

# Les marchés du manioc et du « *gari* » dans le Sud et le Centre du Bénin : performances et principales contraintes à leur développement

Ygué Patrice Adégbola<sup>1</sup>  
 Rosaine Nérice Yegbemey<sup>2</sup>  
 Ida Nadia Sedjro Djenontin<sup>1</sup>  
 Albéric Hibon<sup>3</sup>  
 Kerstin Hell<sup>4</sup>  
 Graham Thiele<sup>5</sup>  
 Olorounto Delphin Koudande<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Programme analyse de la politique agricole  
 Institut national des recherches agricoles du Bénin  
 02 BP 238  
 Porto-Novo  
 Bénin  
 <patrice.adegbola@yahoo.fr>  
 <idjenontin@gmail.com>

<sup>2</sup> Institute of Project and Regional Planning  
 Justus-Liebig University of Giessen  
 Senckenbergstrasse 3  
 D-35390 Giessen  
 Germany  
 <yrosaine@hotmail.fr>

<sup>3</sup> Peru Opportunity Fund  
 Malecón Paul Harris 250  
 Barranco  
 Lima 4  
 Peru  
 <alberic.hibon@gmail.com>

<sup>4</sup> International Institute of Tropical Agriculture  
 08 BP 0932  
 Cotonou  
 Bénin  
 <K.Hell@cgiar.org>

<sup>5</sup> CGIAR Program on Roots Tubers and Bananas  
 1895, avenue La Molina  
 La Molina  
 Lima 12  
 Peru  
 <g.thiele@cgiar.org>

<sup>6</sup> Inrab  
 01 BP 884  
 Cotonou  
 Bénin  
 <kdddolph@yahoo.fr>

Tirés à part : Y.P. Adégbola

doi: 10.1684/agr.2013.0628

## Résumé

Le présent article explore les marchés du manioc et du « *gari* » dans le Sud et le Centre du Bénin. L'accent est mis sur les performances des marchés de ladite zone ainsi que sur les principales contraintes à leur développement. Les investigations ont été menées auprès de 52 commerçants des marchés du Sud et du Centre du Bénin. Des observations faites et de l'analyse des données collectées, il est ressorti que les marchés du manioc et du « *gari* » dans le Sud et le Centre du Bénin sont principalement animés par des femmes peu ou pas scolarisées. Par ailleurs, ces marchés sont contestables et concentrés. Les trois premières contraintes au développement de ces marchés sont les difficultés liées à l'approvisionnement, le manque de moyens financiers et les difficultés d'écoulement des produits. Dans ce contexte, toute politique de promotion de la commercialisation du manioc et de ses dérivés devrait organiser les commerçants, notamment les détaillants, en groupements ou coopératives de commercialisation. Elle devrait aussi contribuer à l'amélioration des conditions d'approvisionnement des commerçants à travers la facilitation de leur accès aux points de production ou de transformation.

**Mots clés :** contraintes de développement ; *gari* ; manioc ; marchés ; performances ; Sud et Centre Bénin.

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

## Abstract

**Cassava and “*gari*” markets in Southern and Central Benin: Performance and constraints related to their development**

This paper examines cassava and “*gari*” markets in southern and central Benin. The study highlights the performance of the aforesaid markets as well as the constraints related to their development. The investigations were conducted with 52 traders in southern and central Benin. From the field observations and data analysis, it came out on one hand that cassava and “*gari*” markets in southern and central Benin are run mainly by women with a low level of formal education. On the other hand, these markets are concentrated and contestable. The first three major constraints limiting the development of the observed markets are the difficulties of supply, the lack of financial resources or means, and sales issues. As policy implication, traders and especially retailers should be gathered in commercialization groups or cooperatives. Policy interventions should also be aimed at improving supply conditions by facilitating the traders' access to production or processing points.

**Key words:** cassava; constraints; *gari*; markets; performances; southern and central Benin.

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

Pour citer cet article : Adégbola YP, Yegbemey RN, Djenontin INS, Hibon A, Hell K, Thiele G, Koudande OD, 2013. Les marchés du manioc et du « *gari* » dans le Sud et le Centre du Bénin : performances et principales contraintes à leur développement. *Cah Agric* 22 : 293-302. doi : 10.1684/agr.2013.0628

**A**ssurée à travers les marchés, la commercialisation des produits à l'état brut, semi-transformé ou transformé constitue un maillon très important des filières agricoles. Elle assure non seulement une création supplémentaire de valeur ajoutée mais aussi la mise à disposition de divers produits pour les unités de consommation. De ce fait, la commercialisation joue un rôle important dans le développement rural et dans la sécurité alimentaire dans plusieurs pays pauvres d'Afrique au sud du Sahara.

