

Une méthode participative pour discuter l'évolution des pratiques de commercialisation des Mélanésiens

Séverine Bouard
Patrick d'Aquino

Institut agronomique calédonien (IAC),
BP 06,
98825 Pouembout,
Nouvelle-Calédonie
<bouard@iac.nc>
<daquino@iac.nc>

Résumé

L'objet de cet article est de présenter comment une méthode participative basée sur l'utilisation de jeux de rôles a été adaptée à la société mélanésienne pour discuter l'évolution des pratiques de commercialisation de produits vivriers en milieu kanak. Ce travail s'inscrit dans une démarche expérimentale de suivi participatif d'un programme de développement en Nouvelle-Calédonie, qui vise à mieux impliquer les acteurs locaux dans les problèmes soulevés au cours du programme (ici, la commercialisation de produits au départ vivriers). Le jeu de rôles a permis de souligner l'existence de différentes représentations de l'igname et l'importance de la recherche de souplesse dans les stratégies des ménages kanak : deux éléments explicatifs de l'inadaptation de l'appui organisationnel et technique aujourd'hui proposés aux agriculteurs. Cette expérience permet d'alimenter une réflexion sur l'emploi des jeux de rôles pour construire une vision partagée de l'agriculture mélanésienne.

Mots clés : développement rural ; Nouvelle-Calédonie ; participation ; plante alimentaire

Thèmes : économie et développement rural ; méthodes et outils ; transformation et commercialisation

Abstract

Role playing games as a participatory method to discuss the evolution of marketing practices in Melanesian households.

This paper shows how the use of a participatory method based on role playing games (RPG) was adapted to Melanesian society. The aim is to discuss the evolution of Melanesian marketing practices. The framework of this experiment is a relatively global participatory monitoring of a development program in New-Caledonia. The goal of participatory monitoring is to increase the local population's involvement in issues raised by the development program; the main issue being the marketing of food crops. The tested RPG, by stimulating exchange between different farmers based on their own representations and skills, highlighted both different viewpoints about yams and the search for flexible marketing strategies among Melanesian households. These two elements explain why agriculture messages proposed as organizational and technical back-up to farmers are inadequate today in New-Caledonia. These results allow us to think about the use of RPG as a tool to build a shared vision of Melanesian agriculture.

Key words: food crops; New-Caledonia; participation; rural development

Subjects: economy and rural development; tools and methods; processing, marketing

Les jeux de rôles dans une démarche d'accompagnement

L'expérience traitée dans cet article s'inscrit dans une posture scientifique appelée démarche d'accompagnement (Collectif Commod, 2005), qui combine l'utilisation de différents modèles comme les systèmes multi-agents (Barreteau *et al.*, 2001), les systèmes d'informations géographiques et les jeux de rôles (d'Aquino *et al.*, 2001 ; Castella *et al.*, 2005). Cette démarche a été testée dans de nombreux contextes socioculturels et sur des thématiques différentes (Barreteau *et al.*, 2003 ; Etienne *et al.*, 2006). Elle s'appuie sur un principe fondamental : la mise en place d'une interaction et d'échanges (d'informations, de points de vue) continus entre intervenants et acteurs associés (populations locales, élus, etc.), processus perçu comme un apprentissage collectif et itératif, autant par la réflexion que par l'action. Au cours de cet apprentissage accompagnement, chercheurs et acteurs locaux construisent les enjeux, puis des solutions intermédiaires qui seront renégociées selon l'évolution des problématiques (Collectif Commod, 2005). Ces échanges permettent aux acteurs de mieux formaliser leurs enjeux et aux chercheurs de mieux comprendre le système local complexe.

La démarche d'accompagnement expérimentée

L'expérience de jeu de rôles (JdR) discutée ici s'intègre dans une expérimentation

plus large sur la construction d'un suivi participatif d'un programme de développement local (Bouard *et al.*, 2006). Elle vise à mieux impliquer les acteurs locaux dans la définition et la mise en œuvre de projets de développement, en prenant pour cadre l'évaluation d'un programme : l'Opération groupée d'aménagement du foncier (Ogaf) sur la côte est de la Nouvelle-Calédonie.

Elle entend, par des ateliers participatifs complétés par des enquêtes réalisées auprès de 60 ménages, faire remonter par les acteurs eux-mêmes les apports de l'opération et les contraintes qu'ils rencontrent. Outre l'analyse des effets du projet, il s'agit aussi de réfléchir sur l'après-Ogaf et sur l'accompagnement des dynamiques suscitées. Or, au cours de ces discussions participatives, les contraintes et les stratégies possibles pour la commercialisation des produits agricoles sont apparues pour les producteurs comme un des éléments les plus complexes à expliciter mais aussi comme un des obstacles les plus difficiles à lever.

