



Programme
«Approvisionnement et distribution alimentaires des villes»



Collection «Aliments dans les villes»

**Commercialisation des vivres locaux
Le secteur informel
dans une perspective dynamique**

Frans Goossens
DT/03-97F



1997



Les appellations employées dans ce document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les opinions contenues dans ce document restent sous la seule responsabilité de leur(s) auteur(s) et ne sauraient engager les personnes citées. Elles ne reflètent pas nécessairement, non plus, le point de vue officiel des institutions citées ou de leurs pays membres.

Tous droits réservés. Aucune partie de ce document ne peut être reproduite, mise en mémoire dans un système de recherche bibliographique ni transmise sous quelque forme ou par quelque procédé que ce soit: électronique, mécanique, par photocopie ou autres, sans autorisation préalable. Adresser une demande motivée, en indiquant les passages ou illustrations en cause, au

Rédacteur en chef
Revue et Collection «Aliments dans les villes»
Service de la commercialisation et des financements ruraux (AGSM)
FAO
Viale delle Terme di Caracalla
00100 Rome, Italie
Télécopies: (+39 6) 5705 6850 - 5705 4961
Adresse électronique: sadaseries@fao.org

www.fao.org/ag/sada.htm

RÉSUMÉ

La principale thèse de cet ouvrage est la structure des filières de commercialisation des vivres en Afrique subsaharienne qui, en fait, ne dépend que de deux facteurs, à savoir les caractéristiques de l'aliment en question et le niveau de développement du pays. Dans les pays africains, comme partout dans le monde, un système de commercialisation des produits vivriers comprend un circuit informel et un circuit formel. L'importance de chacun de ces deux circuits diffère généralement selon le niveau de développement économique du pays. Dans les pays industrialisés, il n'y a que le système formel qui subsiste. Dans des circonstances d'instabilité économique ou sociale, ou dans un pays dont le niveau de développement est très bas, le secteur informel domine largement le commerce des vivres, et le secteur formel se concentre sur quelques segments bien spécifiques. La croissance économique se reflète dans un glissement du commerce des vivres du secteur informel vers le secteur formel. D'une manière générale, le secteur formel se développe d'abord dans le marché des céréales et à un stade de développement plus avancé dans le secteur des tubercules, des légumes et des fruits. Cette étude analyse cette évolution.

L'approche de la «recherche des systèmes» est utilisée afin d'analyser les filières de commercialisation. Cette approche permet de se concentrer sur les interactions entre tous les niveaux de la chaîne. Elle est décrite au chapitre 1.

Le chapitre 2 décrit l'organisation des filières de commercialisation des vivres. Les spécialisations des entreprises formelles et informelles aboutissent à trois catégories de circuits qu'on retrouve dans tous les pays de l'Afrique subsaharienne, à savoir:

- la filière informelle (paysan, colporteur/collecteur, semi-grossiste, détaillant), caractérisée par une main-d'oeuvre intensive, de petites entreprises spécialisées dans le traitement de biens non standardisés, des transactions non standardisées et risquées, des marges élevées, des prix variables, et une relative transparence du marché. La variante courte (colporteur, détaillant) traite les légumes, les fruits, le lait local, les tubercules, le manioc frais et séché, la volaille, les chèvres, le gibier, le poisson local frais et fumé. La variante plus longue, incluant un intermédiaire (semi-grossiste), se manifeste quand un financement des stocks, des crédits aux détaillants ou une transformation sont nécessaires (stockage de l'arachide, financement des stocks de bananes, transformation de manioc, etc.);
- la filière formelle, avec des importateurs-grossistes, des semi-grossistes, des supermarchés et des superettes, commercialise les produits importés et les vivres ayant subi une transformation industrielle; les clients sont des consommateurs aisés, c'est-à-dire une petite partie de la population; le commerce de détail formel n'est pas en compétition avec le commerce de détail informel quand il s'agit d'une distribution à la masse populaire;
- la filière mixte, comprenant un commerce formel de gros associé à un commerce de demi-gros formel, informel ou semi-formel et un commerce de détail informel, s'occupe d'un assortiment assez large de produits: le riz importé, le lait en poudre, le lait concentré, le pain, le poulet importé, les tomates en conserve, le poisson congelé ou salé, la viande de boeuf importée.

Le chapitre 3 analyse les contraintes qui sont décisives pour la compétitivité du secteur formel vis-à-vis du secteur informel. Chaque entreprise de commercialisation des vivres, du type formel ou informel, est une réponse aux contraintes exogènes ou endogènes au niveau de la filière où l'entreprise se situe. Il y a quatre contraintes qui déterminent quasi totalement la structure de la filière:

- a) le profil du consommateur, qui détermine la demande en vivres en termes de quantité, de qualité, de diversité et de valeur ajoutée;
- b) la structure de l'entreprise agricole, qui détermine la structure et le fonctionnement des marchés de collecte;
- c) le cadre macroéconomique, qui reflète des infrastructures de transport et de communication et d'autres services (technologie, système judiciaire, administration performante, etc.) disponibles pour les commerçants;

d) les caractéristiques du produit vivrier (technologie de transformation et de commercialisation) en question.

Les contraintes a, b et c, sont liées directement au niveau de développement du pays, et le PNB par personne est un paramètre approximatif à ce niveau. La contrainte d) y est liée de façon indirecte à cause de l'interaction entre la technologie et les caractéristiques du produit. Une implication importante est la transition des circuits informels vers des filières formelles qui n'est qu'un processus normal de développement. Ceci se passe à une vitesse différente selon les caractéristiques du produit.

Les multiples études de cas démontreront que le commerce formel de gros se concentre généralement sur les vivres qui se caractérisent par:

- une technologie de transformation qui donne un avantage comparatif à ce type d'intermédiaire;
- une offre stable et uniforme, ou une récolte durant une période courte, permettant d'organiser une «campagne de commercialisation»;
- une barrière financière élevée à l'entrée;
- peu de contrôle personnel des transactions, permettant de faire des transactions d'achat et de vente d'une certaine envergure sans risques.

Une absence de standardisation des produits ouvre des opportunités au secteur informel à haute intensité de main-d'oeuvre bon marché, en effet:

- la collecte se fait à petite échelle;
- la technologie de transformation est maîtrisée par le secteur informel;
- les produits sont périssables;
- la formation des prix se fait souvent à l'aide du marchandage;
- il n'y a que de petites transactions.

L'étude arrive aux conclusions principales suivantes:

- les secteurs formel et informel sont complémentaires; les deux formes sont en compétition permanente et la meilleure domine la filière concernée;
- au fur et à mesure qu'un pays se développe, les contraintes, quant aux caractéristiques d'un produit, sont levées par l'adoption de la technologie de commercialisation et de transformation, et les circuits se formalisent;
- le secteur informel est compétitif lorsqu'un produit vivrier ne correspond pas aux caractéristiques d'un produit parfait et que la technologie n'est pas disponible ou rentable pour transformer ce produit en un produit parfait;
- les interventions des Autorités et des bailleurs de fonds doivent nécessairement respecter ces contraintes dans le cas des interventions;
- la demande des consommateurs à bas revenu est surtout satisfaite par les filières informelles; le secteur formel n'est presque jamais concurrentiel dans la distribution au détail des vivres aux classes à bas revenu;
- le secteur formel nécessite une certaine stabilité macroéconomique et un cadre institutionnel transparent, et il évite un environnement d'investissement à haut risque; donc, dans une situation de croissance économique, le secteur formel devient plus compétitif et son importance relative augmente, et vice versa;
- le secteur formel n'est pas concurrentiel quand la structure de l'entreprise agricole et les caractéristiques du produit impliquent une collecte avec une nombreuse main-d'oeuvre; le secteur formel ou semi-formel n'intervient dans ces filières que pour le financement des stocks des colporteurs ou pour une transformation qui donne des avantages comparatifs aux entreprises formelles;
- les filières à basses barrières à l'entrée, telles la collecte/colportage et le commerce de détail, la transformation informelle et la préparation de plats traditionnels, jouent un rôle social

considérable sur le plan de la distribution des revenus; *il est presque impossible de réorganiser la filière, dont le rôle social domine le rôle économique, avec des instruments pour renforcer la concurrence.*

L'étude présente également neuf études de cas qui commentent des aspects spécifiques du développement des filières de commercialisation: 1) l'organisation du commerce de détail et son rôle social; 2) la stratégie des grossistes formels dans le choix des produits; 3) l'impact d'une collecte inefficace sur la chaîne de distribution; 4) un système informel de collecte des vivres à l'aide de colporteurs, est-ce la solution?; 5) le phénomène des «paysans-grossistes», une réaction au commerce oligopoliste des grossistes traditionnels dans la filière de l'igname en Côte d'Ivoire; 6) les filières maraîchères en Afrique, qui sont typiquement informelles; 7) le commerce de lait et de produits laitiers, ou la compétition entre produits locaux et importés; 8) la filière de manioc en Côte d'Ivoire comme source d'emploi informel; 9) la filière de la banane plantain en Côte d'Ivoire avec des grossistes qui financent le stockage.

PRÉSENTATION DE L'AUTEUR

Frans Goossens est ingénieur agronome et économiste. Après des recherches pour la Commission des communautés européennes sur les quotas laitiers et la structure des exploitations laitières au Département d'économie agricole de l'Université catholique de Louvain, il a effectué des recherches au Zaïre sur l'approvisionnement vivrier de la ville de Kinshasa de 1987 à 1990. Depuis 1992, il est chercheur au Département d'économie agricole de l'Université catholique de Louvain. En 1994, il a obtenu le grade de Docteur en agro-économie avec une thèse intitulée «Performance of Cassava Marketing in Zaire». Ses domaines de recherche sont la commercialisation des produits agricoles, l'évaluation de la performance des systèmes agricoles et de commercialisation et l'évaluation des projets de développement. Il est co-auteur du livre «Nourrir Kinshasa» (L'Harmattan, 1994) et auteur du livre «Cassava Production and Marketing in Zaire» (Leuven University Press, 1996).

TABLE DES MATIÈRES

Résumé	i
Présentation de l'auteur	iii
Liste des sigles	vi
Liste des tableaux	vi
Liste des encadrés	vi
Liste des figures	vii
INTRODUCTION	1
Chapitre 1: DÉFINITIONS ET CADRE MÉTHODOLOGIQUE	3
1.1 - Définitions	3
1.2 - Un système de commercialisation	3
1.3 - Le cadre analytique	5
Chapitre 2: LA DICHOTOMIE DU COMMERCE: CIRCUITS FORMELS ET INFORMELS	9
2.1 - La coexistence des circuits formels et informels	9
2.1.1 - Le circuit informel	9
2.1.2 - Le circuit formel	11
2.1.3 - Le circuit mixte	12
2.2 - Les transactions formelles et informelles	12
2.3 - L'analyse par produit	14
2.3.1 - Les arachides	14
2.3.2 - Les bananes	14
2.3.3 - Les fruits	15
2.3.4 - Les huiles	16
2.3.5 - L'igname	17
2.3.6 - Le lait et les produits laitiers	17
2.3.7 - Les légumes	18
2.3.8 - Le maïs	18
2.3.9 - Le manioc	19
2.3.10 - L'oignon	20
2.3.11 - Le poisson	21
2.3.12 - Le riz	21
2.3.13 - Le sorgho et le mil	22
Chapitre 3: LES CONTRAINTES AU DÉVELOPPEMENT DES CIRCUITS	25
3.1 - Les contraintes imposées par le profil du consommateur	25
3.2 - Les contraintes imposées par le système de production agricole	29
3.3 - Les caractéristiques du produit agricole et la technologie	31
3.4 - Les contraintes imposées par l'environnement socio-économique	33
3.5 - Le rôle social des marchés: l'emploi et la distribution des revenus	34
3.6 - Le commerce informel et la sécurité alimentaire	35
Chapitre 4 : CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	37
4.1 - La complémentarité des secteurs formel et informel	37
4.2 - L'évolution dynamique	38
4.3 - Le rôle du secteur informel et de la sécurité alimentaire	39
4.4 - Les implications pour les décideurs politiques	39
4.5 - Les interventions durables	40

Chapitre 5: NEUF ÉTUDES DE CAS	41
Etude de cas 1	41
Le commerce de détail en produits vivriers à Kinshasa: efficacité économique <i>versus</i> efficacité sociale.....	
Etude de cas 2	49
La stratégie des grossistes formels en produits vivriers au Zaïre	
Etude de cas 3	51
Les marchés ruraux de collecte inefficaces, une opportunité pour le secteur informel au Zaïre	
Etude de cas 4	54
Le phénomène des «par-colis» ou colporteurs de manioc au Zaïre: une réponse informelle à la disparition du secteur formel.....	
Etude de cas 5	58
Le phénomène des «paysans-grossistes» dans le commerce de gros de l'igname en Côte d'Ivoire	
Etude de cas 6	63
Les filières maraîchères en Afrique subsaharienne: l'absence du secteur formel et la stagnation technologique.....	
Etude de cas 7	68
La dichotomie du commerce du lait et des produits laitiers en Afrique subsaharienne	
Etude de cas 8	73
Le commerce du manioc à Bouaké en Côte d'Ivoire: une source d'emplois informels en milieu urbain.....	
Etude de cas 9	76
La commercialisation de la banane plantain à Bouaké en Côte d'Ivoire	
Notes de bas de page	78
Bibliographie	79

LISTE DES SIGLES

ADRAO	Association pour le développement de la riziculture en Afrique de l'Ouest
CCA	Contribution sur le chiffre d'affaires
FCFA	Franc de la Communauté financière africaine
MIDEVIV	Mission de développement des vivres, Cameroun
OCV	Office des cultures vivrières, Congo
ONCAD	Office national de commercialisation et d'assistance pour le développement, Sénégal
OPAM	Office des produits agricoles du Mali
PNB	Produit national brut
RSA	République de l'Afrique du Sud
SINPA	Société d'intérêt national des produits agricoles, Madagascar
SONACOS	Société nationale de commercialisation des oléagineux du Sénégal

LISTE DES TABLEAUX

1	Pays en Afrique subsaharienne selon le PNB par personne	6
2	Détaillants par taille de l'entreprise (octobre-novembre 1990)	42
3	Structure des prix des produits agricoles du Bas-Zaïre et du Bandundu aux marchés de détail à Kinshasa (1987, 1988, 1989)	44
4	Ratio entre la marge de détail et le prix au consommateur	45
5	Changements des prix réels à Kinshasa (janvier 1984- décembre 1989)	45
6	La structure des recettes et des dépenses des détaillants sur les marchés de Kinshasa (octobre 1990)	46
7	La structure des recettes et des dépenses des vendeurs de légumes sur les marchés de détail	47
8	Les conditions de vente du manioc à la ferme	52
9	Recettes et dépenses des «par-colis» de manioc en bateau ou en camion (octobre 1990)	57

LISTE DES ENCADRÉS

1	Les semi-grossistes de vivres locaux au Zaïre	13
2	L'huile de palme de nouveau à la mode au Congo	16
3	La bouillie de maïs, un nouveau petit déjeuner?	19
4	La chikwangué, une innovation de la transformation à Brazzaville	20
5	L'aliment de base en Afrique subsaharienne	26
6	Le consommateur urbain en insécurité alimentaire au Zaïre	27
7	Les indicateurs de l'impact de la dévaluation du franc CFA sur la consommation	28
8	De vraies bouillies africaines	28
9	L'horticulture périurbaine et la sécurité alimentaire à Kinshasa	66
10	Une société commerciale d'importation et de commerce de gros au Burkina Faso	69
11	L'exploitation laitière de M. Nombé à Ouagadougou	70
12	Madame Ouédraogo, fabricante informelle de yaourt	71

LISTE DES FIGURES

1	Un système de commercialisation des produits agricoles	7
2	Relation entre le Produit national brut (PNB) et la part relative du secteur informel et le niveau du PNB par personne	8
3	Cadre conceptuel de la commercialisation des vivres en Afrique subsaharienne avec a) le circuit informel, b) le circuit mixte, c) le circuit formel	10
4	Manipulation du produit dans un marché de gros typique	32
5	Coût de transport et de collecte en fonction du nombre de sacs	57
6	Filière de commercialisation de l'igname en Côte d'Ivoire	61
7	Le circuit de distribution et de transformation du lait au Burkina Faso	72
8	La filière du manioc en Côte d'Ivoire	75
9	La filière de la banane plantain en Côte d'Ivoire	77

«Les réseaux se complètent, s'associent, se relaient, s'affrontent aussi» (p. 137).

«La distance devient trop grande entre le producteur-vendeur et l'acheteur-consommateur de la ville. Le marchand ... fait son apparition ... entre la campagne et la ville, en particulier pour le commerce du blé (p. 27)».

«Les colporteurs sont des marchands, d'ordinaires misérables, qui «portent au col» ou tout bonnement sur le dos, de très maigres marchandises. Ils n'en constituent pas moins pour les échanges une masse de manoeuvre appréciable. Ils comblent dans les villes mêmes, plus encore dans les bourgs et les villages, les vides des réseaux ordinaires de distribution. (p. 58) ... Il faut penser que le colportage est un système éminemment adaptable. Toute panne de distribution peut le faire surgir ou resurgir (p. 62)».

(Braudel, 1979)

INTRODUCTION

Les citations, ci-dessus, de l'historien français Fernand Braudel se réfèrent au rôle des colporteurs, une catégorie de commerçants généralement informelle, durant le processus de l'urbanisation européenne. Elles sont à la base de l'étude de l'interaction entre le commerce formel et informel dans une perspective dynamique, notamment le développement économique d'un pays. On démontrera que l'urbanisation rapide en Afrique subsaharienne, avec la création des filières de commercialisation des vivres, est une copie de ce qui s'est passé en Europe durant des siècles. La thèse principale de cet ouvrage est la structure des filières de commercialisation des vivres en Afrique subsaharienne qui en fait ne dépend que de deux facteurs, à savoir les caractéristiques de l'aliment et le niveau de développement du pays.

Dans les pays africains, comme partout dans le monde, un système de commercialisation des produits vivriers comprend un circuit informel et un circuit formel. L'importance de chacun de ces deux circuits diffère généralement selon le niveau de développement économique du pays. Dans les pays industrialisés, il n'y a que le système formel qui subsiste. Ainsi, dans des circonstances d'instabilité économique ou sociale, ou dans un pays dont le niveau de développement est très bas, le secteur informel domine largement le commerce et le secteur formel se concentre sur quelques segments bien spécifiques. La croissance économique se reflète dans un glissement du commerce des vivres du secteur informel vers le secteur formel. Cette étude analyse cette évolution.

On peut constater empiriquement que les céréales (riz, maïs) sont généralement commercialisées par le secteur formel; les produits périssables, par contre, (fruits et légumes), se situent dans le secteur informel. Ces constatations permettent de formuler deux hypothèses de travail qui sont utilisées à travers cette étude:

- a) le rôle du secteur informel devient plus important à mesure que les produits vivriers diffèrent du produit optimal (c'est-à-dire homogène, divisible, non périssable) et que la technologie de commercialisation est absente; cette hypothèse implique que le secteur informel est complémentaire du secteur formel, et que le rôle du secteur informel diffère selon le produit et selon le pays;
- b) le secteur informel, avec son surplus de main-d'oeuvre et son contrôle personnel des transactions, est plus efficace que le secteur formel dans certaines situations à haut risque, en l'absence d'infrastructures, de systèmes de crédits, de technologie de commercialisation.

L'objectif de ce document est triple. Premièrement, il s'agit de démontrer que le cadre macroéconomique et la structure de la demande en nourriture et du système agricole imposent des contraintes sévères à un système de commercialisation des vivres et à toute intervention dans ces systèmes. Deuxièmement, il faut identifier la relation entre les caractéristiques d'un produit d'une part et, d'autre part, la structure d'un circuit de commercialisation, le type de commerçant (formel-informel, grossiste, semi-grossiste, colporteur, détaillant), les systèmes de commercialisation (circuit court: agriculteur, colporteur, consommateur; circuit long: agriculteur, collecteur, grossiste, semi-grossiste, détaillant), et le comportement des participants dans le secteur et les caractéristiques du produit. Troisièmement, il s'agit d'identifier, à partir de ces relations, les contraintes aux interventions possibles des décideurs, des responsables de municipalités, d'organisations professionnelles, etc.

La recherche des systèmes est utilisée afin d'analyser les systèmes de commercialisation (voir chapitre 1). Cette approche met l'accent sur les interactions entre les niveaux de la chaîne de commercialisation. Elle permet d'analyser les interactions entre la production, la collecte, la transformation, la distribution et la consommation, en prenant en considération les interactions avec le cadre macroéconomique, physique et institutionnel. Au chapitre 2, l'approche est appliquée à la chaîne type de commercialisation des vivres en Afrique subsaharienne. Les contraintes qui déterminent la structure et l'évolution dynamique d'un système de commercialisation sont analysées au chapitre 3. Le chapitre 4 contient les conclusions et quelques recommandations.

DÉFINITIONS ET CADRE MÉTHODOLOGIQUE

1.1 - DÉFINITIONS

Bien que les termes «formel» et «informel» soient utilisés fréquemment par toute personne travaillant dans les pays en développement, la différence entre ces deux secteurs n'est pas toujours claire et évidente. Les débats qui entourent la définition du secteur informel sont toujours ouverts. Les définitions posent généralement des problèmes, comme le démontrent les exemples suivants. Oudin (1990) a choisi, au Niger, d'inclure dans le secteur informel l'ensemble des activités non agricoles n'ayant pas de comptabilité selon les normes du plan comptable national. Mais selon lui, le terme secteur est même contestable puisqu'il suppose une certaine homogénéité des unités qui le composent. Selon Madhuri Bose (1990), les essais visant à délimiter ces secteurs à l'aide de facteurs tels que la technologie traditionnelle, le *employment status*, la taille des opérations et la localisation, ne sont pas sans problèmes. La différence essentielle entre les secteurs formel et informel serait dans la nature des relations entre les participants. Frey (1995) décrit le secteur informel comme: «ne payant ni patente ni impôt ... Leur rôle est d'autant plus lié à la vie familiale et aux relations sociales interpersonnelles ...» Sur base du statut fiscal, il y a évidemment une différence entre différentes catégories d'entreprises, mais une classification sur la base de ce paramètre n'est pas évidente. Le secteur qui paie des impôts au Ministère des finances, entre autre la taxe sur la valeur ajoutée, est considéré comme formel. Le secteur informel ne paie pas ces taxes, mais paie généralement une contribution journalière ou mensuelle à l'administration locale du marché. Le simple fait d'avoir une patente ou d'être enregistré pose parfois des problèmes. Les autorités du marché peuvent, par exemple, accorder une autorisation journalière aux détaillants informels et occasionnels, mais ceux-ci peuvent-ils dès lors être classés comme des entreprises formelles? Même les femmes qui s'installent par terre autour des marchés, pour vendre quelques tubercules, paient généralement une petite taxe.

En réalité, il existe une gradation entre les activités qui sont sans doute formelles (par exemple l'importateur-grossiste) et celles qui sont à cent pour cent informelles (par exemple des vendeurs ambulants dans les rues et des vendeurs des marchés de détail). L'évolution des entreprises de commerce des vivres entre ces deux extrêmes fait l'objet de notre étude. Définir ce qui est sûrement formel et ce qui ne l'est pas reste arbitraire et nous intéresse en moindre mesure. Pour des raisons pragmatiques, le terme «semi-formel» sera utilisé. Il s'agit d'une catégorie d'entreprises possédant certaines caractéristiques du secteur formel, mais se comportant comme des sociétés informelles. Généralement, elles sont inscrites au registre du commerce, mais le personnel n'a pas de statut officiel, elles ne paient pas de taxes sur la valeur ajoutée, il n'y a pas de comptabilité selon les règles nationales, etc.

1.2 - UN SYSTÈME DE COMMERCIALISATION

Dans la recherche des systèmes, la chaîne de commercialisation est considérée comme un mécanisme qui transforme les produits des systèmes de production agricole et les intrants en produits intermédiaires et produits de consommation répartis dans l'espace et dans le temps. Cette approche considère la production des vivres, la commercialisation et la consommation comme un seul système, réparti en plusieurs sous-systèmes. Les interactions entre les niveaux sont cruciales pour comprendre et améliorer la performance de l'ensemble. Une petite croissance de la productivité dans une partie du système peut fortement influencer le potentiel de tout le système. Cet instrument d'analyse est relativement proche de l'analyse des filières, une méthodologie utilisée par l'école française. Selon Moustier et Leplaideur (1996), «la filière retrace la succession des opérations qui, partant en amont d'un produit, aboutit en aval, après plusieurs stades de transfert dans le temps, l'espace et la forme, à

un produit fini au niveau du consommateur. La filière est définie comme l'ensemble des agents économiques qui contribuent directement à la production, puis à la transformation et à l'acheminement jusqu'au marché de réalisation d'un même produit».

Un système de commercialisation est un ensemble opérationnel caractérisé par un flux de produits, un flux d'argent et un flux d'informations, et le tout est lié et interconnecté (voir figure 1). Les liens de communication sont très importants pour la coordination de la production et de la distribution des biens et des services, et pour l'utilisation optimale des intrants. Des forces externes d'ordre économique, politique, social et culturel influent sur le système. Suivant la recherche des systèmes, la chaîne de commercialisation est subdivisée en trois sous-systèmes: agriculteurs, commerçants et transformateurs, et consommateurs. Les structures de production et consommation déterminent la nature essentielle du problème de la commercialisation des vivres. La population, les revenus et la consommation sont des indicateurs importants des caractéristiques de la demande. L'effet des marchés sur les niveaux et la nature de la production et de la consommation sont d'une importance primordiale dans le développement économique, la répartition des revenus et la sécurité alimentaire. Le marché influence la production agricole à travers son impact sur les prix des outputs et des intrants, et à travers la disponibilité des intrants et des débouchés fiables et rentables. Les caractéristiques de la production ont un impact sur la nature et les coûts de la commercialisation, les bénéfices de l'agriculteur, la disponibilité et le prix des vivres.

Le système de commercialisation, ainsi que les systèmes de production et de consommation peuvent être considérés comme des sous-systèmes d'une unité plus large, laquelle est à son tour un sous-système du système national, etc. Le système de commercialisation est composé de plusieurs sous-systèmes (grossistes, semi-grossistes, détaillants, colporteurs, transporteurs, etc.), comprenant tous une catégorie plus homogène de commerçants. Ces sous-systèmes sont composés d'entreprises de commerce individuelles. Le principe «système/sous-système/supra-système» lie les systèmes de manière hiérarchique.

Un système de commercialisation remplit essentiellement trois fonctions, à savoir une fonction d'échange (achat, vente, formation des prix), une fonction physique (collecte et transport, stockage, transformation et emballage, triage et classification) et une fonction de facilitation (financement et couverture du risque, informations objectives sur les conditions de commercialisation, recherche et développement, promotion des ventes). Ces fonctions existent dans tous les systèmes de commercialisation, mais elles sont remplies de manière différente selon le niveau de développement du pays et le degré d'évolution du système. Les différences sont aussi bien quantitatives que qualitatives parce que le type de produits commercialisés, les quantités et les qualités sont tous fonction du niveau de développement du système qui dépend d'un ensemble de forces économiques, politiques, sociales et culturelles et du niveau de développement économique du pays. Les études empiriques démontrent que le secteur informel se concentre surtout sur la fonction d'échange et certains aspects de base de la fonction physique (collecte et transport). D'une manière générale, le secteur informel se concentre sur les activités qui nécessitent une quantité importante de main-d'oeuvre par unité de produit, ainsi qu'un personnel monétaire assez restreint. Il s'agit des produits périssables qui sont difficiles à collecter et qui nécessitent un contrôle extensif lors de chaque transaction. La fonction de facilitation est plutôt, mais pas exclusivement, typique pour le secteur formel. La plupart de ces aspects nécessitent une échelle d'activités relativement grande pour être rentables. Etant donné que chacune de ces fonctions donne une valeur ajoutée au produit, la commercialisation ne peut pas être considérée comme une activité parasite, car elle représente bel et bien un paquet de services ajoutés au produit pour lequel le consommateur est prêt à payer un certain prix.

L'output du système est limité et déterminé aussi bien par des facteurs exogènes qu'endogènes. Les facteurs, ou contraintes endogènes, sont dus à des sous-systèmes dans le système ou à des systèmes d'un niveau plus bas. Une fonction ou activité à entreprendre par un individu ou une firme peut être considérée comme non rentable, vu les contraintes dans le système. Des facteurs ou des contraintes exogènes se situent à un niveau plus élevé que le système en question. Dans le cas d'un système de commercialisation, les facteurs exogènes se situent au niveau de l'environnement physique, institutionnel et macroéconomique. L'environnement physique joue un rôle déterminant pour la faisabilité, les coûts de transactions et l'efficacité économique de la commercialisation.

1.3 - LE CADRE ANALYTIQUE

Le but de cette étude est de comparer les systèmes d'approvisionnement en vivres des villes en Afrique subsaharienne et d'identifier, pour chaque produit vivrier, les facteurs qui retardent les interventions du secteur formel, ainsi que les facteurs et les caractéristiques générales qui déterminent la structure actuelle. On suppose que, dans chaque segment de la chaîne de commercialisation, le type d'entreprise le plus efficace, formel ou informel, dominera, étant donné les facteurs exogènes et endogènes.

Sur la base des aspects mentionnés ci-dessus, on peut déjà identifier les contraintes qui déterminent le fonctionnement d'un système de commercialisation et qui peuvent éclaircir la dichotomie «formel-informel» dans l'approvisionnement des villes et la distribution urbaine des vivres en Afrique subsaharienne, à savoir:

- le profil du consommateur (contrainte exogène): le revenu moyen, ainsi que la répartition des revenus déterminent un certain type de demande en vivres;
- le système de production agricole (contrainte endogène): la structure et l'échelle de production, le type d'intrants et l'output déterminent le système de collecte et, ainsi, le type de commerçant qui remplit cette fonction de façon efficace;
- les objectifs et les stratégies des commerçants: économiques ou sociaux;
- les caractéristiques du produit vivrier (périssable ou pas) et la nécessité d'une transformation (contrainte endogène) le niveau technologique du commerce, de la transformation et de l'agriculture influence la compétitivité des systèmes informels à fort emploi de main-d'oeuvre dans la transformation;
- le cadre socio-économique (cadre légal, administration, infrastructure, communications, etc.) détermine le risque couru par les commerçants et, ainsi, la compétitivité du commerce formel.

D'un point de vue dynamique, le développement et la croissance économique d'un pays se reflètent dans une augmentation du Produit National Brut (PNB) par personne. On suppose que l'évolution des chaînes de commercialisation des vivres, d'une situation informelle à bas niveau technologique vers une situation formelle à niveau élevé de technologie, est au fond liée au niveau de développement du pays. De nombreuses études empiriques dans différents pays du monde le mettent en évidence. Cette croissance du PNB implique entre autres:

- un changement du profil du consommateur «moyen» d'un revenu bas à un revenu élevé; le consommateur demandera plus de valeur ajoutée;
- des changements structurels dans le secteur agricole d'un système de production traditionnel à petite échelle vers une structure moderne à échelle plus large;
- que les systèmes de commercialisation des vivres évoluent d'une situation informelle vers des structures formelles avec un rôle plus important pour la transformation et la valeur ajoutée et souvent à une échelle plus large avec une productivité plus élevée.

Les pays ayant un PNB par personne de moins de \$EU 100 (le Rwanda, le Zaïre, le Mozambique, l'Éthiopie, etc.) se caractérisent par un système de commercialisation des vivres locaux presque complètement informel, dominé par de petites entreprises. Dans ces pays, il n'y a que quelques secteurs qui sont typiquement formels, comme par exemple les importations de vivres et le commerce de gros du riz. Dans les pays industrialisés par contre, plus de 98 % du commerce est formel. Les autres pays de l'Afrique subsaharienne se situent entre ces deux extrêmes. La recherche empirique démontre que le premier secteur à se formaliser est souvent le commerce en gros des céréales, le dernier, celui du commerce des légumes. Le processus de «formalisation» ne se passe pas à la même vitesse dans tous les secteurs de l'agriculture et du commerce, ce qui résulte dans les structures dichotomiques qui caractérisent l'Afrique subsaharienne et les autres pays en développement.

Le PNB par personne est utilisé comme paramètre approximatif pour le niveau de développement économiques d'un pays. Il est corrélé aussi bien au cadre général socio-économique, qu'au profil du consommateur et au niveau «technologique» de l'agriculture et du commerce. Au tableau 1, les pays de l'Afrique subsaharienne sont rangés en quatre groupes selon le PNB par personne (en \$EU) en 1994.

Tableau 1

**PAYS EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE
SELON LE PNB PAR PERSONNE**

moins de \$EU 201	PNB par personne		
	de \$EU 201 à 400	de \$EU 401 à 600	plus de \$EU 600
Rwanda (80)	Niger (230)	Ghana (410)	Côte d'Ivoire (610)
Mozambique (90)	Guinée-Bissau (240)	Mauritanie (480)	Congo (620)
Ethiopie (100)	Kenya (250)	Zimbabwe (500)	Cameroun (680)
Tanzanie (140)	Mali (250)	Guinée (520)	
Burundi (160)	Nigeria (280)	Sénégal (600)	
Sierra Leone (160)	Burkina Faso (300)		
Malawi (170)	Togo (320)		
Tchad (180)	Gambie (330)		
Uganda (190)	Zambie (350)		
Madagascar (200)	Bénin (370)		
	Rép. Centrafr. (370)		

Source: La Banque mondiale, "World Development Report 1996".

Les extrêmes sont le Rwanda (\$EU 80 par habitant) et le Cameroun (\$EU 680 par habitant). Il est facile à comprendre que cette différence (un sur huit) se reflète dans tous les domaines de la société.

Il est à remarquer que le PNB par personne est une moyenne nationale et qu'il ne dit rien sur la répartition des revenus. Il peut y avoir, par exemple, un biais pour certains pays en raison d'une production pétrolière, des exportations de minéraux, etc.