Au nombre des produits agricoles rencontrés en régions tropicales, les racines et tubercules (R&T) – manioc, igname, patate douce et taro notamment – contribuent de manière significative à la satisfaction des besoins alimentaires de base des populations, particulièrement des plus pauvres (Lebot, 2009). En dépit de cette importance, les marchés des R&T restent, entre autres, peu structurés, mal organisés et exposés à une compétition croissante des échanges commerciaux internationaux. Ces difficultés ou contraintes limitent les performances desdits marchés, voire leur développement. Dans ce contexte, la mise en œuvre de politiques appropriées visant à assurer et à promouvoir le bon fonctionnement des chaînes de l'offre des R&T pourrait servir d'instrument pour la réduction de la pauvreté et l'amélioration des conditions de vie en milieu rural.

Au Bénin, les R&T sont largement dominés par la filière du manioc et ses dérivés, notamment le « *gari* »<sup>1</sup>. L'importance de cette filière s'apprécie par le nombre élevé des groupements villageois féminins ou mixtes se consacrant à la production ou à la transformation du manioc en « *gari* ». Par ailleurs, le manioc transformé en « *gari* » et stocké dans des conditions appropriées peut être consommé ou vendu pendant plusieurs mois. Il contribue ainsi à renforcer la sécurité alimentaire en période de soudure, lorsque les récoltes de céréales se font attendre et que les aliments importés

sont trop chers (FAO, 1991). Les revenus issus de la vente du manioc frais ou du « *gari* » servent notamment à couvrir les dépenses diverses (de santé, d'éducation) et assurer le réinvestissement dans l'activité agricole par l'achat de terre, ou le paiement de la main-d'œuvre agricole pour un autre type de production (FIDA, 2010).

Dans ce contexte, les racines du manioc et le « *gari* » apparaissent comme une possibilité de réponse aux problèmes de sécurité alimentaire, de réduction de la pauvreté et d'amélioration des conditions de vie en milieu rural. Pour exploiter cette opportunité, plusieurs projets de promotion de la filière manioc ont été initiés. Le plus important était le programme de développement des R&T (PDRT), mis en œuvre de 2003 à 2009. Cependant, ces initiatives sont longtemps restées concentrées sur la promotion de la production, n'ayant considéré que très peu l'aspect de la commercialisation. De ce fait, les résultats obtenus restent encore mitigés sur le terrain. Pour combler cette lacune, le présent article explore les marchés des racines du manioc et de son principal dérivé, le « *gari* », dans le Sud et le Centre du Bénin en vue de mettre en évidence les contraintes au développement de leur commercialisation.

## Approches théoriques de l'analyse

Le présent article est fondé sur plusieurs courants théoriques. En effet, l'appréciation des contraintes au développement d'un marché passe généralement par l'identification préalable des caractéristiques dudit marché, l'identification des circuits de produits et d'information et l'analyse de son fonctionnement. Définie par Thiamyou (1985) comme la succession des intermédiaires et marchés par lesquels passe le produit, du producteur au consommateur, l'approche circuit permet d'une part, d'examiner le niveau de concurrence effective et d'autre part, le rôle joué par les différents intermédiaires dans la formation des prix. Le circuit de commercialisation retrace le transfert d'un produit donné à partir d'une zone de production jusqu'à un point de

consommation donné (Koffi-Tessio *et al.*, 2007).

Selon la théorie des marchés contestables de Baumol (1982), il n'est pas nécessaire qu'un marché soit atomistique pour qu'il fonctionne selon les règles de la concurrence pure et parfaite. En revanche, il suffit qu'il soit « contestable », c'est-à-dire qu'un agent A puisse y entrer et en sortir librement et sans barrières ni coûts spécifiques, à l'entrée comme à la sortie. Dès lors, l'inexistence de barrières à l'entrée et à la sortie du marché constitue une situation favorisant une concurrence pure et parfaite. L'économie néoclassique considère la concurrence pure et parfaite comme un des deux cas extrêmes de structures de marché, le second étant le cas de monopole. À l'opposé du modèle monopolistique (caractérisé par la concentration du marché), le modèle de concurrence pure et parfaite reflète un marché parfaitement compétitif où les transactions sont équitablement réparties entre les commerçants.

