	130	18.47	18.47
Quelque fois	56	7.95	26.42
Rarement	199	28.27	54.69
(Abstention)	319	45.31	100.00
Total	704	100.00	



Q103. A quelle fréquence êtes-vous confronté à l'augmentation du montant à payer sur les pistes de désertes agricoles que vous empruntez dans votre village ?

	Fréquence	%	Cumulé
Souvent	140	19.89	19.89
Quelque fois	68	9.66	29.55
Rarement	175	24.86	54.40
(Abstention)	321	45.60	100.00
Total	704	100.00	

Q104. A quelle fréquence êtes-vous confronté à l'exigence de documents non prévus par la loi sur les pistes de désertes agricoles que vous empruntez dans votre village ?

	Fréquence	%	Cumulé
Souvent	126	17.90	17.90
Quelque fois	63	8.95	26.85
Rarement	168	23.86	50.71
(Abstention)	347	49.29	100.00
Total	704	100.00	

Q105. Rencontrez-vous d'autres problèmes sur les routes en plus de ceux mentionnés ci-dessus?

	Fréquence	%
Oui	103	17.73
Non	478	82.27
Total	581	100.00

Q107. A quelle fréquence faites-vous face à ces autres problèmes ?

	Fréquence	%	Cumulé
Souvent	65	63.11	63.11
Quelque fois	23	22.33	85.44
Rarement	15	14.56	100.00
Total	103	100.00	

Q108. Quel est le coût de transport d'une personne adulte entre votre village et le grand marché ?

	Fréquence	%	Cumulé
3000FC ou moins	283	46.78	46.78



Entre 3100 et 6000FC	164	27.11	73.88
Entre 6100 et 9000FC	96	15.87	89.75
Entre 9100 et 12000FC	39	6.45	96.20
12100FC ou plus	23	3.80	100.00
Total	605	100.00	

Q109. Quel est le coût de transport d'un bidon de 25 L d'huile de palme ?

	Fréquence	%	Cumulé
3000FC ou moins	318	74.82	74.82
Entre 3100 et 6000FC	84	19.76	94.59
Entre 6100 et 9000FC	14	3.29	97.88
Entre 9100 et 12000FC	5	1.18	99.06
12100FC ou plus	4	0.94	100.00
Total	425	100.00	

Q110. Quel est le coût de transport d'un sac de maïs de 70 kg ?

	Fréquence	%	Cumulé
3000FC ou moins	160	34.48	34.48
Entre 3100 et 6000FC	187	40.30	74.78
Entre 6100 et 9000FC	76	16.38	91.16
Entre 9100 et 12000FC	27	5.82	96.98
12100FC ou plus	14	3.02	100.00
Total	425	100.00	

Q111. Quel est le coût de transport d'un sac de niébé de 50 kg ?

	Fréquence	%	Cumulé
3000FC ou moins	152	37.81	37.81
Entre 3100 et 6000FC	154	76.12	76.12
Entre 6100 et 9000FC	69	93.28	93.28
Entre 9100 et 12000FC	19	98.01	98.01
12100FC ou plus	8	1.99	100.00
Total	402	100.00	

Q112. Quel est le coût de transport d'un sac d'arachide de 80 kg ?

	Fréquence	%	Cumulé
--	-----------	---	--------



3000FC ou moins	109	29.22	29.22
Entre 3100 et 6000FC	131	35.12	64.34
Entre 6100 et 9000FC	89	23.86	88.20
Entre 9100 et 12000FC	29	7.77	95.98
12100FC ou plus	15	4.02	100.00
Total	373	100.00	

Q113. Quel est le coût de transport d'un sac de soja de 50 kg ?

	Fréquence	%	Cumulé
3000FC ou moins	128	35.85	35.85
Entre 3100 et 6000FC	124	34.73	70.59
Entre 6100 et 9000FC	75	21.01	91.60
Entre 9100 et 12000FC	21	5.88	97.48
12100FC ou plus	9	2.52	100.00
Total	357	100.00	

Q114. Ces coûts des personnes et des produits agricoles ont-ils changé durant ces trois dernières années ?