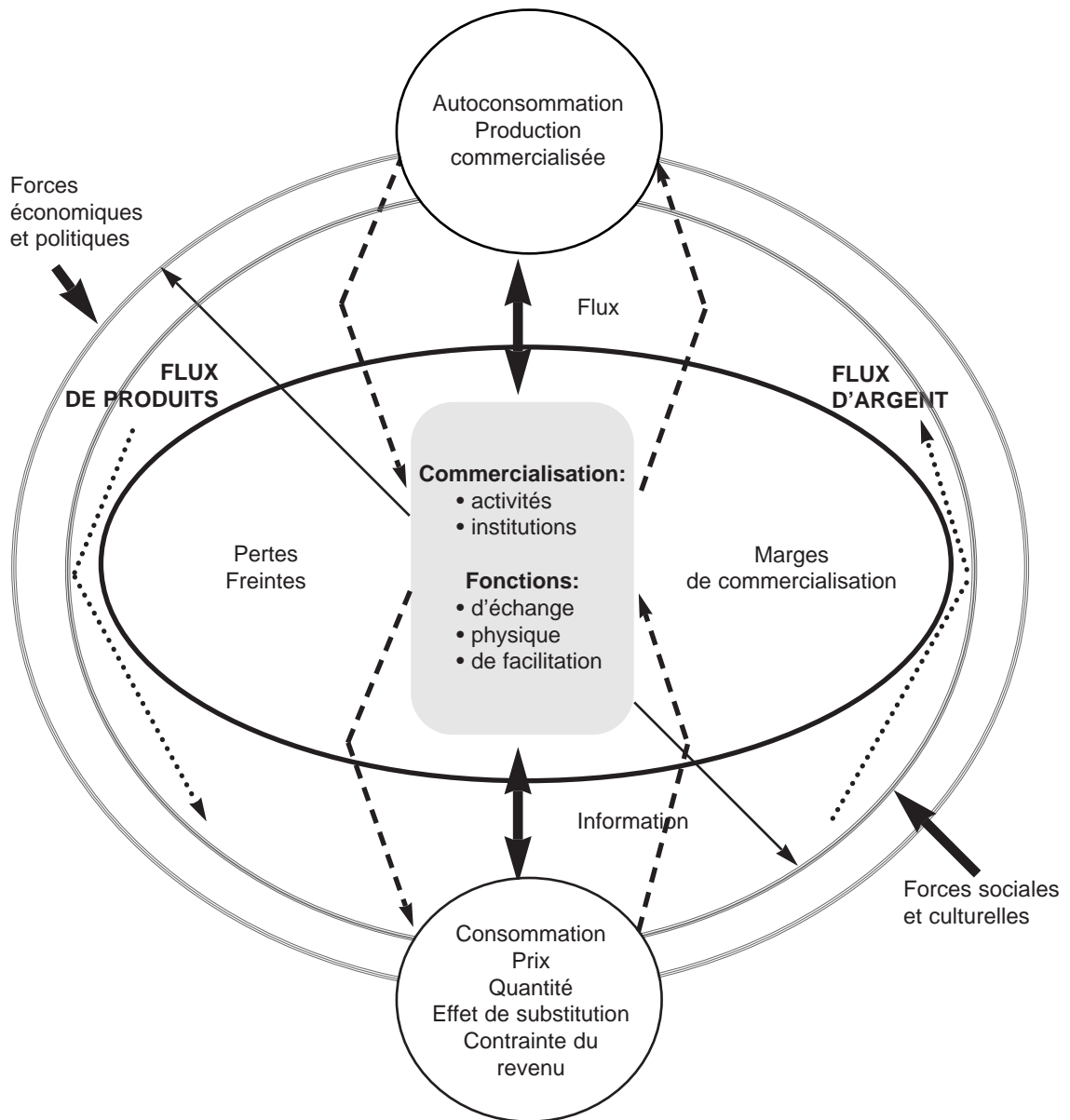


Figure 1
Un système de commercialisation des produits agricoles

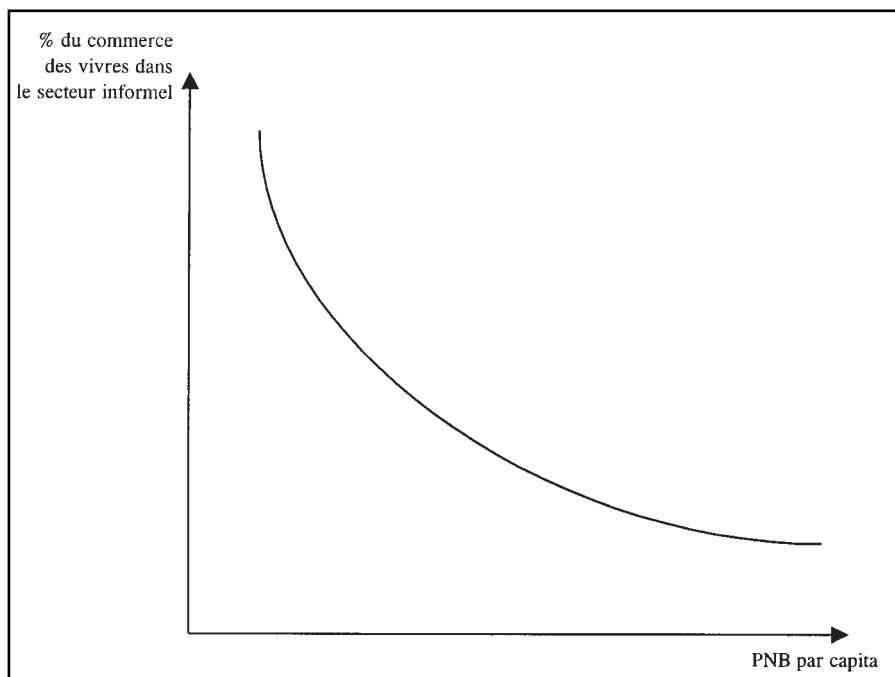


Figure 2
Relation entre le Produit national brut (PNB) et la part relative du secteur informel et le niveau du PNB par personne

LA DICHOTOMIE DU COMMERCE: CIRCUITS FORMELS ET INFORMELS

Les filières de commercialisation des vivres en Afrique subsaharienne peuvent être groupées en trois catégories: les circuits formels, les circuits informels et les circuits mixtes. Les circuits étatiques, relativement importants dans les années 1960-1980 sont considérés comme des circuits formels. Ils reçoivent peu d'attention dans cette étude en raison de leur importance actuelle restreinte. Ce chapitre décrira les caractéristiques de chaque type de circuit en termes généraux et donnera ensuite une analyse par produit.

2.1 - LA COEXISTENCE DES CIRCUITS FORMELS ET INFORMELS

2.1.1 - Le circuit informel

La filière informelle de commercialisation des vivres en Afrique subsaharienne comprend souvent un ou deux intermédiaires entre le producteur et le consommateur, à savoir un colporteur qui organise la collecte des vivres en milieu rural et le transport vers les centres urbains. Il achète les vivres auprès des paysans et les revend au détaillant et même au consommateur en ville. Ces colporteurs (voir étude de cas 4) n'ont généralement pas de propre véhicule ni de bateau. Ils louent une place sur un véhicule pour eux-mêmes et leurs produits. Ils se déplacent à vélo, à pied ou en minibus pour acheter des vivres en milieu périurbain (de 0 à 25 km). Les déplacements jusqu'à 25-50 km se font souvent en voiture pick-up, en taxi-bus ou en camionnette les longues distances en camion, en train ou en bateau. Frey (1995) fait la différence entre, d'une part, les «systèmes artisanaux marchands» avec des collecteurs-colporteurs professionnels à plein temps et, d'autre part, les «systèmes domestiques» avec des consommateurs urbains qui s'occupent du commerce lors de leurs déplacements occasionnels, ou avec des paysans qui vont en ville pour y vendre une partie de la récolte.

Les achats des colporteurs se font au champ, au bord de la route, à la ferme, éventuellement au marché du village du producteur, mais généralement peu à d'autres marchés ruraux. Les paysans ont souvent des problèmes pour transporter de grandes quantités de produits vers les marchés ruraux. Seulement au Sénégal, où la traction animale est disponible, les paysans ont plus de flexibilité: ils peuvent facilement remporter leurs produits quand le prix n'est pas satisfaisant. Les femmes des agriculteurs vendent des produits agricoles au marché pour financer l'achat de biens manufacturés ou de certains vivres.

Le colporteur vend au détaillant, au consommateur ou au grossiste urbain. Les ventes ont généralement lieu directement après l'arrivage en ville (par manque de financement), dans les rues, sur les parkings, dans les dépôts des grossistes locaux. La distribution au détail de ces vivres locaux se situe presque entièrement dans le secteur informel (voir étude de cas 1). Ce type de circuit «court» est prépondérant en Afrique subsaharienne pour tous les produits (semi-)périssables: les légumes, les fruits, le lait local, les tubercules séchés, le manioc frais et séché, la volaille, les chèvres, le gibier, le poisson local frais et fumé. La recherche de Eicher et Baker (1982), Jones (1972), David et Moustier (1993), Goossens (1994) et d'autres chercheurs démontre que l'extrême longueur des circuits de distribution en Afrique subsaharienne est généralement un mythe. Les filières de commercialisation sont souvent extrêmement courtes.

Parfois le colporteur vend aux grossistes locaux ou aux transformateurs informels qui financent le stockage, transforment et revendent le produit. Le nombre d'intermédiaires s'élève ainsi à deux ou trois. Le financement des stocks de l'igname, de l'arachide, de la banane, du maïs, du sorgho et du mil est souvent une contrainte pour le collecteur-colporteur même. Il y a par exemple les

grossistes de l'igname et de la banane à Bouaké (Côte d'Ivoire), les stockeurs de l'arachide à Tuba (Sénégal) et à Kinshasa (Zaire), etc. Il s'agit d'une catégorie de grossistes locaux qui fonctionnent à une échelle restreinte et qu'on pourrait souvent cataloguer comme semi-formels. La nécessité d'une transformation du produit est également une motivation pour la vente à un intermédiaire formel ou informel. La transformation des produits se situe aussi bien dans le secteur formel (agro-industrie) que dans le secteur informel selon la technologie utilisée. Le grossiste formel s'occupe de la transformation industrielle (la mouture du maïs, le décorticage du riz), les femmes dans les centres urbains s'occupent de la transformation informelle (la fabrication de gari, d'attiéké, de pâte de manioc; la préparation du sorgho, du poisson fumé, de bananes plantains, etc.).

Selon Frey (1995), l'efficacité du système artisanal marchand repose sur une connaissance approfondie de l'économie rurale. Goossens (1994) démontre que ce type de collecte est plus efficace sur le plan du groupage de la marchandise en milieu rural est l'absence d'une standardisation des vivres dans le cas de vivres (semi-)périssables et dans le cas d'une atomisation extrême de l'offre. Le fort emploi de main-d'oeuvre pour la collecte et la distribution, et les risques encourus, expliquent la dominance du secteur informel dans certaines filières. Cette commercialisation, qui s'effectue de façon informelle, est bien organisée et tout à fait en mesure de s'adapter à un accroissement du volume des produits. Mais, il y a généralement une multiplication des activités et non une croissance des entreprises avec des économies d'échelle et une hausse de la compétitivité. D'autres désavantages sont la productivité très basse de la main-d'oeuvre, peu de compétition (Goossens, 1996) et l'absence d'innovation et d'adoption de nouvelles technologies.

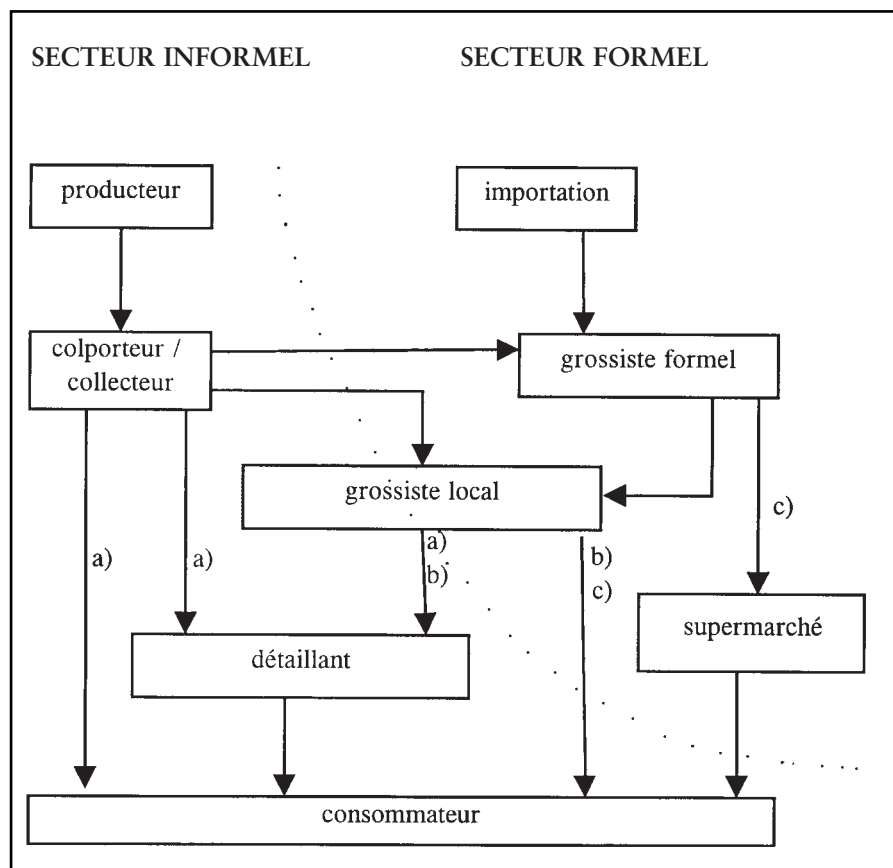


Figure 3
Cadre conceptuel de la commercialisation des vivres en Afrique subsaharienne avec a) le circuit informel; b) le circuit mixte; c) le circuit formel

La plupart des grandes villes africaines ne possèdent pas de véritable marché de gros. Les installations utilisées pour la vente en gros de vivres sont souvent disséminées à travers la ville. Il n'existe pas d'infrastructures spécifiques, mais les colporteurs organisent la vente dans des rues et des parkings près des marchés de détail, où les camions s'arrêtent. Parfois, il s'agit d'une concentration de dépôts des grossistes locaux «semi-formels». Le chiffre d'affaires de ces entreprises est petit, le dépôt n'est qu'une simple construction car il y a peu d'infrastructures ou d'installations spécifiques. Les acteurs n'ont souvent pas de moyens de transport. La vraie fonction de vente en gros, en termes d'échelle de l'activité, existe pour certains produits spécifiques tels que les vivres importés (viande, poisson, volaille, riz, huile, blé, maïs), le riz, le maïs et les céréales produits localement et transformés de façon industrielle. L'offre est généralement contrôlée par un nombre restreint de grossistes (importateurs, producteurs, collecteurs). L'absence de marchés et de commerçants de gros pour les autres produits locaux mène à une segmentation des marchés urbains, ce qui est typique pour les circuits informels: les informations sur les prix passent difficilement, la situation de l'offre est confuse, les marchés ne sont pas transparents, les prix fluctuent de jour en jour, il faut marchander pour arriver à un prix correct, et les marges de distribution sont élevées. Dans une étude de cas portant sur les marchés de Yaoundé au Cameroun, Ongla (1978) note des écarts de prix importants d'un marché à l'autre. Goossens, Minten et Tollens (1994) ont fait le même constat au Zaïre: les écarts de prix entre les marchés s'élèvent parfois à plus de 10 à 15 % du prix de vente. Souvent des systèmes d'information sur les prix sont proposés afin d'améliorer la transparence des marchés.

Les transporteurs routiers et fluviaux peuvent être propriétaire, locataire ou gérant d'un camion ou d'un bateau. Souvent, ils ne sont pas propriétaires de toute la marchandise sur le camion. Celle-ci appartient à des commerçants et des colporteurs. Les propriétaires des camions se trouvent dans tous les secteurs de l'économie et considèrent un camion comme un investissement intéressant, facile à gérer et à contrôler, qui demande peu de savoir-faire spécifique et qui rapporte un cash-flow régulier. Les colporteurs louent une place sur le camion ou le bateau. Des camionneurs transportent les produits jusqu'à la ville où ces mêmes produits sont vendus aux semi-grossistes, aux détaillants et même aux consommateurs. Les camionneurs n'ont pas toujours d'emplacement et d'installation de vente fixe. Leur camion sert souvent au classement, à l'emballage et au stockage des produits. Ces camionneurs accomplissent des fonctions importantes de commercialisation, comme la collecte des produits vivriers d'un grand nombre de petits producteurs et le transport de ces produits vers les zones urbaines et leur distribution. Ils assurent le lien nécessaire entre les petites unités de production géographiquement éparpillées et les petites unités de vente au détail.

Les marchés de détail se trouvent toujours dans le secteur informel. Il y a les grands marchés urbains, les petits marchés des quartiers, les tabliers dans les rues, les kiosques et les vendeurs ambulants. Le fonctionnement d'un marché de détail est décrit dans l'étude de cas 1. Les bénéfices nets des détaillants se situent souvent autour de \$EU 1 à 2 par jour. Une situation extrême d'insécurité alimentaire a un impact sur tous les niveaux de la chaîne de commercialisation, mais surtout au niveau du commerce de détail et des colporteurs en raison des barrières d'entrée qui sont extrêmement basses à ces niveaux. Goossens (1996) démontre que le rôle social de ces marchés est relativement important.

2.1.2 - Le circuit formel

La filière formelle comprend un importateur ou grossiste-collecteur et un point de vente au détail (supermarché, superette, kiosque). Parfois, une seule entreprise remplit les fonctions d'importation, de gros et de détail. Les grandes villes disposent souvent de supermarchés, de superettes et de détaillants spécialisés qui convoitent les groupes de revenus aisés. Ces supermarchés et épiceries libre-service ne jouent pas de rôle important dans la distribution des principaux produits vivriers de base. Parfois, le secteur formel organise la vente de certains produits bien standardisés (boissons sucrées, bière) dans ses propres boutiques. L'importance de ce circuit formel est généralement surestimée, parce qu'il est beaucoup plus visible que le circuit informel. Les grossistes formels sont souvent des entreprises anciennes qui, dans le passé, s'occupaient de la collecte de l'arachide, du maïs, du riz et du café en milieu rural, en combinaison avec la distribution d'intrants, de biens

manufacturés et de poisson salé. Actuellement, ils ont réduit leurs activités à l'intérieur du pays et ils se concentrent surtout sur l'importation des vivres. Les nouveaux grossistes locaux, soi-disant «semi-formels» se concentrent plus sur les circuits à l'intérieur du pays.

2.1.3 - Le circuit mixte

Généralement, les grossistes formels utilisent les secteurs semi-formels et informels pour la distribution de demi-gros et de détail de leurs produits, ce qui mène à un circuit mixte formel-informel. La quantité de produits qui peut être distribuée à travers le circuit de détail formel est trop restreinte. La gestion d'un circuit de distribution qui s'adresse à la totalité de la population n'est pas rentable de façon formelle, en raison du grand nombre de points de vente qui sont nécessaires. Les investissements de base dans une infrastructure formelle de vente au détail sont toujours plus chers que ceux du secteur informel.

Les aliments importés sont canalisés à travers des maisons de distribution en gros qui les vendent dans leurs propres supermarchés et surtout en demi-gros. A travers ces semi-grossistes (parfois formels, généralement semi-formels, souvent informels), les produits trouvent leur voie vers les différents marchés de détail (voir encadré 1). L'assortiment de produits traités à travers le circuit mixte est remarquablement semblable dans toute l'Afrique subsaharienne: le riz importé, le poisson congelé ou salé, le poulet importé, les boîtes de purée de tomates, le lait en poudre, le lait concentré, le pain (ou blé), l'huile de palme industrielle, l'oignon importé, etc. Il s'agit également de produits locaux qui ont reçu une transformation industrielle.

Les grossistes locaux se situent souvent à mi-chemin entre les secteurs formel et informel. Certains ont déjà quelques caractéristiques d'un statut formel: une comptabilité selon les règles nationales, un registre de commerce, des crédits bancaires. D'autres ne s'occupent qu'occasionnellement du commerce et sont tout à fait informels. Il y en a de toutes sortes et tailles. «Devenir formel» n'offre pas nécessairement des avantages. Au contraire, l'accès au crédit demeure problématique en raison des garanties bancaires. Se faire connaître au fisc et à l'administration ne donne pas d'avantages non plus. En plus, il est souvent presque impossible de devenir formel, étant donné la faiblesse de l'administration et l'absence d'un statut formel adapté aux petites entreprises. Mais généralement, les détaillants les plus efficaces qui réussissent à élargir leurs activités, quittent le commerce de détail pour s'occuper du commerce de gros.

2.2 - LES TRANSACTIONS FORMELLES ET INFORMELLES

Les transactions d'achat du consommateur peuvent être classées en deux catégories, à savoir les achats «mensuels» et «journaliers». Ils se font dans des lieux bien différents. Le fameux «sac» de maïs, de riz, de sorgho, ou de manioc, est acheté par le ménage une fois par mois, soit directement auprès du colporteur lors de son arrivée en ville, soit dans le dépôt d'un semi-grossiste (voir encadré 1). Celui-ci remplit souvent le rôle de semi-grossiste et de détaillant en même temps. Cet achat n'a pas lieu au marché de détail. Ainsi, le rôle des marchés de détail types se limite à l'aliment de base. De petites quantités de légumes, de poisson, de haricots, de fruits, de viande, etc., pour la consommation journalière, sont achetées presque uniquement aux marchés de détail. Le transport en ville coûtant cher par rapport à la valeur de ces transactions, le client fait ses achats journallement près de chez lui au marché du quartier, d'où la nécessité d'un grand nombre de points de vente. Ce service lui est offert par le secteur informel.

Le problème de la standardisation est une contrainte majeure, qui est décisive pour la localisation d'une transaction dans le secteur formel ou informel.

Les multiples études de cas démontrent que le commerce de gros se concentre généralement sur des vivres hautement standardisés, pour lesquels l'information sur les prix et la qualité est bonne, pour lesquels le marchandage n'est pas nécessaire, les transactions étant efficaces et faciles à contrôler (ce qui permet une échelle optimale assez grande), et pour lesquels, en cas de compétition, les marges

Encadré 1
LES SEMI-GROSSISTES DE VIVRES LOCAUX AU ZAÏRE

Les semi-grossistes achètent un certain nombre de sacs de manioc, d'arachides, de riz ou de haricots, et ils en organisent le transport vers leur dépôt par charrette (pousse-pousse) ou par voiture pick-up et ils les revendent par quelques unités ou à la pièce aux détaillants, et même aux consommateurs. Environ la moitié des semi-grossistes sont locataires de leur dépôt, les autres sont propriétaires. Généralement, ils n'ont pas de moyen de transport, mais en louent un en cas de besoin. Etant donné que le but principal est d'approvisionner le commerce de détail, les dépôts se situent autour des grands marchés de détail. Les semi-grossistes avec dépôt se situent généralement dans le circuit des produits vivriers qui sont acheminés par bateau, qui sont importés ou qui arrivent par camion, mais qui ne sont pas directement vendus sur les parkings. Les entreprises de demi-gros se trouvent généralement dans le secteur informel. Les faiblesses sont: l'absence de comptabilité dans beaucoup de cas, la comptabilité réduite à l'enregistrement des recettes, l'absence de réinvestissements, les profits étant utilisés à subvenir aux besoins immédiats de consommation des propriétaires et de leurs familles. L'utilisation des fonds de roulement pour résoudre les problèmes familiaux est fréquente, ce qui empêche une planification à long terme. Le mélange des fonds familiaux et commerciaux pose une lourde hypothèque sur la stabilité et la santé financière des entreprises. Le point fort de ce secteur est son dynamisme.

La valeur d'une transaction d'achat des vivres est de \$EU 550 en moyenne. Cette quantité est vendue en 7,2 jours. Le chiffre d'affaires est de \$EU 92 par jour. La marge moyenne entre la valeur d'achat et la valeur de vente est de 22 %. La marge brute par jour est de \$EU 60, ce qui est très élevé du fait qu'il n'y a guère de frais et qu'on ne produit généralement pas ou guère de valeur ajoutée.

La structure du commerce de demi-gros est atomistique, mais il y a des barrières à l'entrée: le financement des stocks et parfois l'accès aux produits. Pour les candidats semi-grossistes, trouver des fonds de démarrage semble constituer la plus grande difficulté. Environ 80 % des semi-grossistes renouvellent les stocks avec leurs propres moyens.

bénéficiaires sont petites. Le circuit formel est spécialisé dans les types de commerce qui se caractérisent par:

- une technologie de transformation spécifique;
- une offre stable et uniforme, ou une récolte durant une période courte, permettant d'organiser une «campagne de collecte»;
- une barrière financière élevée à l'entrée;
- peu de contrôle personnel des transactions permettant de faire des transactions d'achat et de vente d'une certaine envergure sans risque.

Une absence de standardisation des produits ouvre des opportunités au secteur informel à fort emploi de main-d'oeuvre bon marché parce que:

- la collecte se fait à petite échelle;
- la technologie de transformation est maîtrisée par le secteur informel;
- les produits sont périssables;
- la formation des prix se fait souvent à l'aide d'un marchandage;
- les transactions sont petites.

Eicher et Baker (1982) mentionnent que les chercheurs ont surestimé l'importance du marchandage. Dans la plupart des cas, tant l'acheteur que le vendeur ont une bonne idée de l'éventail des prix qui se pratiquent sur le marché pour la journée en question. Goossens (1994) démontre que le marchandage est utilisé pour corriger les imperfections dans le marché, comme l'absence d'un emballage standardisé, d'une qualité standardisée ou d'un contrôle efficace.

Les spécialisations des entreprises formelles et informelles aboutissent donc à trois catégories de circuits qu'on retrouve dans tous les pays de l'Afrique subsaharienne, à savoir:

- le secteur informel, caractérisé par une main-d'oeuvre intensive, de petites entreprises spécialisées dans le traitement de biens non standardisés, des transactions non standardisées et risquées, des marges élevées, des prix variables, une basse transparence du marché;
- le circuit formel;
- la filière mixte: le commerce de gros formel associé à un secteur informel du commerce de demi-gros et de détail.

D'une manière générale, le secteur formel se développe d'abord dans le marché des céréales et, à un stade de développement plus avancé, dans le secteur des tubercules, des légumes et des fruits. Une analyse par produit permet d'identifier les contraintes et les avantages comparatifs pour le secteur formel dans chaque filière.

2.3 - L'ANALYSE PAR PRODUIT

2.3.1 - Les arachides

Les exportations d'arachides au niveau mondial sont réalisées par une dizaine de pays seulement, dont deux en Afrique, à savoir le Sénégal (exportation de 41 % de sa production nationale) et le Soudan (25 % de sa production). Le marché mondial connaît trois formes d'arachides: graines de bouche, huile, tourteau. Pour l'arachide de bouche, il y a les normes du marché (taille, forme, couleurs des graines). Au Sénégal, la SONACOS, office de commercialisation et de transformation de l'arachide, organisait le marché de l'exportation. L'achat en gros au niveau du paysan pour l'exportation impliquait souvent l'approvisionnement en engrais, en semences, en crédit et en pesticides. La politique de désengagement des Etats en matière de fourniture d'intrants a rendu l'offre irrégulière. La disparition des circuits, souvent subventionnés, implique une baisse de la compétitivité du secteur formel sur le plan de la collecte. Les circuits de collecte informels sont beaucoup plus flexibles que les circuits formels.

Le taux d'autoconsommation d'arachides est très élevé dans tous les pays producteurs. Ce qui est vendu par le petit producteur entre généralement dans la filière locale. Celle-ci est caractérisée dans plusieurs pays par de petits grossistes locaux qui achètent auprès des paysans ou des collecteurs après la récolte, qui financent le stockage et qui vendent au fur et à mesure que le prix augmente. Ces grossistes sont aussi bien formels que semi-formels et informels. A côté de ce circuit, il y a le secteur formel qui est traditionnellement actif dans le commerce et la transformation de l'arachide. Les circuits s'étaient le plus formalisés au Sénégal où le rôle de l'Etat, en tant que régulateur, a permis la croissance facile d'un secteur formel. Suite à l'ajustement structurel et au dérèglement qui en fait partie, le secteur informel a crû. Dans d'autres pays, les grossistes et transformateurs locaux avaient déjà depuis longtemps remplacé les grandes sociétés formelles. Au Zaïre par exemple, le secteur informel se développe rapidement et remplace en quelques décennies les grossistes formels qui étaient autrefois actifs dans le secteur (voir étude de cas 2).

2.3.2 - Les bananes

Il y a trois systèmes de production de bananes en Afrique subsaharienne:

- a) le système traditionnel de cueillette;
- b) le système artisanal ou villageois: il s'agit généralement d'exploitations d'un à plusieurs hectares, faiblement intensifiées, avec une mise en vente d'une part significative de la production; souvent il s'agit d'anciennes plantations, de cultures dans les vallées en forêts et de cultures associées au cacao et au café;

- c) le système industriel, constitué de plantations très intensives de quelques dizaines à quelques centaines d'hectares, à forte productivité, orientées essentiellement vers l'exportation (Rastoin et Loeillet, 1996).

Il est évident que le système de production a) aboutit à une consommation en milieu rural, et les ventes occasionnelles aux marchés ruraux ou éventuellement aux colporteurs. Ce commerce s'oriente surtout sur la consommation rurale. Le système de production b) est idéal pour les grossistes-collecteurs ou des coopératives qui organisent la collecte et le transport sur les longues distances et qui prennent des risques relativement élevés de collecte et de transport. Ces risques sont compensés par des marges élevées. Arrivés en ville, les collecteurs revendent aux détaillants, ou à d'autres semi-grossistes qui financent le stockage jusqu'à la distribution. Les grossistes formels ne s'intéressent pas à ce secteur. La distribution au détail passe traditionnellement à travers les marchés de détail. Les exportations se font surtout par la Côte d'Ivoire, le Cameroun et le Ghana, pays ayant une infrastructure générale relativement bonne basée sur le système de production c). L'exportation industrielle est seulement possible dans un environnement avec des infrastructures de base qui sont relativement efficaces.

2.3.3 - Les fruits

Les contraintes de l'organisation des filières des fruits en Afrique subsaharienne se situent à plusieurs niveaux et empêchent le secteur formel d'y être actif:

- une production irrégulière et atomisée: les agriculteurs disposent rarement de plus d'un demi-hectare, généralement divisé en plusieurs parcelles; parfois, ils n'ont que quelques arbres fruitiers autour de la case; ils assurent d'abord la consommation familiale; il n'y a ni véritable marché ni collecte organisée; les arbres sont souvent sacrifiés pour faire du charbon de bois; un produit extrêmement périssable, peu standardisé avec une offre atomisée implique une collecte informelle avec des commerçants occasionnels qui sont peu spécialisés; l'organisation de l'approvisionnement à partir de productions extrêmement morcelées est la clé de la croissance et de la multiplication de ces petites entreprises de commercialisation;
- une demande irrégulière et limitée de la part des consommateurs urbains, les fruits étant considérés comme des produits de luxe, et consommés surtout durant la période d'abondance; le consommateur n'achète qu'irrégulièrement des fruits, dans les rues et aux marchés de détail, le prix étant un critère important pour l'achat; les chercheurs insistent souvent sur la qualité qui serait trop basse, disant que «la moindre défaillance, à une quelconque étape du processus, peut compromettre l'ensemble de la production»; cette augmentation de la qualité aboutit probablement à un prix plus élevé, étant donné le système de production actuel; le consommateur n'est pas prêt à payer ce prix plus élevé; de plus, la qualité offerte par le secteur informel est très irrégulière, mais il y a généralement une partie de très bonne qualité;
- une transformation qui est rarement rentable; délicats à acheminer au frais vers les centres urbains, les fruits se prêtent à la préparation de nombreux produits de bonne conservation (boissons aux fruits, confitures, sirops, pâtes de fruits); les essais de transformation ont généralement échoué à cause de la rentabilité (petite échelle de transformation, peu de demande locale, offre irrégulière en matière première); selon Gret (1993), la transformation des fruits tropicaux n'est pas la solution aux multiples problèmes que connaissent les producteurs en raison de l'alternance de sous-production et surproduction de la chute des prix à certaines périodes de l'année et de l'absence de valorisation de la matière première; les zones de surproduction sont bien souvent dispersées et difficilement accessibles, les coûts liés au transport sont souvent prohibitifs pour un atelier situé en zone rurale, la concurrence avec d'autres produits importés est souvent rude;
- il y a des exemples de réussites de l'exportation et de la transformation des fruits à une petite échelle mais, jusqu'à présent, il ne s'agit que de cas isolés.

Etant donné les contraintes, il est donc normal que la commercialisation se situe dans le secteur informel. L'envergure des problèmes à tous les niveaux de la chaîne implique qu'il n'y a pas de simples solutions dans un proche avenir. L'exportation des fruits est possible moyennant un contrôle

de toute la chaîne, avec une production contrôlée et un approvisionnement en intrants. Une production pour le marché local par les fermes modernes est possible, mais risquée, en raison de la demande limitée des centres urbains. Un marché urbain est très vite saturé en fruits.

2.3.4 - Les huiles

Plusieurs huiles végétales (le soja, le tournesol, l'arachide, le colza, le maïs), ainsi que des arbres pérennes tels que le cocotier et le palmier à huile, occupent une place importante dans l'alimentation quotidienne en Afrique subsaharienne. Le plat de base africain contient généralement une sauce à base d'huile, de légumes, de tomate et d'oignon. Pour la préparation de la viande, l'huile est aussi souvent indispensable. A l'époque coloniale, l'Afrique était un exportateur important d'huile. L'ouverture des marchés africains à la concurrence étrangère s'est traduite par des importations à bon marché. L'insuffisance des investissements dans les plantations et les usines de transformation a aggravé cette situation: baisse des rendements, de la qualité et de la productivité des exploitations agricoles, industries obsolètes. Ensuite, il existe aussi les économies d'échelle dans les pays concurrents, surtout en Asie. Récemment, la compétitivité s'est fortement amélioré après la dévaluation du franc CFA (FCFA) (voir encadré 2).

