

## Coûts et valeur ajoutée dans la commercialisation des perches de teck au Sud-Bénin

Augustin K. N. Aoudji<sup>1</sup>  
Anselme Adégbidi<sup>1</sup>  
Valentin Agbo<sup>1</sup>  
Jean C. Ganglo<sup>2</sup>  
Philippe Lebailly<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Université d'Abomey-Calavi  
Faculté des sciences agronomiques  
Département d'économie, de socio-  
anthropologie et de communication  
pour le développement rural  
01 BP 526  
Cotonou  
Bénin  
<augustin.aoudji@gmail.com>  
<ansadegbidi@yahoo.fr>

<sup>2</sup> Université d'Abomey-Calavi  
Faculté des sciences agronomiques  
Département d'aménagement et gestion  
de l'environnement  
01 BP 526  
Cotonou  
Bénin  
<ganglocj@gmail.com>

<sup>3</sup> Université de Liège – Gembloux Agro-Bio  
Tech  
Unité d'économie et développement rural  
Passage des Déportés, 2  
5030 Gembloux  
Belgique  
<philippe.lebailly@ulg.ac.be>

### Résumé

Nous avons analysé les coûts, la valeur ajoutée et ses composantes associés à la commercialisation des perches de teck au Sud-Bénin, pour identifier les interventions pouvant améliorer la performance du système de commercialisation du bois. Cent sept commerçants de perches de teck, sélectionnés suivant un échantillonnage par grappes, ont été interviewés dans cinq villes. Les informations sur leurs activités ont été collectées grâce à des entretiens structurés. Ces commerçants se différencient en plusieurs catégories selon leurs fonctions. La structure des coûts de commercialisation révèle que le transport et les pots-de-vin sont les principales composantes sur lesquelles des gains d'efficacité sont réalisables. La commercialisation des perches de teck génère une valeur ajoutée positive, et constitue donc une activité créatrice de richesse. Il ressort des résultats que toute amélioration des infrastructures de transport dans les régions rurales aura des retombées positives sur ce système de commercialisation du bois. Des réformes dans le secteur forestier sont nécessaires pour réduire les pots-de-vin.

**Mots clés :** Bénin ; commercialisation ; coût ; teck ; valeur ajoutée.

**Thèmes :** économie et développement rural ; transformation, commercialisation.

### Abstract

#### Costs and added value in the marketing of teak poles in southern Benin

We analysed the costs, the added value and its components in the marketing of teak poles in southern Benin to identify areas where interventions can improve efficiency in the timber marketing system. Overall, 107 traders of teak poles were surveyed in five cities, based on cluster sampling, and information on their businesses was collected by using a standardised questionnaire. The traders included various categories according to their marketing functions. The structure of marketing costs showed that transport and rental payments to civil servants are the main items on which significant efficiency gains can be made. Teak pole marketing is a wealth creating activity, as it generates a positive added value. The results suggest that any improvement of the transport infrastructure in rural areas will benefit market efficiency. Reforms in the forestry sector are essential to tackle rent-seeking behaviour.

**Key words:** Benin; costs; marketing; teak; value added.

**Subjects:** economy and rural development; processing, marketing.

L'édification de marchés efficients pour la foresterie paysanne – c'est-à-dire l'aménagement de petites parcelles boisées à buts multiples par les petits exploitants (Harrison *et al.*, 2002) – constitue

un défi majeur pour les décideurs (Russell et Franzel, 2004). Cela est nécessaire pour faire de ce type de foresterie, devenu crucial dans la satisfaction des besoins en produits forestiers et la fourniture de services

Pour citer cet article : Aoudji AKN, Adégbidi A, Agbo V, Ganglo JC, Lebailly P, 2011. Coûts et valeur ajoutée dans la commercialisation des perches de teck au Sud-Bénin. *Cah Agric* 20 : 480-6. doi : 10.1684/agr.2011.0529

Tirés à part : A.K.N. Aoudji

environnementaux (Anyonge et Roshetko, 2003 ; Russell et Franzel, 2004), une opportunité d'amélioration du revenu des paysans. En effet, la capacité des petits exploitants à tirer un revenu de leur production dépend de la performance du système de commercialisation (Dorward *et al.*, 2004 ; Markelova *et al.*, 2009).

