



Programme
«Approvisionnement et distribution alimentaires des villes»



Collection «Aliments dans les villes»

La consommation alimentaire à Cotonou

Claire Thuillier-Cerdan et Nicolas Bricas
EC/07-96F

Référence :

Thuillier-Cerdan C., Bricas N., 1998. La consommation et la distribution alimentaire à Cotonou (Bénin). Montpellier, France,

FAO, série «Aliments dans les villes» - EC0796F

Cirad, série Urbanisation, alimentation et filières vivrières, n° 2, 44 p. (ISBN 2-87614-332-1)

Remerciements :

Ce document a été édité grâce au concours de Jean-Luc NDIAYE et Dominique LASSERRE qui en ont effectué sa relecture et sa mise en forme.

La maquette a été réalisée par Clémence JOLY et Patricia DOUCET

Les auteurs :

Claire THUILLIER-CERDAN est chercheur en géographie au Programme Agriculture Familiale du Cirad-Tera - B.P. 5035 - 34032 Montpellier cedex - France

Tel: 33 (0)467 61 56 23 Fax: 33 (0)467 61 12 23 E mail: claire.cerdan@cirad.fr

Nicolas BRICAS est chercheur en socio-économie alimentaire au Programme Agro-Alimentaire du Cirad-Amis - B.P. 5035 - 34032 Montpellier cedex - France

Tel: 33 (0)467 61 57 12 Fax: 33 (0)467 61 44 49 E mail: nicolas.bricas@cirad.fr

RESUME EXECUTIF

Cette étude de cas vise à décrire et analyser comment s'organise la distribution alimentaire à Cotonou en fonction de la dynamique des styles alimentaires. L'hypothèse centrale de cette étude est que l'organisation de la distribution alimentaire urbaine ne peut être réduite à la seule fonction de rendre les aliments accessibles dans un espace étendu et dense de population. La structuration des circuits de distribution est en effet liée au statut des différents produits dans la consommation et aux pratiques alimentaires des consommateurs.

Cette étude, structurée en trois parties, présente d'abord les principales caractéristiques des styles alimentaires des Cotonnois, présente ensuite les caractéristiques et modes de fonctionnement des différentes structures de distribution et analyse enfin les relations entre les styles alimentaires et l'organisation des structures de distribution par l'identification de leur perception par les consommateurs.

L'analyse des styles alimentaires fait apparaître quelques caractéristiques importantes de la consommation:

- l'importance des produits vivriers locaux dans la consommation et la faible part des produits importés;
- l'importance de la consommation de produits transformés locaux, adaptés aux modes de vie urbains;
- l'importance de la consommation hors du domicile qui concerne aussi bien certains repas pris dans les petits restaurants que le grignotage entre repas dans la rue;
- le rôle croissant de la femme dans la contribution au budget alimentaire;
- la répartition à part égale dans les approvisionnements entre les achats en demi-gros destinés au stockage à domicile et les achats au détail ou micro-détail;
- la part non négligeable des approvisionnements non marchands, par le biais des relations intra-familiales entre ville et campagne et par les pratiques de redistribution à l'intérieur de la ville;
- l'importance des achats réalisés hors des marchés, notamment dans la rue ou auprès de vendeuses ambulantes ou à domicile;
- la faible importance des achats en boutiques ou magasins.

L'analyse de la structuration des circuits de distribution fait apparaître quelques caractéristiques intéressantes:

- L'extension du système de distribution au fur et à mesure de l'extension de la ville s'est faite, à Cotonou, par la création de marchés de quartiers, relais d'un marché de gros situé au centre de la ville: le marché Dantokpa. Parallèlement se sont multipliées, dans les différents quartiers, les activités de vente de rue et de vente ambulante.

- Le marché de Dantokpa est à la fois un marché de gros, de demi-gros et de détail pour la totalité des produits alimentaires et une grande partie des biens de consommation non alimentaires. Son rôle n'est cependant pas uniquement commercial mais aussi social.

- Les marchés de quartier sont essentiellement des marchés de revente au détail mais quelques uns tendent à se spécialiser dans certains produits et assurent alors une fonction de marché de gros complémentaire de celle du marché Dantokpa.

- La distribution hors des marchés regroupe quatre types d'activités: la vente de rue fixe, la vente ambulante, la vente permanente à domicile et la vente occasionnelle à domicile. Ce micro-commerce est souvent associé à une activité de transformation des produits ou de petite restauration.

Le fonctionnement des circuits commerciaux présente plusieurs caractéristiques importantes:

- Les relations entre agents d'une filière ne sont pas d'ordre purement commercial. Dans un contexte d'incertitudes et de risques, la confiance pour réaliser les transactions s'établit notamment par le biais de réseaux sociaux, par l'appartenance des acteurs à de mêmes groupes lignagers, ethniques, géographiques ou religieux.

- Ce mode de relations n'est cependant pas pour autant exclusif. Les acteurs ne sont pas uniquement reliés par des relations interpersonnelles. Ils partagent des règles de mesure des poids et volumes communes à de nombreux réseaux. Ils sont, dans certains cas, en véritable situation de concurrence.

- Nombre de commerçants ne sont pas exclusivement spécialisés sur un type de produit. Les grossistes comme les détaillantes diversifient leurs activités pour faire face aux risques et tirer partie des décalages de calendrier de la production agricole.

L'analyse des relations entre les styles alimentaires et la structuration des différents circuits de distribution permet de tirer, pour chacun d'eux, certaines conclusions:

- Le marché Dantokpa est fréquenté régulièrement mais plus ou moins fréquemment par tous les Cotonnois. Il est d'abord perçu comme un marché offrant une diversité, une qualité et des prix permettant des achats en demi-gros de produits destinés à être stockés à domicile. Son rythme de fréquentation dépend de la disponibilité monétaire des familles qui doit être suffisante pour justifier le coût du transport entre le domicile et le marché, de la capacité de stockage des familles et du temps disponible.

- Les marchés de quartier sont surtout fréquentés pour des achats d'appoint et pour des achats de produits périssables. Ils constituent aussi un des principaux lieux d'achat des populations défavorisées dont les revenus sont trop faibles ou trop fractionnés et qui résident souvent trop loin du centre de la ville pour accéder régulièrement au marché Dantokpa.

- Les vendeuses de quartier assurent à la fois une fonction de vente au détail pour les produits d'appoint et de vente des produits transformés pour lesquels les exigences de qualité des consommateurs sont fortes. La confiance dans la qualité est alors assurée par des relations de proximité non seulement géographique mais aussi sociale.

En conclusion de cette étude de cas sont proposées des recommandations pour la conception de programmes d'actions visant à améliorer les systèmes de distribution alimentaire des villes. Ces programmes doivent être replacés dans le cadre des stratégies visant à améliorer la sécurité alimentaire des populations, notamment défavorisées, à accompagner le rôle d'entraînement que jouent les villes sur le développement agricole local et à favoriser la création et la durabilité des emplois et des revenus.

SOMMAIRE

Avant-propos	6
Introduction	8
1. Les principales caractéristiques des styles alimentaires des Cotonois	10
<i>1.1. Les produits consommés</i>	<i>10</i>
<i>1.2. Les plats préparés</i>	<i>11</i>
<i>1.3. L'organisation des repas</i>	<i>13</i>
<i>1.4. Les pratiques d'approvisionnement</i>	<i>15</i>
a) La répartition des responsabilités au sein de la famille.....	15
b) Les modes et lieux d'approvisionnement	16
2. La distribution alimentaire à Cotonou	20
<i>2.1. Historique de l'évolution spatiale de la distribution alimentaire</i>	<i>20</i>
<i>2.2. Typologie des structures de distribution</i>	<i>20</i>
a) Le marché de gros : Dantokpa.....	21
b) Les marchés secondaires et les marchés de quartier	23
c) La distribution alimentaire hors des marchés	25
<i>2.3. Le fonctionnement des structures de distribution et les pratiques des commerçants</i>	<i>29</i>
a) Le fonctionnement du commerce de gros.....	30
b) Le fonctionnement du commerce de détail.....	32
c) Les stratégies de relations entre les agents commerciaux	33
3. La perception des structures de distribution par les consommateurs	36
<i>3.1. La perception du marché Dantokpa</i>	<i>36</i>
<i>3.2. La perception des marchés de quartier</i>	<i>37</i>
<i>3.3. La perception des vendeuses de quartier</i>	<i>38</i>
<i>3.4. La perception des boutiques de quartier</i>	<i>39</i>
Conclusions	40
Bibliographie	42
Annexe : Liste des tableaux et des cartes	44

AVANT-PROPOS

Le présent document a été élaboré dans le cadre du Programme sous-régional « Approvisionnement et distribution alimentaire des villes de l'Afrique francophone » de la FAO (projet GCP/RAF/309/FRA), dont il constitue une étude de cas.

Une partie importante des travaux exposés dans ce rapport est issue d'une recherche doctorale réalisée par Claire THUILLIER-CERDAN au Cirad en collaboration avec la Faculté des sciences agronomiques de l'Université Nationale du Bénin¹.

Une partie des résultats de ce travail a été également publié dans l'article :

Cerdan C., Bricas N. et Muchnik J., 1995. Organisation alimentaire urbaine ; l'approvisionnement de Cotonou en produits vivriers. *Les Cahiers de la Recherche Développement*, (40) : 76-97.

¹ Thuillier-Cerdan C., 1997. Organisation alimentaire urbaine au Bénin : l'approvisionnement de Cotonou en produits vivriers. Thèse de Doctorat en Géographie et Pratiques du Développement, Université Paris X-Nanterre, France, 269 p.

INTRODUCTION

Ce document vise à décrire et analyser comment s'organise la distribution alimentaire à Cotonou en fonction de la dynamique des styles alimentaires. L'hypothèse centrale de cette étude est que l'organisation de la distribution alimentaire urbaine ne peut être réduite à la seule fonction de rendre accessibles les aliments dans un espace étendu et dense de population que constitue la ville. La structuration des circuits de distribution est en effet liée au statut des différents produits dans la consommation et aux pratiques alimentaires des consommateurs. La compréhension des rôles complémentaires que jouent ces différents circuits ne peut se faire sans comprendre l'importance relative des produits dans la consommation et l'organisation des pratiques d'approvisionnement, de transformation des produits, de préparation des plats et de prise des repas des consommateurs.

Cette étude de cas ne vise donc pas à présenter comment s'organisent les circuits d'approvisionnement de la ville en produits alimentaires en provenance des zones locales de production agricole ou du marché international. Elle se centre davantage sur ce qui se passe à l'intérieur de la ville. Elle ne vise pas non plus à analyser la performance économique des différents circuits de distribution. Cette question a déjà fait l'objet de diverses études et il s'agit plus d'apporter un éclairage complémentaire sur l'organisation alimentaire urbaine.

Du point de vue méthodologique, cette étude s'appuie sur une analyse des données d'enquêtes réalisées au Bénin par différentes institutions : l'Institut national de la statistique et de l'analyse économique (INSAE) pour l'enquête budget consommation de 1986-1987 et le Département de géographie et d'aménagement du territoire de la Faculté des lettres, arts et sciences humaines de l'Université Nationale du Bénin et la

Faculté des Sciences Agronomiques de la même université.

En collaboration avec cette dernière Faculté, le Département des systèmes agro-alimentaires et ruraux du Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (CIRAD-SAR) a réalisé un travail de recherche sur l'organisation alimentaire de Cotonou entre 1991 et 1994. Ce travail a conduit à réaliser diverses enquêtes par questionnaires et entretiens approfondis auprès de consommateurs, de différents types de commerçants (grossistes, détaillants, etc.) et d'artisanes transformatrices de produits alimentaires. Une partie des résultats de ce travail est présentée dans cette étude. Les aspects méthodologiques relatifs à chacun des types d'investigation sont présentés en tête des trois chapitres concernés.

1. L'analyse des principales caractéristiques des styles alimentaires des Cotonois. Cette partie présente la structure de l'alimentation en terme de produits consommés puis décrit les pratiques de préparation, d'organisation des repas et d'approvisionnement.

2. La distribution alimentaire à Cotonou. Après un bref rappel de l'historique de l'évolution spatiale de la distribution alimentaire, cette partie présente les caractéristiques des différents types de structures de distribution puis leur fonctionnement et les pratiques des commerçants.

3. La perception des structures de distribution par les consommateurs permet d'analyser les relations entre les styles alimentaires des Cotonois et l'organisation de la distribution.

En conclusion sont proposées des recommandations dans la perspective de la conception de programmes d'actions visant à améliorer les systèmes de distribution alimentaire des villes.

1. LES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DES STYLES ALIMENTAIRES DES COTONNOIS

Pour comprendre les caractéristiques et le fonctionnement de l'organisation alimentaire de Cotonou, de son système d'approvisionnement et de distribution, il est nécessaire tout d'abord de caractériser les styles de consommation de sa population. Par style alimentaire, on entend ici, aussi bien les produits consommés que les pratiques d'approvisionnement, de préparation des plats et de prise de repas. Dans cette approche, l'analyse de ce que les gens mangent importe autant que celle de la façon dont ils s'organisent pour le faire.

1.1. Les produits consommés

Au Bénin, on distingue classiquement trois régimes agro-nutritionnels ruraux :

- **Au nord du pays**, dans les parties nord de l'Atacora et du Borgou, la base amyliacée est dominée par le sorgho et le mil et complétée par l'igname. Les protéines sont apportées par les légumineuses et la viande.
- **Au sud**, dans les régions du Mono, de l'Atlantique, de l'Ouémé et du sud du Zou, dominé par le maïs et le manioc, la consommation de graines oléagineuses est significative. Les protéines sont apportées par les légumineuses et le poisson.
- **Au centre**, dans la partie nord du Zou et les parties sud de l'Atacora et du Borgou, considéré comme « intermédiaire », l'igname, le maïs et le manioc occupent une place importante mais on trouve encore du sorgho. La consommation d'oléagineux est également significative. Les protéines sont apportées par les légumineuses, le poisson et la viande.