Le secteur de l'huile est caractérisé par une trichotomie remarquable: une production industrielle locale, une transformation artisanale et une importation; chaque catégorie a ses propres filières de commercialisation et de distribution. Dans chaque filière, il y a des (semi-)grossistes qui financent le stockage. Dans le circuit industriel et pour l'importation, ces grossistes forment le maillon nécessaire entre les usines et les dépôts qui organisent la vente au détail. Dans le circuit informel, ils achètent, financent le stockage et revendent aux détaillants. L'huile artisanale coûte généralement moins cher que l'huile industrielle. La transformation informelle a récemment gagné de l'importance. L'extraction de l'huile de palme se fait de cinq façons: extraction à la main, petite presse à vis, petite presse hydraulique à main, usine intermédiaire et grande usine à fort emploi de personnel. Selon Eicher et Baker (1982), l'extraction manuelle est moins efficace techniquement, mais plus rentable du point de vue économique, en raison des frais de transport moins élevés, de la moindre valeur monétaire du travail familial et d'une utilisation plus constante de fruits ayant une forte teneur en huile.

Encadré 2 L'HUILE DE PALME DE NOUVEAU À LA MODE AU CONGO

Dans plusieurs personnes africains, la dévaluation du franc CFA a fini par susciter un regain d'intérêt pour les produits locaux peu consommés depuis des lustres. C'est le cas, à Brazzaville, où les ventes d'huile de palme ont décollé. Aux marchés, dans les rues, les mamans en vendent dans des bouteilles de 20 à 65 cl. Le litre valait francs CFA 400 en 1993. Il est passé à francs CFA 500 en 1995. Le litre d'huile importée, qui valait francs CFA 500 en 1993 se négocie maintenant à francs CFA 1 000.

Source: Afrique agriculture, n° 223, février 1995.

2.3.5 - L'igname

Le circuit de l'igname est caractérisé par des collecteurs spécialisés et informels, et par des grossistes locaux qu'on pourrait caractériser de «semi-formels». Le rôle de ces derniers est de financer le stockage durant une période de quelques mois, d'organiser le transport sur de longues distances, éventuellement d'exporter, et de vendre au détail à crédit. Les collecteurs informels ne disposent souvent pas de moyens financiers pour le stockage. La production étant atomisée, cet intermédiaire disposant de main-d'oeuvre bon marché est indispensable pour la collecte. Les pertes, au stockage, des racines et des tubercules semi-périssables sont élevées, qu'il s'agisse d'igname, de patates douces, de pommes de terre ou de taro. Le principal problème de stockage est que ces plantes contiennent beaucoup d'eau par rapport aux céréales, qu'elles continuent à respirer et se métabolisent plus vite que les céréales. L'incapacité d'entreposer, de transporter et de transformer ces denrées constitue une contrainte importante pour opérer à une échelle industrielle et pour attirer des investissements du secteur formel. De ceci résulte que la filière de l'igname est traditionnellement informelle au niveau de la collecte et de la vente au détail, et semi-formelle au niveau du commerce de gros. Ces grossistes spécialisés ont souvent réussi à créer des oligopoles aux marchés urbains. Anthonio (1968) avance qu'une pénurie d'étals sur les marchés d'Ibadan a permis aux grossistes d'igname d'établir des prix au-dessus des niveaux concurrentiels. Jaspers et Goossens (1996) ont fait le même constat en Côte d'Ivoire.

2.3.6 - Le lait et les produits laitiers

Les filières du lait et des produits laitiers dans les différents pays de l'Afrique subsaharienne se ressemblent. Elles comprennent généralement cinq différents circuits:

- a) le circuit formel qui importe surtout le lait en poudre et le lait concentré et qui distribue ses produits à travers le (propre) circuit de supermarchés et de superettes ou qui vend surtout en demi-gros;
- b) le circuit mixte de distribution: ce sont les semi-grossistes formels et informels qui achètent en gros et revendent aux détaillants informels; il y a également une catégorie de transformateurs artisanaux qui utilisent le lait en poudre comme matière première et qui vendent du yaourt ou des bouillies dans les rues, les kiosques, les marchés;
- c) la transformation industrielle à base de lait en poudre et la vente des produits (yaourt, fromage) à travers les points de vente formels;
- d) le circuit de commercialisation du lait local: ce sont généralement les femmes des éleveurs et les colporteurs qui vendent le lait frais et caillé et le beurre dans les rues;
- e) le circuit formel de production et de transformation du lait local (fromage, yaourt, lait de consommation) des fermes modernes: c'est la vente organisée surtout à travers les supermarchés et les superettes; au Kenya, au Burundi et au Zimbabwe, ce dernier circuit est relativement important; dans d'autres pays, il ne s'agit que de quelques fermes dont l'importance est négligeable sur le plan national.

Surtout les circuits b) et c) dominent le marché du lait en Afrique subsaharienne en termes de volume.

Le marché du lait local est extrêmement étroit et sa consommation le plus souvent limitée (Metzger, 1994). Des recherches au Burkina Faso ont démontré que la clientèle des producteurs locaux comprend souvent des gens qui préfèrent le goût spécifique du lait local bien que le revenu ne soit pas un facteur important dans ce choix. Ce groupe de consommateurs urbains ne comprend que 5 % de la population. Il existe bien une longue tradition de fabrication de lait fermenté (caillé), de beurre, de yaourt et plus rarement de fromages en Afrique chez les peuples d'éleveurs. Il s'agit le plus souvent d'une fabrication à petite échelle, artisanale, au niveau familial. Développer la collecte du lait des élevages traditionnels risque de créer un problème de demande solvable (Metzger, 1994; Goossens, 1996). Le prix du lait reconstitué sur la base du lait en poudre est généralement plus bas que le prix du lait local. De plus, le lait en poudre offre au consommateur des avantages sur le plan du transport, de l'hygiène et de la conservation. Les producteurs commerciaux à grande échelle ont un cheptel moyen d'une centaine de vaches laitières et optimisent le rendement par tête grâce à la

technologie moderne. Les fermes modernes ne sont pas toujours compétitives. L'Afrique n'a pas d'avantages comparatifs sur le plan du lait.

2.3.7 - Les légumes

La problématique de commercialisation des légumes est comparable à celle des fruits: elle présente une offre atomisée, un produit périssable et une qualité très variable. Le commerce des légumes se trouve traditionnellement dans le secteur informel et passe à travers un système de colporteurs (voir étude de cas 7). A la différence des fruits, la commercialisation des légumes ne se fait pas seulement à travers les systèmes artisanaux marchands, mais également à travers les systèmes domestiques. La production de légumes se situe surtout en milieu périurbain. En milieu rural, il s'agit de cultures de contre-saison dans les vallées, avec des pratiques culturales extensives et une technologie traditionnelle en Afrique centrale. Il est donc évident que le circuit court domine les filières, avec un colporteur qui organise la collecte, le transport, la distribution de gros et de demi-gros. Seuls le commerce de légumes au Kenya et à Madagascar (des régions avec des avantages comparatifs pour l'horticulture), et le commerce d'oignons en Afrique de l'Ouest connaissent des grossistes spécialisés, souvent avec leurs propres moyens de transport.

Les soi-disant «légumes-feuilles» comprennent un assortiment assez large de feuilles: feuilles de manioc (saka-saka), feuilles de courge, de haricot, de patate douce, d'amarante, d'épinard, de pointe noire, etc. Cette catégorie joue un rôle important dans la sécurité alimentaire car les risques de production sont bas; les investissements sont également peu élevés, les cultures demandent peu d'intrants externes, le cycle de la culture est court (trois semaines) et les légumes sont bon marché.

2.3.8 - Le maïs

Pendant des années, des offices subventionnés par le gouvernement ont participé à la fixation des prix et des conditions de vente, de stockage et de distribution du maïs dans de nombreux pays d'Afrique subsaharienne, par exemple en Tanzanie, Zambie et Zimbabwe. Aujourd'hui, le secteur privé a pris entre ses mains ces activités (Spore, n° 58). Le Ghana, par contre, dispose toujours d'un puissant secteur privé dans ce domaine. Au Zaïre, il y a quelques minoteries privées qui dominent le marché de la personnele et de nombreux colporteurs. Le commerce de gros du maïs se situe surtout dans le secteur formel qui a des avantages comparatifs à deux niveaux: la collecte facile en milieu rural et la transformation industrielle de haute qualité.

Le broyage manuel du maïs, à l'aide d'un pilon et d'un mortier, est le principal moyen de transformation de cette céréale en milieu rural de toute l'Afrique subsaharienne. Miracle (1976) cite des études sur le broyage du maïs en Angola, au Malawi et au Soudan, qui ont révélé qu'il fallait une heure pour piler 1 kg de maïs. Il constate qu'il est normal que les Africains s'empressent de se procurer des moulins à broyer. Le goût des consommateurs est un facteur important du choix des techniques de transformation. Stewart (1979) mentionne que les petits moulins ne sont pas compétitifs, parce que les consommateurs jugent la farine produite dans les petits moulins inférieure à celle des grands moulins. Goossens (1994) a constaté au Zaïre que les consommateurs trouvent que la farine de maïs industrielle est plus fine et qu'elle donne une meilleure pâte ou bouillie (voir encadré 3). L'industrie formelle a quelques avantages comparatifs importants dans le secteur du maïs:

- un avantage technologique vis-à-vis du secteur informel;
- l'accès aux crédits pour le financement des stocks;
- une collecte facile du fait qu'on peut organiser une campagne de collecte pour cette céréale.

Le résultat est que la filière du maïs est généralement caractérisée par des grossistes qui organisent eux-mêmes la collecte et la transformation (la mouture, l'emballage), qui vendent ensuite à des semi-grossistes semi-formels. La distribution au détail se fait de nouveau à travers des marchés de détail et des dépôts des semi-grossistes/détaillants. Le maïs frais est commercialisé comme un légume.

Encadré 3
LA BOUILLIE DE MAÏS: UN NOUVEAU PETIT DÉJEUNER?

L'aklui est un produit granulé à base de maïs, très consommé le matin au Bénin, au Togo et au Ghana. La préparation traditionnelle est longue. Des chercheurs de l'Université du Bénin ont mécanisé le roulage en améliorant le rendement et la stabilité du produit qui est séché avant l'ensachage. Cet aklui amélioré permet de préparer la bouillie en cinq minutes et il est actuellement très demandé.

Au Zaïre aussi, la farine de maïs gagne de l'importance pour le petit déjeuner. Mélangée avec un peu de sucre et du lait en poudre, on obtient une bouillie qui est facile à préparer et qui est très nourrissante. Elle remplace de plus en plus le pain. Le rapport de prix entre la farine de maïs et le pain est le facteur-clé pour ces changements des habitudes alimentaires.

Source: Spore n° 63; Goossens, F. 1994.

2.3.9 - Manioc

En Afrique subsaharienne, la commercialisation du manioc se situe presque complètement dans le secteur informel à cause du caractère périssable du tubercule frais et des problèmes de mécanisation de la transformation. Il y a les exemples des femmes-collecteurs en Côte d'Ivoire qui collectent les tubercules frais en milieu périurbain pour les vendre ou les transformer en attiéké en ville (voir étude de cas 9), et des colporteurs au Zaïre qui collectent des tubercules séchés en milieu rural (voir étude de cas 3). Le commerce de manioc frais a surtout lieu entre le milieu périurbain (jusqu'à 50 km) et les villes. Au Zaïre, la prédominance du manioc dans le régime alimentaire implique une plus grande zone de production et donc des distances plus grandes (jusqu'à 700 km) à parcourir par les commerçants, ainsi que des formes de manioc qui sont faciles à transporter. La distribution urbaine se fait à travers un grand nombre de points de vente, donc à travers des marchés de détail pour les petites quantités (voir les légumes), et à travers les dépôts et les parkings pour les sacs de tubercules séchés.

Deux modèles de transformation dominent le marché du manioc de l'Afrique subsaharienne. Le modèle de l'Afrique centrale avec un cycle de production de deux à trois ans et une consommation des feuilles de manioc, domine au Cameroun, dans la République Centrafricaine, au Congo, au Gabon, au Zaïre et en Angola. La transformation des tubercules aboutit à des formes humides telles que la *chikwangue* (voir encadré 4) à base de pâte (*kimpuka*), les tubercules séchés (*cossettes*) et la farine «*fufu*». Le modèle de l'Afrique de l'Ouest (le Nigeria, le Bénin, le Togo, le Ghana, la Côte d'Ivoire, la Sierra Leone, la Guinée), a un cycle de production court d'un an. Le manioc y est transformé en gari ou en attiéké. Cette transformation de manioc se développe dans le secteur informel. Nombreuses sont les initiatives de grandes usines de transformation de manioc, mais qui ont arrêté leurs activités par manque de compétitivité vis-à-vis du secteur informel. De nouvelles tentatives de mécanisation à petite échelle se développent, surtout au Nigéria, en Côte d'Ivoire et au Cameroun. Il s'agit généralement de formes à haute valeur ajoutée, à savoir le gari et l'attiéké.

Dans les centres urbains, la transformation de manioc a abouti à toute une industrie informelle, basée sur la main-d'oeuvre bon marché, surtout après la dévaluation du FCFA en Afrique de l'Ouest:

- la chaîne de fabrication de la *chikwangue* a pu être divisée en deux maillons: une première transformation (épluchage du manioc, rouissage, égouttage et ensachage de la pâte rouie) s'effectue en zone rurale sur les lieux de production; après transport de la pâte, la seconde transformation se fait en ville (voir encadré 4); la pâte est une forme intéressante pour le transport en vrac par bateau;
- l'*attiéké*, produit granulé typique de la Côte d'Ivoire, est fabriqué dans des dizaines d'ateliers ruraux ou périurbains; les tentatives d'industrialisation de ce produit ont échoué parce que le consommateur ne retrouvait pas les qualités du produit traditionnel; les procédés industriels ont du mal à copier un produit traditionnel sans perdre tout ou une partie de ses qualités; le prix de revient, du fait de l'investissement technologique, est nécessairement plus élevé (Coffi Nago, 1996);

- le *gari* (*zoxui, zogbla, hangali, gonan, axayoe*) est une semoule déshydratée à base de manioc; il s'agit d'une forme intéressante pour le commerce de gros; le prix par calorie du gari est environ le double de celui du tubercule séché; ce rapport de prix a été mentionné par Jones (1959), et est encore valable (Cock, 1986; Goossens, 1994); le gari n'est pas adapté au consommateur le plus pauvre qui préfère le tubercule séché;
- la *farine de manioc* est très périssable; elle est nécessairement produite près du consommateur et donc dans les centres urbains, et n'est pas adaptée au transport rural-urbain; un problème de la mouture industrielle est la collecte et le triage des tubercules séchés; les moulins fabriqués par le secteur informel sont plus compétitifs que les moulins industriels sur le plan de la qualité du produit final; au Zaïre, le triage et la mouture sont entre les mains des femmes; la demande urbaine pour la farine est faible;
- le *tubercule séché*, destiné à la mouture, est adapté aux conditions de transport sur longues distances, aussi bien par camion que par bateau; c'est la calorie la moins chère.

Encadré 4
LA CHIKWANGUE:
UNE INNOVATION DE LA TRANSFORMATION
À BRAZZAVILLE

La chikwangué (pâte fermentée et cuite), est ce pain de manioc qui continue d'avoir la faveur des consommateurs urbains de Brazzaville. Les trois quarts des habitants de Brazzaville déclarent préférer leur pain de manioc au pain de blé. Les petits ateliers ont fleuri un peu partout depuis une quinzaine d'années à Brazzaville. On en dénombre près de trois mille, ce qui représente environ 850 tonnes de chikwangués produites par mois. Le revenu des fabricants se situe entre francs CFA 14 000 et 28 000 (avant dévaluation) par mois, ce qui n'est pas négligeable et ce métier continue d'attirer de nombreuses femmes. Autrefois, on fabriquait les chikwangués uniquement à la campagne. Les procédés de fabrication sont sensiblement les mêmes. Les femmes épluchent les racines fraîchement récoltées et les font macérer quelques jours dans le marigot ou, plus récemment dans de grands fûts en plastique. Elles doivent ensuite écraser les tubercules qu'elles mettent à égoutter un jour ou deux. La pâte obtenue est alors défibrée, laminée, cuite, malaxée et modelée jusqu'à obtention de la texture et de la forme désirée.

On utilise également la pâte en provenance de la région du Mai-Ndombe au Zaïre. Dans cette région de forêt, il y a des problèmes de séchage des tubercules. Alors, le manioc est vendu sous forme de pâte qui est vendue dans des sacs de 120 kg. Ces sacs sont transportés par bateau via le fleuve Zaïre à Kinshasa et à Brazzaville.

Source: Courrier Afrique, n° 16, 1993 et Goossens, F. 1994.

2.3.10 - L'oignon

L'oignon, ingrédient traditionnel du plat de base en Afrique subsaharienne, est souvent importé à partir de l'Afrique du Sud et des Pays-Bas. L'oignon est difficile à produire et les pertes de stockage sont souvent très élevées dans les conditions climatologiques africaines. Néanmoins, il y a de petites unités de production très intensives, comme par exemple au bord de la mer au Sénégal et au nord du Bénin. Partout en Afrique, les variations saisonnières des prix sont élevées. La production d'oignons au Burkina Faso, par exemple, s'étale de décembre à avril, période pendant laquelle le marché est inondé et les prix sont au plus bas. Six mois après, la pénurie s'installe et les prix sont multipliés par dix. Il faut alors importer l'oignon des Pays-Bas, de la France, du Niger ou du Bénin. C'est pourquoi on a mis au point des maisons de conservation de l'oignon à l'est et au centre du Burkina Faso qui n'enregistrent que 10 % de pertes au bout de huit mois (Spore, n° 64). Pour le Bénin, la quasi-totalité de la production d'oignons vient du nord du pays. Principale hantise des paysans: l'énorme fluctuation des cours: de FCFA 25 000 pour un sac de 80 kg à FCFA 2 500.

Il y a pas mal d'initiatives dans ce domaine: amélioration du séchage en milieu rural, amélioration de la production, etc. L'échalote pourrait être un substitut intéressant de l'oignon en Afrique de l'Ouest. L'échalote peut être récoltée deux fois par an, à des périodes où l'oignon est rare sur les marchés locaux, permettant ainsi aux producteurs de gagner autant d'argent qu'avec l'oignon.

2.3.11 - Le poisson

La pisciculture a été introduite en Afrique dans les années 50. Lorsque la densité de population et les possibilités de commercialisation sont faibles, comme dans la province de Luapula en Zambie, ou au nord du Malawi, ou dans la province de Bandundu au Zaïre, les gens creusent des bassins d'élevage pour leur propre consommation. Dans l'ouest du Kenya, où la densité de population élevée et le dynamisme économique offre un bon marché, les bassins procurent un revenu (Spore, n° 63). L'offre est complètement atomisée et irrégulière et la qualité est très diverse. Il s'agit du domaine préféré des colporteurs: un commerce à petite échelle, complètement informel.

Il y a également la pêche industrielle de haute mer. La prospérité du commerce local du poisson a diminué à cause de la baisse des prises, d'une hausse de l'offre de la pêche maritime et de l'expansion de la commercialisation du poisson surgelé dans les centres urbains. A Kinshasa par exemple, une seule entreprise approvisionne la personnele et beaucoup de villes à l'intérieur du pays en produits congelés (poisson de mer, poulets, viande bovine). De grands camions frigorifiques et des chambres froides assurent une chaîne de froid non interrompue. Ces chambres froides, situées près de tous les grands marchés, vendent le poisson par bloc congelé de 25 kg. Les économies d'échelle à l'importation et la maîtrise technique et économique de la distribution des vivres importés garantissent au secteur formel une compétitivité face aux circuits informels.

La plus grande partie du poisson local est fourni par des gens qui se spécialisent dans la pêche artisanale. Souvent, un village entier ou un groupe de villages près des grands lacs et des océans sont des «villages de pêche». Il y en a dans le bassin du lac Tchad, le long des frontières du Tchad, du Cameroun et du Nigéria, le long du fleuve Zaïre, etc. Ils dépendent des échanges commerciaux pour leurs approvisionnements en céréales de base. Les pêcheurs vendent leurs poissons à des commerçants dès qu'ils mettent pied à terre et ces derniers se chargent de sécher et de fumer les poissons et de les amener au marché. Il y a par exemple les femmes au quartier Dockyard (Cameroun) qui possèdent un atelier de fumage de poissons, case-fumoir ou *kitchen*. Ces femmes font appel au service de *bolo-boys*, des jeunes sans emploi, pour la manutention, le transport du poisson et du bois, etc. (Oumarou, 1995). Au Zaïre, les pêcheurs, le long du fleuve Zaïre, s'occupent eux-mêmes de la fumigation du poisson, car les colporteurs ne passent qu'irrégulièrement. L'une des meilleures façons d'améliorer la productivité des petites exploitations de pêche est de se concentrer sur la transformation du poisson. Selon Gret (1996), environ 25 % du poisson pêché en Afrique subsaharienne est perdu par manque de moyens efficaces de conservation et de transformation. Les causes de la dégradation rapide des poissons sont: le non-respect de la chaîne du froid, la manutention trop brutale, le manque d'hygiène, les attaques de parasites, les mauvaises conditions de stockage, de conditionnement et de transport. Gret propose de simples petites améliorations: piler la glace dans des endroits propres, vider les poissons sur des surfaces lavables, évacuer régulièrement les débris, manipuler doucement la marchandise. Il est évident que le commerce de poisson local est situé dans le secteur informel. Le contrôle intensif lors de chaque transaction ne permet pas au secteur formel d'y être actif. Il est peu probable que les poissonneries locales bénéficient à court terme de l'adoption de techniques de préservation par congélation.

2.3.12 - Le riz

En Afrique subsaharienne, l'urbanisation a généré une demande croissante pour le riz. La demande augmente de 5 % l'an depuis des décennies, bien qu'on observe actuellement un ralentissement de cette croissance par rapport aux années 70, l'écart entre la consommation et la production continue à s'élargir en Afrique subsaharienne (Spore, n° 64). Jusqu'à présent, les importations, surtout en provenance de l'Asie, ont comblé ce manque. Plus facile et rapide à préparer que les traditionnels

sorgho et millet, le riz est la céréale que les citadins préfèrent. Le riz n'est plus considéré comme un aliment de luxe. Alors que les modes de transformation des céréales séchées tels que le mil, le sorgho et le maïs, ne sont pas adaptés actuellement à la consommation urbaine et que les possibilités de substitution sont limitées, le riz répond aux besoins alimentaires (nutritifs, facilités de préparation).

Le problème majeur du riz local en Afrique est qu'il n'est souvent pas compétitif. Bien que la dévaluation du FCFA en janvier 1994 ait renforcé la production rizicole de régions comme le Mali, la Côte d'Ivoire et le Sénégal, les études de l'ADRAO ont démontré qu'il n'est pas réaliste sur le plan économique de supposer que les productions locales puissent satisfaire la demande des personnes côtières. Même s'il était possible d'augmenter suffisamment les volumes de production, les coûts de transport depuis les zones de production jusqu'au littoral, sur un réseau routier généralement inadapté, rendraient rapidement le riz local plus cher que le riz importé. En revanche, il est tout à fait possible que les riziculteurs locaux puissent approvisionner les marchés de certaines villes éloignées des ports côtiers. (Spore, n° 64). En septembre 1995, le prix du riz local au Mali était de FCFA 180 le kilo, contre FCFA 220 à 225 pour le riz importé.

Le circuit du riz est traditionnellement caractérisé par:

- le commerce de gros et les importations du riz américain et asiatique qui passent à travers le circuit formel, bien que la distribution au détail ait lieu à travers le circuit informel;
- la filière informelle, caractérisée par de petits producteurs (technique extensive: riz de brûlis ou pluvial, riziculture irriguée), par les rizeries artisanales qui transforment le paddy en riz, par les commerçants qui s'orientent sur les marchés régionaux; en Afrique de l'Ouest, principale région rizicole, les producteurs ne cultivent pas plus d'un hectare;
- la filière étatique qui est organisée autour des grandes opérations de riziculture irriguée (à Madagascar, au Sénégal, au Niger, etc.); au niveau de la commercialisation, les structures coopératives ou étatiques avaient une faible efficacité (OCV au Congo, l'OPAM au Mali, l'ONCAD au Sénégal, la SINPA à Madagascar, la MIDEVIV au Cameroun). (Hugon, 1985).

Généralement, le prix du riz importé fonctionne comme prix de référence dans les filières. Le riz local coûte souvent 5 à 10 % moins cher que le riz importé.

Selon Spencer (1976), l'efficacité technique (en kilos de riz propre par 100 kilos de riz non décortiqué) s'est établie à 68,4 % pour le broyage manuel, à 67,5 % pour les petits moulins à cylindre d'acier, à 70 % pour les petits moulins à rouleaux de caoutchouc et à 65 % pour les gros moulins à rouleaux de caoutchouc. L'efficacité technique de la transformation informelle est donc relativement élevée. Néanmoins, il y a des plaintes au sujet de la qualité: impuretés, brisures, etc. Face aux exigences de qualité des consommateurs, il faut améliorer la qualité du riz local.

2.3.13 - Le sorgho et le mil

Le mil et le sorgho sont caractérisés par des problèmes spécifiques de transformation, pour lesquels le secteur formel n'a pas encore trouvé de solutions. Suite à la dévaluation du FCFA, la meilleure compétitivité des céréales locales a abouti au renforcement des activités informelles de transformation. Cette activité est devenue attractive à la main-d'oeuvre bon marché dans les grands centres urbains de l'Afrique de l'Ouest. Eastman (1981) a comparé le broyage manuel au décortiquage et à la mouture mécanique au Botswana, au Ghana, au Nigéria, au Sénégal et au Soudan. Il constate que:

- la demande de farine de sorgho et de mil augmentera si une farine de goût, de texture et de couleur acceptables peut être mise au point;
- la transformation mécanique est nécessaire pour répondre à la demande urbaine d'aliments hautement transformés;
- le temps consacré au broyage manuel est de deux à trois heures par jour et par famille;
- la farine produite à l'aide de techniques de mouture à sec se conserve plus longtemps que lorsqu'on emploie les techniques traditionnelles de mouture du grain humide.

Le consommateur préfère de loin la mouture humide, qui ne permet que deux à trois jours de stockage et qui donne un avantage comparatif énorme au secteur informel. Il est donc évident que le commerce a lieu à travers le circuit informel avec des grossistes locaux (semi-formels) qui financent le stockage.

LES CONTRAINTES AU DÉVELOPPEMENT DES CIRCUITS

Il est clair que le développement et la croissance de la structure des entreprises de commercialisation formelles et informelles ne se font pas au hasard. Au contraire, la structure est dominée par les contraintes du système. La compétitivité entre formel et informel détermine la structure du circuit. Les circuits formels et informels sont en concurrence permanente et la forme la plus compétitive, étant donné les contraintes, domine la filière.

3.1 - LES CONTRAINTES IMPOSÉES PAR LE PROFIL DU CONSOMMATEUR

Suite à la croissance de la population nationale d'environ 3 % par an en Afrique subsaharienne durant les dernières décennies, la production des vivres doit nécessairement s'accroître du même pourcentage. L'exode rural et la croissance des centres urbains de 5 à 7 % par an aboutissent à une pression énorme sur le système de commercialisation et de distribution des vivres: chaque année, 5 à 7 % de plus doivent être commercialisés afin de maintenir un statu quo. Chaque année, d'autres marchés et infrastructures de commercialisation sont nécessaires.

Le profil du consommateur urbain en termes de pouvoir d'achat détermine:

- la quantité consommée;
- l'assortiment (diversité) des produits achetés;
- la quantité de valeur ajoutée par unité de produit qui est désirée;
- le lieu d'achat;
- le comportement d'achat.

Ce profil est une contrainte majeure pour les commerçants et surtout pour chaque décideur politique voulant intervenir dans les chaînes de commercialisation et de transformation des vivres. Chaque intervention doit nécessairement respecter les contraintes de la demande. Il est évident que le profil du consommateur diffère selon le pays et que des écarts considérables sont également possibles dans un même pays. Dans ce document, on s'intéresse surtout au consommateur urbain «moyen», c'est-à-dire à la masse populaire des centres urbains. Dans chaque pays en développement, il existe de petits groupes de consommateurs à revenu élevé ayant des habitudes alimentaires plutôt européennes. Ceux-ci ne font pas l'objet de notre étude.

Certaines relations de base entre la structure du régime alimentaire et le revenu du ménage sont universelles:

- la diversité du régime alimentaire augmente en fonction du revenu;
- la quantité totale de calories consommées est limitée par la capacité de l'estomac humain (loi de Engel);
- en cas d'une croissance du revenu, il y a une évolution vers des calories plus chères;
- «la loi de Bennett» décrit les échanges dans les différents aliments caloriques de base en fonction d'une croissance du revenu: la composante calorique de base est partiellement remplacée par d'autres vivres caloriques, et la part relative des vivres caloriques dans le budget total diminue;
- au fur et à mesure que le revenu augmente, on remplace les vivres caloriques de base par des vivres à haute teneur en protéines, comme par exemple la viande et le poisson; il y a également une diversification des fruits et légumes;

Encadré 5 L'ALIMENT DE BASE EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE

Les dépenses de consommation en Afrique subsaharienne sont dominées par les aliments. Les ménages dépensent plus de 50 % du budget pour la nourriture. Dans certains cas, il s'agit même de plus de 70 %. La consommation alimentaire est dominée par les céréales et les tubercules (Goossens, 1994). Traditionnellement, le mil, le sorgho et le maïs représentent plus de 80 % de la consommation des céréales. Le sorgho et le mil sont les principaux aliments de base dans les zones arides et semi-arides de l'Afrique occidentale, tandis que le maïs domine le régime alimentaire du Kenya, de la Tanzanie et de la plupart des pays de l'Afrique australe. Les tubercules, surtout le manioc, sont les aliments de base dans les forêts humides de l'Afrique occidentale et de la plus grande partie de l'Afrique centrale, l'igname dans les zones de transition en Afrique occidentale. Depuis des décennies, on constate un glissement de la consommation vers le riz et la farine de blé dans toute l'Afrique et surtout dans les régions urbaines. Comme il existe de nombreuses régions où le blé et le riz ne peuvent pas être cultivés de manière économique, la demande accrue de ces denrées s'est traduite par des hausses massives des importations (Eicher & Baker, 1982).

- la quantité de services du marché et de valeur ajoutée, incluse dans les vivres, augmente au fur et à mesure que le revenu augmente;
- plus le revenu est élevé, plus on achète de vivres, indépendamment du flux des recettes monétaires de la famille.

La dévaluation du FCFA en janvier 1994 a influencé la consommation de la population urbaine de façon significative. Ces changements ont aussi bien été causés par une baisse du pouvoir d'achat que par une hausse des prix et un changement du rapport des prix entre produits locaux et importés. L'encadré 7 présente quelques exemples.

Les ménages urbains, ayant un revenu très bas, se concentrent d'abord sur la survie (pays avec un PNB inférieur à \$EU 100, 150). Ces ménages consacrent parfois plus de 70 % du revenu à l'achat de la nourriture (voir encadré 5). En termes de consommation, ils désirent maximiser la quantité de calories consommées et éviter des risques. Ils choisissent la calorie la moins chère avec le minimum de valeur ajoutée. Ils organisent eux-mêmes la transformation dans la mesure du possible, ce qui empêche le développement de certaines transformations de façon industrielle. L'aliment calorique local domine leur régime alimentaire. Dans des circonstances extrêmes, ces ménages ne mangent que l'aliment de base dont ils achètent un sac à la fin du mois lors du paiement du salaire. Hormis l'achat mensuel du fameux sac de manioc, de maïs ou de riz, ils n'achètent que de petites quantités, et ceci presque tous les jours: un peu de poisson, de légumes (surtout des légumes-feuilles), de l'huile de palme. Souvent, ils ont un revenu irrégulier et fractionné et ne possèdent pas de frigo. Etant donné le coût du transport par rapport à la valeur moyenne de la transaction, ils font leurs achats près de la maison au marché du quartier. L'assortiment de produits et les services demandés par ces consommateurs sont offerts par le secteur informel, et non par le secteur formel (voir encadré 6).

Le consommateur à revenu élevé ne se fait plus de soucis quant à la quantité de calories ou de protéines, mais seulement quant à la qualité, la valeur nutritionnelle et la diversité. Il désire une nutrition équilibrée, il évite la matière grasse, il abandonne de plus en plus les vivres traditionnels de sa région et préfère diversifier à l'extrême. Il a remplacé partiellement la pomme de terre ou la pâte traditionnelle par la pomme nature, la pomme frite, le spaghetti, le maïs, le riz, la pâte de manioc, la semoule, le macaroni, le pain, la pizza, etc. Lors de ses achats de vivres, il a parfois d'autres motivations: l'environnement, la santé, le bien-être des animaux, des motivations politiques pour consommer ou refuser certains produits. Il préfère les produits ayant une valeur ajoutée élevée: de petits emballages adaptés à sa petite famille, des repas préparés. Les achats ne se font plus en fonction du paiement du salaire. Ils ont souvent lieu dans les supermarchés.

Il y a une relation entre le profil du consommateur et la structure du marché:

Encadré 6
LE CONSOMMATEUR URBAIN EN INSÉCURITÉ ALIMENTAIRE
AU ZAÏRE

L'insécurité a pour résultat direct que le consommateur achète ses vivres caloriques de base, tels que le manioc, le plus souvent au marché de demi-gros. Il préfère acheter un sac de cossettes de manioc (tubercules séchés), un produit avec une valeur ajoutée minimale et organiser le transport, le triage, la transformation lui-même afin de valoriser sa main-d'oeuvre. Les plus démunis sont obligés d'acheter au fur et à mesure qu'ils gagnent de l'argent. Ils sont obligés d'acheter de petites quantités au marché de détail, souvent à un prix plus élevé.