À l'origine du JdR : des pratiques de commercialisation en construction

Les agriculteurs de la côte est de la Nouvelle-Calédonie valorisent leurs produits de trois manières différentes : l'auto-consommation, le don à l'occasion de cérémonies (naissance, mariage, deuil) qui ponctuent la vie sociale, et la commercialisation (Bensa et Freyss, 1994).

Pour la commercialisation, les producteurs s'inquiètent des réelles possibilités

de valorisation marchande de leur production. En effet, depuis les événements des années 1980, les structures de collectes primaires ont pratiquement disparu. Les « colporteurs » (semi-grossistes qui collectent les produits en tribu) ont cessé les passages en tribu ; la plupart des structures associatives sont spécialisées par filières et peu adaptées à la collecte de petits volumes dispersés de produits diversifiés (Sabourin *et al.*, 2001).

En réponse à la faiblesse de cette collecte primaire, de nouveaux modèles hybrides de commercialisation s'installent, entre échange marchand et réciprocité (Polanyi, 1944 ; Sabourin *et al.*, 2002 ; Sabourin *et al.*, 2007) : les marchés de proximité, qui occupent une place de choix dans la commercialisation de leurs productions agricoles (figure 1). Ce sont des « lieux de commercialisation où se rassemblent des producteurs locaux pour vendre leurs produits à des acheteurs locaux » (Sabourin *et al.*, 2002). La participation aux marchés de proximité est basée sur deux motivations : le désir de rencontrer d'autres personnes et celui de faire connaître et redistribuer ses produits locaux. Les prix pratiqués peuvent être différents selon la capacité financière de l'acheteur (touriste, famille, client fidèle, etc.). C'est donc la nature de la relation sociale qui détermine la valeur de la transaction et non pas uniquement la valeur marchande du produit. On différencie les marchés communaux, les marchés de tribu et les étals de bord de route qui trouvent leur origine, dans des pratiques anciennes de prestations réciproques sur des lieux de trocs de produits de la mer et de la terre entre des clans pêcheurs et des clans agriculteurs (Sabourin *et al.*, 2002). Les volumes mobilisés sur chaque marché sont restreints (quelques dizaines de kilogram-

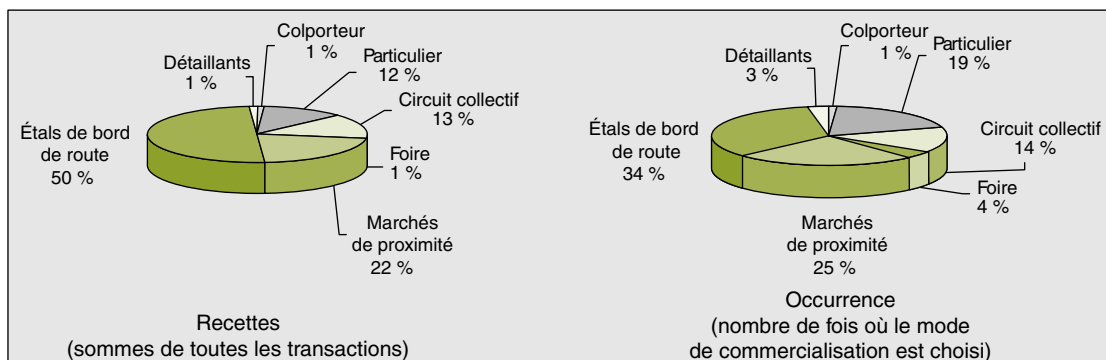


Figure 1. Les différentes formes de commercialisation chez les ménages mélanésiens (Bouard *et al.*, 2006).

Figure 1. Different ways of marketing in Melanesian households (Bouard *et al.*, 2006).

mes de produits par semaine) mais à raison d'une fréquence hebdomadaire, ce sont plusieurs tonnes par an et par marché qui peuvent être écoulées. Cependant, malgré leur développement (en 2001, 180 marchés sur les trois communes concernées par le programme (Sabourin *et al.*, 2002)), ces marchés de proximité peuvent se saturer très vite par rapport à l'augmentation du niveau de production prévue suite au programme de développement (500 tonnes par an, projection réalisée à partir des chiffres du programme et des références agronomiques locales).