Le régime agro-nutritionnel urbain de Cotonou est marqué par l'influence du modèle rural du sud du fait de l'importance de la population originaire de cette zone qui réside dans la capitale béninoise. Mais ce modèle urbain subit également d'autres influences par le biais des populations originaires des zones nord et centre et par la présence du port

ouvert sur le marché international qui facilite la pénétration de produits importés. Le régime agro-nutritionnel de Cotonou apparaît donc plus diversifié qu'en milieu rural : les bases amyliacées consommées sont le maïs et le riz pour les céréales et le manioc et l'igname pour les racines et tubercules. La consommation d'oléagineux est significative. Les protéines sont apportées par les légumineuses, le poisson et la viande. Divers produits alimentaires apparaissent plus spécifiquement consommés en milieu urbain comme le blé, les conserves, les produits laitiers stabilisés.

Il n'existe pratiquement pas de données pour quantifier la part relative de ces produits dans la ration moyenne des Cotonnois et les estimations, lorsqu'elles ont été tentées, diffèrent sensiblement d'une source à l'autre. Les estimations de quantités consommées établies à partir des données sur les dépenses de l'enquête budget consommation de 1986-1987 sont difficilement utilisables car elles ne prennent en compte que les quantités destinées à la préparation à domicile et ne tiennent donc pas compte de la consommation de produits ou plats déjà préparés (restauration, alimentation de rue).

Pour appréhender l'importance relative des différents types de produits dans l'alimentation des Cotonnois, on peut analyser la structure de leurs dépenses alimentaires. Le tableau 1 présente les résultats agrégés de l'enquête budget-consommation de 1986-1987.

Tableau 1. Structure des dépenses alimentaires à Cotonou
(en pourcentage des dépenses alimentaires totales)

Céréales	28,4
<i>riz</i>	7,7
<i>maïs et produits dérivés</i>	7,2
<i>blé et produits dérivés</i>	6,6
<i>autres produits céréaliers</i>	6,9
Racines et tubercules	4,6
Légumineuses	2,0
Légumes	7,7
Produits animaux	30,8
<i>poissons et crustacés</i>	16,5
<i>viandes</i>	4,7
<i>produits laitiers et oeufs</i>	7,6
<i>graisses animales</i>	2,0
Noix, amandes et huiles végétales	9,8
Condiments et épices	3,8
Fruits	2,1
Sucre et produits sucrés	1,1
Boissons, stimulants et tabacs	7,9
Mouture des céréales et condiments	1,8
TOTAL	100,0
Dépenses alimentaires/dépenses totales	46 %

Source : INSAE (1994)

Ces données font apparaître l'importance de la consommation de produits locaux à Cotonou malgré l'ouverture de cette ville sur le marché international du fait de la présence du port et de l'histoire de la ville. Plus des deux tiers des achats alimentaires concernent en effet des produits de l'agriculture de la pêche ou de l'élevage locaux. Le marché de Cotonou représente un débouché important pour la production vivrière du pays et induit de ce fait de multiples circuits d'approvisionnement de la campagne vers la ville.

Il est d'autre part intéressant de noter que plus de la moitié (52 %) des dépenses alimentaires sont consacrées à l'achat de produits frais : céréales sous forme de pâtes fermentées, racines et tubercules, légumes, produits animaux, fruits. Ceci a des conséquences importantes pour l'organisation des circuits d'approvisionnement et de distribution alimentaires de la ville.

Une autre classification des dépenses de produits alimentaires pour la même

enquête fait apparaître qu'à Cotonou près de la moitié (41,2 %) des dépenses alimentaires totales sont consacrées à l'achat d'aliments transformés. Sous cette rubrique sont regroupées les dépenses en plats de riz, bouillies de céréales, pâtes fermentées de maïs (*akassa* notamment), semoule de manioc (*gari*), divers autres produits transformés à base de racines, tubercules et légumineuses, les huiles, conserves, boissons, etc.

1.2. Les plats préparés

Le premier passage de l'enquête budget-consommation de 1986-1987 a permis de préciser la nature des aliments utilisés par les Cotonnois. Les résultats sont présentés au tableau 2.

Il apparaît ainsi que sur les sept jours sur lesquels a porté l'enquête, les ménages ont préparé à domicile en moyenne 1,85 plat par jour complété par des plats préparés ou des produits supplémentaires, achetés pour les trois quarts d'entre eux, à raison de 3,65 produits par jour. Autrement dit, sur les 5,49 produits utilisés par jour et

Tableau 2. Nature des aliments utilisés par les ménages de Cotonou
(en nombre de produits ou plats/ménage/jour)

	Préparations domestiques	Suppléments achetés ou reçus		Total
		Plats préparés	Produits bruts	
Matin	0,24	1,79	0,34	2,37
dont pâte, purée	25 %	55 %		
dont bouillies	19 %	20 %		
dont pain	0 %	14 %		
dont sauces	12 %	3 %		
dont boissons	36 %	0 %		
dont autres	8 %	8 %		
Midi	0,68	0,57	0,2	1,45
dont pâte, purée	54 %	62 %		
dont sauces	36 %	14 %		
dont autres	10 %	24 %		
Soir	0,77	0,58	0,17	1,52
dont pâte, purée	56 %	61 %		
dont sauces	32 %	12 %		
dont autres	12 %	27 %		
non précisé	0,15			0,15
Total en nombre	1,85	2,94	0,71	5,49
Total en %	33,6 %	53,5 %	12,9 %	100 %
Total en kg/j	5,78	1,47	0,24	7,49
Total en %	77,2 %	19,6 %	3,2 %	100 %

Source : Nos calculs à partir des données INSAE (1992)

par ménage seuls un tiers d'entre eux sont cuisinés à domicile mais ils représentent cependant plus des trois quarts des quantités d'aliments consommés.

Ces résultats mettent en évidence l'importance des préparations alimentaires marchandes dans la consommation des Cotonnois. Soulignons que n'est pas prise en compte dans ces données, la consommation hors du domicile, dans les restaurants populaires ou dans la rue. La distribution des produits alimentaires à Cotonou ne concerne donc pas que des produits bruts mais également une grande diversité de produits préparés prêts à

consommer ou combinés sous forme de plats cuisinés.

La majorité des préparations, qu'elles soient faites à domicile ou achetées, relèvent d'une structure de plat ou s'associent une base amylacée (céréale, racine ou tubercule) et une sauce à multiples ingrédients (légumineuses, produits animaux, corps gras, légumes, condiments). Cette structure que l'on retrouve dans la plupart des pays africains a des conséquences importantes sur la gestion des budgets alimentaires et les modalités d'acquisition des produits.

1.3. L'organisation des repas

La journée alimentaire s'organise autour de trois principaux moments de consommation : au lever du jour, à midi, et le soir. Le tableau 3 indique la répartition des rationnaires selon leur participation aux différents repas.

Ces données, issues de l'enquête budget-consommation de 1986-1987, concernent l'ensemble du Bénin, les informations sur ce point pour Cotonou n'étant pas disponibles. On sait seulement que, en moyenne sur les trois repas, la part des rationnaires cotoinois qui prennent leurs repas à domicile est moins élevée que pour l'ensemble du Bénin : 65,3 % à Cotonou contre 70,5 % pour l'ensemble du pays. La consommation hors du domicile, en particulier dans la rue ou dans les petits restaurants est plus élevée à Cotonou. Ainsi, pour une dépense alimentaire hebdomadaire moyenne par ménage de Cotonou de 4145 FCFA, on sait que 1091 FCFA, soit plus du quart (26,3 %), sont consacrés aux dépenses de restauration et d'alimentation de rue.

Ces données mettent en évidence des différences d'organisation des repas selon les moments de la journée.

Le repas du matin est celui qui enregistre le moins de rationnaires à domicile : près de la moitié d'entre eux ne prennent pas ce repas à la maison et près du quart déclarent ne pas prendre de petit déjeuner. Pour ces derniers, ceci ne signifie pas l'absence de prise alimentaire le matin. A Cotonou, nombre de travailleurs partent de chez eux sans manger puis se restaurent dans la rue ou dans de petits restaurants en milieu de matinée. Ces consommateurs sont à rapprocher de ceux qui déclarent prendre

un repas du matin à l'extérieur.

A noter que ceux qui prennent leur petit déjeuner à domicile achètent fréquemment des pâtes, des bouillies ou d'autres préparations à des vendeuses ambulantes qui passent de maisons en maisons dès 7 heures du matin. L'importance de cette pratique est révélée par les données du tableau 2 où l'on observe que sur 2,37 produits consommés le matin, 1,79 est constitué de plats préparés hors du domicile dont les trois quarts sont des pâtes ou des bouillies à base de céréales surtout mais aussi de légumineuses et de racines et tubercules.

Les horaires du repas de midi sont assez variables. Autrefois consommé vers 15 heures à la sortie des bureaux, ce repas est aujourd'hui plutôt pris entre 12 et 14 heures depuis le retour aux horaires non continus dans les administrations. La consommation hors du domicile reste significative puisqu'elle concerne environ une personne sur huit.

Le repas du soir est consommé une fois la nuit tombée. Il rassemble plus qu'aux autres moments de la journée les membres de l'unité de consommation puisque seuls environ 14 % des personnes déclarent ne pas avoir pris ce repas à domicile.

L'organisation des repas rythme donc l'activité commerciale. Les achats de produits pour les préparations domestiques s'effectuent essentiellement le matin en vue de la préparation des repas du midi et du soir. La vente de produits ou plats prêts à consommer dans la rue ou dans les restaurants commence dès le matin et se poursuit jusque dans l'après-midi. Elle est moindre le soir, occasion principale des repas familiaux.

Tableau 3. Répartition des rationnaires selon leur participation aux repas au Bénin
(en pourcentage)

	N'a pas mangé	A mangé à domicile	A mangé à l'extérieur	Autre	Total
Matin	24,2	55,2	15,9	4,7	100
Midi	11,9	70,6	12,1	5,4	100
Soir	6,9	85,9	3,0	4,2	100
moy. 3 repas	14,3	70,5	10,3	4,9	100

Source : INSAE (1992)

Entre ces repas, il faut mentionner l'importance de la consommation de produits ou préparations spécifiques, phénomène particulièrement développé en milieu urbain et notamment à Cotonou. Les résultats du premier passage de l'enquête budget consommation de 1986-1987 permettent de préciser les caractéristiques de cette consommation. Ces résultats sont présentés au tableau 4.

Cette pratique de consommation entre les repas touche l'ensemble de la population urbaine et notamment les enfants comme une récente enquête sur ce groupe de population a pu le montrer. Chauliac *et al.* (à paraître) indiquent ainsi que sur 240 enfants scolarisés en quatrième année d'école primaire à Cotonou, 218 soit 90,8 % d'entre eux déclarent disposer régulièrement d'un pécule pour acheter des aliments à des vendeuses accréditées de leur école ou dans la rue. La moyenne du montant hebdomadaire de ce pécule est de 250 FCFA par enfant (avril, mai 1994).

D'une façon générale, la consommation de préparations marchandes, que ce soit à domicile après achat, dans la rue, sur le lieu de travail, à l'école ou dans les petits restaurants apparaît une caractéristique importante des styles alimentaires des Cotonnois. Par ce biais, la population accède à des aliments que les contraintes de la vie urbaine ne lui permettent pas de

préparer ou de consommer à domicile. Pour les populations défavorisées, ce mode d'alimentation constitue souvent un moyen de se nourrir à faible coût.

Tableau 4. Caractéristiques de la consommation entre les repas à Cotonou

Nombre de produits/ménage/j.	1,87
dont plats préparés	1,0 (53,5 %)
dont produits bruts	0,87 (46,5 %)
Dépense moyenne en produits d'entre-repas par personne et par jour	
Plats préparés	6,8 FCFA
Produits	3,4 FCFA
Total	10,2 FCFA
Mode d'obtention des produits d'entre-repas	
Achats 75,5 %	
<i>Achats dans la rue</i>	42,2 %
<i>Achats à vendeurs ambulants</i>	8,4 %
<i>Autres achats</i>	24,9 %
Reçus en cadeau	13,3 %
Prélevés sur stocks	7,8 %
Lieux de consommation	
A domicile	68,8 %
Sur lieu de travail ou à l'école	13,1 %

Source : Nos calculs à partir des données INSAE (1992)

1.4. Les pratiques d'approvisionnement

Deux points importants méritent d'être soulignés à propos des pratiques d'approvisionnement. Le premier concerne la répartition des responsabilités au sein de la famille pour l'acquisition des aliments ; le second concerne les modes et lieux d'acquisition de ces aliments. Les entretiens approfondis que nous avons réalisés en février 1993 auprès de 25 familles de Cotonou soit 183 personnes, et les résultats de l'enquête budget consommation de 1986-1987 apportent des informations sur ces deux points.

a) La répartition des responsabilités au sein de la famille

L'organisation de la gestion des approvisionnements alimentaires dans les familles de Cotonou révèle à la fois une continuité et des changements par rapport aux pratiques du milieu rural.

«Dans le passé, la femme avait un rôle prépondérant dans la sphère domestique car elle devait accomplir les tâches ménagères qui exigeaient alors beaucoup de temps (la corvée d'eau, la mouture du grain, elle avait aussi le devoir d'aider son mari au champ...). Un changement récent (une vingtaine d'année) a impliqué une participation accrue de la femme dans la vie économique du ménage» (ALBERT, 1993). En effet, en plus de ses activités domestiques, la femme est devenue exploitante agricole au même titre que l'homme. De plus, de nouveaux phénomènes ont contribué au développement d'activités féminines de commerce ou de transformation des produits agricoles pour la vente : l'accroissement des marchés locaux lié en particulier à l'urbanisation et l'amélioration des conditions d'accès à ceux-ci ; la diffusion d'équipements mécanisés permettant d'alléger le travail manuel des femmes (moulins, presses à huile, râpes à manioc ou à coco). Ces activités fournissent aux femmes des revenus monétaires nouveaux.