La demande de vivres des citadins en insécurité alimentaire a les caractéristiques suivantes:

- étant donné leur pouvoir d'achat, ils préfèrent acheter les vivres les moins chers, délivrés avec le minimum de services supplémentaires (une valeur ajoutée limitée, un emballage qui ne coûte pas cher, un minimum de standardisation, etc.);
- la consommation de viande est abandonnée et/ou évolue vers les types les moins chers: abats, tripes, etc.; les haricots, le poulet importé, le poisson frais remplacent partiellement la viande de boeuf;
- le poisson le meilleur marché est le plus populaire: congelé, non éventré, importé en vrac, vendu à la pièce au marché de détail; les détaillants l'achètent en blocs congelés de 25 kg; le poisson local (fumé, séché) coûte trop cher; la quantité de poisson ajoutée à la sauce a souvent été réduite; souvent, il ne s'agit que d'une petite quantité ajoutée pour le goût;
- la population n'achète qu'un assortiment limité de légumes: légumes-feuilles (patate douce, amarante, feuilles de manioc, haricots, courge, etc.), pili-pili, oignons, tomates (en boîtes); les légumes-feuilles les moins chers, c'est-à-dire les feuilles de patate douce et d'amarante, ont gagné d'importance;
- la façon de préparer (bouillir longtemps) les légumes, la viande ou le poisson, implique que la présentation et la qualité visuelle ont souvent une importance secondaire;
- les débouchés des légumes tels que les pommes de terre, les choux, le poireau, la ciboule, le céleri, etc., sont actuellement limités en termes relatifs de population, bien que pour les grandes villes il s'agisse d'un nombre considérable de consommateurs.

- quand le revenu est bas (PNB par personne inférieur à \$EU 200), les ménages achètent typiquement le fameux sac de riz, de manioc, de maïs ou de sorgho, tandis que les légumes, la viande et le poisson sont achetés tous les deux ou trois jours. Ces achats se font près de la maison parce que les ménages ne disposent pas de moyens de transport. Ceci implique de nombreux points de vente, un service-type du secteur informel: auprès du semi-grossiste/détaillant ou du colporteur pour l'achat du sac, au marché de détail du quartier pour les autres achats;
- dans le cas d'un revenu moyen, le consommateur achète souvent aux marchés de détail; l'assortiment de produits y est plus large et les quantités plus petites; il apprécie des produits qui sont faciles à préparer, par exemple le riz ou le pain; il se permet parfois des plats traditionnels parce qu'il aime le goût, mais il n'aime pas les préparer lui-même; de temps en temps, il fréquente les supermarchés pour certains produits spécifiques;
- quand le revenu est élevé, le consommateur s'adresse aux supermarchés, où il achète un assortiment très diversifié de produits; il se déplace en voiture ou en taxi, ce qui implique que le transport ne pose plus de problème; le ménage possède un frigo ou un congélateur à la maison, ce qui lui permet d'acheter de grandes quantités d'aliments périssables.

Contrairement à ce qui est généralement supposé, les supermarchés et le secteur formel ne sont pas nécessairement plus chers que le secteur informel. Au contraire, pour certains produits importés (lait en poudre), les magasins formels sont parfois moins chers que les détaillants informels. Le secteur informel offre un assortiment de produits qui est différent et dont la valeur ajoutée diffère sensiblement.

Encadré 7
LES INDICATEURS DE L'IMPACT DE LA DÉVALUATION
DU FRANC CFA SUR LA CONSOMMATION

Quelques exemples:

- de nombreux ménages pauvres et à revenu moyen adoptent l'huile de palme et la mouambe (sauce extraite de la pulpe de noix de palme) pour préparer leurs repas, tels que le saka-saka, les haricots, les feuilles de courge (voir encadré 2);
- la consommation de produits laitiers importés au Burkina Faso a baissé d'environ 50 % après la dévaluation; le montant dépensé, en francs CFA, pour l'achat de ces produits n'a pas changé, mais la quantité a diminué; il y a des changements comparables dans d'autres pays;
- en 1988, un ivoirien mangeait 13 kg de viande par an en moyenne; en 1993, il n'en consommait que 7 kg; en 1995, on est tombé à 3 kg par habitant; la baisse drastique du pouvoir d'achat y est pour beaucoup, ainsi que la hausse des prix (Spore, n° 63, p. 11);
- de vraies bouillies africaines deviennent de nouveau populaire (voir encadré 8);
- les ateliers de fabrication d'attiéké, de gari et de chikwangue de manioc deviennent de plus en plus nombreux;
- des vivres locaux, tels que l'igname et la banane plantain, sont devenus plus compétitifs que le pain et le riz importé;
- la viande bovine des pays du Sahel est de nouveau compétitive vis-à-vis des importations.

Durant la phase de croissance économique et d'augmentation du revenu, les consommateurs tendent à remplacer les céréales brutes et les tubercules par des aliments tels que la viande bovine, le poulet, le poisson, le lait, le riz et les repas préparés. Ils remplacent la viande la moins chère par des formes plus chères. Le consommateur remplace les légumes les moins chers par d'autres, par exemple, les légumes-feuilles par les carottes, les choux et les tomates. Il n'achète plus seulement son sac de tubercules, de maïs ou de riz, mais préfère acheter de temps en temps d'autres vivres caloriques afin de diversifier. Il achète des produits partiellement transformés au lieu de s'occuper lui-même de la transformation (triage et mouture des tubercules et du maïs, l'achat d'attiéké); en d'autres mots, il achète des services du marché ou de la valeur ajoutée. Ces effets se manifestent le plus en Côte d'Ivoire, au Sénégal, au Cameroun, les pays ayant un PNB par personne relativement élevé. Dans d'autres pays, comme le Zaïre et le Rwanda, il y a une évolution inverse. A mesure que le revenu augmente, la proportion des dépenses consacrées aux aliments ne diminue pas aussi vite qu'on pourrait s'y attendre. L'élasticité-revenu de la demande d'aliments de base, qui fournissent la plus grande partie des calories, est faible et tombe à mesure que le revenu augmente, tandis que celle de la viande, du lait, des aliments importés et des produits non alimentaires est supérieure à l'unité, quel que soit le niveau du revenu.

Encadré 8
DE VRAIES BOUILLIES AFRICAINES

La dévaluation du franc CFA a multiplié par deux le prix des produits d'importation. Les bébés africains risquent de consommer beaucoup moins de bouillies importées, telles que Cérélac, Blédine et autres. Revenir aux bouillies de sevrage traditionnelles peut être une bonne solution. Des recherches effectuées récemment au Congo et au Sénégal ont permis de mettre au point des aliments d'excellente qualité à des prix abordables. Mamadou Mamadou Sow a mis au point une farine infantile à base de farine de mil, maïs ou sorgho, huile d'arachide et de palme, fruit du baobab, oeufs et sucre. Seuls le lait en poudre et l'arôme sont importés. L'entreprise qui fabrique cet aliment déclare une vente journalière de 2 500 sachets, soit une ration moyenne de 15 000 bébés.

Source: Spore n° 57.

3.2 - LES CONTRAINTES IMPOSÉES PAR LE SYSTÈME DE PRODUCTION AGRICOLE

Le secteur agricole en Afrique subsaharienne comprend, d'une part, des millions de petites exploitations agricoles et, d'autre part, des plantations et un nombre limité de fermes modernes. La production des produits vivriers est presque entièrement entre les mains de petites exploitations familiales. Le manioc, le maïs, le riz, le mil, les bananes, les fruits et légumes sont souvent produits pour l'autoconsommation, le surplus familial étant mis en vente. La superficie moyenne cultivée par ménage agricole varie entre 0,8 et 10 ha dans toute l'Afrique subsaharienne, selon le degré de mécanisation et de fertilité du sol. Les investissements dans le logement, l'entreposage et les cultures pérennes sont principalement créés par la main-d'oeuvre familiale à l'aide de matériaux locaux. Les petits agriculteurs cultivent avec des instruments manuels. La traction animale et la mécanisation sont très rares en Afrique centrale, mais plus fréquentes dans certains pays de l'Afrique de l'Ouest (le Sénégal, la Côte d'Ivoire). L'outillage classique du paysan comprend principalement des houes et des machettes. Les terres retrouvent leur fertilité dans le système de la jachère. L'utilisation d'engrais chimiques diffère selon le pays. L'agriculteur traditionnel n'achète pas beaucoup de facteurs de production comme des semences, des engrais et des pesticides. Mais au Sénégal, en Côte d'Ivoire et au Nigéria, l'utilisation des engrais est déjà plus répandue. Les boutures de manioc et les semences de maïs, d'arachides, de riz et de haricots proviennent principalement de la propre production. Les crédits et l'épargne formels sont souvent inexistantes auprès du paysan. La plupart du temps, il vend une partie de la récolte quand il a besoin d'argent.

La vente se fait souvent au bord du champ, à la maison ou au marché rural. La plupart des marchés ruraux ont lieu une fois par semaine, ou tous les quinze jours. Plusieurs commerçants-camionneurs-collecteurs achètent sur ces marchés. Ils peuvent également rendre visite aux cultivateurs individuels quand le marché ne se tient pas le jour prévu. La plupart des aliments de première nécessité vendus en ville sont achetés par des collecteurs. Ces marchés ruraux périodiques servent souvent de premier centre de rassemblement des aliments destinés aux villes et aux centres urbains. Le commerce des aliments de base destinés aux centres urbains est souvent différent du commerce local et se déroule dans des lieux différents. Il ne faut pas surestimer l'importance de ces marchés. Les femmes y portent des produits pour les vendre et elles y achètent des biens manufacturés.

Le secteur formel s'intéresse uniquement aux produits qui peuvent être achetés en quantités suffisantes avec une norme fixe de qualité. Il n'est plus intéressé lorsque chaque transaction de vente nécessite un contrôle personnel et approfondi de la quantité. Dans un marché atomisé, il est intéressant pour l'agriculteur traditionnel de tromper le commerçant. Pour un commerçant, il est presque impossible de récupérer son argent. En outre, les montants concernés sont généralement trop petits pour faire des démarches. L'agriculteur ne doit pas avoir peur pour sa réputation. Il y aura toujours d'autres commerçants. Un système de production traditionnel impose certaines contraintes au système de collecte des vivres (voir étude de cas 4):

- la qualité des vivres offerts est très diverse: a) les paysans traditionnels utilisent un nombre important de variétés, entre autres des variétés locales; b) les conditions de stockage sont très diverses et souvent insuffisantes; c) la qualité de la transformation diffère selon le ménage, la technologie et le produit; d) les conditions de production diffèrent (sol, eau, climat, cultures mixtes, maladies, méthode de récolte, etc.);
- les quantités commercialisées sont petites pour plusieurs raisons: a) seul le surplus familial est vendu; b) le transport au marché est une contrainte, la transaction est limitée à environ 40 kg en cas de transport manuel; c) les récoltes de certains vivres ont lieu sur une période assez longue, ce qui fait qu'on ne récolte que de petites quantités; d) le stockage des produits est une façon d'épargner, par manque de système financier solide; on vend en fonction du besoin d'argent; e) la transformation manuelle peut être une contrainte.

Il est évident que dans un système de production traditionnel, la collecte rurale des vivres exige beaucoup de main-d'oeuvre par unité de produit et de prises de décision au moment de la transaction. La collecte des céréales est plus facile que celle des tubercules; la collecte des légumes et des fruits est la plus problématique. Le résultat est que le secteur formel, à fort emploi de personnel et avec une gestion centrale, perd de sa compétitivité. Au fur et à mesure que la taille des entreprises

agricoles augmente et que la mécanisation et l'achat d'intrants deviennent plus importants, il y a une standardisation de l'offre, la valeur de la transaction moyenne augmente et le secteur formel devient plus compétitif.

Les grosses exploitations remontent souvent à la période coloniale et à la création de plantations et de grosses fermes produisant pour l'exportation. Selon Eicher et Baker (1982), les complexes alimentaires à grande échelle avec une main-d'œuvre importante ne peuvent pas faire concurrence aux petites exploitations africaines pour satisfaire les besoins alimentaires de base. Néanmoins, il existe un champ d'action limité pour quelques sociétés multinationales produisant des fruits et légumes frais et des fleurs coupées pour les marchés d'exportation (par exemple les haricots verts, expédiés par avion du Burkina Faso, les fleurs du Kenya, etc). Dans ces cas, toute la chaîne est contrôlée et la société prévoit les intrants, les semences, la technologie et la vulgarisation. Ceci permet d'organiser une collecte efficace. La même approche est utilisée dans les secteurs du coton, de la canne à sucre et d'autres agro-industries.

Dans beaucoup de pays africains, il y a également des fermes modernes qui produisent des légumes pour les supermarchés locaux. La compétitivité de ces fermes vis-à-vis de l'horticulteur informel n'est pas basée sur la qualité même des légumes, mais sur l'organisation de la vente. Un supermarché ne peut pas acheter des légumes auprès de petits paysans aussi longtemps qu'un contrôle extensif de chaque transaction ainsi qu'une discussion sur le prix sont nécessaires.

L'absence d'un système de collecte dynamique et ordonné a comme effet de maintenir un *statu quo* de la production à petite échelle, et une compétition déséquilibrée, dominée par de bas niveaux de productivité et vice versa. Les petites transactions sont des contraintes qui mènent à une utilisation inefficace des camions en raison du nombre élevé de commerçants impliqués. Cette inefficacité a des implications sur la chaîne de commerce. Afin de réaliser une collecte plus efficace, les agriculteurs devraient centraliser les transactions de vente dans le temps et à moindre mesure dans l'espace. La collecte optimale se situerait au niveau du village ou d'un groupe de villages, avec un calendrier de vente fixe. Une transaction de vente de trois à quatre sacs par ménage au lieu du nombre actuel de un ou moins, mènerait de manière significative à de moindres coûts de collecte et de transport. L'introduction d'équipements de transport bon marché dans les régions rurales permettrait aux agriculteurs de transporter leurs produits aux marchés sans perdre leur pouvoir de négociation.

Dans les pays industrialisés, le problème de la collecte des légumes et des fruits a été résolu par l'organisation des criées, souvent par les coopératives des paysans. Ces organisations peuvent être considérées comme les successeurs des marchés semi-permanents. La grande différence avec les pays en développement est que:

- les agriculteurs modernes disposent de moyens de transport qui leur permettent de centraliser la récolte;
- les coopératives des paysans imposent des règles de conduite à leurs membres;
- les coopératives imposent une standardisation de qualité aux produits; ils contrôlent les produits lors de l'arrivage et garantissent une certaine qualité aux acheteurs;
- les unités de production agricole sont suffisamment grandes, ce qui implique des transactions de vente plus grandes également; la fraude n'est souvent plus lucrative pour un paysan en raison de la pénalisation;
- il existe une standardisation de la qualité: afin de permettre le commerce à une certaine échelle, il faut avoir une certaine standardisation de la qualité bien définie, ce qui fait qu'il est possible de faire des achats sans contrôle visuel de la marchandise;
- le producteur risque une pénalisation en cas de fraude: les criées prévoient généralement des pénalisations en cas de fraude; les paysans peuvent même être exclus; dans les systèmes informels, la fraude est souvent la stratégie la plus lucrative pour un paysan; ceci implique que l'acheteur doit bien vérifier la qualité du produit avant de conclure la transaction; dans les pays industrialisés, l'emballage des légumes et des fruits porte souvent un code pour le producteur afin de retracer l'origine des produits.

La figure 4 présente la manipulation d'un produit dans un marché de gros typique. Ce système n'est souvent pas compatible avec les systèmes traditionnels de production et de collecte pour plusieurs raisons:

- la quantité totale collectée, ainsi que la transaction individuelle, doit avoir une certaine taille pour être rentable économiquement;
- avec les participants informels, le contrôle du produit à l'entrée du marché de gros est problématique;
- un système traditionnel de production implique un triage important et coûteux, surtout pour les produits périssables.

Aussi longtemps qu'une standardisation des vivres avec un système de contrôle et de pénalisation n'est pas réalisée, il est presque impossible pour le secteur formel d'organiser la collecte en commun d'une façon durable en raison du problème de confiance. Ceci implique que pour certains produits, un vrai commerce de gros n'est pas possible en Afrique subsaharienne. Il ne suffit pas de construire les installations et les infrastructures nécessaires pour obtenir un marché de gros efficace. Des exemples où le secteur informel est traditionnellement plus efficace que le secteur formel sont la collecte des tubercules de manioc et de la banane, le circuit du lait local, des légumes et des fruits. Des exemples où le secteur formel a des avantages comparatifs sont la mouture du maïs et les importations de riz

3.3 - LES CARACTÉRISTIQUES DU PRODUIT AGRICOLE ET LA TECHNOLOGIE

Les facteurs mentionnés ci-dessus démontrent comment l'évolution d'un système informel de commercialisation vers un système formel est liée au développement économique d'un pays; en effet, le profil du consommateur et la structure de l'agriculture dépendent du niveau de développement du pays. Cette évolution se passe à une vitesse différente selon le produit. La technologie de commercialisation et de transformation y joue un rôle crucial. Selon Braudel (1979, p. 58), «le colportage stimule et entretient l'échange. Mais là où il a priorité, la preuve est faite, à l'ordinaire, d'un certain retard économique. Cette forme de commerce s'éteint d'elle-même, chaque fois qu'un pays atteint un certain stade de développement.»

On a déjà démontré que les caractéristiques d'un produit vivrier ont un impact significatif sur la structure du commerce. La théorie économique suppose qu'un système de marchés est efficace dans le cas d'une situation de «participants rationnels», «d'information parfaite», de «concurrence parfaite» avec des «produits homogènes». Un produit homogène, parfaitement divisible et standardisé, a donc subi un triage ou une transformation parfaite. Ce produit ne correspond pas à la réalité et l'écart entre théorie et réalité diffère fortement selon le produit. Les observations et les études empiriques démontrent que les entreprises formelles à forte main-d'œuvre s'intéressent surtout aux produits dont les caractéristiques s'approchent de ceux du produit optimal:

- les céréales correspondent généralement bien à l'idéal du produit homogène, même dans les systèmes de production traditionnelle; la récolte se fait durant une période assez courte, ce qui facilite la collecte par le secteur formel; il est possible de déléguer les achats de maïs dans les villages à un employé, ce qui ouvre des possibilités au secteur formel;
- les tubercules sont souvent périssables, ce qui implique une transformation importante au niveau de la ferme; il y a une offre de petites quantités, non standardisées et semi-périssables durant toute l'année, ce qui est peu intéressant pour le secteur formel;
- les légumes sont commercialisés en petites quantités durant toute l'année; les problèmes de contrôle des transactions sont tellement prépondérants que le secteur formel n'est pas compétitif;
- les fruits ne sont pas standardisés; les problèmes de conditionnement sont énormes, d'une part, parce que la technologie n'est pas disponible, d'autre part, parce qu'elle n'est pas rentable sur une petite échelle et que le consommateur n'est pas prêt à payer un surplus pour une valeur ajoutée plus élevée.

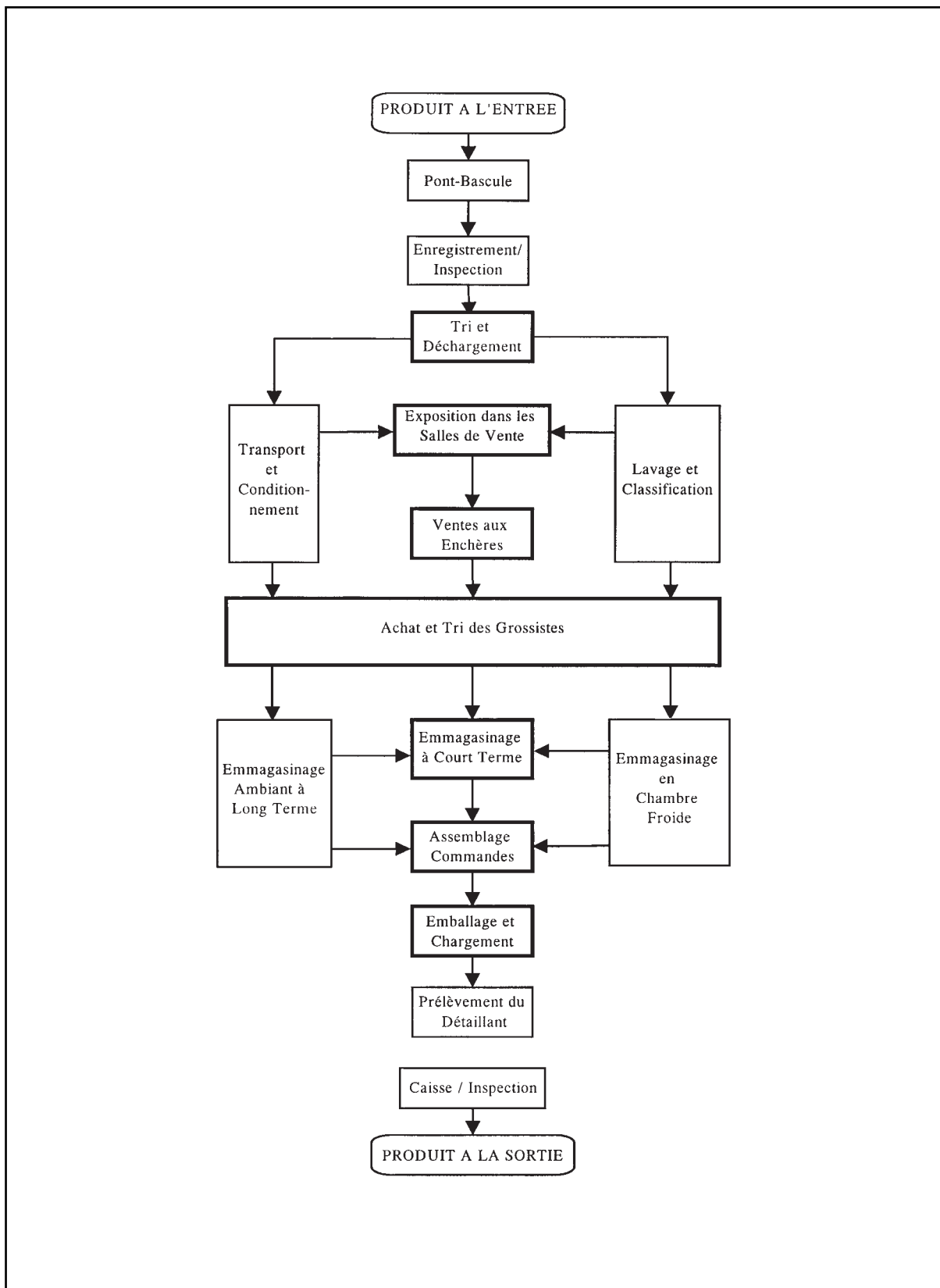


Figure 4
 Manipulation du produit dans un marché de gros typique
 Source: FAO (1994).

Certaines transformations sont adaptées aux petites échelles. Il existe des techniques qui ne réclament que peu d'investissements pour le séchage des fruits, des noix et des légumes, pour l'extraction de l'huile ou la préparation de produits alimentaires. D'autres le sont moins, comme la mise en conserve des fruits ou la production de lait en poudre, qui nécessitent de gros investissements (Spore, n° 60). Le résultat technique de ces transformations à petite échelle est souvent bonne. Les problèmes concernent la rentabilité économique et le prix de vente.

Afin de commercialiser ces produits «non homogènes» à grande échelle et de résoudre le problème de compétitivité du secteur formel, il est nécessaire de traiter les vivres semi-périssables, ce qui implique une technologie de triage et de transformation. Il faut donc les transformer en «produits homogènes». Le développement et l'adoption d'innovations adaptées sont une contrainte majeure. Les innovations concernent aussi bien l'adoption et le développement de la technologie que la gestion et l'organisation des filières. Le niveau d'instruction des petits entrepreneurs et agriculteurs constitue un frein fondamental. La taille des entreprises agricoles constitue un problème de rentabilité des innovations. Le résultat est une multiplication des activités de commerce informelles et non une augmentation de la taille moyenne des transactions.

3.4 - LES CONTRAINTES IMPOSÉES PAR L'ENVIRONNEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE

Le PNB par personne englobe, à l'exception de la consommation de vivres, une quantité d'autres services offerts au consommateur: routes, enseignement, soins de santé, système judiciaire, sécurité, système financier, moyens de télécommunications, etc. La quantité et la qualité de ces facteurs, ou leur absence, ont un impact considérable sur le type de commerce dans un pays. En absence de ces services, le secteur formel perd beaucoup de sa compétitivité vis-à-vis du secteur informel. Ensuite, il ne faut pas seulement compter en termes monétaires, mais également en termes de risques. Un cadre macroéconomique sain et stable pourrait davantage améliorer la performance du secteur vivrier par une croissance économique durable, une stimulation de l'épargne et de l'investissement, et par la maintenance et l'extension des infrastructures économiques essentielles. En termes dynamiques, la croissance économique causera une évolution dans le commerce du secteur informel vers le secteur formel.

Dans plusieurs pays, les entreprises commerciales sont étouffées par le manque d'investissements, souvent parasitées et paralysées par des politiques inappropriées, des infrastructures inadéquates et une gestion inefficace (Spore, n° 61). Le cadre socio-économique est en relation étroite avec la structure et le fonctionnement d'un système de commercialisation:

- le savoir-faire dans la production, la transformation et la commercialisation des vivres;
- les infrastructures de transport (qualité et densité des routes);
- la disponibilité, la densité et la qualité des unités de transformation, des infrastructures de commercialisation des vivres: marchés de gros, chambres froides, etc.;
- un système judiciaire performant permet de résoudre des conflits entre commerçants; en l'absence d'un tel système, il y a plus de transactions payées cash avec un contrôle personnel des transactions;
- une administration performante;
- la disponibilité des intrants (semences, engrais, équipements, véhicules, pièces de rechange, carburant) pour l'agriculture et le commerce; la disponibilité et la densité des points de vente est en relation avec le niveau de vie;
- les subventions nécessaires à la recherche, à la vulgarisation, à l'enseignement agricole, ainsi qu'à l'accroissement de la production;
- un système de (télé)communication (téléphone, fax, périodiques, journaux) contribue à l'intégration des marchés;
- un système financier solide (système bancaire, crédits bancaires, etc.) avec une monnaie ou une inflation stable.

Il est donc normal que l'agriculture moderne et l'agro-industrie se développent d'abord dans les pays ayant un PNB élevé. Quelques exemples:

- la floriculture qui se développe au Kenya et au Cameroun;
- les élevages avicoles ivoiriens qui sont parmi les plus modernes d'Afrique;
- l'exportation des bananes par la Côte d'Ivoire et le Cameroun.

Le Zaïre est actuellement un exemple d'une situation extrême où le secteur formel est remplacé par le secteur informel. Il est évident qu'avec une évolution macroéconomique pareille, le nombre de familles qui se trouvent dans une situation d'insécurité alimentaire a augmenté de façon exponentielle. Les soins de santé, l'enseignement, la nourriture de base ne sont plus une certitude, les risques généraux de survie ont augmenté. Dans la situation actuelle, les ménages ont changé leur comportement en tant que consommateur, employeur, entrepreneur, membre de la société civile, etc. Partout dans le monde, il y a eu une croissance rapide du secteur informel lors d'une période d'instabilité macroéconomique. Pour le système de commercialisation et de distribution des vivres, il existe plusieurs implications:

- peu d'investissements à long terme à l'intérieur du pays; les systèmes formels de collecte et de distribution des intrants disparaissent en raison du non-entretien des routes et des ponts, du manque de carburant, de pièces de rechange, de crédits, ainsi que d'un manque de sécurité générale;
- une diminution de la taille des entreprises de commerce parce que des problèmes de contrôle et de gestion se posent, et parce que les commerçants informels n'ont que peu de moyens financiers;
- des problèmes de télécommunication, l'absence d'un système financier, l'absence d'un système judiciaire, etc., compliquent les transactions; les commerçants exigent un contrôle personnel de la marchandise, des paiements au comptant;
- l'absence d'une administration efficace aggrave les procédures administratives, les importations des intrants, etc.;
- l'absence d'un système judiciaire complique le règlement des conflits entre commerçants; il y a plus de paiements en espèces;
- un pouvoir d'achat bas; le consommateur hésite à payer les services du marché;
- la position concurrentielle plus mauvaise des importations vis-à-vis de la production locale en raison de l'inflation.

3.5 - LE RÔLE SOCIAL DES MARCHÉS: L'EMPLOI ET LA DISTRIBUTION DES REVENUS

A l'exception du rôle économique, le rôle social des circuits de distribution des vivres en Afrique subsaharienne est important. Dans chaque ville, le système fournit un emploi à des milliers d'habitants dans le commerce, la transformation et la préparation domestique des aliments. Le système contribue à une distribution des revenus, permet l'organisation de systèmes de solidarité entre participants et peut être utilisé pour protéger le revenu contre l'inflation. Il contribue donc à une certaine forme de protection sociale, comme le démontre l'exemple suivant.

Les investissements se font généralement dans le petit commerce de distribution des vivres pour les femmes, et de collecte et de transport des produits agricoles pour les hommes, en raison des barrières d'entrée extrêmement basses. Pour la plupart de ces femmes, qui sont souvent nées en milieu rural, qui ne connaissent que l'agriculture et le commerce de vivres, qui ont un niveau d'éducation limité et ne parlent souvent que les langues vernaculaires, il n'y a pas d'autres sources d'emploi dans une métropole urbaine. Ces femmes ne font presque jamais appel aux caisses d'épargne pour des crédits de démarrage et les fonds de fonctionnement d'une petite entreprise familiale. Généralement, elles trouvent les fonds nécessaires dans la famille ou reçoivent des produits à crédit des semi-grossistes. Le conjoint constitue la principale source des fonds investis: le mari prélève de son salaire un montant qu'il met à la disposition de son épouse pour s'installer au marché de détail ou organiser la vente des biens de première nécessité sur une table devant la maison.

Le premier souci d'un ménage qui reçoit le salaire mensuel du mari est d'acheter un sac de manioc, d'igname, de riz, de millet, etc.. Dès que le sac est acheté, la survie de la famille jusqu'au mois prochain est en principe garantie. Ce qui reste de l'argent est investi dans la marchandise qui est

vendue au marché de détail par l'épouse ou la fille. Cette activité commerciale aide les ménages à réaliser un bénéfice direct et à réduire les risques généraux:

- l'épouse essaie de gagner un petit surplus afin de compléter les recettes du ménage (bénéfice direct);
- l'argent, investi dans les vivres, est débloqué petit à petit; avec ces liquidités, l'épouse achète chaque jour une petite quantité de légumes, d'huile de palme et de poisson pour la consommation journalière; ceci permet au ménage d'atteindre la fin du mois (réduction des risques); les fonds sont protégés contre un usage irréflecti par un membre de la famille et ils sont protégés contre l'inflation galopante (réduction des risques);
- le commerçant devient membre d'un groupe de commerçants ou de collègues sur le marché, ce qui lui permet d'obtenir plus facilement un crédit informel en cas de nécessité (maladies dans la famille, frais scolaires) et réduit ainsi les risques;
- dès qu'on est un commerçant «connu», il est plus facile d'obtenir la marchandise à crédit;
- les recettes du commerce de détail peuvent être investies dans les systèmes d'épargne et de solidarité.

Il est clair que «gagner un revenu supplémentaire» n'est qu'une des motivations pour faire du commerce. Les marchés de détail jouent également un rôle social dans une situation de crise. Une implication cruciale est que ce rôle pour les marchés de détail peut empêcher une compétition saine et efficace. En fait, les commerçants sur le marché évitent de se concurrencer sur les prix, c'est-à-dire de «casser les prix».

3.6 - LE COMMERCE INFORMEL ET LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

L'utilisation de ces différentes formes de personnel (personnel social, physique, humain), dans une combinaison bien définie, donne à la personne en insécurité alimentaire accès à la nourriture. Dans le cas d'une population urbaine pauvre, ce personnel n'est souvent qu'une main-d'oeuvre ayant une connaissance technique limitée dans l'agriculture urbaine et périurbaine et le petit commerce. L'impact de la situation d'insécurité alimentaire massive sur le circuit de commercialisation des vivres est analysé par Goossens (1996). Il y a une explosion d'activités informelles, à basses barrières à l'entrée, telles que le commerce de détail et de micro-détail des vivres et le commerce par les colporteurs. Les marchés de détail s'approchent du modèle du marché libre tel que décrit dans la littérature économique: un grand nombre de vendeurs et d'acheteurs, de l'atomicité, l'absence de barrières à l'entrée, une certaine transparence, l'absence de monopoles, etc. Le problème, par contre, est qu'il n'y a que peu de compétition entre les commerçants qui évitent les risques et préfèrent la solidarité entre eux, d'où il résulte une hausse des marges de distribution. Le rôle social des marchés, c'est-à-dire la création d'emplois à basses barrières à l'entrée, la distribution des revenus, la création des systèmes d'assurance, de solidarité et de crédits entre les petits commerçants, etc., devient relativement plus important que le rôle économique du marché, à savoir la distribution efficace des vivres. Les marges de distribution augmentent au fur et à mesure que le rôle social d'un système devient plus important. Les plus pauvres, pour qui la barrière à l'entrée au commerce de détail est encore trop élevée, en sont les victimes. Ceux-ci ne profitent pas des avantages, mais paient souvent un prix plus élevé pour la nourriture.

En ce qui concerne la structure des marchés, l'impact de la demande actuelle du consommateur est la suivante:

- les circuits de distribution informels sont les mieux adaptés aux besoins des plus pauvres; ils offrent les produits et les services demandés par la majorité de la population; ce service n'est pas offert par les mini-alimentations, ni par les grands magasins; la population n'a pas de possibilités de conservation (frigos, etc.) à la maison pour les produits périssables; elle achète chaque jour des légumes, près de la maison au marché du quartier, en petites quantités; ceci implique un nombre important de points de vente, un service offert par les marchés de détail du secteur informel;

- la population n'est pas prête à payer des qualités supérieures ou des services de marché complémentaires; le développement de filières, qui s'adressent à la masse populaire, et qui offrent un produit d'une qualité plus élevée, ou avec une valeur ajoutée plus élevée, est seulement possible si le prix n'augmente pas;
- les structures typiques, telles que la vente au micro-détail, la demande élevée à la fin du mois, l'augmentation du nombre de commerçants et par conséquent des marges, ont pour conséquence que les plus pauvres paient parfois un prix élevé pour les produits de base; en même temps, ils reçoivent un produit d'une qualité qui est souvent plus basse.

Actuellement, les activités horticoles dans les centres urbains s'accroissent en raison de la détérioration des infrastructures de transport et des citoyens essaient de valoriser leur personnel humain (la main-d'oeuvre et une connaissance de l'agriculture).