Enfin, selon la théorie de la nouvelle économie institutionnelle proposée par Williamson (2000), l'environnement institutionnel doit pouvoir favoriser le bon fonctionnement du marché, en s'intéressant à la manière dont les arrangements institutionnels peuvent conduire à une meilleure efficacité économique et à la minimisation des coûts de transaction. Partant de ces fondements théoriques et des travaux de Lutz (1994), Gounse (2004) et Hibon *et al.* (2011), l'inexistence *a priori* de barrières importantes à l'entrée et à la sortie du marché conduit à l'hypothèse de départ selon laquelle les marchés de la filière manioc sont contestables et compétitifs. En cas de rejet de cette hypothèse, la théorie de la nouvelle économie institutionnelle suggère de se référer aux institutions existantes et contrôlant la commercialisation pour des analyses plus approfondies.

## Méthodes d'étude

### Zone d'étude, échantillon et données collectées

Le Sud et le Centre du Bénin constituent la principale zone de production de manioc. Dans cette zone, l'étude a

<sup>1</sup> Le *gari* est l'aliment de base le plus populaire produit à partir du manioc en Afrique de l'Ouest (Olagunju *et al.*, 2012). Principal produit dérivé du manioc, le *gari* est une farine très largement répandue et consommée sous diverses formes au Bénin et aussi en Afrique.