Pour éclairer les décideurs sur les orientations de politique à mener, il est nécessaire de leur fournir des données sur la performance du système de commercialisation des produits de la foresterie paysanne. C'est dans cette optique que s'inscrit le présent article dont l'objectif est d'évaluer les coûts de commercialisation et la valeur ajoutée dans le commerce des perches de teck (*Tectona grandis* L.f.) au Sud-Bénin. En effet, la plantation du teck est répandue parmi les petits exploitants de cette région qui produisent essentiellement des perches (bois de 5 à 15 cm de diamètre), suivant une conduite en taillis, avec un cycle de production de 3 à 5 ans (figure 1). Les coûts de commercialisation traduisent l'efficacité avec laquelle le système de commercialisation remplit ses fonctions au service des producteurs et

des consommateurs (Shepherd, 2007). De même, la capacité de toute activité, y compris la commercialisation, à créer de la valeur ajoutée est un élément important pour la société (Lebailly *et al.*, 2000). Cependant, les acteurs opérant dans un système de commercialisation ne constituent pas souvent un groupe homogène selon leur efficacité (Fafchamps et Gabre-Madhin, 2006 ; Lebailly *et al.*, 2000). Partant de ce fait, nous avons élaboré une typologie des commerçants de perches de teck, puis nous avons évalué les coûts de commercialisation et la valeur ajoutée par catégorie de commerçant, tout en comparant ces catégories entre elles. La prise en compte de la diversité des acteurs est déterminante dans l'efficacité des interventions visant l'amélioration du système de commercialisation ; d'où l'intérêt d'une typologie des commerçants. Nous supposons qu'il existe des opportunités de réduction des coûts de commercialisation des perches de teck. Nous émettons aussi l'hypothèse que la commercialisation des perches de teck est une activité créatrice de richesse, c'est-à-dire qu'elle génère une valeur ajoutée positive.

## Méthodologie

### Collecte des données

Une enquête auprès des commerçants de perches de teck a été menée dans cinq villes du Sud-Bénin (Cotonou, Abomey-Calavi, Porto-Novo, Sémé-Kpodji et Ouidah). Étant donné que nous ne disposons pas d'une base de données de ces commerçants, un échantillonnage par grappes a été effectué, comme recommandé par Giannelloni et Vernet (2001). L'enquête a couvert environ 15 % des quartiers tirés au hasard dans chaque ville, et un total de 107 commerçants. Les données ont été collectées en mars et avril 2010, à partir d'un questionnaire standardisé comportant 21 questions fermées. L'interview commence par l'identification des fonctions remplies par le commerçant, en nous basant sur la typologie des fonctions de commercialisation de Goossen (1998). Ensuite, un inventaire détaillé des coûts et des recettes relatifs à la dernière livraison de perches a été fait, en traitant séparément les ventes en gros et celles en détail. Le guide de Shepherd (2007) sur la détermination des coûts de commercialisation a été suivi, pour identifier tous les coûts liés à la commercialisation des perches de teck. Les données ont été collectées en franc CFA (XOF). Le taux de change au moment de l'étude a été utilisé pour les conversions en dollar US (1 XOF = 0,002 dollar US).

### Traitements et analyses

Nous avons d'abord élaboré une typologie des commerçants, basée principalement sur leurs fonctions d'échange. Ensuite, nous avons déterminé les coûts de commercialisation et la valeur ajoutée par type de commerçant et par segment de marché (gros et détail). Ces paramètres ont été calculés sur la base d'un chargement de 600 perches (unité de vente en gros), afin de permettre les comparaisons entre commerçants. Des analyses de variance à un facteur et des tests *t* de Student pour échantillons indépendants ont été faits, pour comparer les types de commerçants entre eux. La comptabilité analytique a été utilisée pour la détermination des coûts fixes. Le coût total a été calculé en faisant la somme des coûts supportés



Figure 1. Perches de teck fraîchement coupées (cliché A.K.N. Aoudji).