	Fréquence	%	Cumulé
Ont augmenté	475	79.43	79.43
Ont baissé	42	7.02	86.45
Sont restés stables	81	13.55	100.00
Total	598	100.00	

Q115. En quoi la réhabilitation et l'entretien de la route ont changé vos conditions de vie?

	Fréquence	%
Mobilité	536	75.92
Approvisionnement en produits manufacturés	485	68.83
Baisse du coût du transport	399	56.13
Accès à l'information	201	29.39
Santé	103	15.21
Ecole/Education	94	13.88
Autre	74	10.78
(Abstention)	65	9.45



Q117. Quel est le prix du maïs chez le producteur?

	Fréquence	%	Cumulé
Inférieur ou égal à 600 FC	134	19.17	19.17
700 à 900 FC	75	10.73	29.90
1000 FC	40	5.72	35.62
1100 FC	17	2.43	38.05
1200 FC	37	5.29	43.35
1300 à 1500 FC	276	39.48	82.83
Plus de 1500 FC	120	17.17	100.00
Total	699	100.00	

Q118. Quel est le prix d'un bidon de 5 litres d'huile de palme chez le producteur?

	Fréquence	%	Cumulé
Inférieur ou égal à 3500 FC	520	77.96	77.96
3600 à 7500 FC	144	21.59	99.55
8100 à 12000 FC	1	0.15	99.70
12100 à 15000 FC	2	0.30	100.00
Total	667	100.00	

Q119. Quel est le prix d'un meca d'arachide chez le producteur?

	Fréquence	%	Cumulé
Inférieur ou égal à 2000 FC	104	17.33	17.33
2100 à 2500 FC	72	12.00	29.33
2600 à 3000 FC	80	13.33	42.67
3100 à 3500 FC	132	22.00	64.67
3600 à 4000 FC	154	25.67	90.33
Plus de 4000 FC	58	9.67	100.00
Total	600	100.00	

Q120. Quel est le prix d'un meca de sucre chez le producteur?

	Fréquence	%	Cumulé
Inférieur ou égal à 5300 FC	41	11.61	11.61
5400 à 8000 FC	231	65.44	77.05
8100 à 9000 FC	46	13.03	90.08



9100 à 12000 FC	26	7.37	97.45
12100 à 15000 FC	5	1.42	98.87
15100 à 20000 FC	2	0.57	99.43
Plus de 20000 FC	2	0.57	100.00
Total	704	100.00	

Q121. Quel est le prix d'une pièce de savon ordinaire au magasin?

	Fréquence	%	Cumulé
Inférieur ou égal à 200 FC	35	5.04	5.04
300 à 400 FC	455	65.47	70.50
500 FC	82	16.55	87.05
450 FC	115	11.80	98.85
Plus de 500 FC	8	1.15	100.00
Total	704	100.00	

Q122. Quel est le prix d'une pièce de savon fabrication locale au magasin?

	Fréquence	%	Cumulé
Inférieur ou égal à 100 FC	509	72.61	72.61
200 FC	170	24.25	96.86
300 FC	16	2.28	99.14
400 FC	4	0.57	99.71
500 FC	1	0.14	99.86
Plus de 500 FC	1	0.14	100.00
Total	701	100.00	

Q123. Quel est le prix d'une pièce d'allumettes?

	Fréquence	%	Cumulé
100 FC	697	99.43	99.43
200 FC	3	0.43	99.86
300 FC	1	0.14	100.00
Total	703	100.00	

Contact

Erin Satterlee, Vice-Président des Opérations
Forcier Consulting
Forcier House
Masalaha area
Hargeisa, Somaliland
+252 (0) 633 467 763
erin@forcierconsulting.com

Martin Kern, Chargé de Projet
Forcier Consulting
+243 (0) 991 160 663
martin@forcierconsulting.com