Ces changements ont un impact sur l'organisation de l'approvisionnement des cuisines. Autrefois, le mari donnait la totalité du produit de base pour la consommation du ménage et la femme devait se procurer les condiments pour la sauce. La viande était cependant apportée par le mari puisque c'est l'homme qui traditionnellement chasse. Aujourd'hui la

viande est progressivement remplacée par le poisson qui s'achète sur les marchés locaux. La participation de la femme dans l'approvisionnement des cuisines s'est progressivement accrue et monétarisée. Les légumes autrefois cultivés dans les jardins des maisons suffisaient à préparer la sauce. Aujourd'hui, de nouveaux légumes et ingrédients (bouillon cube, concentré de tomates) sont ajoutés à la sauce et nécessitent des ressources financières pour les acquérir.

En zone urbaine la situation est évidemment différente puisque à l'exception des flux non marchands en provenance de la campagne, l'approvisionnement des cuisines est assuré essentiellement par des achats. Cela dit, le principe d'une double gestion des budgets alimentaires reste dominant.

Dans la majorité des familles interrogées, le chef de ménage, en général l'homme, remet à son épouse «la popote», allocation financière journalière ou hebdomadaire. Dans les familles à revenus irréguliers (par exemple pour les commerçants), cette somme est variable. Dans les familles à revenus réguliers, cette somme est souvent fixe sur le moyen terme mais peut faire l'objet de négociations à l'occasion d'événements (accueil de nouveaux membres dans la famille, fortes évolutions de prix, etc.). L'épouse est alors responsable de la gestion de cette «popote» avec laquelle elle doit assurer l'acquisition des aliments pour la famille.

Sur les 25 familles interrogées, 5 chefs de ménage fournissaient, en plus de l'allocation monétaire, une contribution sous forme d'achat mensuel de céréales en gros ou demi-gros. Lorsque le chef de ménage ne dispose pas de revenus monétaires réguliers, sa contribution peut prendre la forme d'apport de produits alimentaires cultivés par lui en zone périurbaine voire au village. Dans certains cas, ce stock de produits peut être remis à l'épouse au moment de leur achat. C'est elle qui en assure alors la gestion pour tenter de «tenir» jusqu'à l'achat suivant. Dans d'autres cas, ce stock reste géré par le chef de famille qui fournit alors régulièrement à son ou ses épouses la quantité nécessaire à la préparation des repas.

La femme dispose également de revenus autonomes issus de son activité extérieure (transformation, petit commerce) et complète souvent le montant de l'allocation si celle-ci est insuffisante. Elle peut également mobiliser ses propres

réseaux familiaux ou sociaux pour compléter les approvisionnements par des dons. Lorsque le chef de ménage est un homme, la femme n'assure pratiquement jamais seule l'alimentation du ménage. Enfin, d'autres membres de la famille peuvent contribuer également à l'approvisionnement des cuisines : parents des époux, enfants.

Quels que soient les modes de gestion des budgets alimentaires, la femme reste principalement responsable des préparations alimentaires domestiques même si elle est souvent aidée pour cela par une jeune fille de la famille ou une bonne. Le chef de ménage peut demander à son épouse de préparer un plat donné mais c'est elle qui reste responsable du choix et de la qualité des ingrédients qui le composent et de sa préparation culinaire.

b) Les modes et lieux d'approvisionnement

Les résultats du premier passage de l'enquête budget consommation de 1986-1987 permettent de connaître la répartition des modes d'approvisionnement des Cotonois par grands groupes de produits. Ces résultats sont présentés au tableau 5. Ils ne concernent que les aliments destinés aux préparations domestiques. La modalité «autoconsommation» signifie une production ou un élevage assuré par la famille elle-même ; la modalité «dons» regroupe les transferts non marchands en provenance de parents ruraux ou de

parents, amis ou voisins urbains ; la modalité «achat» signifie que les produits ont été achetés durant les sept jours de l'enquête et utilisés le jour même ; la modalité «prélèvement sur stock» regroupe des achats, des dons ou des auto-productions qui ont été acquis avant la période de l'enquête et utilisés durant celle-ci. La répartition de l'origine de ces stocks n'est pas disponible.

Ces données mettent en évidence globalement une répartition environ à part égale entre l'acquisition de produits en demi-gros destinés au stockage à domicile et l'acquisition au détail. Cette répartition est cependant variable selon les produits. Les aliments périssables sont plutôt acquis au détail alors que ceux de plus longue durée de conservation peuvent être stockés.

On doit également noter que la part des approvisionnements non marchands apparaît non négligeable puisqu'elle représente au minimum, sans compter l'auto-production et les dons stockés, environ 7 % des quantités d'aliments. Au travers de nos enquêtes auprès des consommateurs, les dons de produits alimentaires en provenance du village d'origine apparaissent réguliers et fréquents pour les Cotonois issus des régions rurales périphériques de la ville. Ils existent également pour les originaires de régions plus éloignées mais les dons sont alors moins fréquents.

Un traitement complémentaire des résultats de l'enquête budget

Tableau 5. Les modes d'approvisionnement par groupes de produits à Cotonou
(en pourcentage des quantités utilisées)

	auto- consommation	dons	achats	prélèvement sur stock	non déclaré	total
Céréales	10	1	23	60	6	100
Racines et tubercules	6	5	32	51	6	100
Viande	2	6	58	34	-	100
Poisson, crustacés	2	2	79	16	1	100
Huiles, oléagineux	2	2	56	35	5	100
Lait, oeufs	2	5	33	60	-	100
Fruits, légumes, et légumineuses	2	1	57	35	5	100
Total (% des quantités)	5	2	41	48	4	100
Total (% du nombre de produits)	3	1	44	50	2	100

Source : Nos calculs à partir des données INSAE (1992)

consommation de 1986-1987 portant sur les seules zones urbaines du Bénin, apporte des précisions sur les lieux d'achat par groupe de produits. Ces données sont présentées au tableau 6.

Dans ce tableau, la modalité «autres lieux» regroupe les achats faits directement au champ (0,4 % de l'ensemble des dépenses alimentaires), dans les boutiques de quartier et les magasins (2,8 %), dans les «baraques» (0,9 %), au domicile des vendeurs (4,2 %), au domicile des acheteurs (0,6 %) et dans divers autres lieux non précisés dans les tableaux de données (17,0 %). Ces derniers représentent notamment les marchés ruraux sur lesquels un grand nombre de Cotonnois vont s'approvisionner directement à l'occasion de déplacements professionnels ou privés.

Ces données révèlent plusieurs faits importants qui ont des conséquences sur l'organisation des circuits de distribution. Le premier est l'importance des achats alimentaires réalisés hors des marchés. Ils représentent 60 % de l'ensemble des dépenses alimentaires. Les achats dans la rue ou auprès de vendeurs ambulants représentent environ le tiers de l'ensemble des dépenses alimentaires. Cette répartition est cependant variable d'un groupe de produit à l'autre. Les marchés

restent des lieux privilégiés pour les achats de légumes, poissons, crustacés et viandes, autrement dit de produits de sauce périssables. A noter que la gestion des stocks de ce type de produits par les commerçants rend en principe nécessaire le recours aux chaînes de froid. La vente dans la rue fixe ou ambulante apparaît, au contraire, dominante pour les préparations alimentaires, les produits laitiers et les fruits, autrement dit pour des aliments directement consommables. On retrouve en effet probablement dans ces dépenses, celles effectuées pour la consommation sur le lieu de travail ou à l'école, notamment le matin et entre les repas et les achats de suppléments aux préparations domestiques rapportés à domicile au cours des déplacements en ville.

A noter enfin, la faible importance des achats faits dans les baraques ou boutiques de quartier ou dans les magasins d'alimentation tels les grandes ou moyennes surfaces du «secteur formel». Ces achats ne représentent que 3,7 % de l'ensemble des dépenses alimentaires et restent très faibles quel que soit le groupe de produits. Autrement dit, ce type de structure de distribution apparaît globalement fréquenté par une faible part de la population urbaine ou

Tableau 6. Répartition des dépenses alimentaires selon les lieux d'achat dans les zones urbaines du Bénin
(en pourcentage des dépenses par groupe de produits)

	Marché local	Dans la rue	Vendeur ambulant	Autres lieux	Total	Part DAT*
Céréales	25,1	30,1	11,8	33,0	100	11,0
Racines, tubercules	37,0	25,6	12,7	24,7	100	2,4
Légumineuses	28,4	32,2	15,1	24,3	100	1,9
Légumes	72,9	7,7	8,6	10,8	100	8,1
Fruits	22,4	28,5	20,6	28,5	100	1,7
Poissons, crustacés	69,7	8,8	9,5	12,0	100	16,0
Viandes	67,6	9,1	6,1	17,2	100	5,6
Produits laitiers, oeufs	15,1	37,4	14,2	33,3	100	6,3
Huiles, oléagineux	34,8	25,6	11,6	28,0	100	8,8
Condiments, épices	42,0	25,5	9,9	22,6	100	5,0
Préparations alimentaires	19,6	31,1	18,9	30,4	100	19,7
Autres aliments, boissons, tabacs						13,5
Ensemble des dépenses alimentaires	40,0	22,0	11,7	26,3	100	100

* Part des dépenses pour le groupe de produits dans les dépenses alimentaires totales (DAT)

Source : INSAE (1994)

pour des achats occasionnels.

2. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE A COTONOU

Cotonou est une ville située le long de la lagune et ouverte sur l'océan Atlantique. Les voies d'accès de cette ville sont : la mer par le port, la lagune navigable en pirogue ; les axes routiers qui traversent le pays d'Ouest en Est (Accra - Lomé - Cotonou - Lagos) et du Nord au Sud (Niamey - Malanville - Parakou - Cotonou) ; le chemin de fer qui relie Parakou à Cotonou et Porto-Novo ; et enfin les airs par l'aéroport international. Le centre de Cotonou se trouve non loin du bord de la lagune. Sous l'effet de son accroissement démographique (tableau 7), la ville, coincée entre le fleuve et la mer, s'est étendue vers l'est et l'ouest peu à peu sur les bords d'une rive, puis plus récemment de l'autre côté de la lagune, et vers le nord englobant plusieurs villages. Cette extension de l'habitat s'est accompagné d'un développement d'aménagements commerciaux pour assurer la distribution des biens et services à la population. Ce chapitre se propose de retracer brièvement l'histoire de l'évolution spatiale de la distribution alimentaire puis de présenter les principales caractéristiques de fonctionnement des différentes structures de distribution.

Tableau 7. L'évolution démographique de Cotonou

	1960	1970	1980	1990
Population de Cotonou en milliers d'habitants	70	160	351	810
Population de Cotonou en % de la population du Bénin	3,4	6,0	10,2	18,2

Source : Mukanda-Bantu (1994)

2.1. Historique de l'évolution spatiale de la distribution alimentaire

Ville du Bénin de la troisième génération, Cotonou est restée longtemps une base arrière des commerçants européens qui entreposaient leurs marchandises. En 1892, cette "ville" ne compte que quelques maisons européennes et ne dispose que d'un centre d'échange créé en 1840 appelé "Xavier Béraud" par les européens et "Tokpa" par les Béninois. Il sert alors à l'échange des produits vivriers tels que les produits maraîchers et de l'eau douce.

Après la construction du wharf (pontonnage pour le débarquement des bateaux en mer) en 1899, Cotonou connaît l'arrivée massive de main-d'œuvre. En 1912, la ville se voit attribuer des fonctions urbaines aux caractères administratifs. Elle s'étend alors du chenal à l'est vers la ligne coupant le chemin de fer à l'ouest et est limitée au nord par la lagune et au sud par l'océan Atlantique.

En 1950, Cotonou compte 20 000 habitants. Deux marchés coexistent à cette époque : le premier, municipal, se situe en pleine ville européenne et attire surtout la

clientèle des colons ; le second, "Xavier Béraud" ou «Tokpa», est devenu le marché de ravitaillement en produits vivriers et attire davantage la clientèle béninoise, non seulement strictement urbaine mais aussi régionale. Il s'étend sur deux hectares et on y compte déjà 3 000 commerçants dont le tiers ambulants et dont plus des trois quarts sont des femmes. Ces deux marchés sont les seuls officiels mais on note déjà le développement d'étalages dans les rues et sur les chantiers, et de petits marchés de nuit où des commerçantes vendent des mets préparés aux manoeuvres et ouvriers célibataires.

Aujourd'hui, ces deux marchés existent toujours bien qu'ils aient été déplacés à plusieurs reprises. Le principal marché vivrier, «Tokpa» a été transféré en 1963 à son emplacement actuel et a pris alors le nom de «Dantokpa». D'autres marchés se sont créés dans de nouveaux quartiers. Une série de cartes schématiques permet de visualiser cette évolution (Carte 1).

2.2. Typologie des structures de distribution

L'évolution de la distribution alimentaire ne se résume pas simplement en la multiplication des points de vente dans les quartiers. Elle se fonde également sur une hiérarchisation de ces marchés et sur le développement de nouvelles formes de distribution urbaine. Plusieurs types de structures de distribution peuvent être ainsi distingués dont les principales caractéristiques sont ici présentées.

a) Le marché de gros : Dantokpa

Du point de vue de la fonction d'approvisionnement et de distribution alimentaire, le marché de gros peut être défini comme un lieu qui accueille, stocke et constitue le point de départ des flux de redistribution dans la ville de différents produits alimentaires en provenance des zones de production ou des lieux de débarquement des produits importés.

Cotonou ne possède qu'un marché de ce type : le marché Dantokpa. La plupart des biens de consommation y sont centralisés en grande quantité et les semi-grossistes des marchés secondaires viennent s'y ravitailler. Mais ce marché de gros se double d'une fonction d'immense marché de détail. Tous les produits présents sur le marché peuvent être achetés aussi bien en grande qu'en micro quantités.

Cette définition du marché de gros ne révèle cependant pas toutes les fonctions de «Dantokpa». Ce marché est une ville dans la ville : il accueille tous les jours des milliers de personnes qui viennent vendre, acheter, consommer, mais aussi s'informer, discuter et se rencontrer. En ce sens, c'est un espace social très important de Cotonou.