Figure 1. Freshly harvested teak poles (Photo A.K.N. Aoudji).

pendant la commercialisation. La structure des coûts a été obtenue, en calculant le pourcentage de chaque composante dans le coût total. La valeur ajoutée est la différence entre le chiffre d'affaires et les consommations intermédiaires (Lebailly *et al.*, 2000 ; Tallec et Bockel, 2005). Classiquement, elle englobe les salaires, les frais financiers, les taxes, l'amortissement, et le résultat net d'exploitation qui rémunère les commerçants pour les capitaux investis, le travail familial et le management. Les méthodes de détermination de la valeur ajoutée et de ses composantes sont exposées dans Lebailly *et al.* (2000) et Tallec et Bockel (2005).

## Résultats

### Typologie des commerçants de perches de teck

Tous les commerçants de perches de teck interrogés sont engagés dans la vente de détail qui constitue la base de leur activité. En plus de cela, une partie

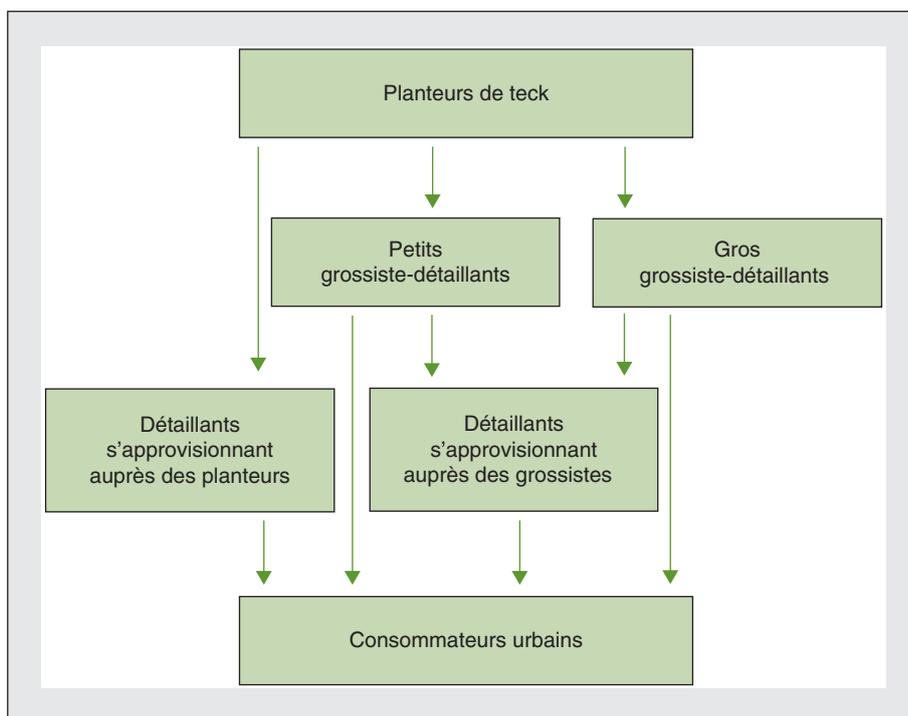


Figure 2. Système de commercialisation des perches de teck au Sud-Bénin.

Figure 2. Marketing system for teak poles in southern Benin.

**Tableau 1. Structure des coûts de commercialisation, en francs CFA (XOF), dans le marché de gros, pour un chargement de 600 perches (entre parenthèses, se trouve le pourcentage de chaque composante dans le total).**

Table 1. Structure of marketing costs in the wholesale market, for a consignment of 600 poles (bracketed figures are the percentages of each item in the total).

Coûts	Type de commerçant*	
	GGD	PGD
Transport	38 265 (32,9) <sup>a**</sup>	82 000 (48,7) <sup>b</sup>
Manutentions	40 400 (34,8) <sup>a</sup>	47 750 (28,4) <sup>a</sup>
Pots-de-vin	24 061 (20,7) <sup>a</sup>	25 124 (14,9) <sup>a</sup>
Commission du courtier	3 500 (3,0)	4 500 (2,7)
Télécommunication	200 (0,2)	1 100 (0,7)
Voyage du commerçant	1 300 (1,1)	3 095 (1,8)
Frais financiers (intérêts seulement)	533 (0,5)	250 (0,1)
Taxes	5 144 (4,4)	2 062 (1,2)
Dépenses d'agrément	2 854 (2,5)	2 417 (1,4)
Total	116 258 <sup>a</sup>	168 298 <sup>b</sup>

\*GGD et PGD : respectivement « gros grossiste-détaillant » et « petit grossiste-détaillant ».