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

4.1 - LA COMPLÉMENTARITÉ DES SECTEURS FORMEL ET INFORMEL

Le premier constat est que chaque type d'entreprise de commercialisation des vivres, formel ou informel, est une réponse aux contraintes exogènes ou endogènes au niveau de la filière où l'entreprise se situe. Il y a quatre contraintes qui déterminent presque totalement la structure d'une filière:

- le profil du consommateur;
- la structure de l'entreprise agricole;
- le cadre macroéconomique;
- les caractéristiques du produit vivrier (et la technologie de transformation et de commercialisation) en question.

Les trois premières contraintes sont liées directement au niveau de développement du pays, la quatrième contrainte ne l'est que de façon indirecte. Le PNB est un paramètre approximatif à ce niveau. Ainsi, la thèse principale de ce livre est confirmée.

Le profil du consommateur détermine le type de vivres, de valeur ajoutée et de services du marché demandé. *La demande des consommateurs à revenu bas est surtout satisfaite par les filières informelles.* Le secteur formel n'est jamais concurrentiel dans la distribution au détail des vivres à des bas revenus, parce qu'il ne sait pas créer de réseau compétitif de points de vente qui s'adressent à la masse populaire.

Le cadre général influence la compétitivité du secteur formel vis-à-vis du secteur informel. *Le secteur formel nécessite une certaine stabilité macroéconomique et un cadre institutionnel transparent. Il évite un environnement d'investissement à haut risque.* L'incertitude et le risque impliquent une rentabilité plus basse de l'investissement et de la main-d'oeuvre. Donc, dans une situation de croissance économique, le secteur formel devient plus compétitif et vice versa.

La structure des unités de production agricole et la collecte rurale des vivres déterminent la compétitivité d'entreprises (formelles) de collecte avec un gros capital vis-à-vis d'entreprises (informelles) basées sur la main-d'oeuvre la moins chère. Dans la collecte des légumes, du manioc frais, de l'igname, des fruits, du lait local, du poisson local, les commerçants informels (souvent des colporteurs) sont concurrentiels. *Le secteur formel n'est pas concurrentiel quand la structure de l'entreprise agricole et les caractéristiques du produit impliquent une collecte à fort emploi de main-d'oeuvre.* Le secteur formel ou semi-formel (les semi-grossistes et les grossistes) n'intervient dans les filières des colporteurs que pour le financement des stocks ou pour une transformation procurant des avantages comparatifs aux entreprises formelles.

La théorie économique suppose des produits homogènes et parfaitement divisibles. *Le secteur informel est compétitif lorsqu'un produit vivrier ne correspond pas aux caractéristiques d'un produit parfait et que la technologie n'est pas disponible ou rentable pour transformer ce produit en un produit parfait.* La rentabilité dépend généralement de l'échelle des opérations. D'une manière générale, le secteur formel se développe d'abord dans le marché des céréales et à un stade de développement plus avancé dans le secteur des tubercules, des légumes et des fruits. Une analyse par produit permet d'identifier les contraintes et les avantages comparatifs pour le secteur formel dans chaque filière.

En conclusion, les secteurs formel et informel sont complémentaires. Les deux formes sont en compétition permanente et la meilleure domine la filière concernée: le secteur informel est compétitif dans les segments où il existe une nécessité de main-d'oeuvre bon marché et de contrôle des transactions. En effet:

- la collecte se fait à petite échelle;
- la transformation à petite échelle est plus rentable (entre autres, l'utilisation de la main-d'oeuvre familiale);
- les produits sont périssables;
- la formation des prix se fait à l'aide de marchandage;
- les transactions sont petites.

Au fur et à mesure qu'un pays se développe, les contraintes quant aux caractéristiques d'un produit sont levées par l'adoption d'une technologie de commercialisation et de transformation, et les circuits se formalisent.

Les spécialisations des entreprises formelles et informelles aboutissent donc à trois catégories de filières qu'on retrouve dans tous les pays de l'Afrique subsaharienne, à savoir:

- le secteur informel, caractérisé par une main-d'oeuvre intensive, de petites entreprises spécialisées dans le traitement de biens non standardisés, des transactions non standardisées et risquées, des marges élevées, des prix variables, une basse transparence du marché;
- le circuit formel avec des importations ou une transformation industrielle et une distribution à travers les supermarchés et les superettes;
- la filière mixte: le commerce formel de gros associé à un secteur informel du commerce de demi-gros et de détail (riz, huile de palme, pain, etc.).

4.2 - L'ÉVOLUTION DYNAMIQUE

S'il y a une détérioration significative de la situation macroéconomique dans un pays, il y aura toujours une renaissance du commerce informel des vivres, en raison du rôle social du commerce de détail et des colporteurs, et des imperfections dans les filières de commercialisation. Braudel (1979) mentionne quelques exemples de ce phénomène. La France, affamée de 1940 à 1945, a connu, avec le marché noir, une poussée de colportage anormale. En Russie, la période de 1917 à 1922, avec ses troubles, sa circulation imparfaite, a vu réapparaître les intermédiaires ambulants. Depuis 1990, elle connaît une nouvelle vague. Actuellement au Zaïre, le rôle du colportage est plus grand que jamais. Les détaillants et les colporteurs ne trouvent pas d'emploi dans d'autres secteurs de la société, ils évitent des innovations et ils ne prennent pas de risques. Ils restent dans le secteur de distribution, même s'ils ne gagnent presque rien. L'accès aux systèmes de solidarité et une protection des moyens financiers contre l'inflation sont souvent une motivation suffisante.

Suite à la dévaluation du FCFA et aux Programmes d'ajustement structurel dans la plupart des pays d'Afrique subsaharienne, il y a eu toute une vague d'initiatives informelles dans le secteur de la transformation des vivres locaux dans plusieurs pays. Souvent, l'industrie formelle n'est pas compétitive dans ces segments du marché, raison pour laquelle ces vivres n'étaient souvent pas concurrentiels vis-à-vis des produits importés (riz, pain) dans le passé.

En cas de croissance économique, il y a un impact immédiat sur les différents niveaux de la chaîne de commercialisation. Les contraintes pour une transition d'un système informel sur petite échelle, avec une productivité de main-d'oeuvre basse et des marges de distribution élevées, versus un système formel avec une productivité de main-d'oeuvre élevée, sont levées. On assiste donc à:

- une amélioration du cadre général: communications, routes, systèmes de crédits, administration;
- une augmentation du pouvoir d'achat: autres emplois, demande pour les services du marché, plus de demande sur les marchés de détail; il y a une augmentation de la productivité de la main-d'oeuvre et de l'équipement dans le commerce;
- une diminution de la pression sur le système de commercialisation; les détaillants et les colporteurs peuvent quitter le secteur du commerce des vivres pour trouver un emploi dans d'autres secteurs de l'économie; il y a une augmentation de la productivité de la main-d'oeuvre;
- la croissance économique d'une société impliquant l'adoption de nouvelles technologies par tous les secteurs de l'économie, par la commercialisation et la transformation des vivres.

Le résultat final se traduit par une augmentation de la productivité à tous les niveaux de la chaîne et une diminution des risques. Il y a un glissement vers le secteur formel.

4.3 - LE RÔLE DU SECTEUR INFORMEL ET DE LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Il y a toujours la mise en place d'activités substitutives dans les villes africaines durant les périodes de crise qui tendent, dans le domaine alimentaire notamment, non seulement à résorber les goulots d'étranglement des circuits d'approvisionnement et de commercialisation, mais aussi à générer des revenus supplémentaires favorables à la sécurité alimentaire (Frey, 1995). Frey mentionne quatre types d'activités qui dominent actuellement:

- l'artisanat de la bouche: confection de nouveaux plats cuisinés de façon traditionnelle;
- l'intensification des productions vivrières, surtout des légumes, dans les ceintures des grands centres urbains;
- la transformation à petite échelle;
- le commerce de détail.

Goossens (1994) démontre que ces activités empêchent une compétition saine dans la distribution des vivres.

4.4 - LES IMPLICATIONS POUR LES DÉCIDEURS POLITIQUES

Les conclusions de cette étude diminuent de façon significative l'assortiment d'interventions dans la filière de commercialisation des vivres. Les gouvernements et les planificateurs doivent bien se convaincre que les politiques qu'ils mettent en place fixent effectivement le cadre de l'action des paysans et des acteurs des filières agroalimentaires de sorte que la pertinence de ces politiques est tout à fait déterminante (Spore, n° 61). Des interventions durables dans la commercialisation des vivres doivent nécessairement respecter les contraintes imposées par:

- les caractéristiques de la demande locale;
- le cadre général;
- le système de production agricole et de collecte rurale;
- les caractéristiques du produit.

Toute intervention des décideurs politiques et des bailleurs de fonds qui ne respecte pas ces quatre contraintes n'est pas durable. En outre, il est presque impossible de réorganiser une filière dont le rôle social domine le rôle économique, avec des instruments pour renforcer la concurrence. Les secteurs à basses barrières à l'entrée peuvent être dans une telle situation pendant des périodes de crise.

4.5 - LES INTERVENTIONS DURABLES

Quelques remarques concrètes peuvent être faites:

- les systèmes d'information peuvent être un succès: a) quand il s'agit de produits bien standardisés, par exemple de céréales; b) au niveau du gros ou du demi-gros;
- toute intervention dans la transformation doit tenir compte de la demande pour ces services; il n'est pas évident que les ménages veuillent payer pour une activité qu'ils peuvent faire en famille; la transformation de manioc est, par exemple, difficile à mécaniser; la mouture du mil et du sorgho connaît le même problème;
- un marché de gros fonctionne uniquement s'il y a également une collecte de gros; il est difficile d'introduire un marché de gros dans une filière avec des petits colporteurs et sans semi-grossistes; les colporteurs s'occupent également de la distribution en gros;
- des interventions au niveau du paysan afin de moderniser la production ont des effets positifs sur l'efficacité de la collecte et, en conséquences, sur l'efficacité de la filière de commercialisation;
- il ne faut pas seulement remplacer un système d'épargne utilisé pour la réduction des risques par un système de crédit; il s'agit de systèmes avec un rôle social bien différent;
- une augmentation de l'échelle des opérations de commerce n'est durable que si un système de contrôle est créé en même temps;
- la création de filières à forte technologie de production et de commercialisation nécessite un cadre macroéconomique stable et sain et une certaine échelle; seules la rentabilité économique et la compétitivité vis-à-vis des systèmes informels peuvent garantir la durabilité de l'innovation.

ÉTUDE DE CAS 1

**LE COMMERCE DE DÉTAIL
EN PRODUITS VIVRIERS À KINSHASA:
EFFICACITÉ ÉCONOMIQUE VERSUS EFFICACITÉ SOCIALE¹**

Résumé et conclusions

Le secteur de la distribution des vivres contribue à la sécurité alimentaire, parce qu'il est souvent l'unique source d'emploi à laquelle les personnes en insécurité alimentaire ont accès. Les marchés de détail s'approchent du modèle du marché libre tel qu'il est décrit dans la littérature économique: un grand nombre de vendeurs et d'acheteurs, de l'atomicité, l'absence de barrières à l'entrée, une certaine transparence. Le problème, par contre, est qu'il y a peu de compétition entre les commerçants qui évitent les risques et préfèrent la solidarité entre eux, d'où une hausse des marges de distribution. Le rôle social des marchés, c'est-à-dire la création d'emplois à basses barrières à l'entrée et la distribution des revenus, devient relativement plus important que le rôle économique du marché, à savoir la distribution efficace des vivres.

Introduction

Cet article décrit le circuit de distribution au détail des vivres à Kinshasa. Ce système peut être considéré comme un exemple-type pour l'Afrique subsaharienne. L'étude démontre l'interaction entre le rôle social d'un tel marché de détail et son efficacité économique.

La structure des marchés de détail

La ville de Kinshasa compte un grand nombre de marchés de détail dispersés sur toute la ville, dont la taille est très diverse et qui forment le niveau le plus bas du système de distribution en produits vivriers. En mai 1989, une liste complète des marchés de détail a été établie: Kinshasa en possède 115. Environ 20 % des vendeurs ne disposent pas d'une table. Sept marchés ont uniquement des vendeurs installés par terre, 22 marchés ont seulement des vendeurs avec des tables, 68 marchés sont uniquement ouverts durant la journée, 40 durant la journée et la soirée et sept marchés seulement le soir. Les marchés les plus grands sont le Marché central (15 500 vendeurs), ceux de Gambela (4 600 vendeurs), de Somba Zikida (+Type KA) (4 000 vendeurs), de Matete (3 600 vendeurs) et de Lemba (2 100 vendeurs). Selon une enquête menée en 1985, il y avait 85 marchés de détail avec 72 000 vendeurs (Kanene, 1990). Les cinq marchés les plus grands avaient 30 000 vendeurs, soit 42 % du total. Les marchés de Kinshasa sont classés en deux catégories, à savoir les marchés urbains et les marchés de zone. Les marchés urbains sont ceux dont la gestion, l'aménagement, l'équipement et le bon fonctionnement nécessitent une intervention de l'autorité urbaine, tandis que ceux de la deuxième catégorie tombent sous l'autorité des responsables de zone (la ville de Kinshasa comprend 24 zones administratives). Généralement, chaque zone dispose d'un grand marché de détail et de plusieurs wenzes. Ces marchés constituent une importante source de revenus pour les autorités de zone.

Le commerce en produits vivriers est principalement entre les mains des femmes (plus de 95 % des détaillants sont des femmes) qui pratiquent le commerce pour la survie. Le manioc, les légumes, l'arachide et la banane sont généralement achetés auprès des colporteurs. Ils sont souvent commercialisés à travers le circuit court et informel. Les achats se font sur les soi-disant «parkings», où les camions venant de l'intérieur du pays s'arrêtent. Il y a environ 65 à 70 parkings dans la ville de Kinshasa. Le riz, les haricots et la farine de maïs sont généralement achetés auprès des semi-grossistes, qui s'approvisionnent eux-mêmes auprès des grossistes.

L'infrastructure des marchés est généralement pauvre: les tables sont en bois, le sol n'est pas goudronné, il n'y a généralement pas de voirie ni d'installations sanitaires. Néanmoins, une série de taxes existe avec le but spécifique (souvent théorique) d'entretenir l'infrastructure et d'assurer l'hygiène. Les produits sont répartis sur le marché de telle sorte que chaque produit occupe une aire spécifique appelée pavillon. Chaque pavillon comprend un nombre d'étals qui, à leur tour, sont composés de tables. Il existe deux types principaux. Le plus fréquent comporte quatre piliers soutenant une toiture à deux versants. Les tables sont disposées de manière à former un carré. Le deuxième type d'étal a une forme rectangulaire. Un étal comprend en moyenne cinq tables. Celles-ci sont construites et vendues par des entreprises désignées par la zone. Le constructeur vend les tables aux commerçants et doit généralement verser 10 % des recettes à la zone. A chaque renouvellement des tables, les vendeurs perdent leur droit de propriété et doivent payer à nouveau s'ils tiennent à continuer leur commerce. Environ 60 % des vendeurs sont propriétaires des tables. Les détaillants se plaignent que les autorités renouvellent trop souvent les tables.

La plupart des marchés sont nés spontanément suivant l'extension spatiale de la ville. La population commence par organiser un petit marché autour de quelques tables. Dès que le marché atteint une certaine taille, les autorités appliquent la réglementation en cours et ajoutent une administration officielle. Le taux de croissance du marché dépend de la localisation. Ainsi, les principaux marchés de détail se situent autour des routes venant des provinces du Bandundu et du Bas-Zaïre, à la gare de Matete et dans l'ancien centre-ville.

Tableau 2
DÉTAILLANTS PAR TAILLE DE L'ENTREPRISE
(OCTOBRE-NOVEMBRE 1990)

	Valeur d'achat par transaction (\$EU)	Jours de vente
Manioc	32	2,7
Maïs	49	3,3
Riz	55	3,6
Arachides	39	3,2
Bananes	38	4,3
Huile de palme	89	6,2
Légumes	17	2,2
Haricots	84	5,1
Moyenne	50	3,6

Source: Goossens, F. 1994.

Les pratiques commerciales

En 1990, la valeur de la transaction d'achat d'un détaillant était de \$EU 48 en moyenne, variant entre \$EU 17 pour les vendeurs de légumes et \$EU 89 pour les vendeurs d'huile de palme. Ces produits étaient écoulés en 3,6 jours en moyenne (voir tableau 2). Il est clair que les détaillants ont généralement un petit fonds de roulement. Ils ne font presque jamais appel aux caisses d'épargne pour des crédits de démarrage. Généralement, ils trouvent les fonds nécessaires dans la famille. Les frais de démarrage d'un commerce de détail sont restreints et ils ne couvrent que la taxe journalière, éventuellement l'achat d'une patente, le loyer d'une table et les fonds de roulement. Ceci entraîne une augmentation énorme du nombre de vendeuses pendant les périodes de problèmes économiques. Durant la période de la récolte, il est relativement facile d'obtenir des produits à crédit.

L'uniformité des unités de vente et une claire définition des qualités des produits offerts, avec une différenciation des prix, sont des facteurs structurels importants pour une bonne performance du système de commercialisation. En l'absence de ces conditions, le temps nécessaire pour les transactions est plus élevé parce qu'un contrôle personnel de la qualité et de la quantité est indispensable. Aux marchés de détail, les ventes s'effectuent à l'aide d'unités de mesure diverses de toutes natures et de toutes dimensions. Les qualités et quantités des produits sont relativement bien définies: un assortiment assez large est offert au consommateur avec une différenciation des prix. Mais pour le consommateur, les prix sont difficiles à comparer. Cette diversification fait partie de la stratégie des commerçants. Le détaillant, pour qui le prix n'est pas un instrument de compétition, se tourne vers d'autres instruments. Les détaillants préfèrent vendre des qualités et des formes de produits autres que leurs collègues, ou ils utilisent d'autres unités de vente afin que le marché soit moins transparent. Le marché des haricots en est un exemple typique: souvent plus de dix variétés ou mélanges de variétés sont offerts au consommateur. D'autres exemples sont: la vente de légumes et fruits en bottes ou piles de tailles différentes, la vente au détail de manioc où les chikwangués ont plusieurs tailles, différentes qualités de cossettes ou de farine de manioc, différentes unités ou piles de cossettes et tubercules, etc. Une plus grande gamme de produits convient plus aux désirs du consommateur.

L'emballage sert surtout à protéger les produits durant le transport contre les dégâts d'origine mécanique, et aussi à répartir le produit en colis pratiques pour la manutention et la commercialisation. Le manioc, le maïs et l'arachide sont vendus par sac. La quantité par sac est relativement bien standardisée, la qualité par contre nécessite souvent un contrôle personnel. Dans le secteur des fruits et légumes, il y a très peu d'emballage, ou la qualité est insuffisante. Les oranges et les citrons sont souvent transportés par sacs. Seulement pour les tomates et pour certains fruits, il existe des casiers en bois qui sont utilisés et standardisés dans la région du Bas-Zaïre. En cas d'utilisation de casiers, il n'y a pas de feuilles ou de papier afin de doubler l'emballage. Les légumes-feuilles sont transportés et vendus en bottes. Pour certains fruits et légumes, tels que le safou, la carotte, etc., il y a des paniers en bambou ou rosier. L'avantage des paniers est qu'ils ne doivent pas être utilisés de nouveau. Le potentiel d'améliorer la manutention de la production horticole et fruitière afin d'éviter les pertes et de préserver la qualité et l'aspect, est immense, mais il n'est pas certain que tout cela puisse être réalisé sur le plan économique. Il est très difficile d'introduire un nouveau type d'emballage pour des raisons différentes: le secteur est très atomisé; les commerçants n'ont pas les moyens nécessaires; le transport de l'emballage vide pose des problèmes de mobilité des commerçants; le consommateur n'est actuellement pas prêt à payer un supplément pour une qualité ou des services supérieurs.

Les services d'information sur les marchés ont pour but d'aider les producteurs et les commerçants à équilibrer l'offre et la demande à tel ou tel marché et de limiter ainsi des fluctuations excessives de prix. En général, les intermédiaires reçoivent assez vite l'information sur les prix aux différents marchés grâce au grand nombre de colporteurs qui passent. Le marché des légumes est moins transparent que celui du manioc et des céréales. Le marché des haricots, du maïs, du riz et de l'huile de palme, à savoir des produits hautement standardisés, est relativement transparent: l'information du marché et la connaissance des prix sont meilleures, les marges de détail sont basses, et on ne discute pas le prix. Des biens peu standardisés comme le manioc, les fruits, les légumes et les bananes nécessitent plus d'intervention personnelle, plus de discussion sur les prix, ont des marchés moins transparents et les commerçants disposent de très peu de sources d'information. La qualité

des informations sur les fruits et légumes est généralement médiocre en raison des problèmes de standardisation et des petites transactions, ce qui fait qu'il est difficile de donner des informations valables.

Les prix

Pour la fixation des prix, le marchandage est d'usage courant au marché de détail. Le prix est discuté dans 70 à 80 % des cas. Pour les produits qui sont peu standardisés, tels que les légumes et les fruits, le marchandage est même utilisé par 80 à 100 % des détaillants. Au marché des céréales, il y a moins de marchandage: les vendeurs de riz, de haricots et d'huile de palme discutent dans 50 à 60 % des cas. Le processus de formation des prix par marchandage est une pratique courante et même indispensable au marché des produits périssables. C'est la seule façon d'arriver à un accord sur le prix d'un produit non standardisé.

Durant la journée, les prix changent. Le matin, les prix sont les plus élevés et sont stables jusqu'à midi. Dans l'après-midi, il y a une baisse. Les détaillants baissent les prix vers la fin de la journée afin de récupérer leur argent et d'éviter des pertes. Le matin, le vendeur est plus intransigeant sur le prix minimum qu'il peut accepter. Pour les tubercules séchés de manioc, les prix à la fin de la journée sont de 6 à 10 % plus bas que le matin, pour les légumes les différences sont beaucoup plus importantes. Pour les céréales, la différence n'est que de 3 à 4 %. La pratique du matabish consiste à ajouter une petite quantité de produit acheté en guise de remerciement, surtout avec un client habituel. La pratique est très fréquente au marché des fruits et des légumes.

Tableau 3
STRUCTURE DES PRIX DES PRODUITS AGRICOLES DU BAS-ZAÏRE
ET DU BANDUNDU AUX MARCHÉS DE DÉTAIL À KINSHASA
(1987, 1988, 1989) (100 % = PRIX AU CONSOMMATEUR)

	Manioc		Maïs		Arachides	
	BDD	BZ	BDD	BZ	BDD	BZ
Producteur	22	38	33	36	35	58
Demi-grossiste	68	66	84	83	78	77
Détail	100	100	100	100	100	100

Source: Goossens, F. 1996.

Les marges de distribution

La marge de distribution des produits vivriers peut être évaluée sur la base de trois critères:

- la part de la marge de distribution dans le prix au consommateur;
- la structure de la marge;
- la relation entre la taille de l'entreprise et la marge de distribution.

Comme le démontre le tableau 3, aussi bien la marge de collecte et de transport que la marge de distribution sont larges et contribuent au prix élevé à la consommation. A la fin des années 80, les agriculteurs dans les régions du Bas-Zaïre et du Bandundu recevaient 20 à 40 % du prix au consommateur pour le manioc, 30 à 35 % pour le maïs, 30 à 60 % pour l'arachide. En 1996, le prix au producteur est seulement de 50 % du prix au consommateur en moyenne pour certains légumes-

Tableau 4
RATIO ENTRE LA MARGE DE DÉTAIL ET LE PRIX AU CONSOMMATEUR
(100 % = PRIX AU CONSOMMATEUR)

	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Manioc cossette Bandundu	17,8	22,3	25,4	32,2	43,3	44,8
Manioc cossette Bas-Zaïre	12	13,4	18	20	24,9	34,7
Mais (grains)	11,5	12,8	16,3	16,1	20,8	15,4
Arachides en gousses	14,6	28,0	24,8	26,4	20,3	24,8
Riz local	13,7	12,4	15,2	15,6	21,8	22,4
Haricots blancs	11,1	8,3	12,5	24,5	31,5	29,6
Plantains	35,4	19,8	45,8	36,6	20,7	33,6
Huile de palme	20,3	22,1	32,1	34,5	46,1	65,4

feuilles en provenance du milieu périurbain (distance de 3 à 15 km), ce qui est extrêmement élevé étant donné les courtes distances jusqu'au consommateur urbain.

Le tableau 4 démontre l'évolution de la marge de distribution entre 1984 et 1989. Depuis 1984, la situation s'est dégradée. En 1984-1985, la marge de distribution était de 11 à 20 % du prix au consommateur, en 1988-1989 par contre, elle variait de 20 à 40 % pour la plupart des produits, ce qui est exagéré pour ce type de commerce de détail. Le tableau 5 démontre que la détérioration trouve son origine au niveau de la distribution: les prix à la consommation augmentent beaucoup plus vite que ceux au demi-gros. Riley (1972) considère des marges pour le commerce de détail de 5 à 15 % à Cali (Colombie, Amérique latine), dans un système de commercialisation très semblable à celui de Kinshasa, comme acceptable. A Kinshasa, on est loin d'une situation pareille.

La marge de distribution doit couvrir les frais de distribution, le remboursement des investissements, le profit rétribuant la prise de risques, une rémunération pour la main-d'oeuvre, les frais de transformation. Le tableau 6 présente la structure de la marge de distribution. Les frais directs et

Tableau 5
CHANGEMENTS DES PRIX RÉELS À KINSHASA
(JANVIER 1984-DÉCEMBRE 1989)

	Demi-gros	Détail
Manioc (tubercule séché)	-16 %	+22 %
Manioc (farine)	-	+38 %
Mais (grains)	+5 %	+13 %
Arachides (gousses)	+65 %	+65 %
Haricots	-4 %	+33 %
Riz local	+17 %	+31 %
Huile de palme	-48 %	+11 %
Plantains	+44 %	+36 %
Feuilles de manioc	-	+63 %

Source: Goossens, F. 1994.

mesurables des détaillants ne sont pas tellement élevés, mais l'échelle du commerce, c'est-à-dire la quantité vendue par jour, est très petite. Par conséquent, les détaillants ont besoin d'une grande marge nette afin de gagner un revenu acceptable (de \$EU 1 à 1,5 par jour). De façon générale, la marge brute est de 33 % du prix de vente, la marge nette de 10 % (voir tableau 7).

La taille des commerces est trop petite, ce qui fait que les marges sont nécessairement devenues trop grandes pour garantir un revenu minimal. Les causes principales de ces coûts élevés sont le nombre important d'intermédiaires, la faible quantité traitée par chacun, le manque d'une compétition efficace, le va-et-vient inutile, le manque de standardisation des poids, des mesures et des emballages nécessitant un contrôle exhaustif à chaque échange, de nombreuses pertes de produits, le manque d'informations objectives sur les marchés. La diminution de la quantité vendue par détaillant, qui gonfle les frais par unité de produit, s'explique à son tour par:

- la mauvaise situation économique qui aboutit à une baisse du pouvoir d'achat et des quantités achetées par les consommateurs;
- l'augmentation du nombre de vendeuses due à la crise économique et le rôle social du marché, ce qui entraîne une diminution de la quantité vendue par vendeuse;
- une diminution de la demande pour les services du marché de détail pour certains produits; les gens achètent plutôt au niveau du demi-gros.

Ce sont surtout les plus démunis qui souffrent du manque d'efficacité dans la distribution, car leurs maigres revenus ne leur permettent pas de s'approvisionner aux marchés de demi-gros.

Le comportement des détaillants

Dans la théorie économique, on suppose toujours que, si le nombre de commerçants augmente, il y a plus de concurrence et les marges baissent. Ceci ne semble pas être le cas au Zaïre en raison du comportement des détaillants: ils évitent une compétition basée sur les prix, et se partagent le marché.

Dans leur extrême environnement social, les détaillants à Kinshasa ont adopté un comportement de «vivre-et-laissez-vivre». Mais si 97 % des détaillants disent pratiquement le même prix que leurs collègues, 60 % des détaillants arrangent le prix avec leurs collègues. Ce comportement est dans

Tableau 6
LA STRUCTURE DES RECETTES ET DES DÉPENSES DES DÉTAILLANTS SUR LES MARCHÉS DE KINSHASA (OCTOBRE 1990)

	Produits vendus (en \$EU par jour)					Moyenne
	Manioc	Maïs	Riz	Arachide	Haricot	
Recettes vente	15,6	19,8	16,0	15,5	15,8	15,8
Dépenses achat	10,4	13,2	13,6	10,9	14,7	12,0
Bénéfices bruts	5,2	5,6	2,4	4,6	1,1	3,8
Frais	2,6	2,3	1,8	2,2	1,9	2,2
Bénéfices nets	2,6	3,3	0,6	2,4	-0,8	1,6

Source: Goossens, F., Minten, B. & Tollens, E. 1994.

l'intérêt de tous: une situation stable au marché garantit un revenu bas mais régulier à tous, on est membre d'un groupe ce qui facilite l'accès au crédit, et on a accès aux systèmes d'épargne et de solidarité. Un commerçant, ayant beaucoup de succès, préfère changer vers un produit plus rentable ou plus prestigieux, plutôt que de faire la compétition au même niveau. La situation est stable aussi longtemps que personne n'utilise le prix comme instrument de compétition. De plus, un groupe de détaillants pourrait toujours prendre des sanctions sociales ou autres contre des détaillants qui cassent les prix. Dans la société africaine, le contrôle social du groupe sur l'individu est considérable.

Des pratiques collusoires sont souvent attribuées à la présence de groupes ethniques, organisés le long des chaînes de commercialisation. Il y a également des exemples au Zaïre: le poisson séché et fumé est souvent vendu par les Lokele, Ngombe et Mbunza, groupes ethniques qui vivent au bord du fleuve Zaïre, le fumbwa (légume-feuille) est vendu par les Basengombe, les chèvres et les moutons par les Bakongo, les haricots par les ethnies du Kivu et du Haut-Zaïre, le riz local par les tribus du Haut-Zaïre et de l'Equateur, les bananes par les groupes du Bas-Zaïre et du Haut-Zaïre. Aussi les transporteurs et les colporteurs opèrent dans leurs régions d'origine.

Il existe des profils spécifiques des détaillants et des semi-grossistes selon le produit qu'ils vendent:

- le manioc est souvent vendu par de petites entreprises, mal gérées, dépendant souvent d'un crédit pour faire des achats, qui ont une structure financière relativement faible, qui perdent leurs propres moyens financiers; elles achètent plus auprès des colporteurs; le manioc est souvent vendu par des femmes qui sont relativement vieilles, pauvres, avec un niveau d'éducation très bas, parce qu'il s'agit d'une activité sale qui est méprisée;
- les commerçants avec suffisamment de moyens financiers préfèrent souvent commercialiser des haricots et du riz;
- les commerçants qui savent bien marchander se spécialisent dans les bananes ou les légumes; le marchandage est un aspect très important dans le commerce de ces produits;

Tableau 7
LA STRUCTURE DES RECETTES ET DES DÉPENSES
DES VENDEURS DE LÉGUMES SUR LES MARCHÉS DE DÉTAIL

	En \$EU par mois	En %
Recettes	335	100
Dépenses achats	214	63,9
Bénéfices bruts	121	36,1
Frais		
Transport commerçant	10	3
Transport produits	8,5	2,5
Stockage	1	0,3
Emballage	1	0,3
Taxes	3	0,9
Table	1,5	0,5
Inflation	8	2,4
Pertes	33	9,9
Frais	66	19,8
Bénéfices nets	55	16,3

Source: Goossens, F. 1996.

- les bons commerçants disposant de peu de moyens se spécialisent dans le commerce des arachides; c'est un commerce difficile, mais qui n'exige que peu de moyens;
- le charbon de bois est souvent vendu par les vieilles femmes ayant très peu de moyens financiers; ce travail est souvent méprisé par la population urbaine;
- les jeunes filles sont les plus fréquentes dans la vente des légumes et des fruits; ce choix est motivé par le fait que ces produits n'exigent que peu de fonds de roulement;
- les jeunes garçons s'occupent de la vente des bonbons, des biscuits, des gâteaux, des glaçons et des cigarettes.

L'homogénéité relative des caractéristiques des commerçants dans chaque segment et à chaque niveau du marché des vivres, est due à une organisation hiérarchique de la chaîne en termes de statut social, rentabilité et investissements de base. Le commerce du manioc et du charbon est situé à la base de la pyramide, le commerce des haricots, du riz et du poisson fumé au sommet. Les détaillants disposant de suffisamment de moyens financiers n'investissent pas dans un travail sale, ni dans le commerce de manioc, de légumes, etc. Le résultat en est que, dans chaque section du marché, les commerçants sont relativement homogènes en ce qui concerne les caractéristiques personnelles, les moyens, la taille de l'entreprise, le comportement, la stratégie, etc., et qu'il y a peu d'innovateurs. Il en résulte une situation où il y a peu de compétition. La conséquence d'un tel comportement est qu'on trouvera les personnes en insécurité alimentaire sur les marchés de détail, surtout dans le commerce du manioc et du charbon, à cause du travail qui est méprisé, et dans le commerce des légumes en raison de l'investissement limité, enfin dans le micro-détail.

LA STRATÉGIE DES GROSSISTES FORMELS EN PRODUITS VIVRIERS AU ZAÏRE²

Introduction

Cet article décrit la stratégie des grossistes formels dans la ville de Kinshasa. Il s'intéresse surtout à leur spécialisation et à la motivation de cette spécialisation, à savoir les économies d'échelle qui peuvent être réalisées dans ces secteurs et la compétitivité vis-à-vis du secteur informel. Il s'agit des produits importés et de ceux qui nécessitent une transformation industrielle et une technologie qui n'est pas disponible au niveau informel.

Les caractéristiques générales

Les grossistes ont généralement des entreprises anciennes, solidement implantées dans le pays depuis l'époque coloniale ou de création plus récente depuis la zaïrianisation (nationalisation) de 1974. En effet, la plupart des «maisons de gros» ont été mises sur pied par des intérêts étrangers, souvent comme succursale ou filiale d'une entreprise étrangère. Avec la zaïrianisation, toutes ces entreprises ont été confiées à un acquéreur zaïrois. Après l'échec de la plupart d'entre elles, le gouvernement avait décidé, à l'époque, de «radicaliser» la zaïrianisation, c'est-à-dire de confier les entreprises zaïrianisées en difficulté à l'Etat. Quelques années après, la politique de rétrocession aux anciens propriétaires a succédé à l'aventure malheureuse et certains grossistes d'origine non zaïroise ont repris leurs affaires, souvent en association avec un partenaire zaïrois.