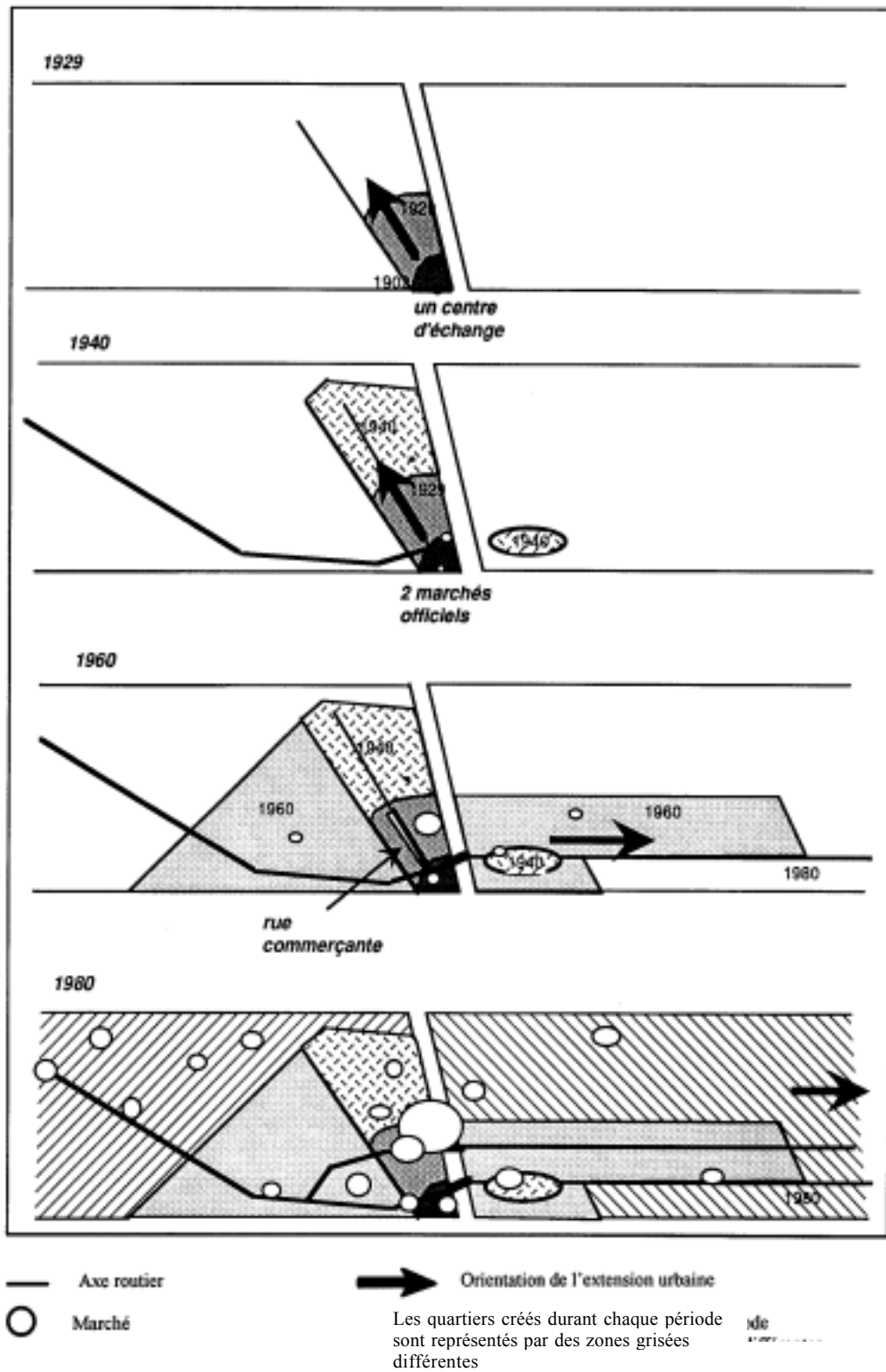
Aujourd'hui situé près du nouveau pont, le marché s'étale sur plus de vingt hectares. Entre la lagune, le pont, le

boulevard Saint Michel et le boulevard de la République, une haute bâtisse permet de le repérer de loin. Sa position dans la ville le situe au carrefour de voies d'accès terrestres, les grands boulevards, et d'accès lagunaire : un parc à pirogues est aménagé sur la rive, au pied du marché et permet le débarquement et l'embarquement de marchandises en provenance ou vers les villages du bord de la lagune.

Le marché de Dantokpa s'étale autour d'un bâtiment central en béton de quatre étages. Les «apatams», magasins en dur, boutiques en bois, abris en bois et en tôle ondulée ou simplement recouverts de bâches de plastiques sont disposés et s'agglutinent autour du bâtiment central. Légèrement excentrés, de véritables hangars en béton abritent les magasins de stockage des sacs de farine, de riz importés et de céréales locales. Ils sont desservis par les derniers parkings à camion qui n'ont pas été occupés par de nouvelles boutiques. Dans le secteur «Kpodji», Kinsonhoun (1992) a recensé 200 entrepôts dont 180 sont destinés au stockage du maïs local, les autres servant à l'entreposage d'autres céréales et du *gari*.

Officiellement ouvert tous les quatre jours, l'activité du marché est en fait quotidienne. La SOGEMA (Société de gestion des marchés autonomes) s'occupe de l'entretien des bâtiments et des accès, de la construction des nouveaux «apatams», du gardiennage et du nettoyage. Elle se charge également de collecter les taxes journalières de vente auxquels sont soumis les commerçants. Les grossistes qui possèdent des magasins et les vendeuses qui louent des boutiques paient une taxe mensuelle, les vendeuses ambulantes et celles qui ne possèdent pas de local paient une taxe journalière.

Carte 1. L'évolution spatiale de Cotonou et de ses marchés



Cent dix-huit agents sont employés par la SOGEMA pour circuler dans les différentes parties du marché, collecter les taxes et rappeler à l'ordre les mauvais payeurs. On les rencontre le matin vers 11 heures, à l'heure de la plus grosse affluence. Le gardiennage des magasins assuré par la SOGEMA étant insuffisant, les femmes d'une même zone s'associent pour payer un gardien de nuit.

Dans son ensemble, le marché de Dantokpa n'est pas spécialisé dans un type de produit : les produits vivriers locaux comme les produits importés, les produits de transformation artisanale comme industrielle, les produits manufacturés importés ou non, la pharmacopée traditionnelle, les ustensiles divers de magie ou de Vaudou, etc. peuvent être trouvés sur ce marché. Les vendeurs sont cependant regroupés par catégories de Carte 3, page 26). Leur origine est souvent un regroupement de quelques voisins qui installent des tables à la devanture d'une maison ou à l'angle d'un carrefour. S'il apparaît que ces vendeuses pionnières ont une clientèle régulière, d'autres viennent s'installer. Quand le marché atteint une taille

produits dans une même zone (Carte 2). Ainsi, le bâtiment central est réservé à la vente des produits manufacturés, des chaussures, des bijoux, des tissus, de l'alcool ; «Kpodji», du nom des troncs d'arbres posés au sol sur lesquels les sacs sont entassés pour le stockage, est une zone de vente du maïs et du *gari* en gros ; «Bossodji», qui signifie le mouton en Fon, rassemble de nombreux vendeurs de cet animal et plus généralement de viandes.

b) Les marchés secondaires et les marchés de quartier

Cotonou compte plus de 35 marchés secondaires qui représentent des relais pour la redistribution des vivres dans les quartiers. La plupart sont nés spontanément au fur et à mesure de l'évolution spatiale de la ville (relativement importante, les autorités municipales peuvent ordonner son transfert sur un lieu plus adapté, notamment si l'activité gêne la circulation. Selon leur ancienneté, leur taille et l'attention que leur a portée la municipalité, ces espaces sont plus ou moins aménagés.

Tableau 8. Recensement des commerçants vivriers des marchés secondaires par type de produits

	Maïs	Mil sorgho	Riz	Igname	<i>Gari</i>	Haricot	Arachide	Total
Gbégamey	16	12	7	7	9	18	18	87
Midombo	2	0	2	0	2	1	1	8
St Michel	5	8	6	2	5	8	7	41
Ste Cécile	6	3	3	1	5	4	4	26
Ste Rita	1	1	0	0	2	1	1	6
Wologuédé	3	2	3	0	6	4	4	22
Akpaka	12	5	2	0	13	3	3	38
PK 6	2	5	5	0	5	5	4	26
Degakon	3	3	2	0	5	4	4	21
Cadjehoun	1	1	2	0	1	1	0	6
Fifadji	3	6	6	1	6	6	6	34
Zogbo	2	1	2	0	1	1	0	7
Védoko	3	4	7	0	5	5	3	27
Ménontin	3	3	2	0	3	3	3	17
Total	62	54	49	11	68	64	58	366

Source : Adda (1991)

Carte 2. La répartition des types de commerce au sein du marché Dantokpa en 1987



Adda (1991) a recensé plus de 350 commerçants sur 14 marchés secondaires qui se distribuent comme l'indique le tableau 8. Ces données ne prennent pas en compte toutes les vendeuses au détail installées sommairement ou les vendeuses ambulantes qui se regroupent sur ces marchés.

Tous ces marchés assurent d'abord une fonction de vente au détail. Les petits marchés situés dans les quartiers éloignés du centre ville et du marché Dantokpa assurent essentiellement la redistribution des produits de consommation les plus utilisés par la population. On y trouve la plupart des produits alimentaires tant sous forme brute que transformée. Les marchés plus importants, souvent situés plus près du centre ville, assurent également, tout comme à Dantokpa, la vente au détail des principaux produits.

Mais certains sont spécialisés ou réputés pour certains types de produits. Ils jouent alors le rôle de marchés de gros spécifiques parfois différent du rôle assuré par Dantokpa. Ainsi, «Ghani» dans l'ancien quartier européen est réputé pour les fruits et légumes de qualité, «Saint Michel» pour les produits animaux (viandes et poissons) ; «Gaston Nègre» à proximité de la gare située à l'est de la lagune commercialise le maïs venant de l'Ouémé, «Gbégamey», au terminus de la ligne de chemin de fer Parakou - Cotonou, les produits vivriers en provenance des départements de l'Atlantique (zone nord) et du Zou ; «Zongo», dans le quartier où se concentre la population musulmane originaire du nord du pays est spécialisé dans la vente d'animaux sur pied et de viande.

La plupart des commerçants semi-grossistes et des vendeurs s'approvisionnent au marché Dantokpa. Adda (1991) indique ainsi que 70 % des vendeurs des 14 marchés secondaires qu'il a interrogés s'approvisionnent sur ce marché de gros. Pour six d'entre eux, la totalité des commerçants s'y approvisionnent exclusivement, pour cinq autres, cette proportion dépasse les trois quarts. Pour les produits concernés, les marchés spécialisés sont ravitaillés directement par des commerçants venant de zones de production souvent spécifiques. Quatre marchés secondaires (Gbégamey, Saint Michel, Fifadji et Sainte Cécile) ont cependant des réseaux d'approvisionnement pour des produits non spécifiques qui leur sont propres, certains liés à des bassins de collecte particuliers. Enfin, sur dix marchés

enquêtés, on a pu constater que sept d'entre eux ont des commerçants qui s'approvisionnent en *gari* hors de Cotonou par des circuits directs. Ce mode de fonctionnement révèle une segmentation de la distribution de ce produit qui correspond, comme on le verra ultérieurement, à la diversité des caractéristiques de qualité de ce produit associées à des zones de production spécifiques.

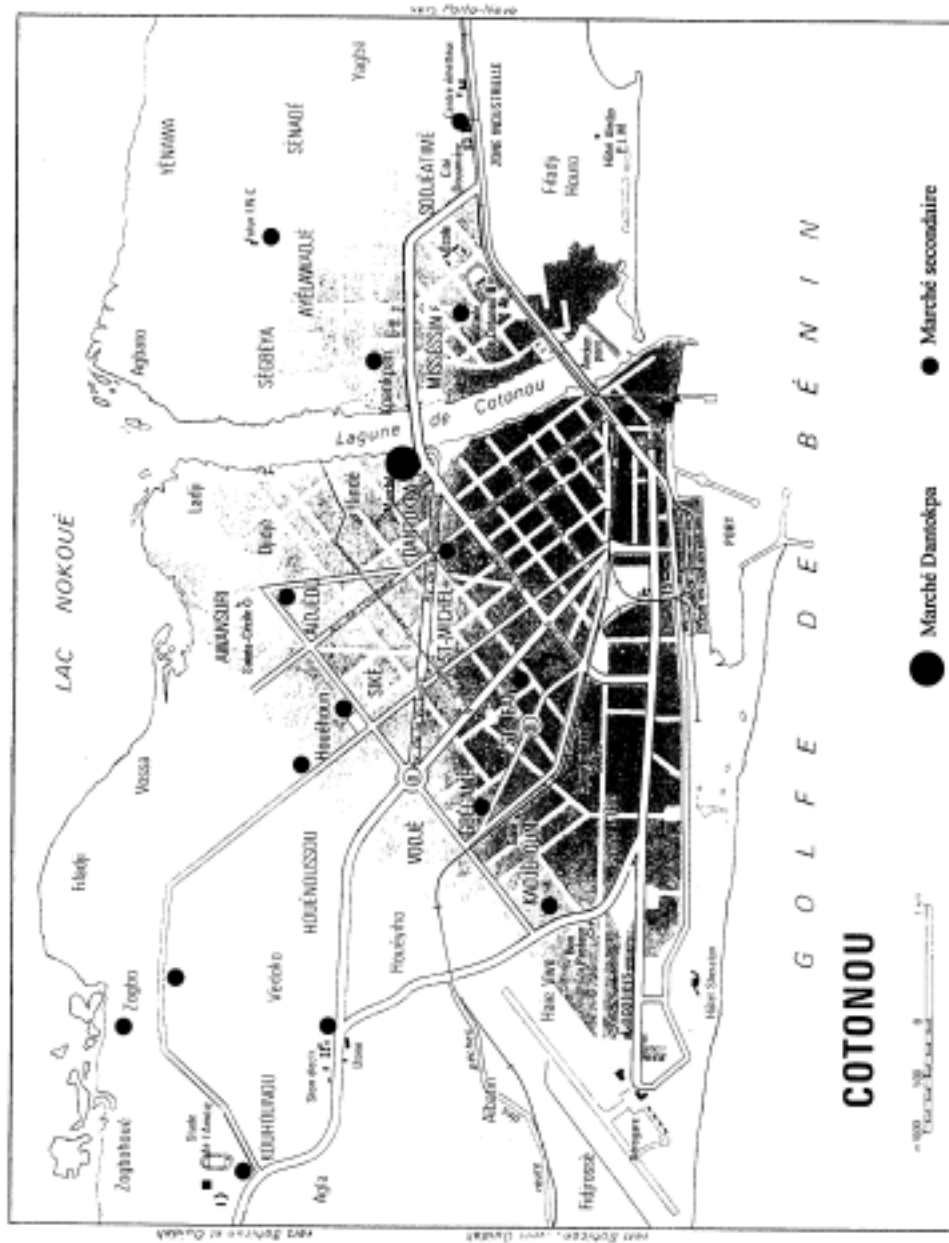
Ainsi, si le marché Dantokpa joue un rôle essentiel de marché de gros pour la plupart des produits, il n'en a pas pour autant l'exclusivité, d'autres marchés secondaires assurant aussi ce rôle de façon complémentaire.

c) La distribution alimentaire hors des marchés

Comme on l'a vu précédemment (§ 1.4.b), le second type important de lieux d'approvisionnement alimentaire après le marché est la rue. Les boutiques ou les baraques de quartier et les magasins restent très peu fréquentés même si l'on constate leur création dans les différents quartiers au fur et à mesure de l'extension de la ville. Ces structures proposent essentiellement des produits industriels, locaux et importés, rarement de grande consommation.