\*\* Les chiffres suivis d'une même lettre sur une ligne donnée ne sont pas différents au seuil de 5 % (test *t* de Student).

1 euro = 655, 96 F CFA.

des commerçants s'investit dans la vente de perches de teck en gros à d'autres commerçants. À cette étape, deux groupes de commerçants se différencient, selon les fonctions d'échange remplies : les « grossiste-détaillants » et les « détaillants ». Les « grossiste-détaillants » s'approvisionnent auprès des paysans. Ils se séparent en deux catégories, selon le mode d'organisation du transport des perches de teck : les « gros grossiste-détaillants » et les « petits grossiste-détaillants ». Le transport est internalisé chez les premiers et externalisé chez les derniers. La différence entre ces deux types de commerçants est liée en réalité au capital engagé dans ce commerce. En effet, le camion de transport, élément dont la possession différencie les deux types de commerçants est un gros investissement – 14 000 000 à 17 500 000 XOF (28 000 à 35 000 dollars US) pour un produit de seconde main. Les « détail-

lants » forment aussi deux groupes, selon leur stratégie d'approvisionnement. Le premier groupe s'approvisionne auprès des « grossiste-détaillants », alors que le second groupe s'approvisionne directement auprès des paysans. Pour résumer, quatre types de commerçants de perches de teck ont été identifiés (*figure 2*) : les « gros grossiste-détaillants », les « petits grossiste-détaillants », les « détaillants s'approvisionnant auprès des planteurs », et les « détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes » qui représentent respectivement 9,35, 9,35, 64,5, et 16,8 % de l'échantillon.

### Coûts de commercialisation

Les coûts de commercialisation varient selon le type de commerçant (*tableaux 1 et 2*). Dans le segment de

vente en gros, les « gros grossiste-détaillants » ont des coûts de commercialisation plus faibles. Dans le segment du détail, les « détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes » présentent les plus faibles coûts de commercialisation, car ils n'ont pas les frais des opérations d'exploitation, de chargement/déchargement et de transport. Les « gros grossiste-détaillants » ont des coûts de commercialisation plus faibles que les « petits grossiste-détaillants » et les « détaillants s'approvisionnant auprès des planteurs ». L'avantage des « gros grossiste-détaillants » est dû vraisemblablement à la possession d'un plus grand capital, permettant l'internalisation du transport, comme le montre le plus faible coût du transport chez eux (*tableaux 1 et 2*). Les « petits grossiste-détaillants » et les « détaillants s'approvisionnant auprès des planteurs » présentent des coûts de commercialisation comparables

**Tableau 2. Structure des coûts de commercialisation, en francs CFA (XOF), dans le marché de détail, pour un chargement de 600 perches (entre parenthèses, se trouve le pourcentage de chaque composante dans le total).**

Table 2. Structure of marketing costs in the retail market, for a consignment of 600 poles (bracketed figures are the percentages of each item in the total).