La caractéristique principale des grossistes est qu'ils sont toujours verticalement intégrés, avec des succursales et des représentations à travers le pays, et la maison mère le plus souvent en Europe, au Moyen-Orient ou en Asie. Beaucoup sont également intégrés horizontalement; ils s'occupent de plusieurs produits relevant de la même branche ou de branches apparentées. Cette intégration permet d'échapper en partie à la taxation sur le chiffre d'affaires (CCA de 3 à 20 % selon le produit) à chaque vente des produits lorsqu'une facture de vente est établie. Ainsi, un produit importé de la société mère en Europe, et vendu à un client dans une ville à l'intérieur du pays, peut avoir passé à travers plusieurs établissements de la même société, mais finalement la CCA ne sera payée que deux fois, à l'importation lorsque les droits, les taxes ou les accises d'importation sont acquittés et lors de la vente finale au client. C'est ainsi que l'importation de produits vivriers est toujours l'affaire de grossistes.

La spécialisation

Les grossistes sont également actifs dans les produits d'origine locale qui nécessitent une transformation industrielle ou un conditionnement spécialisé, par exemple le maïs, les arachides, le riz, l'huile de palme et les produits d'exportation comme le café, le cacao, le caoutchouc, le thé et le quinquina. Le produit vivrier principal, le manioc, n'est généralement pas l'affaire des grossistes. S'ils s'occupent de ce produit, il s'agit plutôt d'une activité secondaire pour, par exemple, approvisionner leurs propres travailleurs et employés. Nulle part au Zaïre le manioc subit une transformation industrielle et le caractère semi-périssable des tubercules séchées de manioc ou de la farine exclut un stockage dépassant un mois.

Les grossistes disposent généralement d'une infrastructure commerciale et d'une infrastructure de transport importantes. Ceux qui se spécialisent dans l'importation ont généralement une source importante de génération de devises, à savoir le commerce de l'or, du diamant, du café, etc. Une

seule entreprise importante approvisionne la capitale et beaucoup de villes à l'intérieur du pays en produits congelés (poisson de mer, viande bovine, poulets et autres produits). Environ 200 grands camions frigorifiques et 400 chambres froides à Kinshasa assurent une chaîne de froid non interrompue.

Les économies d'échelle à l'importation et la maîtrise technique et économique de la distribution des vivres importés sont en grand contraste avec la commercialisation des produits d'origine locale, et surtout avec le système de commercialisation du manioc caractérisé par l'absence de vrais grossistes.

Pour les produits vivriers achetés en milieu rural, les grossistes font usage d'un réseau de dépôts, de camions, d'infrastructures portuaires (quai privé, grues), de bateaux ou de baleinières, de magasins et d'usines de conditionnement ou de transformation. Ils sont particulièrement importants pour le maïs et le riz. Pour ces deux produits, il existe une dizaine de grossistes importants disposant d'un réseau d'achat, de stockage et de transport et d'unités de transformation. Les achats se font par des commissionnaires ou des employés de la société. Pour le maïs, les moulins se trouvent presque toujours au principal centre de consommation en ville, tandis que pour le riz, les usines de décorticage sont souvent situées dans la ville la plus proche des lieux de production. Ce sont ces mêmes grossistes qui s'occupent également de l'importation de ces produits en cas de nécessité et si l'opération est rentable. Pour le maïs, le principal grossiste est la Gécamines à Lubumbashi, société para-publique d'exploitation du cuivre et des minerais associés, qui fournit la farine de maïs à ses travailleurs et à ses employés comme partie intégrante du salaire. Cette même société importe annuellement des quantités importantes de maïs de l'Afrique australe, même quand la production nationale est suffisante.

Les grossistes approvisionnant Kinshasa à partir de l'intérieur du pays utilisent presque toujours des bateaux ou des baleinières, sauf pour le Bas-Zaïre. Pour le Bandundu, ces bateaux/baleinières ont généralement moins de 100 tonnes de charge utile, tandis que pour les autres régions, ils dépassent 100 tonnes. L'Equateur et le Haut-Zaïre fournissent surtout de l'huile de palme, du maïs et du riz, tandis que les haricots, les légumes et le bétail viennent surtout du Nord-Kivu et du Sud-Kivu.

Les grossistes travaillent à grande échelle, aussi bien dans l'usinage que dans le transport et la distribution. Les secteurs de commerce dans lesquels les grossistes sont importants (maïs, riz, haricots) ont généralement une performance bien meilleure que celle des sous-secteurs (manioc) caractérisés par l'absence ou la moindre importance des grossistes. L'importation et la distribution urbaine du poisson frais et du poulet sont d'une importance cruciale pour les familles qui se trouvent en insécurité alimentaire. De plus, ces produits sont riches en protéines, tandis que le Zaïre et surtout les centres urbains sont déficitaires en protéines.

LES MARCHÉS RURAUX DE COLLECTE INEFFICACES, UNE OPPORTUNITÉ POUR LE SECTEUR INFORMEL AU ZAÏRE

Résumé et conclusions

Le système de production traditionnel du manioc au Zaïre permet le fonctionnement pendant toute l'année d'un système informel, et sur petite échelle, de colporteurs achetant du manioc séché et de la pâte. Le secteur formel ne s'intéresse pas à la collecte d'une récolte de manioc qui est tellement fractionné et qui ne leur donne pas d'avantages comparatifs. Associée à un environnement macroéconomique incertain, hostile à un commerce efficace, la collecte rurale inefficace de manioc mène à un commerce informel, sans innovation, et non à une chaîne formelle de grossistes.

Introduction

Le but de cette étude est de démontrer comment des problèmes de collecte peuvent déterminer la structure d'un circuit de commercialisation. En effet, si les frais de collecte sont élevés à cause d'une production fractionnée et échelonnée sur toute une année, un système informel basé sur la main-d'oeuvre bon marché est plus efficace que des grossistes formels. Ceux-ci évitent d'investir dans un secteur pareil. Le cas du marché de collecte de manioc au Zaïre sera commenté comme exemple. Des problèmes de collecte pareils se posent pour tous les produits périssables et semi-périssables, tels que les légumes et les fruits.

La collecte rurale du manioc

Une collecte rurale inefficace mène à de petites transactions, des coûts de transaction élevés et des prix bas au producteur. Ces prix empêchent l'introduction de nouvelles technologies dans un environnement où l'on hésite à prendre des risques. En moyenne, une transaction de vente de manioc en équivalents de tubercules secs s'élève à 64 kg dans la région du Bandundu et à 22 kg dans la région du Bas-Zaïre. Au Bandundu, les ménages vendent du manioc 19 fois par an, réparties sur toute l'année, au Bas-Zaïre ils en vendent 43 fois par an. Vu le manque total d'équipement de transport à la ferme, 80 à 90 % des transactions ont lieu sans transport ou avec un transport manuel. Le rayon d'action des agriculteurs pour les transactions de vente est très réduit: 50 à 60 % des transactions ont lieu à une distance de moins de dix minutes à pied, 60 à 65 % à moins de 26 minutes (voir tableau 8).

Les petites transactions sont dues au fait que: les fermes sont petites; que le manioc est récolté durant toute l'année, ainsi la production n'est pas centralisée dans le temps; des produits comme le riz, le maïs et les arachides sont récoltés une ou deux fois par an, durant une période limitée; que l'input de travail pour récolter et transformer le manioc étant élevé, l'offre par ménage et par unité de temps est limitée; les agriculteurs essaient de stabiliser leur revenu dans le temps et utilisent le manioc pour compenser les fluctuations saisonnières des recettes du maïs, des graines de courges et des arachides; les coûts pour trouver et collecter les produits sont élevés en raison du manque de marchés de collecte locaux spécialisés dans le domaine et disposant de facilités de stockage, en raison de la basse densité de la population, du manque complet d'équipement de transport à la ferme et du bas degré de standardisation des produits. Les commerçants ont des difficultés à acheter et à évacuer de grandes quantités

Des tubercules frais de manioc sont extrêmement périssables. De ce fait, la transformation à la ferme est importante, donne lieu à une gamme large de formes intermédiaires semi-périssables, et implique de petites transactions de vente dues aux coûts élevés de collecte et de marchandage.

Les stratégies des participants

Une ou deux fois par semaine, les commerçants achètent à la ferme et sur des marchés organisés dans le village même. La vente de manioc, de maïs et d'arachides a lieu par bassin ou par sac. L'acheteur doit apporter les sacs pour l'emballage. Il n'y a pas de vente par unité de poids (kg). Les commerçants remplissent les sacs eux-mêmes afin de contrôler la qualité des produits, pour éviter la fraude. Dans un marché atomisé, il est intéressant pour l'agriculteur de tromper le commerçant. Pour un commerçant, il est presque impossible de récupérer son argent quand il se rend compte qu'il a été dupé, parce qu'à ce moment-là, il est déjà de retour à Kinshasa. Les montants concernés sont généralement trop petits pour faire des démarches car il n'y a pas de protection légale, il y a un manque de communication, les distances sont trop grandes, etc. L'agriculteur ne doit pas avoir peur pour sa réputation après avoir trompé un commerçant. Cela ne nuit pas à ses futures transactions. Il y a toujours d'autres commerçants. Le contrôle de la qualité doit être très strict, ce qui prend beaucoup de temps.

Les agriculteurs ne sont pas motivés à grouper et centraliser leurs produits, parce que cela affaiblit leur position de négociation: en cas de non-accord, ils doivent remporter la récolte à la ferme. Attendre les commerçants à la maison leur semble souvent la meilleure stratégie. Au Bas-Zaïre, 42 % des ventes de manioc ont lieu à la ferme même, 20 % sur les marchés ruraux. Au Bandundu, 51 % du

Tableau 8
LES CONDITIONS DE VENTE DU MANIOC À LA FERME

		Bas-Zaïre	Bandundu
Moyen de transport (% des recettes de la transaction)			
	Transport manuel	57 %	44 %
	Pas de transport	19 %	45 %
	Camion	13 %	8 %
Lieu de vente (% des recettes de la transaction)			
	Marché rural	20 %	32 %
	Marché urbain	14 %	—
	Champ	17 %	5 %
	Village	42 %	51 %
Durée de transport (% des recettes de la transaction)			
	<10 min	47 %	59 %
	11-15 min	12 %	6 %
	26-50 min	16 %	9 %
	>50 min	24 %	26 %
Transactions par année			
	Manioc	43	19
	Maïs	3	4
	Arachides	5	3
Taille de la transaction	Equivalents cossettes	22 kg	64 kg

Source: Goossens, F. 1994.

manioc est vendu dans les villages, 32 % sur les marchés. Le poids du transport vers le marché est limité à 30-40 kg par ménage car les femmes doivent porter les produits. La collecte de manioc est condamnée à avoir lieu de manière, fractionnée. Les petites transactions sont des contraintes endogènes qui mènent à une utilisation inefficace des camions, les commerçants impliqués étant très nombreux. Cette inefficacité a des implications pour la chaîne de commerce. Afin de réaliser une collecte plus efficace, les agriculteurs devraient centraliser les transactions de vente dans le temps et, à moindre mesure, dans l'espace. La collecte optimale se situerait au niveau du village ou d'un groupe de villages, avec un calendrier de vente fixe. Une transaction de vente de trois à quatre sacs par ménage, au lieu du nombre actuel de un ou moins, mènerait de manière significative à de moindres coûts de collecte et de transport. L'introduction d'équipement, de transport bon marché dans les régions rurales permettrait aux agriculteurs de transporter leurs produits aux marchés sans perdre leur pouvoir de négociation.

L'information des marchés entre les collecteurs et les agriculteurs se fait généralement de vive voix. Ceci veut dire que les participants à la chaîne s'interrogent les uns les autres sur les prix et les conditions de marché dans les lieux où ils viennent faire du commerce. Ce processus prend du temps et souvent l'information sur les prix est erronée, soit intentionnellement par l'intermédiaire qui espère gagner un peu en mentionnant des prix plus bas, soit sans penser à mal, par les imperfections normales de communication (Slater, Riley *et al.*, 1969). Le système d'information peut fonctionner relativement bien dans le cas d'une densité élevée de la population et une bonne infrastructure routière lorsque suffisamment de commerçants passent. Le manque d'information de marché peut être considéré comme un coût parce qu'il crée l'incertitude. Au Bas-Zaïre, les participants du marché sont des *price takers* et le système d'information semble fonctionner assez bien. Au Bandundu, la négociation est plus importante dans certaines régions éloignées (Kwango, Mai-Ndombe) que dans le Kwilu. La négociation indique que le système d'information sur les ventes et achats ne fonctionne pas.

ÉTUDE DE CAS 4

LE PHÉNOMÈNE DES «PAR-COLIS» OU COLPORTEURS DE MANIOC AU ZAÏRE: UNE RÉPONSE INFORMELLE À LA DISPARITION DU SECTEUR FORMEL

Résumé et conclusions

Le système des «par-colis» ou colporteurs de manioc au Zaïre est un système de crise qui réussit à nourrir les quatre millions d'habitants de la ville de Kinshasa.

Introduction

Le circuit de la commercialisation du manioc au Zaïre est caractérisé par une catégorie de colporteurs qui s'appellent les «par-colis» et qui dominent le circuit du manioc, la nourriture de base au Zaïre. Ils organisent la collecte, le transport et une partie de la distribution urbaine. Ils vendent, soit au consommateur, soit au détaillant. Il s'agit par conséquent d'un circuit court, avec un ou deux intermédiaires entre producteur et consommateur. Ils sont dominants dans les circuits d'autres produits périssables, tels que les tubercules, les légumes et les fruits.

Le circuit

Au niveau national, la situation socio-économique est depuis longtemps fort défavorable. Un système de commercialisation efficace nécessite un cadre macroéconomique stable et sain qui conduit à l'investissement à long terme. Malheureusement, il y a l'état déplorable des moyens de communication et d'évacuation, des infrastructures et des équipements de transport, l'inefficacité des services de contrôle et d'encadrement. L'infrastructure de transport a continué sa tendance générale à la détérioration depuis longtemps. Les facteurs qui ont contribué à cette dégradation sont: le climat politique et le manque d'un système d'entretien efficace. La cause profonde est l'incapacité de mobiliser, de gérer et de canaliser effectivement les ressources financières de manière suffisante pour la remise en état fonctionnelle de l'infrastructure économique et sa maintenance.

Le système de collecte, de transport et de distribution en demi-gros est basé sur de petits commerçants ambulants ou des colporteurs qui opèrent à moindres frais fixes. Ils sont appelés «par-colis», «lutteurs» ou *lolema* et ils constituent un facteur important de compétition dans le système. Les «par-colis» sont les opérateurs dominants dans le secteur de commercialisation des produits (semi-)périssables, tels que les fruits, les légumes, les bananes et aussi le manioc.

Le profil du «par-colis»

Les «par-colis» sont généralement de jeunes hommes entre 20 et 40 ans, avec un niveau d'études plutôt bas, qui habitent à Kinshasa et vont souvent acheter des produits dans leur région d'origine». Il s'agit souvent d'anciens producteurs ou de citadins au chômage qui s'engagent dans le commerce, sans propre moyen de transport. Ils travaillent toujours pour leur propre compte. Certains sont des commerçants, d'autres des agriculteurs, qui s'occupent occasionnellement du commerce, qui veulent visiter Kinshasa, ou ne sont pas d'accord avec le prix pratiqué au village, ou encore parce qu'il n'y a pas d'occasions de vente au village, etc. Il y a également des étudiants partant pour l'école, qui vendent des vivres pour financer leur transport ou une partie de leurs études. Quand ils ont rassemblé suffisamment de vivres, ils louent une place sur un camion ou un bateau partant pour

Kinshasa, pour eux-mêmes et leurs sacs. Arrivés à la capitale, ils vendent leurs produits sac par sac sur un parking ou un marché de demi-gros».

Il n'y a que deux, ou éventuellement un, intermédiaire(s) entre le producteur et le consommateur, notamment le collecteur-revendeur et le détaillant. Ces collecteurs-revendeurs n'ont pas de propre moyen de transport et ont généralement peu de fonds de roulement. Ils louent un camion en groupe et procèdent à des achats sur les lieux de production. Ils achètent directement auprès du paysan et revendent souvent au détaillant, et même au consommateur. L'achat des produits se fait aux marchés ruraux ou dans les villages de maison à maison. Après leur arrivée en ville, les «par-colis» vendent leurs produits sur les «parkings» qui sont en fait des marchés de demi-gros.

Goossens (1994) décrivait les parkings comme suit: «Ces parkings sont en fait de larges rues, sans infrastructure spécifique, où la vente de demi-gros est organisée. En 1990, Kinshasa comptait 62 parkings, où deux à douze camions par jour arrivaient et où les commerçants vendaient leurs produits. Le nombre et la localisation des parkings changent régulièrement. La sphère d'influence d'un parking est plutôt limitée, de façon que les prix peuvent fluctuer sérieusement de jour en jour, selon l'arrivée des camions. Après la vente de leurs produits, les «par-colis» paient le prix de leur transport. Après avoir passé quelques jours à Kinshasa, ils retournent généralement à l'intérieur sans rien, à l'exception de leurs sacs et l'argent nécessaires pour l'achat de vivres. Les «par-colis» se situent surtout dans le commerce du manioc, bien que certains d'entre eux s'engagent dans le commerce d'autres produits vivriers».

Il n'y a pas ou peu de «par-colis» spécialisés uniquement dans le transport des fruits et des légumes. Généralement, ils transportent le manioc, le maïs, l'arachide et une petite quantité de légumes (souvent feuilles de manioc) et de fruits. Les commerçants spécialisés en légumes sont actifs dans les régions du Bas-Zaïre et du Kivu où il y a une certaine spécialisation dans la production horticole. Les «par-colis» qui commercialisent les produits périssables opèrent à une échelle beaucoup plus limitée que leurs collègues dans le secteur du manioc ou des céréales. Il y a également des «par-colis» qui opèrent sur les bateaux du fleuve.

Il existe également un circuit informel qui lie l'horticulteur et l'agriculteur urbain et périurbain au consommateur urbain. Les horticulteurs vendent les produits au bord du champ, «par plate-bande», et l'acheteur récolte les produits lui-même pour les vendre en ville. Les maraîchers évitent souvent les risques de commercialisation. Parfois, ils récoltent leurs produits et partent eux-mêmes vers les marchés pour vendre aux consommateurs ou aux détaillants. Les ménages ayant des parcelles de case vendent parfois de petites quantités aux voisins et sur le marché du quartier, en cas de surplus ou de besoin d'argent. Le commerçant se déplace à pied, à vélo, en bus, etc., sur une distance de quelques kilomètres. Généralement il s'agit de femmes. Elles n'amènent que de très petites quantités de légumes. Ce circuit domine l'horticulture périurbaine des villes. Généralement, il n'y a qu'un seul intermédiaire entre l'horticulteur et le consommateur.

Les seuils d'entrée dans la profession sont presque inexistants: 60 % des «par-colis» n'ont pas de permis d'achat; ils paient seulement des taxes sur les parkings et ils exercent le métier depuis peu de temps, ce qui explique aussi la forte augmentation du nombre de «par-colis» durant ces dernières années. Souvent, ils obtiennent les produits agricoles à crédit dans leur village et ils ne paient le transport qu'après la vente de leurs produits en ville. Il est évident que des personnes en insécurité alimentaire essaient de développer ce type d'activité, bien que les conditions de travail soient extrêmement difficiles et souvent dangereuses en raison de l'état des routes et des conditions de voyage.

L'origine et la croissance du circuit

Le circuit des «par-colis» s'est développé comme une réponse locale aux contraintes du système de collecte, de transport et de distribution en demi-gros des produits vivriers périssables et semi-périssables. Ce système de commercialisation fonctionne sans marchés de collecte bien organisés, sans crédits, sans infrastructures de distribution et réussit à nourrir Kinshasa tout au long de l'année.

Goossens (1996) mentionnait les causes suivantes: «Le système des «par-colis» a évolué énormément depuis la fin des années 70. Il s'est développé *sui-generis* comme le résultat de plusieurs facteurs:

- la zaïrianisation en 1973 qui expropriait toutes les entreprises de commerce étrangères, créant ainsi des opportunités pour un commerce zaïrois à petite échelle;
- la situation économique pauvre qui fait que le coût d'opportunité de la main-d'oeuvre est très bas;
- la situation dégradante des chaînes traditionnelles de commercialisation, qui fait que les agriculteurs doivent vendre les vivres eux-mêmes;
- les risques impliqués dans le commerce du manioc, le manioc étant un produit volumineux et semi-périssable qui ne peut pas être stocké pendant plus d'un mois, et l'absence de produits et unités de vente standardisés;
- les difficultés de collecte du manioc: sans marchés de collecte organisés, la collecte d'une charge de camion de manioc est difficile pour des entreprises formelles; pour cette raison, ces entreprises se concentrent sur des vivres saisonniers de plus grande valeur, qui peuvent facilement être stockés et vendus à des clients institutionnels et des firmes privées à Kinshasa;
- les difficultés pour vendre le manioc à Kinshasa, sans marchés de gros organisés et uniquement les débouchés du marché informel et une information de marché imparfaite;
- le marché croissant de manioc à Kinshasa, qui est le résultat de la croissance de la population et le pouvoir d'achat réel par personne qui diminue».

L'efficacité économique

Goossens (1996) analyse l'efficacité économique de ces circuits:

«En camion, les «par-colis» de vivres semi-périssables qui peuvent être stockés (arachides, cossettes, huile de palme, maïs) transportent une charge dont la valeur d'achat représente à peu près \$EU 180, ceux qui transportent des produits périssables sur de courtes distances (tomates, chikwanges, plantains) ont une charge avec une valeur d'achat de \$EU 30 à 45. La valeur de vente moyenne de la charge d'un «par-colis» en camion représente \$EU 440 par voyage (voir tableau 9); pour les «par-colis» en bateau, il s'agit de \$EU 1 770 en moyenne. Les revenus nets par mois sont comparables pour les deux groupes et varient entre \$EU 260 et 290. La structure des recettes du transport routier et par bateau est composée de la manière suivante: la valeur d'achat (plus ou moins 30 % des recettes totales), les coûts de transport (20 à 30 % des recettes totales), le transport du commerçant lui-même (2 à 2,5 %), les pertes (estimées à 8 % des recettes), l'emballage (1 %). Les marges nettes sont de 20 % pour le transport routier et de 38 % pour le transport fluvial».

Ces marges nettes sont une indication claire du manque d'économies d'échelle dans la collecte et le transport de l'intérieur vers la ville. Malgré le grand nombre de «par-colis», la collecte de produits alimentaires est déficiente en raison de la mobilité et de la communication imparfaites dans les zones rurales et de l'offre fragmentée. Les coûts de localisation et de transaction sont élevés. Les dépenses de transport en fonction du nombre de sacs par commerçant sont présentées à la figure 5. Les dépenses de transport par sac diminuent rapidement jusqu'à 25 à 30 sacs par commerçant, et continue à diminuer si le nombre s'accroît. Les coûts de localisation et de suivi et contrôle de la collecte par sac augmentent quand le volume de la charge s'accroît. Le «par-colis» stocke ses produits temporairement au niveau du village. Ceci implique des pertes, des coûts de stockage et la possibilité de vol. Son rayon d'action est limité car, en général il n'y a pas d'équipement de petit transport au niveau du village. Pour chaque sac qu'il ajoute à sa charge, ses coûts marginaux et moyens de collecte par sac augmentent. Le coût total par sac est une courbe en U. Sans la restructuration de la collecte et la réduction du nombre de «par-colis», la charge optimale et le volume de l'opération seront bas, le revenu du commerçant stagnera et la collecte restera inefficace. La réorganisation de la collecte du manioc mènera à un prix au producteur plus élevé, des marges de transport plus basses et une réduction de 60 % du nombre de «par-colis», de façon que la charge augmente de 15 à 55 sacs par commerçant. Ceci veut dire que la charge d'un camion appartient au transporteur et un ou deux commerçants supplémentaires.

A Kinshasa, la plupart des ventes se font au comptant à des détaillants ou directement aux consommateurs. Les ventes ne sont pas basées sur des relations personnelles et une inspection visuelle du contenu du sac est suffisante. Les camions venant du Bandundu ont 5,3 «par-colis» à bord avec 14 sacs par commerçant en moyenne, les camions du Bas-Zaïre comptent 12,6 «par-colis» en moyenne, apportant chacun huit sacs. Les charges plus petites des camions provenant du Bas-Zaïre sont une indication d'une plus haute compétitivité.

Tableau 9
RECETTES ET DÉPENSES DES "PAR-COLIS" DE MANIOC
EN BATEAU OU EN CAMION
(OCTOBRE 1990) (\$EU)

	Camion	Bateau
Valeur de vente/voyage	442	1 814
Valeur d'achat/voyage	161	559
Dépenses/voyage	193	574
Marge brute	281	1 255
Marge brute (%)	64	69
Marge nette/voyage	87	681
Marge nette/voyage (%)	20	38
Marge nette/mois	262	286
Prix de vente (\$EU/sac)	16,3	14,7
Prix d'achat (\$EU/sac)	6	4,5
Transport (\$EU/sac)	5,1	3
Sacs/commerçant	27	123
Voyages par mois	3	0,42

Source: Goossens, F. 1994.

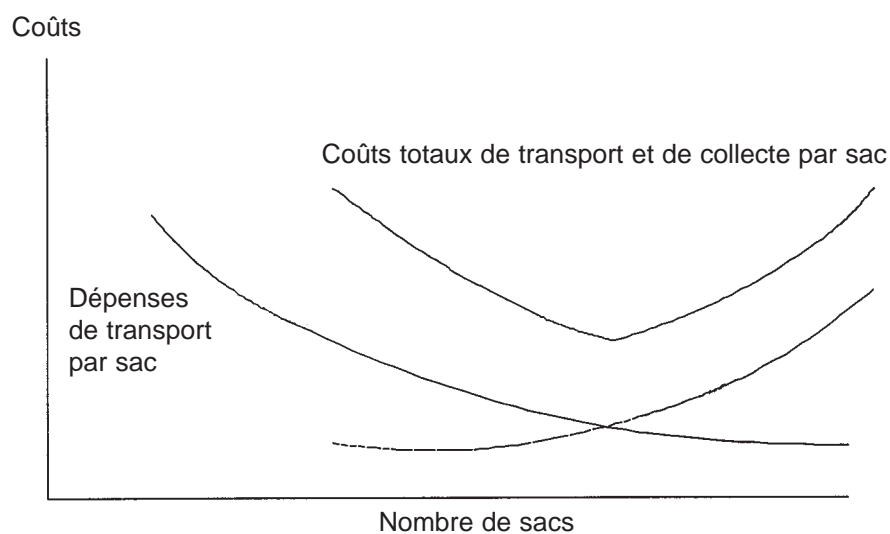


Figure 5
Coûts de transport et de collecte en fonction du nombre de sacs

LE PHÉNOMÈNE DES «PAYSANS-GROSSISTES» DANS LE COMMERCE DE GROS DE L'IGNAME EN CÔTE D'IVOIRE

Jespers, Z³. et Goossens, F.

Résumé et conclusions

Le phénomène des «paysans-grossistes» dans le commerce de l'igname en Côte d'Ivoire est un pas en avant dans la spécialisation de la commercialisation. Ceux-ci ont cassé le monopole des grossistes traditionnels. Les grossistes traditionnels agissent sur le commerce en détail, où ils revendent à crédit aux détaillants, et sur l'exportation. Les paysans-grossistes se concentrent plus sur la collecte rural et le commerce local. Dans ce domaine, les grossistes ne semblent plus compétitifs en raison de la baisse du coût d'opportunité de la main-d'oeuvre après la dévaluation du FCFA.

Introduction

Ces dernières années, une nouvelle catégorie de commerçants dans le commerce de l'igname en Côte d'Ivoire est née, à savoir les «paysans-grossistes» qui sont en compétition avec le grossiste traditionnel. Cette évolution a abouti à une meilleure allocation des inputs, une hausse des prix au producteur et probablement une baisse des prix au consommateur.

La collecte et le commerce de gros: les participants

Au niveau national, la production d'igname est estimée à 1,2 millions de tonnes. L'igname représente une source économique importante dans les régions de Bondoukou, de Dabakala et de Korhogo, situés au nord de la Côte d'Ivoire. Une région comme Dabakala fournit à elle seule, la moitié de l'igname commercialisée aux marchés de Bouaké et d'Abidjan (Doumbia, 1995). Le grand carrefour du commerce de gros est situé à Bouaké. La plupart des agriculteurs ne cultivent pas spécialement pour la vente. C'est plutôt le surplus familial, environ 10 % de la récolte selon Doumbia (1995) et 25 à 30 % selon CIDT, qui est destiné à la commercialisation. De ce fait, il y a une atomisation des points de vente «bord-champ», qui rend la collecte difficile et chère et qui implique des collecteurs informels disposant de peu de moyens logistiques et une main-d'oeuvre bon marché. En période de récolte, le producteur envoie parfois son produit au marché de gros de Bouaké. Autrement, les paysans vendent à un paysan-grossiste, à un collecteur informel ou à un grossiste. Le prix «bord-champ» est celui payé par les acheteurs au champ du producteur. L'igname est pesée et le prix est fixé après discussion. En septembre 1995, le prix était de FCFA 500 la tonne. Ce prix dépend de la distance et de l'accès au champ, de la quantité offerte et de la qualité. Le prix payé pour l'igname qui est transportée au village est souvent plus bas. Les paysans qui collectent leur produit n'ont généralement pas d'autre choix parce que les quantités traitées sont trop faibles ou l'accès au champ est trop difficile.

Les collecteurs indépendants achètent des stocks d'igname au cultivateur. Ils sont surtout actifs dans les villages où il n'y a pas de coopérative et où l'équipement de la coopérative accuse des insuffisances. La vente peut se faire de trois façons. Première possibilité, le collecteur envoie ses produits au marché de gros de Bouaké avec son propre véhicule ou avec un camion loué et essaie de les vendre lui-même dans le magasin d'un grossiste, en payant FCFA 500 la tonne pour le stockage jusqu'à ce que tout soit écoulé. Il ne paie ni la taxe communale ni le gardiennage. Deuxième possibilité, le collecteur envoie son stock à Bouaké où il le vend aux grossistes. Troisième possibilité, l'igname, propriété du collecteur, reste stockée chez le paysan et le collecteur contacte des grossistes

pour la vente. Son bénéfice est fonction de la quantité. Il y a également des collecteurs dits «dépendants» qui travaillent pour un grossiste. Celui-ci leur donne des responsabilités selon la confiance qu'il leur témoigne. Ainsi, il peut leur donner de l'argent pour les achats ainsi que pour le transport de la marchandise. Autre possibilité, il leur confie des liquidités pour acheter l'igname qui reste stockée chez le paysan jusqu'à ce que le grossiste organise le transport. Ou encore, le collecteur cherche les stocks et le grossiste organise l'achat et le transport. Les collecteurs sont très actifs durant les périodes de pénurie.

Les grossistes envoient généralement un de leurs fils ou quelqu'un du clan pour organiser la collecte. Ils achètent auprès des paysans-grossistes occasionnels, des collecteurs indépendants, des paysans et des coopératives. Les grossistes vendent l'igname, soit aux femmes détaillantes du grand marché ou des petits marchés dans les quartiers, soit à d'autres grossistes, ou ils l'envoient à Abidjan ou dans d'autres villes de la Côte d'Ivoire, et parfois dans d'autres pays.

Les paysans-grossistes fonctionnent comme collecteurs indépendants et grossistes en même temps. En général, les paysans-grossistes achètent les produits «bord-champ», souvent dans leur propre village ou un village voisin, ou directement au marché des paysans, des collecteurs ou des coopératives qui y ont transporté leurs produits. Souvent, ils vendent les produits des parents, des voisins et des amis. Dans ce cas, ils ne reçoivent souvent que quelques pourboires pour l'effort fourni.

Une petite quantité est vendue dans les petits marchés ruraux. La paysanne y va parfois avec une cuvette pour vendre de petites quantités d'ignames ou d'autres vivres et pour acheter des produits ménagers. Ce sont surtout les consommateurs locaux qui achètent ou les détaillants des villes environnantes. Le transport au marché se fait en taxi, en gbaka (petit autobus) ou à pied. Les producteurs utilisent les marchés ruraux pour écouler des quantités qui sont trop petites pour intéresser un grossiste. Des petits producteurs y écoulent également la récolte. Un grand producteur y vend seulement en cas d'urgent besoin d'argent.

Un deuxième circuit est celui des coopératives villageoises qui ne sont pas nombreuses dans le commerce de l'igname par manque de facilité de stockage. Leur participation consiste généralement à: rassembler l'igname et la stocker dans le village; chercher les meilleurs marchés; envoyer l'igname au marché de gros de Bouaké de temps en temps, ou l'expédier directement à Abidjan; louer un véhicule aux grossistes ou aux collecteurs si la coopérative en est le propriétaire.

Les détaillants achètent par caisse de 200 kg ou par demi-caisse et vendent par tas de deux, trois ou quatre tubercules (FCFA 200 à 1 000) au consommateur. Il est possible pour un consommateur d'acheter de petites quantités chez le grossiste.

Il y a des vendeurs indépendants d'information ou «coxers» dans le circuit de l'igname. Ils circulent en brousse avec leur mobylette ou bicyclette, cherchent les stocks d'igname et donnent cette information à un grossiste. Souvent de jeunes chômeurs s'en occupent. La prime qu'ils reçoivent n'est pas fixe, le grossiste leur donne un pourboire. Ce n'est pas à l'avantage du grossiste de les traiter mal, parce que les coxers préfèrent vendre l'information au grossiste qui donne les meilleurs pourboires.