Une voie complémentaire de commercialisation est proposée par les pouvoirs publics depuis plusieurs années : les contrats de production (entre les producteurs et une coopérative), mais elle peine à se développer. Il existe aussi des formes de commercialisation plus informelles par lesquelles transite une part de la production (*figure 1*) : les ventes directes à des particuliers et les foires.

Enfin, la nature vivrière de la majorité des productions amène à s'interroger sur le potentiel de valorisation marchande de ces produits. En effet, une partie non

négligeable de la production vivrière est utilisée pour les dons (*figure 2*). L'agriculteur s'appuie donc sur des logiques complexes pour construire une stratégie diversifiée entre commercialisation et redistribution. C'est dans ce contexte que les participants aux ateliers considéraient comme problématique la future mise en marché de l'augmentation de leurs productions.

Le jeu de rôles Ne Jènä

Un objectif exploratoire

La méthode des JdR est utilisée ici comme un moyen de formaliser une représentation simplifiée de la réalité, qui est ensuite mise en mouvement par les « joueurs ». Les séances de jeu sont de véritables simulations de ce qui se passe sur les marchés, puis de ce qui pourrait se passer avec une augmentation des productions. La technique de JdR qui met en situation de joueurs des producteurs, consommateurs et parfois des vendeurs permet de

formaliser les stratégies des acteurs, en les laissant exprimer les comportements qu'ils souhaitent tester. Le premier objectif consiste à mieux comprendre les logiques qui sous-tendent les choix des agriculteurs face à la complexité des facteurs à prendre en compte (obligations sociales, diversité des types de circuits, contrainte du transport).

Ensuite, l'outil JdR offre une représentation qui véhicule un point de vue, ici le nôtre, occidental. En effet, la construction de JdR intègre une dimension temporelle linéaire (des pas de temps, des tours de jeu) qui se révèle utile pour sensibiliser ceux qui souhaitent s'investir dans un projet agricole de type marchand de par la projection dans le temps qu'implique la dimension prospective de l'agriculture marchande.

L'objectif est donc doublement exploratoire : améliorer la connaissance de la mise en marché en milieu mélanésien tout en aidant les agriculteurs-joueurs à mieux cerner les enjeux et les contraintes d'une intensification de la commercialisation.

Le jeu de rôles

Le JdR porte sur les diverses valorisations possibles des ignames entre la vente, l'autoconsommation et les dons coutumiers. L'igname a été préférée aux taros et aux bananes parce qu'elle présente une plus grande valeur symbolique en Nouvelle-Calédonie et reste ainsi le produit le moins commercialisé par les ménages mélanésiens (*figure 2*).

Cependant, la production d'ignames, y compris pour la commercialisation, est l'une des plus développée parmi les produits vivriers. Il existe une demande des populations kanak citadines mais aussi de la population d'origine européenne où la consommation d'ignames se répand. Des groupements de producteurs d'ignames spécialisés sont apparus ; le produit est qualifié de prometteur par les services techniques de l'agriculture et sa production est appuyée dans le cadre du programme de développement rural. Dans ce contexte, la plus faible commercialisation de l'igname par rapport aux autres produits (*figure 2*) semble caractéristique des difficultés de mise en marché de produits d'origine vivrière rencontrées par les producteurs kanak.

Les ateliers du jeu se déroulent en deux temps : ils commencent par la construction collective des règles du jeu. Les producteurs précisent différents lieux de vente, les prix pratiqués, les qualités