Coûts	Type de commerçant*			
	GGD	PGD	DAP	DAG
Transport	38 265 (27,1) <sup>a**</sup>	82000 (44,0) <sup>b</sup>	78 841 (42,7) <sup>b</sup>	0 (0,0)
Manutentions	45 600 (32,3) <sup>a,b</sup>	53 750 (28,8) <sup>a</sup>	40 058 (21,7) <sup>b</sup>	5 139 (21,1) <sup>c</sup>
Pots-de-vin	24 061 (17,1) <sup>a</sup>	25 124 (13,5) <sup>a</sup>	24 639 (13,3) <sup>a</sup>	1 019 (4,2) <sup>b</sup>
Commission du courtier	3 500 (2,5)	4 500 (2,4)	3 696 (2,0)	0 (0,0)
Télécommunication	200 (0,1)	1 100 (0,6)	343 (0,2)	1 417 (5,8)
Voyage du commerçant	1 300 (0,9)	3 095 (1,7)	945 (0,5)	1 667 (6,8)
Vente et gardiennage	14 725 (10,4)	8 800 (4,7)	11 896 (6,4)	1 944 (8,0)
Location du dépôt de vente	4 200 (3,0)	2 990 (1,6)	8 594 (4,7)	3 500 (14,4)
Frais financiers (intérêts seulement)	533 (0,4)	250 (0,1)	502 (0,3)	933 (3,8)
Taxes	5 144 (3,6)	2 062 (1,1)	7 768 (4,2)	4 046 (16,6)
Dépenses d'agrément	2 854 (2,0)	2 417 (1,3)	5 978 (3,2)	3 819 (15,7)
Équipement du dépôt	609 (0,4)	316 (0,2)	1 449 (0,8)	870 (3,6)
Total	140 992 <sup>a</sup>	186 404 <sup>b</sup>	184 710 <sup>b</sup>	24 355 <sup>c</sup>

\* GGD, PGD, DAP, et DAG : respectivement « gros grossiste-détaillant », « petit grossiste-détaillant », « détaillant s'approvisionnant auprès des planteurs » et « détaillant s'approvisionnant auprès des grossistes ».

\*\* Les chiffres suivis d'une même lettre sur une ligne donnée ne sont pas différents au seuil de 5 % (Anova et plus petite différence significative).

1 euro = 655, 96 F CFA.

(tableau 2). Cela s'explique par la similarité du mode opératoire de ces deux types de commerçants dans le segment du détail : approvisionnement auprès des paysans et externalisation du transport du bois.

La structure des coûts de commercialisation pour la vente en gros comprend les manutentions, le transport, les pots-de-vin aux agents de l'État, la commission du courtier intervenant dans les transactions avec les planteurs, les frais de téléphone et de voyage du commerçant, les intérêts financiers, les taxes, et les frais d'agrément (tableau 1). En plus de ces composantes, la structure des coûts de commercialisation dans le segment du détail comprend la vente et

le gardiennage, la location du dépôt de vente, et l'équipement de ce dépôt (tableau 2). Les trois dernières composantes sont absentes de la structure des coûts dans le marché de gros (tableau 1). En effet, la vente en gros consiste à s'approvisionner auprès des planteurs et à livrer directement le bois au dépôt du détaillant. Ainsi, elle n'implique pas des coûts de vente et de gardiennage, de location et d'équipement du dépôt. Par ailleurs, une partie des coûts de manutention (tri et classement) est à la charge des « détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes ». Les composantes les plus importantes dans la structure des coûts de commercialisation, par rapport à leur pourcentage

sont le transport, les manutentions, et les pots-de-vin aux agents de l'État. Ces composantes totalisent ensemble 88 à 92 % des coûts de commercialisation dans le marché de gros. Leur poids est aussi élevé dans le marché du détail (77-86 % des coûts de commercialisation), sauf pour les « détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes » (25 %). La particularité chez ces derniers est due à l'absence du coût du transport et de certaines manutentions.

Le transport des perches de teck du bord plantation au dépôt de vente se fait avec des camions de capacité 15 tonnes, contenant de 300 à 800 perches. Les coûts de transport sont absents chez les « détaillants s'approvisionnant auprès

**Tableau 3. Compte de production-exploitation des commerçants dans le marché de gros, pour un chargement de 600 perches, en francs CFA (XOF).**

Table 3. Traders' production-trading account in the wholesale market for a consignment of 600 poles.

Éléments	Type de commerçant*	
	GGD	PGD
Perches de teck	71 250 <sup>a***</sup>	73 500 <sup>a</sup>
Transport	0	82 000
Carburant	21 238	0
Maintenance du camion	583	0
Autres**	7 854	11 112
Consommations intermédiaires	100 925 <sup>a</sup>	166 612 <sup>b</sup>
Salaires	45 733	47 750
Pots-de-vin	24 061	25 124
Frais financiers (intérêts et assurance)	1 367	250
Taxes locales	2 708	0
Taxes nationales	2 991	2 062
Amortissement	9 722	0
Résultat net d'exploitation	85 492	35 702
Valeur ajoutée brute	172 075 <sup>a</sup>	110 888 <sup>b</sup>
Chiffre d'affaires	273 000 <sup>a</sup>	277 500 <sup>a</sup>

\*GGD et PGD : respectivement « gros grossiste-détaillant » et « petit grossiste-détaillant ».