Nous nous intéresserons donc ici davantage au petit commerce de rue et à domicile du fait de sa grande importance dans les pratiques d'approvisionnement des consommateurs de Cotonou.

Carte 3. Les principaux marchés de Cotonou



Au sein de cet ensemble d'activités de distribution alimentaire on peut distinguer quatre principaux types de vendeuses. Ces activités sont en effet essentiellement menées par les femmes.

- **Les vendeuses à emplacement fixe.**

Elles s'installent au carrefour de deux rues ou à la devanture de leur domicile. Leur marchandise est posée à même le sol ou sur une petite table.

- **Les vendeuses ambulantes.** Elles peuvent soit sillonner les rues d'un quartier en se présentant ou non au domicile des habitants, soit s'installer provisoirement et successivement dans des lieux fréquentés à certains moments de la journée. Certaines femmes assurent la transformation ou le conditionnement de produits à leur domicile et envoient ensuite leurs enfants les vendre dans la rue.

- **Les vendeuses permanentes à domicile.** Elles sont reconnues dans le quartier par une clientèle souvent régulière qui vient acheter à leur domicile les produits.

- **Les vendeuses occasionnelles à domicile.** Elles proposent leurs produits de façon irrégulière, travaillant lorsqu'elles ont besoin d'argent ou lorsqu'elles en ont l'opportunité, notamment à l'occasion de

commandes par une clientèle connue. Elles annoncent alors leur vente par un simple écriteau sur leur porte ou envoient leurs enfants "faire de la publicité" dans le quartier.

Le recensement de ce type de vendeurs est difficile à réaliser de façon exhaustive. En 1988, Nago (1989) a pu cependant mener une enquête permettant de dénombrer les transformatrices-vendeuses et vendeuses simples de produits vivriers transformés dans 25 localités rurales et urbaines, dont Cotonou, dans quatre des six provinces du Bénin : l'Atlantique, le Mono, l'Ouémé, et le Zou. A titre indicatif, la population de Cotonou était estimée à environ 700 000 habitants en 1988. Toutes les activités recensées ne relèvent pas de la vente dans la rue puisque certaines vendeuses proposent leurs produits sur les marchés. Le commerce de détail des produits bruts et des produits industriels a été exclu de ce recensement. De plus, nombre de préparatrices vendeuses ambulantes ou ne possédant pas un étal visible de la rue n'ont pu être dénombrées. Cela dit, cette enquête apporte des précisions sur les produits proposés et sur l'importance générale de cet artisanat alimentaire. Les résultats de cette enquête sont présentés au tableau 9.

Par ailleurs, Hounhouigan et Nago (1990) on pu recenser, en 1989, 659 ateliers de mouture artisanaux à Cotonou qui traitent

Tableau 9. Recensement des artisanes transformatrices et vendeuses de produits vivriers à Cotonou en 1988

Produit de base principal	Nombre d'artisanes et vendeuses	Part relative en %	Nombre de produits
Maïs	4985	47,5	34
Arachide	1770	16,9	9
Manioc	1515	14,5	16
Palmier à huile	552	5,3	3
Haricots	419	4,0	6
Igname	371	3,5	6
Poisson	198	1,9	3
Blé	132	1,3	2
Noix de coco	112	1,1	2
Banane	76	0,7	2
Riz	55	0,5	3
Mil sorgho	36	0,3	8
Autres*	263	2,5	4
Total	10484	100,0	98

* Il s'agit de néré (Parkia Biglobosa, dont la transformation des graines donne un condiment de sauce), de karité, de lait et de sucre.

Source : Nago (1989)

au total 150 tonnes de produits par jour dont 92 % de maïs. Ces ateliers fonctionnent en prestation de service pour les ménagères ou les artisanes transformatrices.

Toutes ces données révèlent l'importance des activités de transformation des produits locaux. Pour l'ensemble des 25 localités enquêtées, les artisanes transformatrices-vendeuses représentent 55 % des 19 500 activités dénombrées. De plus, pour 16 produits de base, on compte près de cent produits transformés différents. Ces activités de transformation contribuent à la création de valeur ajoutée dans les filières vivrières et assurent, pour un grand nombre de femmes, des revenus non négligeables. Sur un sous-échantillon de son enquête, Nago (1989) indique ainsi que le revenu moyen par jour et par femme s'établit entre 350 et 1 000 FCFA selon les activités ce qui correspondait, à cette époque, au prix de détail à Cotonou de quatre à onze kilogrammes de maïs ou encore de deux à six plats de petits restaurants. Nago (1989) note de plus, que les artisanes exercent souvent une activité rémunératrice complémentaire comme la vente de produits bruts ou industriels au micro-détail.

La répartition entre transformatrices-vendeuses et vendeuses simples est cependant variable d'une filière de produit à l'autre. Pour de nombreux produits, la proportion des vendeuses simples est plus élevée en ville que dans les zones rurales. C'est le cas du *gari* et du tapioca de manioc, de l'huile de palme et de coco, du *klui-klui* (beignets de tourteau d'arachide), du *sodabi* (alcool de vin de palme), essentiellement produits au village et livrés en gros en ville où ils sont redistribués par des vendeuses au détail.

Les activités de transformation et de vente de produits à base de maïs, principale céréale consommée par la population de Cotonou, apparaissent dominantes. Elles représentent près de la moitié (47 %) des activités recensées et concernent 34 produits différents dont la plupart sont préparés par des artisanes transformatrices urbaines. Cet artisanat contribue à diversifier les formes de consommation de cette céréale et à assurer ainsi son maintien dans l'alimentation des citadins.

Les différents aliments vendus hors des marchés peuvent être regroupés en quatre catégories :

- **Les aliments qui exigent une transformation spécifique** avant d'être incorporés dans le plat ou qui nécessitent un triage soigneux que les ménagères n'ont pas toujours le temps de faire : huile de palme non raffinée réchauffée et assaisonnée, pâtes fermentées de maïs comme l'*akassa* ou le *mawé*, poisson fumé ou séché, maïs, riz ou haricots bruts triés.

- **Les ingrédients complémentaires des plats** qui peuvent être ajoutés ou consommés par certains membres de la famille qui disposent d'un peu d'argent ou qui sont achetés rapidement si un invité se présente à l'improviste : *gari* destiné à préparer une boisson souvent consommée à la maison par les enfants, fruits, etc. Dans cette catégorie peuvent être également comptées les boissons traditionnelles, alcoolisées ou non.

- **Les plats préparés**, le plus souvent servis chauds, vendus à proximité des lieux de travail ou dans les écoles durant les récréations.

- **Les produits réfrigérés**. Les personnes, ayant un niveau de vie suffisamment élevé pour avoir un réfrigérateur ou un congélateur, valorisent souvent ces équipements en vendant des boissons fraîches et des glaces à leur domicile ou par le biais de leurs enfants qui, équipés de glacières, en assurent alors la vente ambulante.

A noter enfin, que certaines activités de transformation et de vente sont dominées par certains groupes socioculturels ou géographiques. Ceci s'explique par l'origine des savoir-faire pour la transformation des produits et par la localisation de certaines productions agricoles. Le tableau 10 présente cette caractéristique de spécialisation ethnique des activités.

Certains de ces aliments ont conservé leur caractère local ; ils restent produits dans leur région d'origine. D'autres, au contraire, connaissent une diffusion élargie jusqu'à devenir, pour certains, de véritables produits nationaux. C'est le cas du *mawé*, du *gari*, du tapioca, du *sodabi*, du *wagachi*, de l'*akassa*, de l'*ablo*, désormais consommés par une population bien plus élargie que celle de leur région d'origine et qui commencent à faire l'objet d'une production en dehors de leur territoire traditionnel.

Tableau 10. La spécialisation ethnique de l'artisanat alimentaire du sud du Bénin

Groupe ethnique ou zone géographique	Produits associés et pourcentage de vendeuses de l'ethnie considérée
Goun (région de Porto Novo)	Akassa (pâte fermentée à base de maïs): 46 % des productrices de Cotonou
Mina (Mono)	Ablo (pâte fermentée à base de maïs): 35 % des productrices de Cotonou Yéké-yéké (couscous de maïs) Huile de palme, 50 % des vendeuses de Cotonou
Fon	Huile d'arachide: 100 % des vendeuses de Cotonou Klui-klui (beignets de tourteau d'arachide): 80 % des vendeuses de Cotonou Tapioca: 75 % des vendeuses de Cotonou
Adja (Mono)	Sodabi (alcool de vin de palme)
Peulh	Wagachi (fromage)
Zone littorale	Huile de coco
Nord-Bénin	Beurre de karité
Pêcheurs du Sud-Bénin	Kueta, gbéli, klaklu, galikponnon (beignets et gâteaux de manioc)

Source : nos enquêtes et Nago (1989)

2.3. Le fonctionnement des structures de distribution et les pratiques des commerçants

Les informations présentées dans ce chapitre sont issues d'une part d'un rapide sondage sur 549 commerçants du marché Dantokpa permettant d'identifier quelques caractéristiques de leur profil et de leurs activités et, d'autre part, d'enquêtes par questionnaire et d'entretiens approfondis réalisés auprès d'un échantillon d'agents de commercialisation des produits vivriers de Cotonou. Ces dernières investigations ont été menées de mars à juin 1994 auprès de 30 grossistes et semi-grossistes, 56 détaillantes, 10 vendeuses ambulantes, 10 courtiers, 6 transporteurs et 6 boutiquiers.

La réalisation d'entretiens approfondis en plusieurs séances avec une partie de ces opérateurs a permis d'instaurer une certaine relation de confiance entre l'enquêteur et la personne enquêtée. Certaines informations ont pu ainsi être obtenues qui n'auraient pu l'être par le biais de questionnaires, trop rapides et impersonnels. Cela dit, il faut souligner, en toute rigueur, les limites de fiabilité des

informations recueillies. Elles tiennent à plusieurs facteurs.

- *L'héritage du passé* : pendant plusieurs années, le gouvernement a fait la chasse aux commerçants soupçonnés de spéculation en prohibant la commercialisation de plus de trois sacs de produits vivriers. L'activité est donc longtemps restée clandestine, et aujourd'hui de nombreux commerçants ne sont pas déclarés au registre du commerce. Même si la position du gouvernement a changé ces dernières années, cette situation crée parfois une méfiance des commerçants vis-à-vis des enquêteurs suspectés d'être des agents de l'Etat voulant exercer un contrôle.
- *Une activité dominée par des rapports de confiance au sein de réseaux restreints* : le commerce est une activité fermée possédant de nombreuses barrières d'entrée afin de limiter la concurrence sauvage. Ce phénomène explique la réticence des commerçants à fournir des informations trop détaillées ou met en doute la fiabilité de leurs réponses.
- *Une discrétion liée à la faible rentabilité des activités* : certains commerçants ont des marges correctes et réussissent à investir des sommes

importantes. D'autres, plus souvent les femmes détaillantes, ne réalisent que de faibles bénéfices voire vendent parfois à perte mais préfèrent maintenir l'activité au nom d'une image sociale ou pour acquérir d'autres denrées par le biais du «troc alimentaire» entre vendeuses. Dans un cas comme dans l'autre, les informations financières ne sont pas toujours données avec franchise par peur de paraître trop riche et donc susceptible d'être sollicité, ou trop pauvre.

- **L'absence de mesure étalon** et les variations des mesures du fait de la vente au volume et non au poids dans le commerce de détail rendent difficile le calcul des prix d'achat et de vente et, par conséquent, de la rentabilité financière de l'activité.

Après avoir rappelé rapidement le mode de fonctionnement des commerçants grossistes et des agents qui sont associés à leurs activités (courtiers, transporteurs), sont présentés les modes de fonctionnement et pratiques des détaillantes, commerçantes directement en contact avec les consommateurs.

a) Le fonctionnement du commerce de gros

Les commerçants grossistes urbains constituent le dernier maillon des circuits centralisés d'approvisionnement de Cotonou. Rappelons cependant que tous les flux de produits vivriers qui arrivent dans la ville ne transitent pas forcément par les grossistes. D'importantes quantités de produits parviennent à Cotonou par des circuits courts : des producteurs périurbains se rendent en ville pour vendre directement leur production ou leurs produits de la pêche, de l'élevage ou de la cueillette.

Les grossistes urbains sont donc le dernier maillon d'une chaîne d'opérateurs aux fonctions complémentaires : producteurs, éleveurs, pêcheurs, collecteurs, parfois grossistes ruraux, transporteurs. Au sein de cette chaîne peuvent être intégrées, à différents niveaux selon les produits, des transformatrices. Celles-ci peuvent être installées en milieu rural et sont alors en même temps productrices ou femmes de producteurs agricoles, travaillent individuellement ou en groupements. Elles peuvent être installées en milieu urbain ou périurbain et fournir alors directement leur production, notamment lorsqu'elle est collective, à des

transporteurs associés à des grossistes urbains.