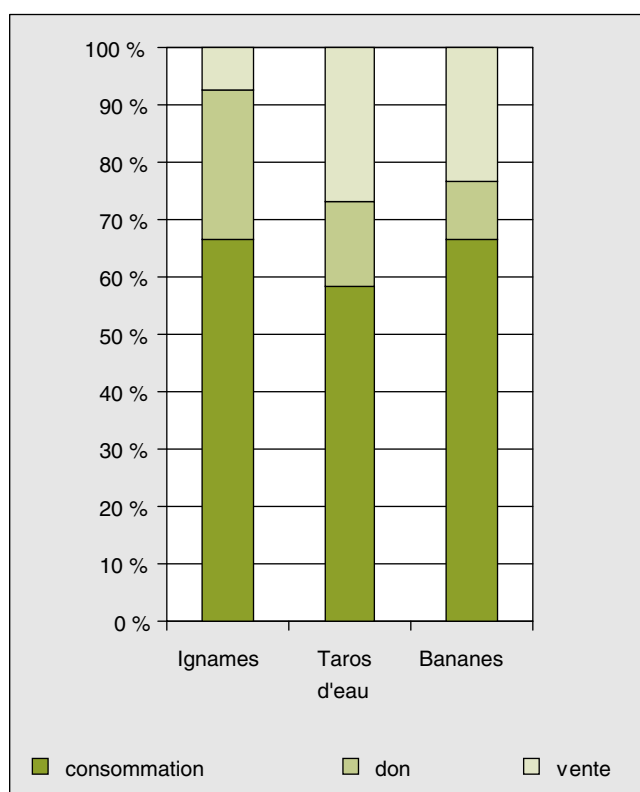


Figure 2. Utilisation des trois principaux produits du système de production mélanésien (Bouard *et al.*, 2006).

Figure 2. Use of the three main products in the Melanesian production system (Bouard *et al.*, 2006).

d'ignames proposées ainsi que les probabilités de vente et la quantité maximale d'igname qui peut être vendue. Chaque forme de commercialisation est matérialisée par une étoffe de couleur et une affiche sur laquelle sont ensuite notées les données des producteurs.

Ensuite, l'atelier se poursuit par la simulation proprement dite où chaque acteur joue le rôle d'un agriculteur, déterminé par trois éléments : une quantité d'igname définie et variable selon le joueur (10 kg d'igname sont matérialisés par une allumette, la qualité d'ignames étant matérialisée par la couleur de l'allumette), une famille à nourrir - de taille variable selon le joueur -, des cérémonies coutumières à assurer (événements aléatoires du jeu). Ces critères ont été calibrés en amont des ateliers à partir des enquêtes. La simulation se déroule sur 6 mois, depuis la récolte de l'igname (avril) jusqu'à la préparation de la parcelle de l'année suivante (septembre). Le pas de temps est de 1 mois.

Le but fixé au joueur est d'assurer les besoins de sa famille et les cérémonies coutumières. Pour suivre la consommation et les dons, chaque joueur dispose d'un pot appelé « marmite » pour les ignames autoconsommées et d'un pot « coutume » pour les ignames données. Chacun construit sa stratégie entre vente sur les différents marchés, vente à la coopérative, ne pas vendre, autoconsommer, donner beaucoup ou peu aux cérémonies coutumières. À la fin du premier tour de jeu, les producteurs dressent un bilan : ont-ils rencontré des difficultés et ont-ils suffisamment de semences pour la saison suivante ?

Travaillant dans le cadre d'une démarche de modélisation d'accompagnement, le jeu évolue par des allers-retours entre les ateliers, les enquêtes et la conceptualisation du jeu. Le pas de temps a, par exemple, été allongé à 2 mois pour garantir l'arrivée régulière d'événements imprévus et raccourcir ainsi le temps d'une séance de jeu. De même, les règles du jeu ont aussi évolué. Il est apparu que le prix n'influence pas directement les probabilités de vente. Ainsi, plutôt que de fixer une probabilité de vendre dans chaque lieu de vente et applicable à chaque joueur-vendeur, cette probabilité a simplement été reliée à chaque lieu de commercialisation donné mais pour tous les joueurs-vendeurs présents sur ce lieu qui se partagent ensuite les invendus. On est ainsi dans la logique locale de redistribution des invendus et des revenus, très

courante sur les marchés de proximité (cf. les bingos in Sabourin *et al.*, 2007).

Ne Jénä : un support de discussion des différentes représentations de l'igname

Lors de la première phase de jeu, les producteurs ont différencié les « vraies ignames » des « belles ignames ». Les « vraies ignames » sont les variétés cultivées depuis longtemps à la tribu et omniprésentes dans les échanges coutumiers. Les « belles ignames » ont intégré plus récemment les systèmes de cultures et de redistribution kanak ; leur nom vient de leur belle présentation (rarement déformée). En outre, il est apparu que le prix des ignames sur les marchés de proximité était fixé sans variation dans l'année et qu'il n'avait pas d'influence sur les probabilités de vente des produits.

