
Analyse de marché

Choose the section you want to jump in

Une analyse de marché est essentielle pour déterminer si une intervention en TM est appropriée dans une situation donnée. Elle devrait au moins permettre de déterminer si les marchés sont fonctionnels ou susceptibles de se rétablir rapidement après une catastrophe, et si les produits de base dont les individus ont besoin sont disponibles sur le marché. Cela peut être fait rapidement dans les premiers jours suivants une situation d'urgence soudaine ou à tout moment avant la conception d'une intervention en TM, en visitant les marchés et en interrogeant les commerçants. Lorsque le temps le permet, une analyse plus détaillée du marché devrait être effectuée, dans le cadre d'une analyse approfondie.

Avant de lancer une intervention en TM, le personnel de l'OIM devrait commencer par examiner les évaluations récentes ou toute autre étude fiable (externe et interne) pour déterminer si les informations existantes sur les besoins des ménages et les marchés sont suffisantes pour établir le caractère approprié des TM. Si les informations et l'analyse de marché requises ne sont pas couvertes de manière adéquate par les études existantes, une évaluation et une analyse de marché complémentaires deviennent nécessaires pour établir la pertinence de l'utilisation d'espèces ou de coupons.

Objectif de l'analyse de marché:

- Entreprendre une analyse de marché approfondie garantit que le projet n'aura pas de conséquences négatives néfastes et involontaires sur le marché et les bénéficiaires. L'évaluation de marché peut être comprise comme **la collecte et l'analyse d'informations minimales sur le marché** nécessaires à la prise de décisions programmatiques. L'objectif de l'analyse du marché est de limiter le risque de nuisance d'une intervention.
- **Prendre une décision éclairée** sur la meilleure modalité d'assistance en fonction du contexte.
- **Augmenter** l'efficacité et l'efficience des réponses humanitaires.
- **Renforcer** les interventions en identifiant de nouvelles voies pour soutenir les structures de marché existantes.

L'analyse du marché est menée afin d'évaluer la disponibilité et la qualité des matériels et des biens essentiels sur le marché local, d'établir une base de référence en termes de suivi des prix, et d'identifier si la capacité du marché peut résister au choc supplémentaire d'une éventuelle intervention basée sur le marché. L'analyse du marché doit être entreprise en coordination avec la section d'[Étude de faisabilité des TM](#). Elle doit également prendre en compte les résultats de l'étude de faisabilité des TM.

L'analyse du marché ne doit pas être considérée comme un exercice unique pour l'intervention respectueuse. Elle peut provenir de forums inter-agences ou de partenaires. L'OIM devrait toujours chercher à éviter de dupliquer les efforts des partenaires ou les siens. Cependant, la conception et la méthodologie de l'analyse du marché doivent être adaptées au contexte et à l'intervention prévue - la qualité doit être assurée. Si l'OIM effectue les analyses de marché, il devrait s'agir d'une collaboration entre les unités thématiques, un agent de TM et l'équipe de gestion des ressources.

Les données secondaires peuvent être utilisées pour compléter l'exercice d'analyse du marché. Un examen approfondi des données disponibles peut donc fournir des orientations sur la nature et l'étendue des données à collecter pour répondre aux exigences de base d'une analyse de marché.

Aspects à prendre en compte dans le cadre d'une analyse de marché:

- Les liens entre les marchés et la sécurité alimentaire et les moyens de subsistance des ménages.
- L'intégration des marchés, y compris les flux commerciaux si possible.
- L'analyse des prix, y compris l'inflation des produits alimentaires et non alimentaires, les tendances des prix des produits préférés et moins préférés, la volatilité et la saisonnalité.
- L'analyse de la concurrence (par exemple, thésaurisation et monopoles).
- La capacité des commerçants à répondre à l'augmentation du pouvoir d'achat des ménages (par exemple, les installations de stockage, la durée des stocks et le délai de réapprovisionnement des stocks).
- L'environnement du marché, notamment les politiques et les réglementations (par exemple, les droits de douane et les restrictions à la circulation des marchandises), la sécurité, les infrastructures routières et de transport et la corruption.
- L'accès des commerçants au crédit, notamment les canaux et les coûts.
- La demande effective des ménages vulnérables, notamment l'accès physique aux marchés, l'accès au crédit et le pouvoir d'achat.
- Les considérations liées à la protection.
- L'allocation des ressources et la prise de décision par les ménages, notamment les perspectives, priorités et préférences liées au genre et au handicap.
- Les risques au niveau macro, par exemple l'inflation, le déficit d'approvisionnement, les défaillances des institutions financières, les problèmes de sécurité ou la corruption (voir [Analyse des risques](#)).

3.3.1 Outils d'Analyse de Marché

Un outil d'analyse de marché fournit des orientations sur la sélection des facteurs les plus importants à étudier afin de déterminer si un marché est fonctionnel ou non. Il présente le marché en trois groupes. **L'environnement du marché** couvre tout, des infrastructures aux politiques gouvernementales. **La chaîne du marché** prend en compte les différentes parties qui participent aux activités commerciales, la valeur qu'elles prennent à chaque étape, et leurs capacités à répondre à la demande potentielle. **Les principaux services d'infrastructures et de marché** comprennent le transport, le crédit pour les commerçants et les informations sur les prix et la disponibilité sur les marchés clés, qui ont tous une incidence sur la capacité d'un produit à atteindre un certain point à un prix abordable. Au sein de chacun des trois groupes, il existe une série de variables qui sont à prendre en compte pour évaluer le bon fonctionnement du marché.

Le choix de l'analyse du marché variera en fonction du contexte. Il n'existe actuellement aucun outil standardisé d'analyse de marché de l'OIM⁹. Les bureaux de pays sont libres de sélectionner l'outil d'analyse de marché de leur choix parmi les suivants ; il doit également être adapté au contexte, en ajoutant des éléments d'autres outils pour compléter si nécessaire.

Conseils pratiques pour une bonne analyse de marché:

- **Impliquer le personnel chargé des achats/de la logistique**, car il a généralement une bonne connaissance des marchés locaux et a l'habitude de traiter avec les commerçants.
- Adopter une approche multisectorielle, en se concentrant sur les produits, services et marchés qui sont au cœur des besoins prioritaires et des moyens de subsistance des ménages.
- Baser l'analyse sur des données secondaires, ainsi que sur des informations de première main provenant de la population affectée et d'autres informateurs clés du marché.
- Recouper les informations provenant de différentes sources.
- Utiliser des cartes pour représenter graphiquement l'organisation des marchés et la manière dont ils ont été affectés.
- Lors de la formulation de conclusions et de recommandations, faire clairement référence aux résultats (notamment les risques liés à la protection, la sécurité, la réputation de l'organisation, etc.) sur lesquels ils sont basés.

Tableau 3: Tableau comparatif des orientations et des outils d'analyse du marché

Purpose	RAM	EMMA	PCMA	MAG	Oxfam 48h Outil	MSMA	VAM
Analyse sommaire	✓				✓		✓
Analyse ap profonde		✓	✓	✓		✓	
Situation d'urgence à évolution lente		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Situation d'urgence soudaine	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Phase de relèvement			✓	✓		✓	✓
Phase de préparation	✓	✓	✓	✓			✓
Analyse de la situation	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Analyse de la réponse	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Suivi		✓	✓				

Purpose	RAM	EMMA	PCMA	MAG	Oxfam 48h Outil	MSMA	VAM
Multisectoriel	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

Adapté du cours en ligne « [A practical guide to market analysis in humanitarian response](#) », développé par le CALP Network et l'International Rescue Committee.

[Analyse du marché](#)

⁹ Un outil est en cours de développement et sera disponible dans la prochaine version du Manuel sur les transferts monétaires.

- [_Prev](#)
- 3.3/3.5
- [_Suivant](#)