Autour de l'activité de grossiste urbain, gravitent des opérateurs complémentaires tels que les courtiers (propriétaires ou gérants des entrepôts de stockage qui assurent le gardiennage des stocks et parfois la revente des sacs aux semi-grossistes ou aux détaillants pour le compte d'un grossiste), les manoeuvres (qui assurent le débarquement, le transport local et la mise en magasin des marchandises), les fournisseurs de sacs, les logeurs (qui hébergent les commerçants lors de leurs déplacements sur les marchés ruraux).

Entre ces différents agents, les relations n'ont pas qu'une fonction de circulation des produits. Si cette fonction peut apparaître primordiale, elle est étroitement liée à d'autres fonctions dont l'objectif ne peut être réduit à l'accompagnement de la circulation des produits. Entre les agents circulent en effet non seulement des produits mais également de l'argent, de l'information et des personnes.

Les flux d'argent ne se limitent pas strictement à ceux correspondant aux transactions commerciales ou au paiement des opérateurs de service (manoeuvres, courtiers, logeurs, etc.). Les grossistes assurent dans bien des cas le rôle de banquiers informels au sein de réseaux de relations. De même, les flux d'information ne se limitent pas aux données sur les quantités, les prix ou l'état des routes. Ils intègrent également tout ce qui concerne la vie sociale des réseaux dans lesquels s'insèrent les opérateurs. Au travers de ces réseaux, les flux de personnes dépassent les simples rencontres pour l'établissement de transactions. Les opérateurs reçoivent et parfois hébergent des personnes liées à d'autres opérateurs sans que ces relations soient directement associées à des transactions.

La réelle imbrication de ces relations tant économiques que sociales est fortement liée au fait que les différents opérateurs d'une même filière appartiennent souvent au même groupe lignager, ethnique, géographique ou religieux ou sont de même sexe. Ainsi, d'après nos enquêtes, près de huit grossistes sur dix déclarent avoir été initiés ou introduits dans leur activité par leurs parents. Par ailleurs, les résultats du sondage rapide concernant 144 commerçants du sud du pays font apparaître la forte relation qui existe entre l'origine géographique du commerçant et

son lieu d'approvisionnement. Ces résultats sont présentés au tableau 11.

Cette appartenance commune à un même réseau socioculturel peut être vue comme un moyen d'établir la confiance nécessaire dans toute transaction commerciale. L'univers des échanges, en particulier dans les filières vivrières se caractérise par une forte incertitude : les aléas climatiques rendent difficile de prévoir l'offre agricole ; l'absence de normes institutionnalisées de qualité et de moyens de contrôle de celle-ci à toutes les étapes de la chaîne de commercialisation conduit à des suspecter la loyauté des transactions ; les retards de paiement des salariés du secteur public qui ont été fréquents pendant plusieurs années rendent difficile de compter sur une régularité de la demande solvable. Dans ce contexte, le fait d'appartenir à un même réseau social et culturel et, de ce fait, de partager la même langue, les mêmes règles, et d'être soumis au contrôle de la communauté, permet d'établir des relations de confiance.

Mais il serait abusif de ne voir dans cette appartenance sociale qu'une fonction d'assurance au service des transactions commerciales. Les commerçants ne sont pas que des opérateurs économiques, ils sont aussi des individus sociaux et ne peuvent facilement dissocier ces deux appartenances. La stratégie de ces acteurs peut être d'asseoir ou de renforcer une position au sein d'un réseau social, l'activité économique servant alors cette finalité. Ainsi, le fait de faire appel à des membres de sa famille ou de son lignage pour assurer certaines tâches liées à l'activité commerciale, peut être expliqué

par la volonté d'accroître son prestige en fournissant emplois et revenus à ceux auxquels on est lié par l'appartenance à une même communauté. Il n'empêche que cette pratique permet également de se garantir une certaine sécurité face aux risques liées aux transactions.

Si l'imbrication des relations commerciales et des relations sociales constitue une caractéristique du fonctionnement des filières vivrières au Bénin et, au-delà, en Afrique subsaharienne comme l'ont montrée de nombreux auteurs, elle n'est pas pour autant exclusive. Les commerçants grossistes assurent leurs transactions sur la base de règles de mesure communes largement partagées. Dans notre échantillon de commerçants enquêtés, le tiers d'entre eux indiquent qu'ils n'ont pas toujours de fournisseurs réguliers. La libre concurrence n'est donc pas absente du fonctionnement des marchés vivriers et elle se traduit parfois par des discussions voire des disputes entre les opérateurs. Cette situation est en particulier visible en période de faible offre en produits agricoles. Les grossistes expriment souvent les difficultés qu'ils rencontrent à trouver, en période de soudure, des collecteurs sérieux pour s'approvisionner en produits, notamment lorsque leur réseau classique de collecte ne suffit pas.

Une autre caractéristique du fonctionnement du commerce de gros est la multiplicité des activités de certains commerçants. Dans de nombreux cas, ceux-ci ne se limitent pas à la commercialisation d'un seul produit et n'assurent pas seulement une fonction d'achat de vivres en milieu rural pour la

Tableau 11. Répartition des commerçants de Dantokpa selon leur région d'origine et leur région d'approvisionnement
(en pourcentage des commerçants d'une même région d'origine)

Région d'approvisionnement	Région d'origine			
	Mono	Ouémé	Atlantique	Zou
Mono	91,4	15,8	15,0	10,5
Ouémé	2,9	68,4	15,0	10,5
Atlantique	0	5,3	50,0	21,0
Zou	0	5,3	20,0	63,2
Autre	5,7	5,2	0	5,3
Total	100	100	100	100

Sources : nos enquêtes

revente en milieu urbain. Certains exploitent en effet leurs réseaux commerciaux pour collecter différents produits d'une même région agricole. Ils tirent alors partie de la saisonnalité propre aux différentes productions, intensifiant les flux de certains produits lorsque d'autres se font rares. Ils redistribuent également des marchandises, parfois même non alimentaires, vers leurs zones d'approvisionnement.

b) Le fonctionnement du commerce de détail

Sur les 56 vendeuses détaillantes interrogées, 26 sont installées au marché Dantokpa et les 30 autres se répartissent sur 12 marchés secondaires ou de quartier. Ces détaillantes sont exclusivement des femmes. Leur moyenne d'âge est de 37 ans, les deux tiers d'entre elles ont plus de 30 ans et plus de 80 % sont mariées. Leur niveau d'instruction est très bas, notamment pour celles de plus de 30 ans, la moitié des plus jeunes ayant eu une formation dans le primaire. L'activité du mari est surtout représentée par les petits métiers (artisanat urbain, couturier, tailleur, cordonnier, réparateur de montres), le commerce et l'agriculture. Les détaillantes sont donc en majorité issues des classes modestes ou pauvres.

Comme il a été indiqué précédemment pour les transformatrices (§ 2.2.c) et les grossistes (§ 2.3.a), on retrouve une certaine spécialisation ethnique par type de produit vendu. Dans les trois quarts des cas, les femmes sont initiées au commerce d'un ou de quelques produits par un membre de leur famille (mère ou tante) et continuent ce commerce pendant plusieurs années. Cet apprentissage porte sur la connaissance du produit et de sa qualité, sur les procédés de transformation pour les aliments préparés, sur l'organisation des approvisionnements et l'accès à un réseau, et sur les pratiques de vente. Il se réalise dès le plus jeune âge, par l'accompagnement et l'aide de la mère ou de la tante au cours de leurs activités. Comme l'explique Nago (1989), «la transmission du savoir-faire procède de l'imitation accompagnée d'une communication orale et gestuelle».

Même si elles sont reconnues ou se reconnaissent elles-mêmes comme spécialisées dans la vente d'un aliment donné, les détaillantes vendent en général plus de deux produits, certaines proposant même tout un assortiment.

Cette pratique correspond à plusieurs objectifs :

- Toucher le plus grand nombre de ménagères sur le marché ;
- Eviter l'arrêt de l'activité lors du désistement d'un des fournisseurs ou lorsqu'un produit devient trop difficile à trouver à un prix ou à une qualité acceptables ;
- Pouvoir valoriser les différents invendus en préparant des plats pour sa propre famille voire pour la vente.

Ainsi, par exemple, certaines vendeuses d'huile de palme proposent toute la gamme de produits de ce type mais dont les caractéristiques de qualité sont différentes et correspondent à des utilisations culinaires spécifiques : huile *collé*, huile *zomi*, noix de palme, tourteaux, *sodabi*. Les vendeuses peuvent ainsi toucher une clientèle plus large que si elles se consacraient à un seul aliment. D'autres vendeuses préfèrent étendre leur gamme vers d'autres types d'huile en commercialisant également des huiles d'arachide raffinée et artisanale. Ces détaillantes cherchent alors à atteindre l'ensemble des consommatrices d'huile.

Une autre stratégie consiste à associer divers ingrédients complémentaires de sauce (tomates, piments, oignons, cube aromatique, sel, poivre, etc.). Cette pratique demande cependant aux détaillantes un capital et un réseau de fournisseurs plus important. Ce jeu de complémentarité peut également s'établir sur le marché entre deux vendeuses. L'une, spécialisée en produits animaux se placera à côté d'une collègue qui vend des produits de sauce ; une vendeuse de *gari* s'installera à proximité d'une vendeuse de lait et de sucre, permettant au client de pouvoir facilement mélanger ces trois ingrédients pour les consommer sur place.

Pour 80% des détaillantes interrogées, l'approvisionnement se réalise auprès d'un grossiste, le plus souvent au marché Dantokpa.

Quelques-unes s'approvisionnent directement auprès de collecteurs de village ou auprès des producteurs notamment en période d'après récolte durant laquelle l'offre est abondante et facilement accessible en zone rurale. Dans le commerce de poissons, il n'existe pas de grossistes. La position géographique de Cotonou permet un approvisionnement par des circuits courts. Les détaillantes s'approvisionnent elles-mêmes auprès des

pêcheurs et des femmes de pêcheurs pour le poisson local et auprès des poissonneries pour le poisson importé congelé.

Selon les produits et leur caractère plus ou moins périssable, l'approvisionnement s'effectue de une à deux fois par jour, par exemple pour le poisson, à une fois par mois, notamment pour les produits de plus longue durée de conservation. Dans la majorité des cas, le vendeur grossiste réalise l'avance d'un ou deux sacs de produits et se fait payer après la vente par la détaillante. Cet accord entre les opérateurs exige l'établissement de relations de confiance. On comprend aisément pourquoi près de deux tiers des détaillantes sont fidèles à quelques fournisseurs.

Toutes les détaillantes interrogées cherchent à exercer leur activité de façon régulière. L'acquisition d'une place sur un marché, qu'il soit formel ou informel, ou dans la rue n'est pas facile. Aussi, lorsqu'une vendeuse ne peut venir travailler, elle envoie une parente ou une amie la remplacer, à la fois pour garder la place et pour ne pas décevoir la clientèle. Près de 80 % des détaillantes déclarent en effet avoir une clientèle fixe. Cette fidélité est entretenue notamment par le crédit à la clientèle accordé par 60 % des détaillantes interrogées. Sa durée dépasse rarement les deux ou trois jours et peut se traduire ou non par un coût supplémentaire pour l'acheteur. L'objectif de la vendeuse est d'abord d'échanger implicitement un report de paiement ou une vente à crédit pour le client contre sa fidélité d'achat.

Au niveau des détaillantes, le stockage des produits est limité. La faible surface financière des vendeuses et leur grande difficulté à accéder au crédit monétaire ne leur permettent pas facilement d'acheter en plus grande quantité que le volume de quelques jours de vente. Cette situation constitue une contrainte reconnue par les vendeuses qui souhaiteraient pouvoir acquérir de plus grandes quantités de marchandises lorsque les prix sont bas en ayant notamment accès au crédit. Pour les produits périssables, les possibilités de conservation restent limitées par l'accès au stockage réfrigéré. Les marchés ne sont pas équipés de chambres froides et les vendeuses sont souvent contraintes de brader voire jeter leurs produits ou de les utiliser pour leur propre cuisine s'il reste des invendus en fin de journée.

c) Les stratégies de relations entre les agents commerciaux

D'une façon générale, l'analyse des relations entre les agents des circuits de commercialisation, tant au niveau de l'approvisionnement que de la distribution, révèle deux types de stratégies :

- La première vise à renforcer les relations amont-aval afin de favoriser une meilleure intégration des différentes fonctions commerciales. Ces relations, comme on l'a vu précédemment, ne sont pas uniquement d'ordre professionnel ou commercial. Elles sont étroitement liées, pour un grand nombre d'acteurs, au tissage de relations sociales. La coordination entre les agents se fait par le biais du marché, grâce au jeu des prix, mais pas seulement. Face à l'incertitude des transactions, les acteurs s'organisent socialement, partageant alors les mêmes règles (§ 2.3.a)

- En apparence, le commerce vivrier se présente donc d'abord comme un secteur diffus composé d'une multitude d'opérateurs individuels liés entre eux par les seules fonctions de circulation des produits. En fait, les acteurs déploient également des stratégies horizontales qui visent à renforcer leur cohésion mutuelle à un même niveau dans un circuit de commercialisation donné. Ces stratégies méritent une attention particulière dans la perspective d'actions visant à améliorer les conditions de d'approvisionnement et de distribution alimentaires des villes.

Ces stratégies horizontales sont repérables à différents niveaux des circuits de commercialisation.

- Au niveau des collecteurs et grossistes ruraux, l'accroissement de la demande en produits vivriers, principalement du fait de l'urbanisation, a conduit à une organisation de ces agents dans différentes régions rurales. On a ainsi assisté à la formation de plusieurs associations d'acheteurs forains dont le fonctionnement régit la collecte des produits vivriers. Ces associations fonctionnent surtout dans les régions où les produits représentent un enjeu économique (par exemple, Kétou, Pobé, Nikki pour le maïs). Elles sont indépendantes et empêchent les grossistes urbains d'avoir accès à la collecte primaire

et de pratiquer un certain dumping pour constituer leurs stocks. Ces associations ont rompu les liens de service qui existaient entre acheteurs forains et grossistes urbains. Il existe de pareilles associations pour les tubercules d'igname à Bohicon. Son fonctionnement a même éliminé le rôle des grossistes sur les tubercules dans la mesure où les membres de l'association sont à la fois collecteurs et vendeurs.

