Outil : listes de contrôle relatives à la collecte de données sur les prix du marché

## BUT DE L’OUTIL

Cet outil vous aidera à planifier la collecte de données sur les prix et à la mener à bien de façon régulière et méthodique.

## UTILISATION DE L’OUTIL

L’outil consiste en deux listes de contrôle : la première devrait être utilisée avant d’aller sur le terrain et la seconde, avant de quitter le terrain.

## LISTE DE CONTRÔLE 1 – AVANT D’ALLER SUR LE TERRAIN

Vous trouverez ci-dessous la liste des principales questions à examiner lors de la planification et de la réalisation de la collecte de données sur les prix.

1. Définissez les caractéristiques des produits qui feront l’objet du suivi. Notez autant de détails que possible, car les prix peuvent varier en fonction du type/de la variété, de la qualité, de l’état, de la couleur/taille, de l’origine, du volume, de l’emballage, de la marque, etc. Choisissez les produits les plus susceptibles d’être achetés par les bénéficiaires.
   1. À chaque cycle de suivi, utilisez la même liste de produits pour le relevé des prix.
2. Choisissez des marchés dans la zone où vit la population cible. Vous devriez sélectionner cinq marchés « sentinelles », dont deux ou trois fréquentés par des communautés isolées et deux ou trois autres fréquentés par des communautés moins isolées.
   1. À chaque cycle de suivi, relevez les prix sur les mêmes marchés.
3. Désignez au moins sept ou huit commerçants (cinq détaillants et deux ou trois grossistes) sur chaque marché « sentinelle ». Il est recommandé de commencer avec un nombre plus élevé de commerçants, en raison des absences et des retraits potentiels. Si votre projet fait intervenir des agriculteurs qui vendent leurs produits, vous devriez suivre également les prix à la production.
   1. Dans les petites communautés ou les communautés isolées, il est possible qu’il n’y ait que quelques commerçants de chaque type ou pas de grossiste du tout. Interrogez les commerçants présents.
   2. À chaque cycle de suivi, relevez les prix auprès des mêmes commerçants.
4. Définissez l’unité de mesure et les volumes pour lesquels les prix sont relevés. Il peut y avoir des différences entre le commerce de gros et le commerce de détail, mais celles-ci doivent être clairement indiquées et cohérentes.
5. Renseignez-vous sur les jours de la semaine ou du mois où vos marchés cibles sont ouverts.
6. Déterminez à quelle fréquence les prix devraient être relevés. En cas de volatilité extrême, relevez les prix chaque semaine.
7. Relevez les prix à un moment précis de la journée. Évitez les heures de pointe, lorsque les commerçants seront moins disposés à interrompre leurs affaires pour répondre à vos questions.
8. Si un commerçant a l’habitude de négocier avec ses clients, demandez-lui de vous indiquer son prix de vente « moyen ».

## LISTE DE CONTRÔLE 2 – AVANT DE QUITTER LE TERRAIN

1. Vérifiez s’il y a des réponses manquantes, peu claires ou vagues et essayez de les clarifier avec les commerçants avant de partir.
2. Vérifiez la cohérence :
   1. Convertissez les prix relevés en un prix par unité uniforme.
   2. Lorsqu’un prix relevé est beaucoup plus faible ou élevé que les autres, examinez les causes possibles :
      1. Vérifiez d’abord que la conversion est correcte.
      2. Ensuite, retournez voir le commerçant qui a indiqué le prix atypique et répétez la question. Précisez bien si vous souhaitez connaître le prix de détail ou de gros, d’achat ou de vente.