Suite aux JdR, des entretiens individuels ont confirmé qu'il n'y a pas de distinction de prix entre les deux qualités d'igname alors que les « vraies ignames » sont plus recherchées. Le jeu a ainsi souligné un paradoxe économique : il existe une diversité du produit igname, des variétés et des qualités qui ont des utilisations bien différentes. Cependant, cette diversité n'a pas de traduction commerciale : il n'y a pas de lien entre la valeur que peut avoir une igname pour la coutume et la valeur qu'elle pourrait alors avoir sur le marché. Les valeurs sociales des produits comme l'état de la demande n'ont pas d'impact sur les prix de vente. Comme l'ont montré Sabourin *et al.* (2002 ; 2007), sur les marchés de proximité les fonctions sociales et culturelles sont indissociables des fonctions économiques. L'absence de valorisation de la qualité d'une « vraie igname » peut alors être interprétée comme une façon de respecter les pratiques de réciprocité et les valeurs sociales de justice, d'équité qui y sont liées. La tendance à fixer un prix unique peut en effet être interprétée comme un moyen de compenser les asymétries entre producteurs en termes de qualité et ainsi limiter les effets négatifs de la concurrence et les processus d'exclusion qui pourraient en découler.

Ensuite, les stratégies des joueurs au cours des simulations étaient basées sur la souplesse et l'alternance entre les lieux de commercialisation (des marchés communaux, la coopérative, le colporteur, etc.) et les joueurs ont été nombreux à jouer sur les marchés de proximité.

Enfin, autre illustration de ces stratégies alliant échange marchand et redistribution, le jeu a montré un phénomène non repéré dans les travaux antérieurs : un plébiscite pour les foires agricoles. Ce sont des événements à l'échelle de la commune ou d'un terroir, où chacun amène des produits à vendre. L'individu participe à ces journées pour montrer son soutien aux initiatives locales, valoriser les produits de son terroir, même si en termes de recettes, les foires ne sont pas des lieux de commercialisation très importants (figure 1), les quantités vendues pendant ces événements ne sont pas négligeables avec près de 70 kg de tubercules par ménage participant et par foire (moyenne sur l'échantillon de 60 ménages). En outre, l'organisation collective qu'impliquent ces événements et la nécessité d'anticiper les quantités de produits à proposer en font des lieux d'apprentissage collectif par l'action.

Ces événements, plus que les marchés de proximité, sont l'occasion de créer des relations avec de nouveaux clients en dehors des réseaux sociaux habituels. On pourrait dire que ces foires sont une étape de plus vers la commercialisation, même si ce sont des lieux où valorisation marchande et non marchande restent liées.

Le JdR a ainsi permis de souligner des dynamiques qui étaient difficiles à appréhender, en particulier dans un contexte où les données sur les circuits de commercialisation sont pratiquement inexistantes. Ces circuits étant essentiellement informels, les données concernant les quantités vendues et les prix pratiqués ne sont pas recensées par les organismes de sondages classiques. Ainsi, les données proposées dans cet article issues d'enquêtes réalisées auprès de ménages complétées par le JdR ont permis de mieux appréhender les logiques complexes et non formalisées des producteurs. Elles sont basées sur la recherche d'un équilibre entre une inscription raisonnée dans le monde marchand (acquisition de revenus monétaires par la vente de produits agricoles) et le maintien d'un cadre social et culturel (pratiques d'échanges et de réciprocité sur les marchés de proximité, respect des valeurs sociales de justice, d'équité et de partage

par l'absence de valorisation commerciale de la valeur symbolique des « vraies ignames »). La recherche de cet équilibre s'exprime à deux niveaux : sur chaque lieu de commercialisation et dans l'alternance entre les différentes formes de commercialisation.

Vers la construction d'une vision partagée de l'agriculture mélanésienne

Diversité des visions de l'agriculture et inadéquation des messages techniques

Les outils de dialogue utilisés dans le cadre du suivi participatif ont souligné que le public touché par le projet de développement est très diversifié, avec des objectifs stratégiques différents (Bouard *et al.*, 2006). Les besoins d'appuis organisationnels et techniques sont multiples et diversifiés : de nombreux projets ne visent pas une spécialisation des producteurs dans une agriculture intensive, performante et marchande. Il existe donc un fort risque de diffuser des messages trop normatifs qui ne tiennent pas compte de la diversité et de la complexité des stratégies des producteurs. Les messages techniques à proposer à ces agriculteurs peu marchands et pluriactifs ainsi que les filières respectant les critères de qualité kanak et les pratiques d'échanges et de réciprocité sont encore à construire.

Dans ce sens, il serait intéressant de mieux caractériser les représentations de la qualité qu'ont les populations. En effet, un dialogue sur la qualité est difficilement envisageable entre un technicien, une coopérative et un agriculteur si, pour le technicien et la coopérative, une igname de qualité est une igname calibrée (issue

d'une production mécanisée) et pour un producteur, une igname de qualité supérieure est une « vraie » igname qui pour autant n'est pas vendue plus chère.