- Au niveau des détaillantes, les stratégies de relations horizontales sont moins visibles de prime abord dans le fonctionnement quotidien. Sur le marché Dantokpa, les détaillantes n'ont pas l'habitude d'entretenir d'autres relations que celles d'un bon voisinage. Mais on constate que lorsqu'un grossiste arrive sur le marché pour écouler ses produits, les détaillantes ne forment alors plus qu'un seul groupe solidaire et ont alors un pouvoir de négociation des prix très importants. Il arrive même parfois que, sous cette pression, les semi-grossistes qui n'ont pas une capacité de négociation suffisante vendent à perte. Solidaires

devant le grossiste, les détaillantes ne manquent cependant pas de se chamailler pour avoir le plus beau panier. L'entraide entre les détaillantes est, de plus, une pratique courante. Quand l'une d'entre elles doit s'absenter sur le marché, les autres assurent la vente de ses produits. En cas de décès dans la famille d'une vendeuse, ses collègues apportent leur soutien financier pour faire face aux dépenses des cérémonies de funérailles. Cette entraide financière prend souvent la forme de tontines, associations permettant la mise en commun d'épargne et l'affectation à tour de rôle, des sommes collectées. Comme il a été expliqué précédemment, ces relations dépassent bien souvent une fonction d'accompagnement des activités économiques. L'argent mobilisé par les tontines, même si celles-ci rassemblent des détaillantes d'une même filière ou d'un même lieu de vente, n'est pas forcément affecté à l'activité commerciale. Il peut servir à assurer les obligations familiales ou sociales de chacune des vendeuses. Le réseau constitué par le biais de l'activité économique a alors une fonction sociale.

3. LA PERCEPTION DES STRUCTURES DE DISTRIBUTION PAR LES CONSOMMATEURS

Ce chapitre vise à analyser les relations entre les styles alimentaires des Cotonnois et l'organisation du système de distribution alimentaire de la ville. Ces deux éléments apparaissent en effet interagir mutuellement au sein de ce que l'on peut appeler l'organisation alimentaire de la ville.

Les données présentées ici sont issues de deux séries d'enquêtes : d'une part des entretiens approfondis réalisés auprès de 25 consommateurs dont 21 femmes en février 1993 sur leurs pratiques générales d'approvisionnement et leurs représentations des différents lieux d'acquisition des produits alimentaires ; d'autre part, des entretiens approfondis sur 39 ménagères réalisés en janvier et février 1994 plus spécifiquement sur les pratiques d'approvisionnement et d'utilisation de quatre produits importants dans la consommation : le maïs, le manioc, l'huile de palme et le poisson. Ces données sont présentées ici selon les principaux types de structures de distribution.

3.1. La perception du marché Dantokpa

Tous les consommateurs interrogés s'approvisionnent régulièrement au marché Dantokpa. Les principaux intérêts de ce marché, aux dires des consommateurs sont nombreux.

- *L'éventail de choix de produits* de qualité est important.
- *Les vendeuses détaillantes sont nombreuses.*
- *La plupart des produits sont moins chers* que dans les autres marchés. Le tableau 12 montre pour le cas du maïs que le prix moyen du kg de maïs vendu au détail sur 31 marchés secondaires de Cotonou est en moyenne sur l'année 1990

de 7 % supérieur à celui du marché Dantokpa et que, sur les marchés aux prix les plus élevés, ce surcoût est d'environ 10 %. Cette différence entre marché de gros et marchés secondaires peut être plus importante notamment pour les produits périssables. Il est possible d'acheter en relativement grandes quantités, ce qui n'est pas toujours le cas dans les autres lieux de vente compte tenu de l'insuffisance de leur disponibilité. Dantokpa combine de ce fait le double intérêt d'un marché de gros et d'un vaste marché de détail. En fait, pour être précis, ce marché est davantage utilisé par les consommateurs comme un marché de détail et de demi-gros.

Quelques témoignages illustrent cette perception du marché Dantokpa par les

**Tableau 12. Les prix moyens mensuels du maïs au détail à Dantokpa
et dans 31 marchés secondaires de Cotonou en 1990**
(en FCFA/kg)

	janv.	févr.	mars	avril	mai	juin	juill.	août	sept.	oct.	nov.	déc.	moy.
Dantokpa	75	80	90	95	100	110	95	65	60	70	80	75	82,9
Marchés secondaires*	75	88	94	99	112	117	99	74	71	76	81	76	88,5
Minimum	75	80	90	95	100	110	95	65	60	75	80	75	83,3
Maximum	75	90	95	100	115	125	100	75	75	80	90	80	91,6

* Moyennes de 31 marchés secondaires de Cotonou

Source : Kinsonhoun (1992)

consommateurs.

- «A Tokpa, vous verrez plusieurs qualités de maïs et vous pourrez choisir un produit de bonne qualité à un prix intéressant».
- «J'achète le gari en grosse quantité donc je vais à Tokpa, mais pour le manioc frais on ne peut pas aller à Tokpa pour acheter pour 100 ou 150 F seulement».
- «Je vais à Tokpa quand j'ai l'argent et j'achète en quantité. Quand je n'ai pas l'argent, j'achète aux vendeuses ambulantes».
- «Je vais à Dantokpa pour acheter les produits moins chers. Dantokpa est le lieu de vente de tous les produits qu'on rencontre dans les autres marchés de quartier. Mais j'achète également dans le marché de quartier pour éviter d'aller loin».
- «Je vais au marché de Dantokpa quand je veux faire le ravitaillement. Je vais au marché de quartier quand j'ai des ruptures de stock ou que je n'ai pas le temps d'aller à Tokpa. Je n'y vais qu'une fois par mois pour le ravitaillement».

Sur les consommateurs interrogés, sept se rendent au marché Dantokpa une à deux fois par mois ; neuf y vont entre deux et trois fois par semaine et neuf y vont plus de trois fois par semaine. Ces fréquentations dépendent naturellement de la distance du domicile du consommateur au lieu du marché. Les habitants du quartier ouest de Cotonou, sur l'autre rive que celle du marché, sont les plus nombreux à ne s'y rendre qu'une fois par mois.

Plusieurs facteurs déterminent la décision de se rendre sur ce marché et le rythme de sa fréquentation.

- **La disponibilité monétaire de la ménagère** doit être suffisante pour permettre des achats en plus grande quantité destinés à être stockés. Celle-ci peut être évaluée en tenant compte du coût de transport qui ne doit pas être supérieur à l'économie réalisée par rapport aux mêmes achats effectués sur les marchés de quartier. On ne dispose pas de données suffisamment fines sur les prix des différents produits du panier de la ménagère et sur leur coefficient de pondération budgétaire pour déterminer le différentiel de prix moyen entre le marché Dantokpa et les marchés secondaires. Une évaluation grossière permet de l'estimer à 25 %. Sur cette base, et en tenant compte d'un coût moyen de transport aller et retour en taxi-

cyclomoteur de 300 FCFA, la ménagère doit disposer d'un budget total minimum de : $300/0,25 = 1200$ FCFA.

- Le rythme de fréquentation du marché dépend également de **la capacité de stockage de la famille**. Si elle dispose d'un réfrigérateur ou d'un congélateur, ses achats de demi-gros pourront s'étendre aux produits périssables. Sinon, ils seront limités, pour la constitution des stocks, aux produits stabilisés, les achats d'autres produits étant alors effectués pour les quelques jours à venir.

- **Le temps disponible pour réaliser les achats** conditionne également le choix de se rendre sur ce marché. La durée du transport, l'étendue du marché, la diversité des marchandises exposées, rend nécessaire de disposer de plusieurs heures. Il est cependant intéressant de noter que si la distance physique entre le domicile et le marché détermine le temps de transport, cette distance ne suffit pas à rendre compte de l'éloignement du marché tel qu'il est perçu par les consommateurs. La nature des routes, le cheminement suivi et donc l'environnement traversé par la ménagère au cours du transport la conduisent à moduler sa perception de la distance en fonction de la pénibilité ou de l'intérêt du trajet, des opportunités qu'il ouvre, etc.

Enfin, il faut à nouveau souligner que le marché Dantokpa dépasse le cadre du simple lieu d'approvisionnement en produits de consommation. "C'est aussi un lieu privilégié de communication où toute l'existence de l'homme africain y est traitée, de la vie matérielle à la vie spirituelle. Aux dires des sages, le marché c'est la vie, on s'y nourrit, on s'y vêtit, on y guérit" (GBAGUIDI, 1993). Les activités qui peuvent être couplées au ravitaillement sont nombreuses : rencontre de parents et d'amis, échanges de nouvelles sur le village d'origine et la ville, restauration, regard des derniers pagnes à la mode, achat d'objets magico-religieux, etc.

3.2. La perception des marchés de quartier

Le principal avantage reconnu à ce type de marché est de pouvoir y faire des achats d'appoint, complémentaires des achats faits au marché Dantokpa, notamment des produits frais ou

périssables, ou lors de rupture de stock. Les achats sur le marché voisin du domicile se font alors dans l'attente d'un réapprovisionnement sur le marché Dantokpa.

En général, ces marchés sont perçus comme moins bien approvisionnés et pratiquant des prix plus élevés sauf pour les marchés spécialisés dans certains produits. Ceux-ci, lorsqu'ils sont proches du domicile du consommateur, peuvent être alors des lieux d'approvisionnement en produits destinés au stockage. Cela dit, ne jouant le rôle de marché de gros que pour certains aliments, ces marchés ne se substituent pas totalement à Dantokpa.

Quelques témoignages illustrent ces perceptions :

- *« Quand le stock d'huile est vide et que vous devez préparer la sauce, vous allez au marché du quartier ou chez la vendeuse à domicile. »*
- *« J'achète le poisson fumé au marché de quartier car il y a la qualité que je souhaite. »*
- *« On ne vend pas tous les produits sur le marché de quartier. »*
- *« Nous allons sur le marché de quartier quand une chose manque ou que nous avons peu à acheter. »*
- *« Le marché du quartier est proche de ma maison. Mon mari est souvent en tournée et achète le maïs hors de Cotonou. »*

Il faut également souligner que les marchés de quartier accueillent une clientèle dont le niveau ou le fractionnement des disponibilités monétaires sont tels qu'ils rendent difficiles l'achat en grande quantité, la pratique du stockage et donc la fréquentation régulière du marché Dantokpa. Résidant souvent dans des zones périphériques de la ville, ces populations défavorisées se trouvent donc pénalisées puisque les produits vendus sur leurs marchés de quartier sont plus chers qu'à Dantokpa.

3.3. La perception des vendeuses de quartier

En restant chez elles ou en circulant dans les rues, toutes les ménagères peuvent de temps à autre faire du commerce. Sur les 21 femmes interrogées en 1993, 11 pratiquent occasionnellement ou régulièrement une préparation alimentaire avec vente à domicile. Ainsi, mis à part dans quelques zones résidentielles de

villas plus ou moins luxueuses, tous les quartiers de Cotonou sont bien desservis par ce commerce de forte proximité. Cette proximité n'est pas purement géographique, elle est aussi sociale. Les achats auprès de préparatrices d'aliments ou de plats à leur domicile, ou auprès de voisines, vendeuses de rue installées devant leur maison, la vente ambulante en « porte à porte » auprès d'une clientèle fidélisée, entretiennent et se basent sur des réseaux de bon voisinage et de confiance.

La fonction de ce type de structure de distribution est, pour une part, similaire à celle des marchés de quartier : l'approvisionnement d'appoint. Une partie de ce micro-commerce s'adresse aux ménagères qui découvrent une rupture de stock au moment de la préparation du repas ou qui doivent faire face rapidement à un imprévu : invité, cadeau à un enfant, etc.

Mais le micro-commerce de quartier permet aussi d'acquérir des produits et notamment des aliments transformés pour lesquels les ménagères ont de fortes exigences de qualité. Deux témoignages illustrent ce phénomène :

- *« J'achète le poisson fumé à une vendeuse de quartier car elle le prépare bien. »*
- *« J'achète le manioc frais et les feuilles de manioc auprès des vendeuses à domicile. Le manioc frais est déjà gâté à Dantokpa et on ne trouve pas de feuilles. Pour l'huile c'est pareil, j'achète à une vendeuse à domicile qui a la qualité que je cherche. »*

Sur les 25 consommateurs interrogés en 1993, 15 indiquent qu'ils achètent des boules d'*akassa* à des vendeuses à domicile de leur quartier, 13 achètent du *mawé* (pâte fermentée de maïs très utilisée au sud-Bénin permettant de préparer une grande diversité de produits) à ce même type de vendeuses, sept achètent du *gari*. Ces produits de base, dont certains sont des produits frais, exigent un savoir-faire particulier pour leur transformation. Celle-ci fait appel, bien souvent, à une phase de fermentation qui confère à la fois un goût spécifique et une certaine stabilité au produit. Sa maîtrise technique est loin d'être évidente et l'achat de ce type de produit comporte donc un risque pour le consommateur. L'apparence, la couleur ou l'odeur du produit ne suffisent en effet pas toujours à vérifier sa qualité. Face à cette incertitude et en l'absence de normes ou de contrôles institutionnalisés de qualité, notamment sanitaires, la cliente

établit sa confiance dans le produit par le biais de sa confiance dans la vendeuse. Le fait que celle-ci soit une voisine voire une amie, que son professionnalisme et son sérieux à respecter les règles du procédé traditionnel puissent être facilement vérifiés, concourent à établir cette relation de confiance. Ceci est en effet moins facile à faire dans les relations plus impersonnelles avec les vendeuses de marché.

3.4. La perception des boutiques de quartier

Ce type de structure de distribution ne représente pas, comme il a été vu précédemment (§ 1.4.b), une part importante des dépenses alimentaires.