Les grossistes traditionnels

Les grossistes traditionnels sur le marché de gros de Bouaké sont généralement d'origine malienne. Ils ont souvent des liens familiaux entre eux et donnent facilement des prêts informels aux membres de la famille. La concurrence entre eux est minime. Ils préfèrent se protéger au lieu de se jeter dans un combat concurrentiel. Selon certaines personnes, il y a même des arrangements de prix. On peut parler d'un oligopole ayant même les caractères d'un cartel.

Le commerce de gros est entravé de barrières à l'entrée, à savoir le nombre limité de magasins sur le marché de gros de Bouaké, la barrière financière et, en moindre mesure, le savoir-faire. D'abord, un débutant-grossiste doit financer une charge d'igname. Les agriculteurs ne vendent jamais à crédit au grossiste. Au contraire, le paysan parfois est payé d'avance. Les fonds nécessaires s'élèvent à en-

viron FCFA 50 000 pour une camionnette bâchée avec une charge utile de une tonne, FCFA 250 000 pour le chargement d'un camion de cinq tonnes, jusqu'à FCFA 2 millions, si on utilise une remorque de 40 tonnes. Puis, il y a l'achat d'une bascule. Quelques grossistes possèdent un véhicule, les autres en louent un. Le tarif de location varie en fonction de la distance et de l'état des routes, du tonnage du véhicule (pour l'igname les camions sont souvent de 5 ou 10 tonnes), et de la période de l'année. Les tarifs ont presque doublé après la dévaluation du FCFA, en raison de la hausse du prix des véhicules, du carburant, des frais de dépannage et d'entretien du camion. De plus, beaucoup de camions sont en panne parce que les pièces de réchange sont devenues trop chères.

La principale barrière est l'achat d'un magasin. Pour obtenir un magasin sur le marché de gros de Bouaké, il est nécessaire que quelqu'un veuille vendre sa place et son «titre de la mairie». Un grossiste d'igname est obligé d'avoir cette autorisation formelle pour la vente. La mairie vendait à l'époque ces «titres de la mairie». Aujourd'hui, la plupart des débutants ont hérité leur magasin et titre. Il est très rare qu'un magasin soit effectivement vendu. Selon une enquête, quelques paysans-grossistes en ont acheté un pour FCFA 400 000, mais le vendeur et l'acheteur avaient des liaisons familiales ou amicales. Tout grossiste n'est pas obligé d'avoir directement son propre magasin. Il peut toujours louer un magasin ou stocker ses produits dans le magasin d'un autre grossiste.

Le savoir-faire est une troisième barrière à l'entrée. En effet, les grossistes doivent bien maîtriser les marchés et les circuits de Bouaké ainsi que ceux d'autres villes (comme Abidjan), et éventuellement les marchés des pays voisins, Burkina Faso et Mali. Les grossistes prennent le soin de garder cette connaissance et ces liaisons pour la famille. Le fils apprend le métier du père. Le commerce est une affaire familiale. Les employés du grossiste sont généralement des membres de la famille.

Il existe aussi des barrières administratives. L'enregistrement au registre du commerce est obligatoire, mais par absence de contrôle effectif, il n'est pas effectué. Le grossiste paie aussi une taxe communale de FCFA 7 000 par mois, et la douane. Le transport vers un autre département ou des pays limitrophes est plus cher du fait des taxes officielles, mais également à cause des diverses tracasseries administratives rencontrées par le transporteur ou le commerçant. Le nombre élevé de barrages et de contrôles routiers abusifs accroît le montant des taxes officieuses à déboursier aux arrêts, et ralentit la livraison de la marchandise, augmente les pertes lorsque les agents de la douane, de la police ou de la gendarmerie ordonnent le déchargement pour vérification.

Le phénomène des paysans-grossistes

Depuis quelques années et surtout après la dévaluation du FCFA en janvier 1994, on constate qu'à côté des grossistes traditionnels, certains paysans se sont engagés à vendre leurs produits vivriers eux-mêmes au marché de gros. La méfiance des producteurs à l'égard des grossistes traditionnels, la baisse des prix réels et la déscolarisation des jeunes après la dévaluation ont poussé certains paysans et coopératives villageoises à envoyer un représentant, souvent le fils d'un paysan, au marché pour faire du commerce de gros. On parle de paysans-grossistes. En période de pénurie d'ignames, ils essaient de garder l'activité et commercialisent l'arachide, le maïs, etc. A l'époque, quelques paysans vendaient leurs marchandises en cas de besoin d'argent ou après la récolte, mais c'est seulement depuis ces dernières années qu'on peut parler d'une organisation bien structurée. Le phénomène des paysans-grossistes existe surtout à Bouaké. Jusqu'à présent, il n'y a pas d'activités semblables d'une importance significative dans les autres villes.

Certains paysans-grossistes sont en permanence sur le marché de gros et louent un magasin. Il y a également des paysans-grossistes occasionnels qui ne louent pas de magasin mais qui vendent dans le magasin d'un autre grossiste et paient une prime pour le stockage (francs CFA 500 par tonne). Leur nombre fluctue selon la période de l'année. Bien qu'ils soient moins nombreux que les paysans-grossistes permanents et qu'ils ne soient pas bien organisés, leur importance est significative. Ils se comportent comme des grossistes indépendants.

Les barrières à l'entrée du commerce pour le paysan-grossiste sont basses. Le paysan-grossiste n'est pas directement obligé de financer un stock d'igname parce qu'il vend la récolte de ses parents

ou de ses amis. En outre, il est plus facile d'obtenir un crédit auprès d'amis producteurs quand on est soi-même paysan. La plupart louent encore un magasin. Le propriétaire du magasin est parfois un grossiste, par exemple de maïs ou d'arachides, qui n'en a pas besoin durant cette période ou qui a arrêté ses activités. Souvent deux ou trois paysans-grossistes louent ensemble un magasin. Le tarif est environ de FCFA 10 000 par mois si les taxes et les impôts sont à la charge du locataire, et environ de FCFA 15 000 par mois si ces frais sont à la charge du propriétaire. La taxe communale est de FCFA 7 000 par mois.

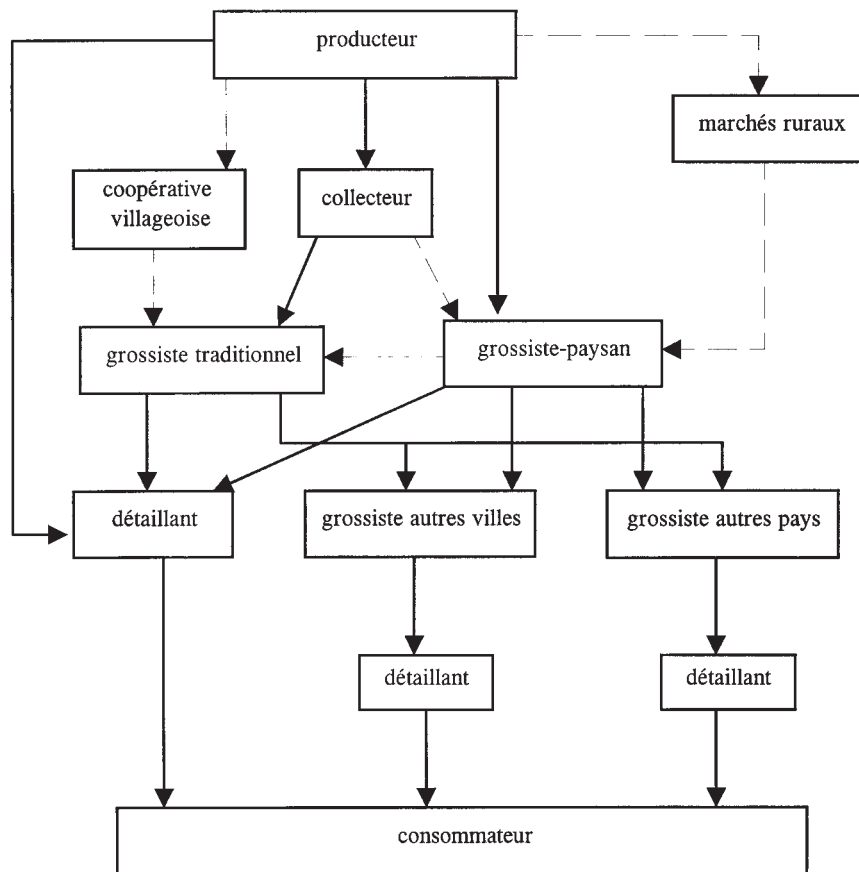


Figure 6
Filière de commercialisation de l'igname en Côte d'Ivoire

Une nouvelle compétition et spécialisation

A présent, le circuit à Bouaké est dominé par les paysans-grossistes qui sont en forte compétition avec les grossistes traditionnels. Ces derniers ont régulièrement des problèmes de ravitaillement. Les agriculteurs ont tendance à écouler leurs produits chez les paysans-grossistes qui viennent souvent du même village ou qu'ils connaissent, qui sont mieux informés sur les stocks, et qui paient un prix plus élevé.

En raison du prix d'achat très élevé, le circuit de Bouaké n'est plus intéressant pour les grossistes traditionnels. Ils ne réussissent plus à gagner ici une marge bénéficiaire suffisante, alors ils se sont engagés pour l'expédition à Abidjan. Les grossistes permanents se sont organisés pour avoir les marchés d'Abidjan et ceux des autres villes et des pays voisins. Les grossistes sont obligés d'acheter à un meilleur prix parce qu'avant, il n'y avait pas de concurrence mais une situation d'oligopole. C'est la première fois qu'ils connaissent une concurrence. Le circuit de Bouaké est déjà dominé par les paysans-grossistes. Mais il faut savoir que les paysans-grossistes avaient aussi déjà une bonne connaissance des marchés des autres villes. Nos recherches ne nous ont pas permis de mettre en évidence un flux important de marchandises des paysans grossistes vers l'extérieur.

Si un grossiste de Bouaké expédie son produit à Abidjan, il obtient le même prix qu'un grossiste là-bas. Quand il part de Bouaké, il a déjà une bonne connaissance du prix d'Abidjan et souvent déjà un acheteur grossiste. Cette communication se passe par téléphone. A la différence du marché de Bouaké, on ne fait pas à Abidjan de sélection de qualité, donc il n'y a qu'un seul prix. Ici, le prix peut fluctuer jusqu'à FCFA 15 selon la qualité de l'igname. Ainsi, pour un stock d'ignames de moindre qualité il est souvent intéressant de l'expédier à Abidjan (il en est de même pour les autres centres).

Le prix demandé à un grossiste étranger qui vient avec son propre véhicule pour expédier l'igname est identique. Quoiqu'aux alentours des villes comme Dabakala et Daloa, il y ait des champs d'ignames, les grossistes viennent s'approvisionner à Bouaké avec des camions de 5 ou 10 tonnes. La raison est que l'igname de Bouaké est d'une meilleure qualité (il contient moins d'eau). Rarement un grossiste du Mali ou du Burkina arrive à Bouaké avec un camion de 10 ou 15 tonnes, mais ce circuit n'est pas fréquemment utilisé parce que ce sont plutôt les grossistes qui expédient. En outre, les grossistes qui arrivent à Bouaké achètent parfois directement chez un collecteur.

Discussion

Le marché de l'igname en Côte d'Ivoire est un cas intéressant par quelques aspects importants. Au cours de ces dernières années, il y a eu la dévaluation du FCFA qui a atteint le revenu du milieu rural. Le résultat est la création d'un circuit de paysans-collecteurs qui ressemble fort au système des «par-colis» du Zaïre. Il s'agit en fait d'une déspecialisation et d'un retour au circuit informel.

Il est intéressant de voir que sous la pression d'une baisse du revenu et du pouvoir d'achat, il y a création d'une nouvelle catégorie de commerçants, appelés les «paysans-grossistes». Cette catégorie est comparable aux «par-colis» du Zaïre. Cette catégorie de commerçants résulte en une meilleure allocation des inputs: la main-d'oeuvre et la connaissance des paysans est mieux utilisée, les paysans gagnent plus, une partie plus importante de la valeur ajoutée reste en milieu rural, un prix plus élevé est payé au producteur et un prix plus bas au consommateur.

LES FILIÈRES MARAÎCHÈRES EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE: L'ABSENCE DU SECTEUR FORMEL ET LA STAGNATION TECHNOLOGIQUE

Résumé et conclusions

Selon la théorie de la commercialisation, la filière qui correspond le plus aux exigences des consommateurs urbains a le plus de succès. Pour les filières maraîchères de l'Afrique subsaharienne, la combinaison «colporteur-détaillant informel» est la filière dominante. Le manque de compétitivité du secteur formel de commercialisation des produits horticoles se situe à tous les niveaux de la chaîne de commercialisation: collecte inefficace, main-d'oeuvre trop chère, distribution trop coûteuse. Les désavantages de la dominance informelle sont la stagnation technologique et le manque d'économies d'échelle.

Introduction

Les filières de légumes en Afrique subsaharienne se trouvent presque toujours dans le secteur informel, avec des colporteurs et des détaillants. Elles se ressemblent beaucoup. Cette étude démontrera que la dominance des colporteurs est basée sur leur compétitivité dans ces activités. On se base sur des analyses empiriques à Bangui, et à Brazzaville en Afrique centrale, à Madagascar, au Zaïre, au Sénégal, en Guinée-Bissau.

Les caractéristiques de la filière

Il est évident que le commerce de légumes se trouve dans le secteur informel en raison de la structure de la production horticole, souvent en milieu périurbain. L'oignon est souvent importé de RSA et des Pays-Bas, mais il y a également des producteurs relativement spécialisés en Afrique de l'Ouest. La production se situe souvent en milieu périurbain à cause des problèmes de transport. La détérioration des infrastructures physiques de transport a influencé la structure de l'horticulture en milieu rural: elle est en voie de disparition dans les zones où il y a eu une réduction de l'accès au marché, par exemple dans les Cataractes (Bas-Zaïre). En même temps, il y a une croissance accélérée de l'horticulture périurbaine, et un glissement vers les centres urbains.

Les circuits de commercialisation contiennent quatre chaînes de vente, comme le démontre les enquêtes à Bangui et Brazzaville en Afrique Centrale, (Moustier et David), à Madagascar (Seck, 1989) au Sénégal. Goossens (1994) les confirme également pour le Zaïre:

- *horticulteur périurbain - (détaillant) - consommateur*; les horticulteurs périurbains vendent les produits bord-champ, par «plate-bande» et l'acheteur récolte les produits lui-même pour les vendre en ville; les maraîchers évitent souvent les risques de commercialisation; parfois, ils récoltent leurs produits et partent eux-mêmes vers les marchés pour vendre aux consommateurs ou aux détaillants; les ménages ayant des parcelles de case vendent parfois de petites quantités aux voisins et sur le marché du quartier en cas de surplus ou de besoin d'argent; le commerçant se déplace à pied, à vélo, en bus, etc., sur une distance de quelques km; généralement, il s'agit de femmes qui n'amènent que de très petites quantités de légumes; il n'y a souvent qu'un seul intermédiaire entre l'horticulteur et le consommateur;
- *horticulteur rural - grossiste (souvent colporteur) - détaillant - consommateur urbain*; il s'agit d'un soi-disant «circuit court» où il n'y a que deux, ou éventuellement un, intermédiaire(s)

entre le producteur et le consommateur, notamment le collecteur-revendeur et le détaillant; les collecteurs-revendeurs n'ont pas de propre moyen de transport et ont généralement peu de fonds de roulement; il s'agit souvent de jeunes hommes avec un niveau d'études plutôt bas qui vont acheter des produits dans leur région d'origine; les seuils d'entrée dans la profession sont presque inexistantes; ils louent un camion en groupe et procèdent à des achats sur les lieux de production; ils achètent directement auprès du paysan et revendent souvent au détaillant et même au consommateur; après leur arrivée en ville, ils vendent les légumes sur les «parkings», qui sont en fait des marchés de demi-gros; généralement, les grandes villes ont quelques marchés de ce type spécialisés dans la distribution de légumes; il n'y a pas ou peu de commerçants ou transporteurs spécialisés uniquement dans le transport des fruits et des légumes; les colporteurs, qui commercialisent les produits périssables, opèrent à une échelle beaucoup plus limitée que leurs collègues dans le secteur du manioc ou des céréales; le transport des fruits et légumes se fait surtout à l'aide de petits camions. Une enquête au Zaïre a démontré que les camions de moins de 6 tonnes ont une charge qui comprend 16 % de légumes et 7 % de fruits. Les camions de plus de 10 tonnes transportent respectivement 2 % et 1 % de légumes et de fruits;

- *la filière formelle et semi-formelle*: il y a le circuit de distribution formel des produits importés, des produits qui sont transportés par avion, et des légumes produits dans quelques fermes autour des villes. La distribution se fait par certains magasins au centre de la ville. Il s'agit de variétés et de qualités de légumes destinées à une clientèle spéciale disposant de revenus élevés. Les importations de légumes représentent moins de 2 % du marché global. Pour les bas revenus, les importations ne concernent que les oignons et la purée de tomate en boîte;
- *les grossistes*: à Madagascar, les fonctions de vente en gros et de transport sont spécialisées. Les commerçants possèdent des camionnettes. Au Kenya, il y a un marché de gros. Dans d'autres pays, les grossistes ne sont généralement pas spécialisés; les marchés de gros de légumes se trouvent souvent au croisement des voies de transport stratégiques.

Les marchés de gros se caractérisent par une multiplication de petites transactions.

Le consommateur urbain

Le consommateur fait ses achats de légumes chaque jour ou tous les deux jours. La consommation des légumes est dominée par les ingrédients du plat traditionnel africain: les légumes-feuilles (amarante, bilolo, épinards, feuilles de manioc, feuilles de patates douces), la tomate locale et l'oignon. La majorité de la population urbaine n'achète qu'un assortiment limité de légumes: légumes-feuilles, pili-pili, oignons, tomates (en boîtes); étant donné son pouvoir d'achat, elle préfère acheter les légumes et les fruits les moins chers, délivrés avec le minimum de services supplémentaires (une valeur ajoutée limitée, emballage qui ne coûte pas cher, un minimum de standardisation, etc.). Elle n'est pas prête à payer des qualités supérieures ou des services de marché complémentaires. Le développement de filières, qui s'adressent à la masse populaire, et qui offrent un produit d'une meilleure qualité, ou avec une valeur ajoutée plus élevée, est seulement possible si le prix n'augmente pas. La majorité de la population n'a pas de possibilités de conservation (frigos, etc.) à la maison pour les produits périssables. Elle achète journalièrement des légumes, près de la maison au marché du quartier, en petites quantités. Ceci implique un nombre important de points de vente, un service offert par les marchés de détail du secteur informel. En outre, la façon de préparer (bouillir longtemps) les légumes implique que la présentation et la qualité visuelle ont souvent une importance secondaire. Les débouchés des légumes tels que la pomme de terre, le chou, le poireau, la ciboule, le céleri, etc., sont actuellement limités en termes relatifs de la population, bien que pour les grandes villes, il s'agisse d'un nombre considérable de consommateurs. Il y a une demande de la part des Zaïrois aisés, des hôtels et restaurants de luxe et des expatriés au Zaïre. Ces produits sont actuellement hors de portée de la majorité des consommateurs. Le nombre de consommateurs permet le développement d'un circuit limité de fruits et légumes de qualité.

La production horticole

L'horticulture en milieu rural s'effectue généralement par des entreprises hautement traditionnelles. La culture des légumes se fait surtout durant la saison sèche, dans les bas-fonds, quand la pression des maladies est moindre. L'horticulture est caractérisée par le recours à une main-d'oeuvre familiale, par de petits capitaux et une abondance de terres en milieu rural. La plupart des petits agriculteurs cultivent leurs terres avec des instruments manuels, dont des houes en métal, des machettes, des bâtons à bêcher et des couteaux. Les dépenses en espèces pour l'achat d'intrants représentent un faible pourcentage de la valeur de la production. Les engrais et les produits phytosanitaires ont très peu d'importance. En milieu périurbain, l'horticulture est plus intensive. Néanmoins, l'horticulteur semble bien maîtriser les techniques de production qui sont à sa disposition.

L'horticulteur type est handicapé par le manque de moyens économiques, ce qui l'empêche de prendre de trop gros risques, et souvent par un sentiment d'infériorité sociale. Traditionnellement, la profession de maraîcher était socialement peu respectée. Les maraîchers étaient souvent âgés et les jeunes étaient rebutés par les conditions de travail difficiles: corvée d'arrosage à la main, transport d'eau sur de longues distances, tri manuel des ordures ménagères pour le compost, etc. Etant donné la crise économique dans plusieurs pays, l'attitude vis-à-vis des cultures maraîchères a changé de façon positive.

L'offre en légumes dans la ville de Kinshasa provient principalement d'un grand nombre de petites fermes de subsistance de la région du Bas-Zaïre, des entreprises maraîchères dans la ceinture verte de la ville, et en moindre mesure de la région du Kivu qui est située à l'est du pays. Au Bas-Zaïre, la production de fruits et de légumes se situe surtout dans les zones de Mbanza-Ngungu, de Songololo et de Madimba, c'est-à-dire les zones autour de la route asphaltée Matadi-Kinshasa, à une distance de 80 à 200 km de la capitale. Les conditions écologiques sont favorables à un grand nombre de cultures. En outre, la zone de Mbanza-Ngungu, à une hauteur de 500 à 900 m, est favorable à la culture des légumes des régions tempérées. Dans le Bas-Zaïre, il y a une longue tradition de production de fruits et légumes pour Kinshasa. Dans la région de Bandundu, à l'est de Kinshasa, il n'y a qu'une production très limitée de légumes et de fruits pour Kinshasa, du fait que les principales zones de production se situent à une distance de 300 à 600 km de la capitale. La production est principalement destinée à l'autoconsommation.

La production de légumes-feuilles, notamment le matembele, le ngai-ngai, le biteku-tekou, etc., se situe surtout dans la ceinture verte de Kinshasa. Le Bas-Zaïre n'est pas concurrentiel dans ce segment du marché à cause des problèmes de transport, du caractère périssable de ces légumes et de la valeur basse de ces produits (coût de transport). La seule exception est la feuille de manioc, qui est produite au Bas-Zaïre comme produit secondaire - le tubercule étant le produit principal - et à Kinshasa comme produit principal. En milieu urbain, les feuilles sont récoltées toutes les trois semaines. Une enquête du BEAU en 1986 démontrait que les autres cultures importantes dans le Bas-Zaïre sont la tomate, le piment, la patate douce et l'oignon. Etant donné la détérioration de l'état de la route Matadi-Kinshasa, il y a un déplacement de la production des cultures très périssables vers la proximité des villes. A Songololo, par exemple, les paysans préfèrent la production d'oignons, de manioc et d'arachides comme cultures de rente à celle de la tomate. Les légumes dits «européens», tels que le persil, l'aubergine, le haricot vert, la laitue, la carotte, le navet, le chou, l'artichaut, provenaient principalement de la région du Kivu durant les années 80 et avaient une importance limitée dans le Bas-Zaïre (BEAU, 1986).

Les avantages comparatifs du colporteur

Dans le circuit informel, au niveau de la commercialisation, il existe des risques liés au type de produits et à l'absence presque totale de technologie de commercialisation, telle que balances, emballage, marchés spécialisés, etc. Les transactions de vente sont petites, ce qui implique qu'un acheteur-colporteur de légumes doit nécessairement visiter un nombre important de producteurs afin de rassembler un lot considérable. Ceci est une première raison pour le secteur formel de ne pas s'intéresser au secteur des légumes. La qualité des légumes n'est pas standardisée (maturité, variété génétique, méthode de récolte, etc.), ce qui implique qu'il est difficile d'appliquer un prix uniforme: il faut un contrôle strict pour chaque transaction de vente. Ensuite, il faut souvent discuter le prix, ce qui

Encadré 9
L'HORTICULTURE PÉRIURBAINE
ET LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE À KINSHASA

En 1972, l'aire maraîchère de Kinshasa comprenait 101 ha (estimation CECOMAF). Selon le Département de l'agriculture, il y avait 4 300 producteurs ayant la production de légumes comme activité principale en 1981. La superficie moyenne par cultivateur variait généralement entre 0,09 et 0,11 ha.

Ces dernières années, l'importance de la ceinture verte de Kinshasa s'est accrue considérablement et ceci surtout en dehors des périmètres aménagés, principalement à cause de la dégradation de la situation socio-économique, de l'inflation et de l'érosion des revenus. Surtout depuis 1992, il y a un "boom" dans ce secteur. Un grand nombre de familles dépendent de cette production pour leur survie ou pour compléter leur régime alimentaire plutôt monotone. Il y a les zones de squatting et les parcelles le long de routes et de rivières en pleine ville. Sur les terres de mauvaise qualité, il s'agit surtout d'une production de feuilles de manioc.

Fin février 1995, les prix des légumes à Kinshasa étaient, pour une plate-bande de 20 m²: ciboule (\$EU 13), bilolo (\$EU 12), épinard (\$EU 10), biteku-teku (\$EU 8), ngai-ngai (\$EU 8), matembele (\$EU 5), pointe noire (\$EU 4).

L'horticulture urbaine et périurbaine s'adapte facilement à la stratégie de sécurité alimentaire des consommateurs. Beaucoup de gens à Kinshasa s'intéressent uniquement à des cultures dont la période végétative ne dépasse pas un mois, par exemple le matembele, le biteku-teku, le ngai-ngai et l'épinard. De cette façon, la culture de légumes-feuilles donne un revenu stable et très régulier. Une personne qui cultive 15 plate-bandes de 20 m² peut en vendre une tous les deux jours. Ceci lui rapporte un revenu brut de \$EU 4 à 5 par jour ou environ \$EU 100 par mois. Le revenu net varie dans ce cas entre \$EU 60 et 75. Les risques techniques de production sont minimes. Grâce au cycle court, il y a moins de problèmes de maladies. De plus, les légumes-feuilles peuvent être cultivés toute l'année, même durant la saison des pluies.

Le nombre de commerçants a fort augmenté en raison de la crise socio-économique qui fait rage au Zaïre. Les commerçants en insécurité alimentaire évitent la compétition basée sur les prix. Ils préfèrent une paix sociale entre les commerçants. Il y a donc une absence quasi-totale de compétition et la quantité vendue par jour est extrêmement basse, ce qui aboutit à une hausse des marges de distribution. La dominance des petits commerçants résulte en une absence quasi-totale de technologie de commercialisation, telle que balances, emballage, marchés spécialisés, etc.

augmente le temps nécessaire pour les transactions. Il est d'ailleurs difficile d'envoyer un employé payé pour faire ce genre de transactions d'achat. Ceci est une deuxième raison pour le secteur formel de ne pas s'intéresser au secteur des légumes. Aux problèmes du morcellement et de la standardisation de la production, s'ajoutent encore les problèmes des infrastructures de transport et l'absence de marchés de gros ou de demi-gros à Kinshasa. Par conséquent, les petits commerçants informels détiennent la totalité du commerce, la quantité vendue par jour est extrêmement basse, les marchés sont peu transparents, les marges et les prix élevés.

Les quelques grossistes en légumes à Kinshasa organisent eux-mêmes la production (c'est le cas de SEBO), ou importent des légumes afin de résoudre les problèmes d'approvisionnement en légumes et fruits en quantités suffisantes et d'une qualité standardisée.

La structure de la production vivrière, horticole et fruitière, implique la nécessité d'un secteur informel de commercialisation afin d'organiser la collecte. La structure des unités de production et les petites quantités mises en vente augmentent le coût de collecte et sont peu attractives pour le secteur formel.

En ce qui concerne la commercialisation des vivres, des légumes et des fruits, on a constaté que la performance du circuit est faible. Les indicateurs de cette faiblesse sont les suivants:

- les marges de commercialisation sont élevées (100 % du prix au producteur pour la production périurbaine, jusqu'à 25 km du consommateur); pour les produits venant des zones de production, situées entre 25 et 100 km, les marges s'élèvent à 70-90 % du prix au consommateur;
- pour la plupart des vivres, les prix au consommateur sont élevés, surtout parce que la valeur ajoutée est extrêmement basse;
- l'échelle des activités est trop petite parce qu'il y a trop de commerçants dans le secteur des détaillants et des colporteurs.

Plus spécifiquement pour le secteur des fruits et légumes, on peut conclure que:

- les fluctuations saisonnières des prix et de l'offre sont importantes, bien qu'il soit techniquement possible de produire des légumes toute l'année; l'horticulture est une activité de saison sèche; le conditionnement et l'entreposage sont peu développés; la surabondance saisonnière de certains produits, accompagnée de prix très bas, pose souvent un problème aux commerçants et aux consommateurs; l'emmagasinage des produits en période de récolte n'a pas de sens, sauf pour les oignons et éventuellement pour les pommes de terre; dans ce cas, il faut avoir des variétés qui supportent ce traitement; on peut également prolonger la saison des récoltes pour certaines cultures par l'étalement des semailles, le choix de variétés hâtives ou tardives, l'irrigation, etc.;
- la qualité est parfois médiocre; des problèmes de conditionnement se posent surtout pour les fruits et les tomates;
- certains produits, tels que l'oignon, la pomme de terre, l'ail, la tomate, ne concurrencent pas les produits importés, surtout à cause des problèmes de collecte de ces produits locaux; les importations de légumes frais concernent surtout l'oignon, la tomate et la pomme de terre.

LA DICHOTOMIE DU COMMERCE DU LAIT ET DES PRODUITS LAITIERS EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE

Résumé et conclusions

Les ventes ambulantes de porte à porte sont moins importantes pour les produits importés, qui se conservent bien, mais plus importantes pour les produits laitiers locaux, qui connaissent des difficultés de conservation.

Les problèmes trouvent principalement leur origine dans la structure de la production locale de lait. Il existe en effet une compétition avec le lait reconstitué sur base de lait en poudre; un problème de collecte à partir des unités de production traditionnelle; une adjonction d'eau dans le lait de la part du paysan; et un évident problème de qualité.

Introduction

Les circuits de distribution des produits laitiers en Afrique subsaharienne sont:

- les importations en gros des produits laitiers, surtout du lait en poudre et du lait concentré, la distribution passant par des semi-grossistes et des détaillants;
- le circuit de transformation formel et artisanal, surtout à base de lait en poudre importé; parfois, on utilise le lait local comme matière première;
- le circuit formel avec des unités de production laitière moderne et de transformation de lait en produits frais (yaourt, fromage, lait de consommation), et des ventes dans les supermarchés et les superettes;
- le circuit informel des colporteurs et le commerce ambulancier des femmes des éleveurs.

La filière des importations

Jusqu'en 1975, les importations de lait et de produits laitiers en Afrique subsaharienne se situaient à environ 1 million de tonnes d'équivalents-lait. A partir de cette période, les importations ont augmenté de 3 à 3,5 millions de tonnes en 1981 et 1985.

Le lait concentré sucré et non sucré, et le lait entier en poudre, représentent plus de 90 % des équivalents-lait importés dans la plupart des pays. Pour distribuer ces produits, des circuits de distribution se sont mis en place. Dans chaque pays, certains grossistes importent et vendent à d'autres grossistes, ou bien aux semi-grossistes ou aux mini-alimentations.

La filière formelle est constituée par les magasins d'alimentation (grandes surfaces et mini-alimentation). Ce circuit distribue la gamme complète des produits importés et la gamme de produits des unités de transformation locales: les produits frais sous froid, le lait UHT, le lait pasteurisé, le yaourt «formel», le fromage local et importé et le beurre importé. Les produits importés traditionnels, tels que le lait concentré et le lait en poudre, sont plus importants que les produits frais. Pour ces premiers produits, le marché est très transparent: les différences de prix ne dépassent généralement pas 2 à 3 % dans le cas de la mini-alimentation.

On trouve le lait en poudre et le lait concentré, sucré ou non, partout dans les magasins, boutiques et kiosques, même dans la plus petite boutique au fond de la brousse. Le système de distribution de lait

Encadré 10
UNE SOCIÉTÉ COMMERCIALE D'IMPORTATION
ET DE COMMERCE DE GROS AU BURKINA FASO

La société X, une société anonyme tenue par des libanais, est de loin le plus grand importateur de produits laitiers au Burkina Faso. Le lait et les produits laitiers représentent environ 20 % du chiffre d'affaires. Ils ont un magasin de gros à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso, et un magasin de détail annexé à celui de gros à Ouagadougou. Le lait concentré sucré est le principal produit laitier importé, surtout en boîtes métalliques d'un kg. Puis, il y a le lait en poudre entier, souvent en sacs de 25 kg. Le lait stérilisé en bouteilles de plastique d'un litre et le fromage ne sont importés que rarement et en petites quantités. Ils importent directement des Pays-Bas et de France. Ils achètent toujours CAF (coûts, assurances, fret payés). Ils importent avec un crédit documentaire qui leur donne un délai de paiement de 60 à 80 jours après commande ferme. Ils vendent également sur crédit fournisseur de maximum quinze jours, sans garantie. Sans ce crédit fournisseur, beaucoup d'acheteurs ne seraient pas en mesure d'acheter. Ils importent toujours en conteneur complet d'un même produit, ce qui constitue le lot minimum. La marge commerciale entre les niveaux gros et détail varie de 2 à 15 %.

Les importations ont diminué de 50 % après la dévaluation.

et de produits laitiers comprend le circuit ambulancier, le circuit des kiosques, boutiques, tabliers et le circuit de la mini-alimentation. Les ventes concernent surtout le lait concentré sucré, le lait concentré non sucré, le beurre (souvent confondu avec la margarine) et le lait en poudre. Les détaillants s'approvisionnent auprès des grossistes locaux ou des semi-grossistes.

Les éleveurs et les colporteurs

Dans les élevages traditionnels, une grande partie du lait est autoconsommée. Le circuit ambulancier traite de la vente directe de l'éleveur au consommateur, ou d'un colporteur qui achète auprès de l'éleveur et vend au consommateur. Il s'agit d'un système traditionnel et informel qui approvisionne les populations rurales en lait local, en lait caillé, en beurre artisanal, le tout à base de lait produit par le secteur d'élevage périurbain. Au-delà d'une certaine distance, le transport se réalise en taxi ou bus, et le lait est vendu à un collecteur-colporteur qui approvisionne en vélo ou en mobylette ses clients (cas fréquent à Dakar, à Bobo-Dioulasso (Burkina Faso), à Bujumbura (Burundi), à Korhogo et à Bouaké (Côte d'Ivoire).