Accompagner la construction d'une vision partagée de l'agriculture kanak

Avant même de réfléchir à la définition de messages techniques et de filières, il est nécessaire de construire une vision partagée de la production des tubercules à valeur symbolique et de leur qualité. On pourrait alors envisager une construction complémentaire entre des enquêtes individuelles pour affiner la notion de qualité et le JdR qui intégrerait les différentes représentations des qualités.

Dans un premier temps, il s'agit de formaliser les différences de qualités, en terme de variétés, de pratiques culturelles et de valorisations possibles du produit. Ce travail peut être fait par des enquêtes fines réalisées auprès de producteurs d'ignames spécialisés, de techniciens mais aussi de producteurs faiblement marchands.

Ensuite, l'expérience de JdR Ne Jènä présentée ici a montré que cette technique permet le dialogue. Cependant, les expérimentations, au nombre de 3, mériteraient d'être multipliées. Il est nécessaire de reproduire les ateliers pour approfondir les premiers résultats et améliorer le jeu tout en prenant des précautions méthodologiques : allonger la durée des ateliers, laisser les joueurs choisir le nombre de semences de « vraies ignames » et de « belles ignames », etc.

Après avoir affiné les notions de qualité, le JdR pourra être utilisé comme un moyen de confronter les connaissances des producteurs et des techniciens. Il s'agit d'accompagner la construction d'une reconnaissance mutuelle des diverses valorisations d'un tubercule symbolique et de sensibiliser à des visions différentes de l'agriculture. Le JdR serait alors utilisé dans un processus de médiation, en amont d'une décision technique, pour appuyer la réflexion des différents acteurs en vue de parvenir à une représentation partagée

des problèmes que rencontrent les producteurs kanak et des voies possibles pour engager un processus de prise en charge. À terme, cette démarche, en offrant un éclairage sur les contraintes des différentes stratégies, pourrait faciliter la structuration des filières agricoles adaptées aux valeurs sociales kanak mais aussi accompagner les techniciens afin de leur permettre d'ajuster leurs messages techniques. ■

Références

- d'Aquino P, Etienne M, Barreteau O, Le Page C, Bousquet F. Jeux de rôles et simulations multi-agents. In : Malézieux E, Trébuil G, Jaeger M, eds. *Modélisation des agroécosystèmes et aide à la décision*. Collection Repères. Montpellier : Cirad éditions ; Inra éditions, 2001.
- Barreteau O, Le Page C, D'Aquino P. Role-playing games, models and negotiation processes. *J Artif Soc Soc Simul* 2003 ; 6 : 2-5.
- Barreteau O, Bousquet F, Attonaty JM. Role-playing games for opening the black-box of multi-agent systems : method and lessons of its application to Senegal River Valley irrigated systems. *J Artif Soc Soc Simul* 2001 ; 4 : 2-18.
- Bensa A, Freyss J. La société kanak est-elle soluble dans l'argent...? *Terrain* 1994 ; 23 : 11-25.
- Bouard S, d'Aquino P, Sourisseau JM, Pascutto T. *Enjeux sociaux, enjeux de développement : expérimentations de méthodes participatives spécifiques pour favoriser les transformations sociales et l'adaptation des modèles de développement à la Nouvelle-Calédonie*. Pouembout (Nouvelle-Calédonie) : IAC/SRD, 2006.
- Castella JC, Tran Ngoc T, Boissau S. Participatory simulation of land-use changes in the northern mountains of Vietnam : the combined use of an agent-based model, a role-playing game, and a geographic information system. *Ecol Soc* 2005 ; 10 : 27.
- Collectif Commod. La modélisation comme outil d'accompagnement. *NSS* 2005 ; 13 : 165-8.
- Etienne M, Le Page C, Cohen M. A step by step approach to building land management scenarios based on multiple viewpoints on multi-agent system simulations. *J Artif Soc Soc Simul* 2006 ; 6 : 2-25.
- Polanyi K. *La grande transformation : les origines politiques et économiques de notre temps*. Paris : Gallimard, [1944], 1983.
- Sabourin E, Tyuienon R. Produits, monnaie et bingo : les marchés ruraux en Nouvelle-Calédonie. *Revue du Mauss Semestrielle* 2007 ; 29 : 301-27.
- Sabourin E, Tyuienon R, Djama M. *Dynamique des marchés de proximité en Province Nord de Nouvelle-Calédonie*. Pouembout (Nouvelle-Calédonie) : IAC/SRD, 2002.