Dans les quartiers mal desservis par un marché secondaire, ces boutiques font office de lieu de vente de produits d'appoint. Mais pour la majorité des consommateurs interrogés, les prix des produits y sont jugés élevés. Beaucoup reconnaissent cependant la meilleure qualité de certains produits notamment industriels ou importés vendus dans ces petits magasins. Ceux-ci disposent de présentoirs à l'abri du soleil et de la poussière et bien souvent de réfrigérateurs ou de congélateurs permettant de mieux conserver les produits laitiers ou de

proposer des boissons fraîches. Ces avantages ne sont cependant pas reconnus suffisamment intéressants pour justifier les niveaux de prix pratiqués.

Quelques témoignages de consommateurs révèlent ces perceptions :

- *«Je n'achète jamais dans les boutiques : les produits sont trop chers.»*
- *«Je vais rarement à "La Pointe" (magasin proposant surtout des produits importés). Quand j'y vais, j'achète de l'eau de Javel, du saucisson ou d'autres produits d'Europe. C'est aussi une distraction.»*
- *«Les produits sont chers mais j'achète régulièrement les yaourts pour les enfants.»*
- *«J'achète les biscuits, la moutarde, la mayonnaise, les produits qui sont rares sur le marché. De plus, "Royal Store" est plus près de chez moi que le marché Dantokpa.»*
- *«J'apprécie les boutiques car les prix ne varient pas.»*

A noter que ce dernier témoignage est celui d'un homme. Traditionnellement les hommes béninois marchandent peu, seules les femmes étant jugées capables de le faire. C'est pourquoi quelques hommes préfèrent acheter dans les boutiques où le prix, bien que plus élevé, est fixe voire affiché.

CONCLUSIONS

L'amélioration des systèmes de distribution alimentaire des villes africaines n'est pas un objectif en soi. Il s'intègre dans une stratégie plus globale d'amélioration de la sécurité alimentaire des populations. Dans le contexte d'urbanisation rapide et de crise économique que connaissent les pays africains, plusieurs objectifs de ces stratégies peuvent être cités :

- **Améliorer l'accès à l'alimentation des populations défavorisées**, tant en milieu rural que urbain.
- **Accompagner le rôle d'entraînement que joue la croissance urbaine** sur le développement agricole local, en particulier par le biais des filières vivrières. L'urbanisation constitue en effet à la fois un risque et une opportunité pour l'économie agricole de ces pays : risque d'une dépendance croissante par un recours privilégié aux importations alimentaires pour nourrir les villes ; opportunité par le fait que les villes constituent un débouché croissant pour la production vivrière. Celle-ci passe ainsi d'un statut de production pour l'autoconsommation à celui de production de rente.
- **Favoriser la création et la durabilité des emplois et donc des revenus**, tant en ville qu'en milieu rural. Ceci permet ainsi d'accroître le pouvoir d'achat et contribue alors à la sécurité alimentaire de la population.

Le cas de Cotonou et du Bénin, par rapport aux autres pays africains constitue à la fois un cas particulier et un exemple intéressant d'analyse. L'alimentation de cette capitale, d'aujourd'hui près d'un million d'habitants, se caractérise en effet par une forte dynamique des filières locales d'approvisionnement vivrier. La consommation en ville de produits importés reste limitée comparée à d'autres pays. Le cas de Cotonou prouve de façon exemplaire qu'une ville africaine peut se nourrir à partir de sa production agricole locale et que les filières vivrières permettent à la fois d'assurer un rôle d'intermédiation entre ville et campagne et de largement contribuer à la création d'emplois et de revenus.

Dans la perspective de concevoir des programmes d'action visant à améliorer les systèmes de distribution alimentaire des villes, les conclusions de cette étude de cas conduisent à formuler quelques recommandations.

- En premier lieu, il apparaît primordial de **reconnaître la diversité et la complémentarité des structures de distribution**. Ces structures ne peuvent être conçues simplement comme des chaînes d'opérateurs commerciaux ayant pour seule fonction d'assurer la circulation des produits de leurs zones de production jusqu'aux consommateurs. La prise en compte du mode de fonctionnement spécifique des acteurs est une condition indispensable pour la réussite de tout programme d'actions qui les concernerait. Cette prise en compte nécessite de porter autant d'attention aux fonctions commerciales que ces acteurs assurent, qu'aux relations non strictement commerciales qu'ils entretiennent et qui permettent le fonctionnement du système. Une stratégie visant à améliorer le système de distribution ne peut donc s'appuyer seulement sur un modèle conçu comme optimal du point de vue économique ; modèle qui conduirait à imaginer une structuration des acteurs et des lieux selon le seul point de vue de leur utilité et performance commerciale. Divers exemples dans les pays du monde ont montré les limites de telles approches souvent trop réductrices : création de marchés de gros désertés par les commerçants, décalage entre le fonctionnement espéré ou prévu des circuits et le fonctionnement réel des acteurs.

- **Une meilleure connaissance des modes de fonctionnement des acteurs** est nécessaire pour leur prise en compte dans des programmes d'actions. Mais cette prise en compte passe aussi et surtout par une participation de ces acteurs à la conception et à la mise en oeuvre des programmes, par une concertation voire une négociation sur leurs orientations et leurs modalités d'exécution. L'expertise, aussi fine soit-elle, ne peut se substituer à ce nécessaire dialogue. Mais pour que

celui-ci s'instaure, il ne faut pas sous-estimer la difficulté inhérente au caractère diffus des structures de distribution. La multitude d'agents individuels et leur faible niveau de représentation organisée vis-à-vis des autorités ne rendent pas ce dialogue facile à organiser. Les réflexions sur l'établissement d'espaces de concertation avec le secteur des commerçants et des artisanes de l'alimentation semblent aujourd'hui insuffisantes. Elles pourraient pourtant utilement bénéficier des expériences acquises dans de nombreux pays africains sur le dialogue avec les producteurs agricoles établi par le biais des organisations paysannes.

- Dans la plupart des pays africains, *la connaissance des styles alimentaires des populations urbaines défavorisées* et de leurs conditions d'accès à l'alimentation reste insuffisante. Une telle connaissance est pourtant nécessaire pour orienter et évaluer l'effet de programmes d'actions par rapport à l'objectif d'amélioration de la sécurité alimentaire de ces populations. On connaît ainsi encore mal comment se traduisent des actions telles que la réorganisation de marchés de gros, la réglementation du commerce ou de la qualité, l'aménagement de lieux de vente,

sur l'accès à l'alimentation de ces populations.

L'exemple de Cotonou révèle enfin *l'importance à accorder aux activités de transformation des produits*. Leur développement peut contribuer à atteindre l'objectif de mieux connecter la demande alimentaire urbaine à l'offre agricole locale. Si ces activités ne peuvent être considérées, à strictement parler, comme des activités de distribution, leur rôle est primordial dans l'accès des citadins à des produits locaux adaptés à leur mode de vie. Les opérateurs de ce secteur agro-alimentaire et en particulier la multitude d'artisanes sont rarement pris en compte dans les stratégies alimentaires. Le rôle prépondérant de ce secteur dans la valorisation des produits agricoles locaux et son importante contribution à la création de valeur ajoutée, d'emplois et de revenus tant en ville qu'à la campagne dans les filières vivrières méritent pourtant que son développement soit appuyé. C'est dans la perspective de favoriser le rôle d'entraînement que l'urbanisation peut jouer sur le développement agricole que ce secteur agro-alimentaire doit être développé. Les demandes de ces opératrices sont nombreuses et ne trouvent actuellement que peu de réponses appropriées : besoins de crédit, de conseils techniques, organisationnels et commerciaux, etc.

BIBLIOGRAPHIE

- ADDA, Y., 1991. *Le rôle du marché de Dantokpa dans la commercialisation des produits vivriers à Cotonou*. Mémoire de maîtrise de géographie et d'aménagement du territoire. Cotonou, Faculté des lettres, arts et sciences humaines, Université nationale du Bénin, 90 p.
- ALBERT, I., 1993. *Des femmes, une terre, une nouvelle dynamique sociale au Bénin*. Paris, L'harmattan, 264 p.
- CHAULIAC, M., BRICAS, N., ATEGBO, E., AMOUSSA, W., ZOHOUN I., 1998. « Alimentation hors du domicile des écoliers de Cotonou ». *Cahier Santé*, 8 : 101-108.
- DEVAUTOUR H., 1990. *Étude des systèmes techniques : application à l'artisanat alimentaire au Sud-Bénin*. Thèse de troisième cycle en agro-économie. Montpellier, École nationale supérieure d'agronomie de Montpellier, 283 p.
- GBAGUIDI, J., 1993. *Du marché de brousse au grand marché, de la calculette au super calculateur ou l'art de faire ses courses en Afrique*. Cotonou, document ronéoté, 18 p.
- HOUNHOUIGAN, J. et NAGO, M., 1990. *La technologie traditionnelle de transformation du maïs en pâte fermentée au Bénin*. Cotonou, Faculté des sciences agronomiques, Université nationale du Bénin, 30 p.
- INSAE, 1992. *Enquête budget consommation, vol. 5, Résultats consommation alimentaire du premier passage*. Cotonou, Ministère du plan et de la restructuration économique, 191 p.
- INSAE, 1992. *Enquête budget consommation, vol. 8, Résultats consommation alimentaire et nutrition ; bilan nutritionnel des quatre passages et principaux résultats sur l'alimentation des trois derniers passages*. Cotonou, Ministère du plan et de la restructuration économique, 133 p.
- INSAE, 1994. *Enquête budget consommation, vol. 10, les revenus monétaires et les dépenses monétaires des ménages urbains*. Cotonou, Ministère du plan et de la restructuration économique, 74 p.
- KINSONHOUN, C., 1992. *L'approvisionnement de la ville de Cotonou en produits vivriers de base : l'exemple du maïs*. Mémoire de maîtrise de géographie et d'aménagement du territoire. Cotonou, Faculté des lettres, arts et sciences humaines, Université nationale du Bénin, 155 p.
- NAGO, M., 1989. *Technologies traditionnelles et alimentation au Bénin : aspects techniques, biochimiques et nutritionnels*. Cotonou, Faculté des sciences agronomiques, Université nationale du Bénin, 222 p.
- MUKANDA-BANTU, K., 1994. *Description du peuplement de l'Afrique de l'Ouest, commentaire de la base de données ; Étude des perspectives à long terme en Afrique de l'Ouest*, document de travail n°1. Paris, OCDE, CILSS, BAD, 123 p.
- THUILLIER, C., 1991. *Alimentation urbaine au Bénin*. Mémoire de D.E.A. de géographie et pratiques du développement. Nanterre, Université de Paris X-Nanterre, 94 p.
- THUILLIER, C., HOUNHOUIGAN, J., DEVAUTOUR, H., 1991. *Filières courtes et artisanat alimentaire au Bénin*. ATP innovations agro-alimentaires et filières courtes de produits vivriers. Montpellier, Cirad-Sar, 120 p.

ANNEXE : LISTE DES TABLEAUX ET DES CARTES

Liste des tableaux

Tableau 1. Structure des dépenses alimentaires à Cotonou.....	11
Tableau 2. Nature des aliments utilisés par les ménages de Cotonou.....	12
Tableau 3. Répartition des rationnaires selon leur participation aux repas au Bénin.....	13
Tableau 4. Caractéristiques de la consommation entre les repas à Cotonou.....	14
Tableau 5. Les modes d'approvisionnement par groupes de produits à Cotonou.....	16
Tableau 6. Répartition des dépenses alimentaires.....	17
Tableau 7. L'évolution démographique de Cotonou.....	20
Tableau 8. Recensement des commerçants vivriers des marchés secondaires par type de produits.....	23
Tableau 9. Recensement des artisanes transformatrices et vendeuses.....	27
Tableau 10. La spécialisation ethnique de l'artisanat alimentaire du sud du Bénin.....	29
Tableau 11. Répartition des commerçants de Dantokpa selon leur région d'origine et leur région d'approvisionnement.....	31
Tableau 12. Les prix moyens mensuels du maïs au détail à Dantokpa et dans 31 marchés secondaires de Cotonou en 1990.....	36

Liste des cartes

Carte 1. L'évolution spatiale de Cotonou et de ses marchés.....	22
Carte 2. La répartition des types de commerce au sein du marché Dantokpa en 1987.....	24
Carte 3. Les principaux marchés de Cotonou.....	26

LES DOCUMENTS DE LA SERIE « ALIMENTATION, URBANISATION ET FILIERES VIVRIERES »

Documents en cours d'édition :

- n° 1 : BRICAS N. Cadre conceptuel et méthodologique pour l'analyse de la consommation alimentaire urbaine en Afrique
- n° 2 : THUILLIER-CERDAN C. et BRICAS N. La consommation et la distribution alimentaires à Cotonou (Bénin)
- n° 3 : CHEYNS E. Les pratiques d'approvisionnement alimentaire des consommateurs de Ouagadougou (Burkina)
- n° 4 : MOUSTIER P. et LEPLAIDEUR A.. Cadre conceptuel et méthodologique sur l'analyse des acteurs commerciaux en Afrique
- n° 5 : MOUSTIER P. et DAVID O. La dynamique du maraîchage péri-urbain en Afrique sub-saharienne

Autres documents prévus :

- BRICAS N. et VERNIER P. (Eds). Diagnostic de la filière cossettes d'igname pour l'approvisionnement des villes au Bénin, Nigéria et Togo
- CHEYNS E. et BRICAS N. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 1 : Le Burkina.
- DELGADO L., MAZZEGA A. et BRICAS N. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 2 : Le Sénégal.
- DELGADO L. et BRICAS N. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 3 : Le Mali.
- DELGADO L. et BRICAS N. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 4 : Le Niger.
- DELGADO L. et BRICAS N. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 5 : La Guinée Bissau.
- DELGADO L. et BRICAS N. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 6 : La Mauritanie.
- CHEYNS E., DELGADO L. et BRICAS N. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 7 : Le Tchad.
- SERRES C. et BRICAS N. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 8 : La Guinée.
- BROUTIN C., BRICAS N., FRANÇOIS M., SOKONA K. et DIOP A.S. La promotion des céréales locales pour les marchés urbains au Sénégal.