La production périurbaine de lait est en croissance rapide, surtout après la dévaluation du FCFA survenue en janvier 1994. La majorité des producteurs est située en zone rurale et une partie des troupeaux sont en transhumance plus ou moins lointaine. Ces éleveurs habitent la ville ou tout près de la ville. Les animaux sont nourris pendant la journée dans des espaces ou pâturages situés bien en dehors de la ville, mais le soir ils y rentrent. Au Burkina Faso, on peut prendre un rayon de 25 km autour du centre-ville comme limite géographique de la production périurbaine. Jusqu'à une distance pouvant atteindre 8 à 10 km, les femmes portent à pied le lait au marché où elles le distribuent à des clients plus ou moins fidélisés. Généralement, les femmes des éleveurs s'occupent de la traite, de la transformation et de la commercialisation du lait et des produits dérivés. Elles le vendent généralement en louches faites de Calebasses, en récipients en plastique ou en bouteilles de verre. En Afrique de l'Ouest, les femmes Peuhl vendeuses de lait ont deux Calebasses de volume différent: une petite Calebasse pour la saison sèche et une plus grande pour la saison des pluies, le prix de vente de la Calebasse restant le même.

Les produits transformés stabilisés qui se substituent au lait frais sont le lait caillé au Sénégal, et le beurre en Ethiopie et au Burundi. Les motivations des consommateurs pour acheter auprès des vendeurs ambulants sont les prix bas, la disponibilité des produits et la fidélisation. Ces motivations sont surtout liées aux produits qui sont uniquement disponibles dans ce secteur.

Encadré 11
L'EXPLOITATION LAITIÈRE DE M. NOMBRE À OUAGADOUGOU

M. Nombé, Directeur général d'une entreprise privée, est en train d'investir dans une exploitation laitière de type moderne à 63 km de Ouagadougou. Il a construit une étable en matériaux durs, un magasin de stockage de spai, un bâtiment de mini-laiterie et des logements pour les travailleurs. Actuellement, l'exploitation compte 17 bovins. L'intention est d'arriver à terme à une exploitation de 35 à 40 vaches et un cheptel d'une centaine de bovins. Tous les animaux du noyau de départ sont plutôt de type taurin à dominance de sang européen (Tarentaise, Montbéliarde, Jersey). Le taureau est de type frison. M. Nombé ne croit pas à la race Azawak pour son exploitation, car il envisage une production moyenne de 200 litres par jour. Tout le lait sera transformé dans la mini-laiterie. Les conseils zootechniques et vétérinaires viennent de l'INERA et du CIRDES, ainsi que de l'Administration de l'élevage. L'alimentation des vaches est très soignée pour obtenir des rendements laitiers intéressants: herbe, son de froment, tourteaux de coton, graines de coton, mélasse, paille de riz.

Le lait des éleveurs des environs sera également acheté, après contrôle de la qualité. La mini-laiterie sera équipée d'un équipement complet de pasteurisation, de cuves de fermentation, d'une écrémeuse et d'une unité d'emballage semi-automatique de sachets en plastique. Les produits envisagés sont le lait pasteurisé, le lait caillé, le lait stérilisé, la crème, le beurre et le yaourt.

La production laitière moderne

Dans tous les pays, on trouve autour des principaux centres urbains des élevages laitiers de type moderne, avec des vaches croisées, zébu et de souche européenne. La production est combinée à une petite unité de transformation. Souvent, un réseau de collecte est organisé à partir d'une unité de traitement-transformation du lait. Les apports modestes des producteurs locaux sont complétés par des quantités importantes produites dans les fermes laitières modernes. Ce type de collecte existe à Addis-Abéba, à Bujumbura, à Bobo-Dioulasso, à Bamako et en Tanzanie.

Les débouchés les plus réguliers et rémunérateurs se trouvent dans les grandes agglomérations, loin des zones de production les plus favorables. Il se pose donc une importante contrainte de collecte du lait. Un des grands problèmes du lait local est la saisonnalité.

L'autoconsommation rurale absorbe la plus grande proportion du volume de lait local disponible.

Le problème majeur des laiteries est que le prix du lait payé aux éleveurs s'avère souvent inférieur au prix pratiqué en vente directe: au Burundi, ils reçoivent 50 % de plus, en Ethiopie de 0 à 60 %, au Sénégal de 30 à 100 %. Les laiteries ont à supporter des frais industriels, des coûts de conditionnement, d'emballage et de commercialisation et paient un prix bas au producteur.

Selon Centres *et al.*, les unités laitières qui collectent le lait auprès des petits éleveurs n'occupent qu'une place très marginale dans l'approvisionnement des villes pour plusieurs raisons: l'approvisionnement en lait local, la gestion technique et financière, et le personnel mal formé. La plupart des laiteries affichent des résultats négatifs: la laiterie de Kyriama a fermé au Burundi, la laiterie centrale de Bujumbura a changé plusieurs fois de propriétaire, la laiterie de Bobo-Dioulasso sait survivre grâce à une aide de la FAO et du gouvernement burkinabé. L'utilisation du lait en poudre est une solution de facilité pour pallier tous les inconvénients d'un approvisionnement local.

La transformation moderne et artisanale

Le secteur de transformation moderne utilise souvent le lait en poudre comme matière première. Pour la fabrication des produits locaux industriels, les transformateurs achètent le lait en poudre auprès

Encadré 12
MADAME OUÉDRAOGO:
UNE FABRICANTE INFORMELLE DE YAOURT

Madame Ouédraogo habite à Ouagadougou. Elle achète le lait local de vache à francs CFA 350 par litre et le transforme de façon artisanale en fromage frais et en fromage blanc. Elle ne possède pas d'équipement spécialisé et transforme jusqu'à 50 litres par jour, six jours par semaine. Le jour de la visite, elle avait acheté 17 litres de lait à des éleveurs qui le livrent jusqu'à sa résidence. Tout le lait est pasteurisé au bain-marie, puisensemencé avec du ferment venant de France, après égouttage et réfrigérateur. L'emballage est soit du film étirable, soit du papier alimentaire pour le fromage frais, ou encore des pots en plastique de 500 g achetés sur place. Ces pots coûtent francs CFA 140 pièce et on rencontre souvent des ruptures de stock. Les produits sont vendus dans une dizaine de magasins d'alimentation à Ouagadougou sous le sigle: Fromage du Burkina Faso. Elle a fait imprimer les étiquettes sur papier glacé et celles-ci reviennent à francs CFA 35 pièce. Elle ne rencontre pas de réels problèmes d'écoulement. Elle a appris le métier de fromager lors d'un séjour chez une amie en France pendant les vacances. Elle respecte scrupuleusement les consignes de bonne hygiène. Elle a payé la patente du commerce (francs CFA 8 000 par an) et tient un registre de commerce. Elle n'a pas de comptabilité. Cette jeune femme sait entreprendre et a un savoir-faire indéniable. Les conditions pour permettre le développement à une grande échelle sont l'accès au capital de départ, des supports administratifs et de gestion, et des équipements.

Source: Tollens, E.

des grossistes et ils revendent leurs produits directement aux magasins de mini-alimentation, ou à certains détaillants.

Il existe également un circuit ambulante, où le yaourt artisanal, produit à base de lait en poudre, est vendu. La transformation du lait local et du lait reconstitué est faite par des unités artisanales, des mini-laiteries. A Ouagadougou, il existe une dizaine de mini-laiteries dites artisanales avec une capacité de 25 à 100 litres de lait par jour (voir encadré 10).

Le consommateur

Le comportement d'achat est déterminé par le revenu du ménage, le nombre et l'âge des membres du ménage et les prix des produits laitiers. Pour les produits locaux du secteur informel (lait cru, lait caillé, yaourt maison), des plaintes quant à la qualité et le conditionnement ont été déposées. Pour les produits importés, les quelques plaintes concernent l'accès financier. Une amélioration de l'accès aux produits de transformation locale est possible si on réussit à vendre en unités plus petites, et à augmenter le nombre des points de vente (commerce ambulante ou à travers des boutiques).

Des recherches au Burkina Faso ont démontré que la clientèle des producteurs locaux préfère souvent le goût spécifique du lait local. Le revenu n'est pas un facteur important.

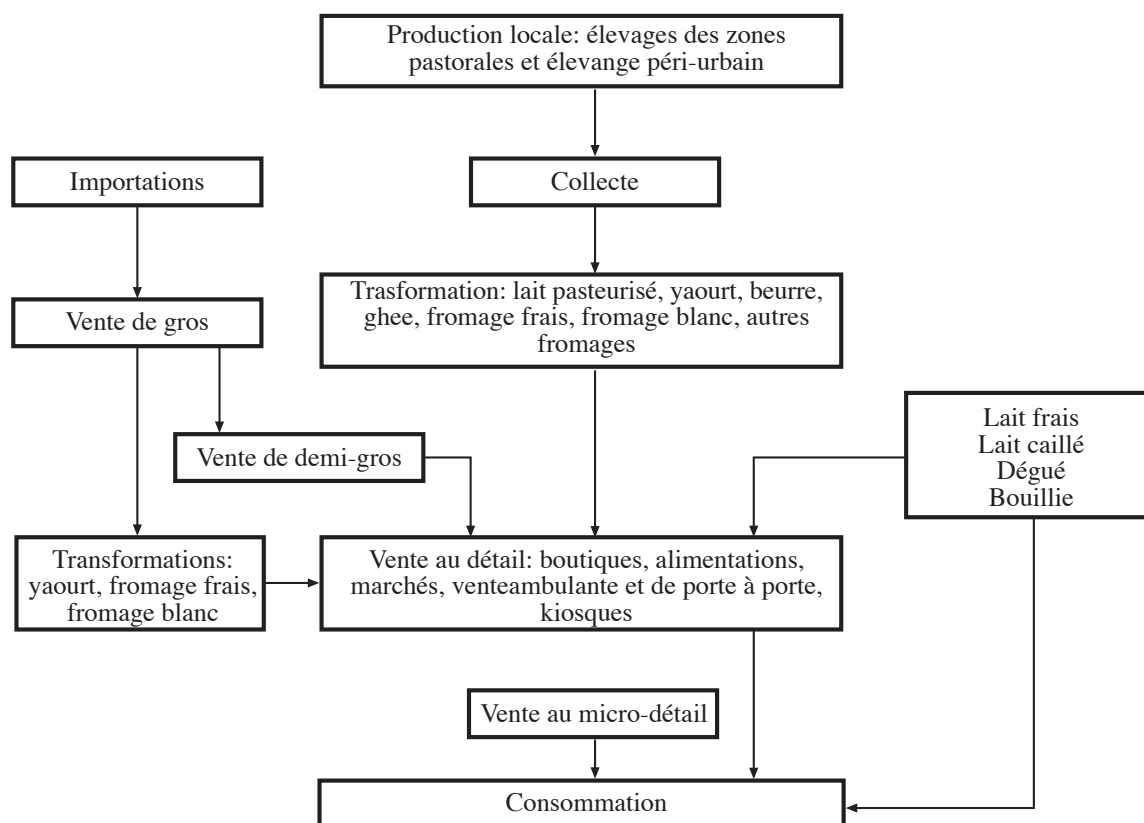


Figure 7
Le circuit de distribution et de transformation du lait au Burkina Faso

LE COMMERCE DU MANIOC À BOUAKÉ EN CÔTE D'IVOIRE: UNE SOURCE D'EMPLOIS INFORMELS EN MILIEU URBAIN

Jespers, Z³. et Goossens, F

Résumé et conclusions

Le commerce du manioc, plus que celui de l'igname, se situe dans le secteur informel. Le fait que ce produit soit plus périssable joue un rôle important. La catégorie des grossistes, qui contrôle et finance le commerce de l'igname, n'existe pas ici. Il y a moins de barrières à l'entrée que pour l'igname.

Introduction

Le manioc étant très périssable, sa commercialisation s'avère difficile en Côte d'Ivoire. Le manioc frais est seulement destiné aux marchés urbains locaux près de la zone de production. Après sa transformation en attiéké, une partie est écoulée vers les autres marchés ivoiriens et étrangers, comme au Burkina Faso et au Mali. Ce circuit est principalement destiné aux femmes, celles qui vont chercher le produit dans certaines zones, comme Bouaké et ses environs. Les femmes grossistes-collecteurs traitant surtout le manioc se situent au marché de gros de Bouaké. Pour le manioc, les collecteurs, semi-grossistes et détaillants, tout comme les fabricants d'attiéké, sont presque tous des femmes.

La femme grossiste-collecteur

Les grossistes-collecteurs de manioc sont presque toujours des femmes Baoulé. Outre les femmes grossistes-collecteurs, il existe également les femmes détaillants-collecteurs qui opèrent sur une plus petite échelle. Pour la collecte, la commerçante part en brousse tous les deux ou trois jours dans l'après-midi et en revient le jour même. Généralement, les quantités par voyage ne sont pas importantes car le manioc ne peut se conserver que deux à trois jours. L'achat s'effectue directement avec les paysans. L'approvisionnement à partir des marchés ruraux de brousse est très rare. Le prix est discuté en fonction de l'accès au champ, de la qualité et de la quantité. Bien que le manioc se vende aussi en gros, et donc pas seulement par tas et par unité de poids, le produit n'est jamais pesé. Le marchandage est donc indispensable pour arriver à un accord sur le prix. La femme collecteur loue généralement un véhicule. Pour aller à Dabakala, Kong, Niakara, Tafire, Satama, des camions de 5 tonnes sont utilisés. Le tarif du transport varie de FCFA 65 000 à 80 000, selon la distance et l'état de la route. En provenance de Bottro, Diabo, M'Bahiakro et en utilisant généralement des camionnettes bâchées de 1 à 2 tonnes, le tarif de transport varie entre FCFA 12 000 et 18 000. Un camion à demi-plein est une perte financière, raison pour laquelle elles combinent souvent la commercialisation du manioc avec d'autres produits: arachide, orange, mandarine, tomate, piment, gombo et même bois de chauffe. Entre elles, il n'existe pas de concurrence, mais des contacts très étroits; la concurrence vient plutôt des femmes grossistes d'autres villages.

Un système d'information payante comme pour la commercialisation de l'igname n'existe pas pour le manioc. Parfois, on donne un pourboire au collègue grossiste qui a indiqué la localisation des stocks de manioc. Le manioc ne se garde que quelques jours et n'est pas assez valable pour que la collecte d'information soit rentable. Alors, si on ne trouve pas sur place une quantité de manioc suffisante pour charger le camion, on est obligé de le charger avec d'autres produits. Généralement, la femme

collecteur sait déjà où trouver le manioc avant son départ. Soit elle reçoit l'information bien avant de se déplacer pour la collecte, soit elle se sert de l'information d'un collègue. Souvent, le nouveau chargement est déjà commandé lors d'un achat.

Sur le marché de gros en ville, le manioc se vend toujours par tas; la qualité ou la taille des tubercules joue un rôle moins important. Presque tout est écoulé à crédit. La clientèle se compose de fabricantes d'attiéké, et de détaillantes ou semi-grossistes urbaines. La vente directe aux consommateurs reste limitée. Les femmes fabricants d'attiéké constituent la clientèle la plus fidèle. En période d'abondance, ce sont les grossistes qui vont chercher «des contrats» avec les femmes fabricantes. En période de pénurie, les fabricantes prennent la peine de s'informer au niveau des grossistes pour l'achat du produit. Les petits fabricants, les détaillantes et les semi-grossistes prennent toujours l'initiative d'aller elles-mêmes vers les grossistes.

Le chiffre d'affaires et le prix du manioc fluctuent considérablement. Le risque est élevé en raison des pertes et des problèmes de stockage. Selon nos enquêtes, le bénéfice net varie entre FCFA 3 000 et 6 000 par chargement de 1 tonne, ce qui représente environ FCFA 1 500 à 2 000 par jour. Elles ne paient pas de droit à la mairie pour obtenir une place (comme les commerçants d'ignames), mais tous les jours, un agent passe pour collecter la taxe communale de FCFA 100 à 200.

Les barrières à l'entrée du marché du manioc sont basses et plus facilement surmontables que pour l'igname. Premièrement, parce que la barrière financière n'est pas élevée; l'achat des produits, la location d'un véhicule et une place sur le marché n'exigent pas une solvabilité aussi grande; souvent, il s'agit d'un crédit acquis auprès de la famille pour commencer ou de l'épargne accumulée dans les groupes de tontine; récemment, ceux-ci sont devenus moins populaires à cause des abus fréquents. Deuxièmement, il est moins difficile d'obtenir une place sur le marché de gros; un «titre de la mairie» n'est pas nécessaire, comme pour l'igname. Troisièmement, il y a quelques réglementations officielles et non officielles qui obstruent l'entrée directe dans ce commerce; un enregistrement officiel est obligatoire, mais les autorités publiques n'exercent pas de contrôles.

Les semi-grossistes

Les semi-grossistes ne se déplacent pas en brousse pour la collecte. Leur clientèle est un groupe hétérogène de détaillantes, de petites fabricantes d'attiéké et de consommateurs. Leur rôle est le financement du commerce. Il existe un système de crédit entre une (semi-)grossiste et une détaillante ou une fabricante d'attiéké. Presque tout le chargement est vendu à crédit et ce n'est qu'après la vente de l'attiéké qu'elles paient les grossistes et les semi-grossistes. La durée du crédit est de zéro à sept jours, le montant varie de FCFA 0 à 200 000 (selon la relation entre les deux). Le système est fondé sur la confiance.

La distribution urbaine

Il y a deux types de marchés urbains. Le premier, qui est généralement plus grand et où un agent de la mairie vient tous les jours collecter les taxes communales (francs CFA 100), est plus formel que le deuxième où le chiffre d'affaires est souvent moins élevé et où n'est payé aucun droit à la mairie. Contrairement au grand marché de Bouaké, les marchés locaux n'ont pas un jour fixe de repos, et selon notre enquête, le chiffre d'affaires est souvent plus élevé les jours où l'activité au grand marché est insignifiante, comme le dimanche.

Pour l'approvisionnement des femmes détaillants en manioc, il y a deux circuits. D'abord, il y a les femmes détaillants-collecteurs. Elles vont en brousse pour collecter des produits vivriers. Le transport se fait souvent avec des camionnettes bâchées de 1 à 2 tonnes. Parfois deux ou trois femmes partagent les frais de location. Ensuite, les femmes qui n'ont pas de liquidité pour payer le transport ou acheter des quantités relativement élevées en brousse peuvent s'approvisionner au grand marché de Bouaké. Elles achètent alors auprès des semi-grossistes et des femmes grossistes-collecteurs. Le transport de la marchandise se fait en pousse-pousse ou taxi.

Les fabricants d'attiéké et de placaly

Les fabricants d'attiéké et de placaly sont tous des femmes. Elles sont regroupées en deux catégories, selon la taille des activités. Les femmes de la première catégorie traitent de grandes quantités de manioc; elles sont bien équipées, et sont groupées au centre de Bouaké. Elles font la collecte en brousse, s'occupent de la transformation du manioc en attiéké et en placaly, et organisent la vente, c'est-à-dire les expéditions d'attiéké vers d'autres villes et d'autres pays (souvent le Burkina Faso ou le Mali). Le transport se fait par train. La deuxième catégorie opère sur une plus petite échelle. Elles le vendent accompagné de poisson au bord des routes, ou directement aux consommateurs. Elles traitent de petites quantités, surtout sur les marchés locaux, ainsi que sur le marché de gros.

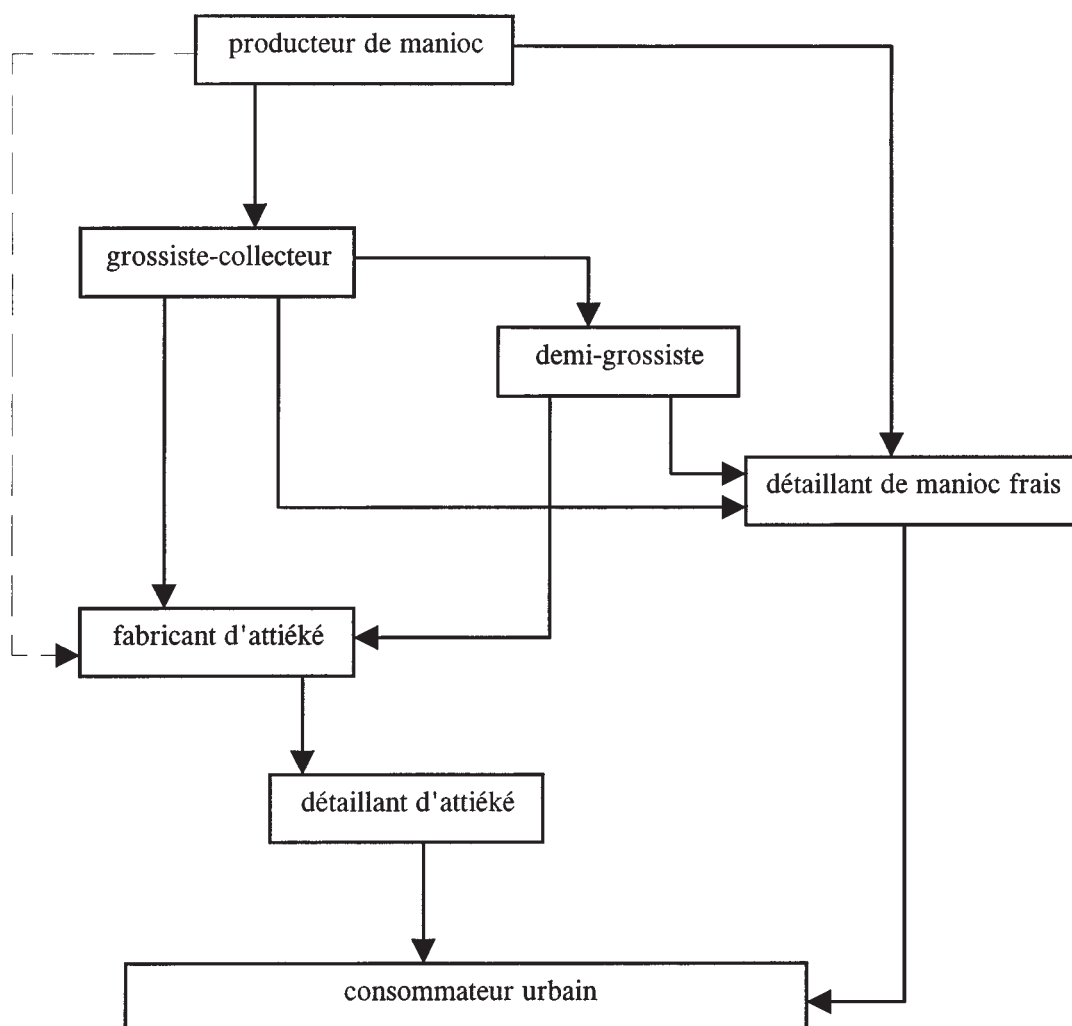


Figure 8
La filière du manioc en Côte d'Ivoire

LA COMMERCIALISATION DE LA BANANE PLANTAIN À BOUAKÉ EN CÔTE D'IVOIRE

Jespers, Z³. et Goossens, F.

Introduction

Ce document décrit brièvement le circuit de commercialisation de la banane plantain en Côte d'Ivoire. Il s'agit d'une filière à partir d'un système de production villageois.

La filière de commercialisation

Les producteurs de banane plantain en Côte d'Ivoire sont souvent les propriétaires de plantations de cultures pérennes comme le café et le cacao, surtout dans le sud du pays. La banane plantain est souvent cultivée en association avec ces cultures. Les bananes, venant de Vavoua, Daloa, Sinfra, Gagnoa, Oume, San Pedro, Yamoussoukro, arrivent à Bouaké et sont destinées à l'alimentation de la ville même. En cas de saturation des marchés, elles sont expédiées vers le Mali et le Burkina Faso. Le producteur vend les bananes par tas de FCFA 500, 1 000, 1 500, 2 000, 2 500, selon le type de régime.

Les femmes grossistes-collecteurs de Bouaké sont presque toujours d'origine Baoulé, souvent propriétaires des camions de 5 tonnes. Elles sont très bien organisées et monopolisent jusqu'à présent le circuit. L'achat se fait directement au champ après une discussion avec le paysan sur le prix. La qualité joue un rôle non négligeable. En cas de pénurie, les grossistes achètent sur commande pour s'assurer de leur approvisionnement. Les principaux problèmes sont les pertes durant le transport, les pertes par manque de moyen de transport, et les problèmes d'écoulement en période d'abondance. Elles vendent aux grossistes et parfois directement aux détaillants.

Les grossistes sont des hommes, presque toujours d'origine malienne, et en possession de liquidités. Ils se situent sur le marché de gros de banane plantain (quartier Dar Es Salam) ou le marché de gros de Bouaké. Deux ou trois maliens se groupent pour acheter le chargement d'une femme collecteur, non pas par manque de liquidité, mais parce qu'il n'y a pas assez de camions qui arrivent. Durant la récolte de bananes (période d'abondance), un grossiste prend le chargement entier à son compte. Il la revend aux femmes semi-grossistes et aux femmes détaillants.

Les semi-grossistes des petits marchés des quartiers, toujours des femmes, s'occupent de l'approvisionnement des femmes détaillants sur les marchés urbains. Le crédit se fait entre grossistes maliens et semi-grossistes. Pas plus de 1 tonne n'est écoulee sur crédit (maximum de FCFA 50 000 à 100 000 pour éviter les fuites).

Il y a des femmes détaillants sur le marché de gros de Bouaké, mais un peu dispersées sur le marché de gros de banane (Dar Es Salam) et sur les marchés des quartiers urbains. En général, il n'y a pas de crédit entre détaillants et consommateurs. Les détaillants accordent seulement un peu de crédit aux femmes qui font de l'aloco. Le consommateur, parfois des clientes fidèles, ne discute pas le prix. Les détaillants vendent par tas de FCFA 100 à 300. Les bananes trop mûres sont vendues à FCFA 20 la pièce aux femmes qui font l'aloco au bord des routes. Selon une enquête d'octobre 1995, le chiffre d'affaires fluctue entre deux et quatre chargements de 2,5 tonnes par mois, avec un bénéfice moyen de FCFA 30 000 à 40 000 par chargement. Mais les bénéfices fluctuent beaucoup d'un mois à l'autre, le commerce comportant alors peu de risques. Les frais les plus importants à la charge de la

détaillante sont la taxe communale (FCFA 100 par jour) et la location du magasin si on n'est pas propriétaire (FCFA 2 500 par mois à la femme qui est propriétaire du titre de la mairie). Parfois, cette détaillante peut à son tour sous-louer la moitié du magasin à une autre femme, si le lieu est assez grand. Pour la location d'une place, il n'y a pas de système de réservation ou de contacts écrits. L'accord sur le prix de la location s'accorde après discussion. Il y a une situation de concurrence entre les détaillantes, surtout en période d'abondance.

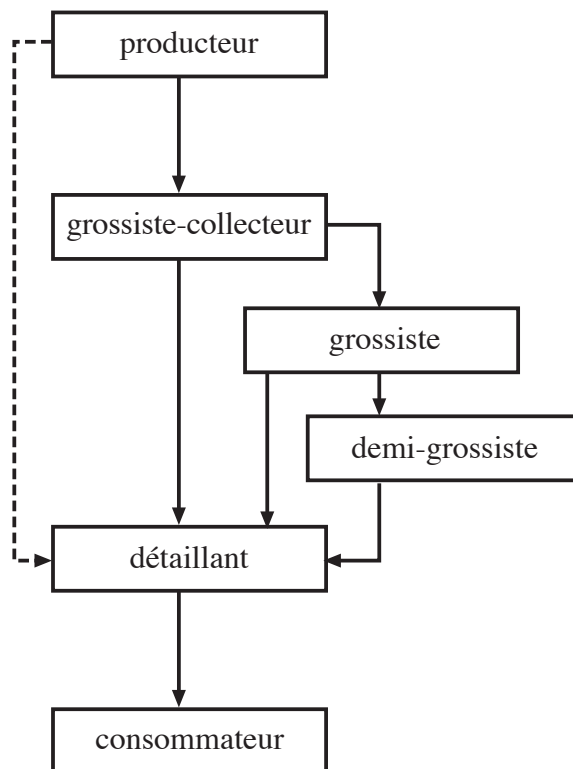


Figure 9
La filière de la banane plantain en Côte d'Ivoire

NOTES DE BAS DE PAGE

- (1) Source: Goossens, F., Minten, B. & Tollens, E. 1994; Goossens, F. 1994, Goossens, F. 1996.
- (2) Source: Goossens, F., Minten, B. & Tollens, E. 1994; Goossens, F. 1996.
- (3) Zeger Jaspers est étudiant au Département d'économie agricole de l'Université catholique de Louvain. Les auteurs remercient le Professeur Eric Tollens, M. Johan Stessens et le Dr. Sekou Doumbia pour leurs commentaires utiles.

BIBLIOGRAPHIE

ACCT/CTA/Gret, 1993. *Conserver et transformer le poisson*. Guide technique et méthodologique. Collection Le point sur les technologies, GRET, Paris, p. 286.

Anthonio, Q.B. 1968. *The Marketing of Staple Foodstuffs in Nigeria: A Study of Pricing Efficiency*. Thèse de doctorat, University of London, Londres.

Braudel, F. 1979. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e- XVIII^e siècle, tome 2*. Les jeux de l'échange, Armand Colin éd., Paris, p. 600.

Bye, P. & Frey, J.P. 1995. *Sécurité Alimentaire en République centrafricaine: un produit de la régulation sociale*. Economies et Sociétés, Série Développement agroalimentaire, A.G. n° 22,3-4/1995, pp. 129-144.

Cock, J.H. 1986. *Cassava: New Potential for a Neglected Crop*. Westview Press, Boulder, 1986, p. 191.

Eastman, P. 1981. *An End to Pounding: A New Mechanical Flour Milling System in Use in Africa*. Ottawa. IDRC.

Eicher, C. & Baker, D. 1982. *Etude critique de la recherche sur le développement agricole en Afrique subsaharienne*. MSU International Development Papers, Paper n°. 1F, Michigan State University Department of Agricultural Economics, East Lansing, p. 421.

FAO, 1994. *Marchés de gros, Guide de planification et conception*. Bulletin des Services Agricoles de la FAO, n° 90, FAO, Rome, p. 236.

Gaye, M. 1995. *La culture du mil et de l'arachide au Sénégal de 1960 à 1993: analyse économétrique et implications pour la politique agroalimentaire*. ISRA, Kaolack, p. 11.

GRET/CTA/ACCT, 1993. *Transformer les fruits tropicaux. Guide technique*. Collection Le point sur les technologies, GRET, Paris, p. 222.

Goossens, F. 1994. *Performance of Cassava Marketing in Zaire*, Dissertations de Agricultura, n° 262. Faculty of Agricultural Sciences, Katholieke Universiteit Leuven, p. 204.

Goossens, F. 1996. *Cassava Production and Marketing in Zaire, the Market of Kinshasa*. Leuven University Press, Louvain, p. 177.

Goossens, F., Minten, B. & Tollens, E. 1994. *Nourrir Kinshasa, l'approvisionnement local d'une métropole africaine*. L'Harmattan, Paris, p. 404.

Hugon, P. 1985. *Dépendance alimentaire et urbanisation en Afrique: un essai d'analyse mésodynamique en termes de filières*. Nourrir les villes en Afrique subsaharienne. L'Harmattan, p. 421.

Jones, W.O. 1959. *Manioc in Africa*. Stanford University Press, Stanford, p. 315.

Jones, W.O. 1972. *Marketing Staple Food Crops in Tropical Africa*. Cornell University Press, Ithaca, p. 293.

Madhuri B. 1990. *The Urban Informal Sector Revisited: Some Lessons from the Field*. Institute of Development Studies, Discussion Paper 276, juillet 1990, p. 62.

- Metzger, R.** 1994. *L'approvisionnement des villes africaines en lait et produits laitiers*. Faculté des Sciences de Nancy, p. 103.
- Miracle, M.P.** 1979. *Maize in Tropical Africa*. University of Wisconsin Press, Madison.
- Ongla, J.** 1978. *Structure, Conduct and Performarnce of the Food Crop Marketing System in Cameroon: A Case Study of Yaounde and Adjacent Areas*. Thèse de doctorat, Université de Floride.
- Oudin, X.** 1990. *L'enquête nationale sur le secteur informel au Niger 1987-1988*. Actes du Séminaire sur l'adéquation entre la production et la demande de données statistiques dans les pays en développement, Institut national de la statistique et des études économiques, Togo, pp. 634-655.
- Oumarou, N.** 1995. *Transformation et distribution des produits de la pêche artisanale: le rôle des femmes «fumeuses de poisson» à Limbe*. Les Cahiers d'Ocisca, n° 20, ORSTOM-MINREST, p. 27.
- Rastoin, J.L. & Loeillet, D.** 1996. *Le marché mondial de la banane: entre globalisation et fragmentation*. Economie rurale, juillet-octobre 1996, pp.46-54.
- SPORE**, 1995. *De nouvelles méthodes de stockage pour rénover le marché des céréales*, n° 58, août 1995, p. 5.
- SPORE**, 1996. *Nouvelles perspectives de marchés pour les agriculteurs entrepreneurs*, n° 61, février 1996, CTA, p. 1.
- SPORE**, 1996. *Pisciculture: quand l'Afrique mordra à l'hameçon*, n° 63, mai-juin 1996, pp. 1-3.
- SPORE**, 1996. *Nouveaux horizons pour la riziculture africaine*, n° 64, juillet-août 1996, CTA pp. 1-3.
- SPORE**, 1996. *L'échalote, culture d'avenir en Afrique de l'Ouest*», n° 64, juillet-août 1996, CTA, p. 8.
- Spencer, D.S.C.** 1976. *African Women in Agricultural Development: A Case Study in Sierra Leone*. Washington. ACE, Overseas Liaison Committee.
- Stewart, F.** 1979. *Employment and the Choice of Technique: Two Case Studies in Kenya* in Ghay and Godfrey, éd. (1979), *Essays on Employment in Kenya*, Nairobi, Kenya Literature Bureau.
- La Banque Mondiale**, 1996. *World Development Report 1996*, Oxford University Press, Oxford, p. 241.