\*\* Cela comprend la commission du courtier, le voyage du commerçant, les télécommunications et les dépenses d'agrément.

\*\*\* Les chiffres suivis d'une même lettre sur une ligne donnée ne sont pas différents au seuil de 5 % (test *t* de Student).

Note : les consommations intermédiaires découlent de la somme des coûts d'achat des perches de teck, le transport, le carburant, la maintenance du camion, et des autres frais. La valeur ajoutée brute est la différence entre le chiffre d'affaires et les consommations intermédiaires. Elle est décomposée en salaires, pots-de-vin, frais financiers, taxes, amortissement et résultat net d'exploitation.

1 euro = 655, 96 F CFA.

des grossistes » (*tableau 2*), car les perches leur sont livrées au dépôt de vente. Les « gros grossiste-détaillants » tirent avantage de la possession de leur propre moyen de transport, et supportent des coûts de transport plus faibles, quel que soit le segment considéré (*tableaux 1 et 2*).

Les pots-de-vin aux agents de l'État avoisinent 25 000 XOF (50 dollars US) par chargement de 600 perches, excepté pour les « détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes » chez qui cette rente est plus faible (*tableaux 1 et 2*). Les pots-de-vin sont perçus aux postes de contrôle durant le transport du bois, et lors des procédures d'obtention du permis de coupe, du

laissez-passer, de l'agrément et d'autres formalités administratives. Ces frais sont considérés à tort comme des taxes par certains commerçants.

### Valeur ajoutée et ses composantes

La valeur ajoutée est positive dans les deux segments de marché (*tableaux 3 et 4*). La commercialisation des perches de teck est donc une activité créatrice de richesse. Chez les « gros grossiste-détaillants » le transport, étant internalisé, se décompose en coût de gasoil, maintenance, salaire du conducteur, assurance, et amortissement ; les trois derniers éléments étant

inclus dans la valeur ajoutée. La valeur ajoutée varie selon le type de commerçant dans les deux segments de marché (*tableaux 3 et 4*). Ces variations reflètent les différences dans les fonctions de commercialisation remplies entre types de commerçants. Ainsi, les « gros grossiste-détaillants » produisent la plus grande valeur ajoutée dans les deux segments de marché. Le résultat net d'exploitation (RNE) est positif chez tous les types de commerçants, mais il existe des différences d'une catégorie à l'autre (*tableaux 3 et 4*). Le RNE représente généralement la plus grande part de la valeur ajoutée (entre 32 et 50 % dans le segment de vente en gros, et entre 59 et 87 % dans

**Tableau 4. Compte de production-exploitation des commerçants dans le marché de détail, pour un chargement de 600 perches, en francs CFA (XOF).**

Table 4. Traders' production-trading account in the retail market for a consignment of 600 poles.

Éléments	Type de commerçant*			
	GGD	PGD	DAP	DAG
Perches de teck	71 250 <sup>a***</sup>	73 500 <sup>a</sup>	69 928 <sup>a</sup>	268 333 <sup>b</sup>
Transport	0	82 000	78 841	0
Carburant	21 238	0	0	0
Maintenance du camion	583	0	0	0
Autres**	12054	14 102	19 557	10 403
Consommations intermédiaires	105 125 <sup>a</sup>	169 602 <sup>b</sup>	168 325 <sup>b</sup>	278 736 <sup>c</sup>
Salaires	65 658	62 550	51 954	7 083
Pots-de-vin	24 061	25 124	24 639	1 019
Frais financiers (intérêts et assurance)	1 367	250	502	933
Taxes locales	2 708	0	2 667	787
Taxes nationales	2 991	2 062	5 101	3 259
Amortissement	10 331	316	1 449	870
Résultat net d'exploitation	176 158 <sup>a</sup>	131 596 <sup>b</sup>	127 971 <sup>b</sup>	93 034 <sup>c</sup>
Valeur ajoutée brute	283 275 <sup>a</sup>	221 898 <sup>b</sup>	214 284 <sup>b</sup>	106 986 <sup>c</sup>
Chiffre d'affaires	388 400 <sup>a</sup>	391 500 <sup>a</sup>	382 609 <sup>a</sup>	385 722 <sup>a</sup>

\* GGD, PGD, DAP, et DAG : respectivement « gros grossiste-détaillant », « petit grossiste-détaillant », « détaillant s'approvisionnant auprès des planteurs » et « détaillant s'approvisionnant auprès des grossistes ».

\*\* Cela comprend la commission du courtier, le voyage du commerçant, les télécommunications, la location du dépôt, et les dépenses d'agrément.

\*\*\* Les chiffres suivis d'une même lettre sur une ligne donnée ne sont pas différents au seuil de 5 % (Anova et plus petite différence significative).

Note : les consommations intermédiaires découlent de la somme des coûts d'achat des perches de teck, le transport, le carburant, la maintenance du camion, et des autres frais. La valeur ajoutée brute est la différence entre le chiffre d'affaires et les consommations intermédiaires. Elle est décomposée en salaires, pots-de-vin, frais financiers, taxes, amortissement et résultat net d'exploitation.

1 euro = 655, 96 F CFA.

celui du détail). La commercialisation des perches de teck génère des emplois, et les ouvriers sont les deuxièmes plus gros bénéficiaires de la valeur ajoutée. Les salaires représentent 27-43 % de la valeur ajoutée dans le segment de gros, et 7-28 % dans celui du détail. Le reste de la valeur ajoutée est réparti entre les pots-de-vin, les frais financiers, les taxes aux niveaux local et national, et l'amortissement.

## Discussion et conclusion

Quatre types de commerçants opèrent dans le système de commercialisation. Les possibilités de réduction des coûts de manutention sont minces ; car ils concernent des opérations essentielles : récolte du bois, chargement, déchargement, tri et classement des bois. Ces opérations mobilisent une main-d'œuvre non qualifiée et s'accompagnent d'une distribution de salaires dans le compte d'exploitation, d'où l'impact social positif de l'activité commerciale. Le transport et les pots-de-vin sont les composantes offrant plus d'opportunités de réduction des coûts de commercialisation. Le transport représente souvent un élément clé dans les coûts de commercialisation des produits agricoles en Afrique au Sud du Sahara (Fafchamps et Gabre-Madhin, 2006 ; Jatau, 2008). En dehors de l'effet de la distance, les coûts de transport sont influencés par la qualité des routes (Shepherd, 2007). Par conséquent, toute amélioration des infrastructures de transport en milieu rural peut contribuer à la réduction des coûts de transport. Cependant, il paraît difficile de viser l'amélioration des conditions de transport dans le seul cadre de la commercialisation du bois. Cela pourrait s'inscrire dans une politique globale de soutien à la commercialisation des produits agricoles. L'ampleur du coût du transport s'explique aussi par l'état souvent vétuste des camions ; d'où des pannes fréquentes et des coûts de maintenance élevés. Cela traduit une insuffisance de capital et pose la question de l'accès au crédit pour les agents économiques. Cette question s'inscrit dans le cadre global des politiques de soutien à l'entrepreneuriat.

L'importance des pots-de-vin versés aux agents de l'État découle du fait que le commerce du bois est sujet à des lois auxquelles peu de commerçants se conforment. Les pots-de-vin pénalisent le système de commercialisation, car ce coût n'est pas la contrepartie d'un service. En outre, il constitue une contrainte majeure à la foresterie paysanne, compte tenu de son effet négatif sur le revenu des planteurs. En effet, le prix du bois sur pied étant une valeur résiduelle (Burns *et al.*, 1999), toute rente perçue lors de la commercialisation amenuise le revenu des paysans. Pour réduire ce type de comportement, nous nous accordons avec Siebert et Elwert (2004) sur la nécessité d'entreprendre des réformes dans le secteur forestier, et d'améliorer le fonctionnement de l'administration forestière.

Le commerce des perches de teck génère une valeur ajoutée positive. Cette valeur ajoutée est limitée essentiellement au transfert du bois jusqu'au dépôt de vente ; car il n'y a pas de transformation véritable en dehors d'un équarrissage manuel. Toutefois, les possibilités de transformation sont limitées, vu le faible diamètre des bois. L'activité des commerçants – premiers bénéficiaires de la valeur ajoutée – est profitable, ce qui est un résultat intéressant. En effet, cette profitabilité est une condition pour que les commerçants continuent de remplir leurs fonctions au bénéfice des paysans et des consommateurs (Shepherd, 2007).

Dans un même segment, on note des différences significatives entre types de commerçants suivant les coûts de commercialisation, la valeur ajoutée, et le résultat net d'exploitation. La coexistence d'agents d'efficacité variable dans un marché signifierait que les gros commerçants bénéficient de rente, et ne tirent pas avantage de leur plus grande productivité, pour éliminer les agents moins performants (Fafchamps *et al.*, 2005). Toutefois, dans le contexte béninois, la disparition des petits détaillants (81,3 % de l'échantillon) est peu souhaitable. En effet, outre l'auto-emploi, leur activité génère des emplois à travers les opérations de manutention. Ce rôle social est important dans un pays où le chômage et le sous-emploi sont élevés. ■

---

## Remerciements

Les auteurs remercient la Commission universitaire pour le développement (Belgique), pour avoir financé cette étude, à travers le Projet interuniversitaire ciblé (PIC) « *Contribution au développement d'une filière de teck au départ des forêts privées du Sud-Bénin (Département Atlantique)* ».

---

## Références

- Anyonge CH, Roshetko JM, 2003. Production de bois à la ferme : orienter les agriculteurs vers le marché. *Unasylva* 54 : 48-56.
- Burns GA, Whiting RM, LeGrande GM, Dickson JG, 1999. Wildlife linkages : volumes and values of residual timber in riparian zones in eastern Texas. *Forest Ecology and Management* 114 : 321-7.
- Dorward A, Kydd J, Morrison J, Urey I, 2004. A policy agenda for pro-poor agricultural growth. *World Development* 32 : 73-89.
- Fafchamps M, Gabre-Madhin E, 2006. Agricultural markets in Benin and Malawi. *AfJARE* 2006 1 : 67-94.
- Fafchamps M, Gabre-Madhin E, Minten E, 2005. Increasing returns and market efficiency in agricultural trade. *Journal of Development Economics* 78 : 406-42.
- Giannelloni JL, Vernet E, 2001. *Études de marché*. 2<sup>e</sup> édition. Paris : Vuibert.
- Goossens F, 1998. *Commercialisation des vivres locaux - Le secteur informel dans une perspective dynamique*. Rome : FAO.
- Harrison SR, Herbohn JL, Niskanen AJ, 2002. Non-industrial, smallholder, small-scale and family forestry : what's in a name? Small-scale Forest Economics. *Management and Policy* 1 : 1-11.
- Jatau DF, 2008. Profitability assessment of *Borassus aethiopum* (Mart) marketing in Adamawa State, Nigeria. *Journal of Agriculture and Social Sciences* 4 : 159-64.
- Lebailly P, Dogot T, Bien PV, Khai TT, 2000. *La filière rizicole au Sud Viêt-Nam - Un modèle méthodologique*. Gembloux (Belgique) : Presses agronomiques de Gembloux.
- Markelova H, Meinzen-Dick R, Hellin J, Dohrn S, 2009. Collective action for smallholder market access. *Food Policy* 34 : 1-7.
- Russell D, Franzel S, 2004. Trees of prosperity : Agroforestry, markets and the African smallholder. *Agroforestry Systems* 61-62 : 345-55.
- Shepherd AW, 2007. *A guide to marketing costs and how to calculate them*. Rome : FAO. Revised and reprinted 2007.
- Siebert U, Elwert G, 2004. Combating Corruption and Illegal Logging in Benin, West Africa-Recommendations for Forest Sector Reform. *Journal of Sustainable Forestry* 19 : 239-61.
- Talleg F, Bockel L, 2005. *L'approche filière - Analyse financière*. Rome : FAO.