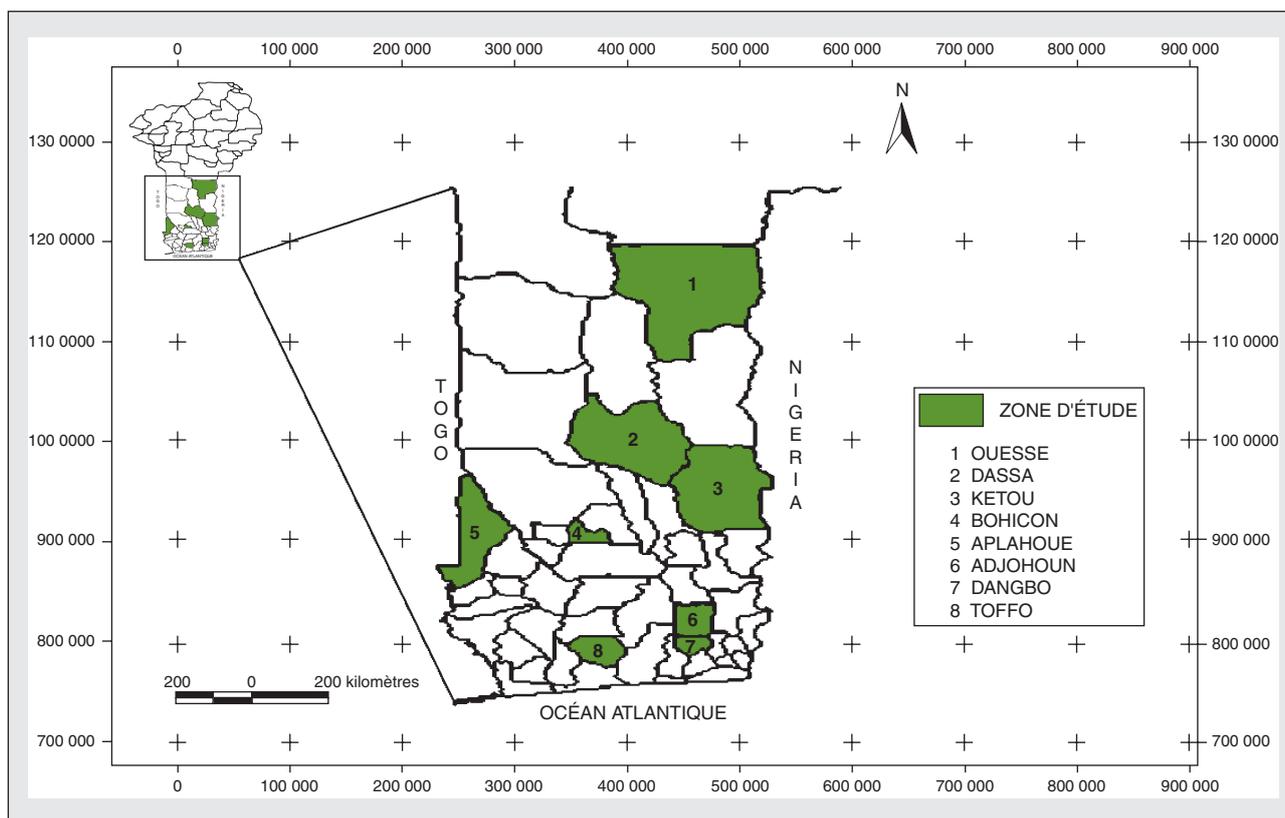


Figure 1. Localisation des huit communes de la zone d'étude au Bénin.

Figure 1. Locations of the eight communes in the Benin study zone.

couvert huit communes (Toffo, Dassa, Ouessè, Aplahoué, Adjohoun, Dangbo, Kétou et Bohicon) choisies sur la base de recherches menées par le PAPA/Inrab<sup>2</sup> (figure 1).

Dans ces communes, neuf marchés ont été sélectionnés en raison de leur importance et de leur représentativité pour l'activité commerciale, notamment pour le manioc et le « gari ». Il s'agit des marchés Asséna, Azowlissè, Attata, Azové, Bohicon, Dêkin-hounhouè, Ouessè, Paouignan et Ouégbo. Partant de l'intérêt de l'étude pour l'aspect commercialisation du manioc et du « gari », seuls les commerçants ont été retenus comme unités d'observation. Cinquante-deux commerçants choisis au hasard ont constitué l'échantillon interrogé sur l'ensemble des marchés sélectionnés (tableau 1). Sur la base d'un questionnaire structuré pré-testé et corrigé, des interviews

<sup>2</sup> Programme analyse de la politique agricole (PAPA), Institut national des recherches agricoles du Bénin (Inrab)

individuelles ont été réalisées entre le 28 octobre et le 17 novembre 2009 auprès des commerçants échantillonnés. Le questionnaire portait sur les caractéristiques sociodémographiques des acteurs (sexe, âge, scolarisation, expérience acquise comme commerçant, existence d'une autre activité économique complémentaire), leur rôle et les transactions au niveau des marchés et les difficultés ou contraintes qu'ils rencontraient dans l'exercice de leurs activités. Par ailleurs des *focus groups* ont été organisés avec des commerçants sur chaque marché sélectionné pour discuter de l'organisation générale de la commercialisation du manioc et du « gari ».

### Circuits de commercialisation

Une cartographie des circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés a été réalisée à partir de la synthèse des résultats issus des *focus groups* organisés sur les différents

marchés sélectionnés. L'objectif était de représenter sur une figure les circuits possibles de commercialisation du manioc et du « gari ».

### Profil des commerçants et types de marchés

À partir des caractéristiques socio-démographiques collectées, le profil des commerçants contactés a été établi. Ces derniers ont été ensuite regroupés à partir d'une typologie basée sur leurs volumes de transactions (Fafchamps et Gabre-Madhin, 2006 ; Soulé *et al.*, 2008). Ainsi, trois catégories de commerçants sont distinguées : les détaillants (moins de 15 000 kg/an), les semi-grossistes (entre 15 000 kg/an et 45 000 kg/an) et les grossistes (plus de 45 000 kg/an). La localisation est le principal critère utilisé pour la typologie des marchés. Ainsi, Akoroda (2007) a distingué des marchés ruraux, des marchés urbains et des marchés transfrontaliers. Nous

**Tableau 1. Répartition des personnes interrogées par commune et par département.**

Table 1. Distribution of surveys by commune or district.

Départements	Communes	Fréquences	Pourcentages
Atlantique	Toffo	6	11
Collines	Dassa, Ouèssè	14	27
Couffo	Aplahoué	7	14
Ouémé	Adjohoun, Dangbo	8	15
Plateau	Kétou	10	19
Zou	Bohicon	7	14
Total		52	100

basant sur ce même critère de localisation, nous avons distingué quatre types : le marché de quartier où des commerçants vendent leurs produits sur des étalages installés devant leur maison ; le marché de village ; le marché régional ; enfin le marché d'exportation (vers le Nigeria, le Mali, le Burkina).

L'identification préalable des caractéristiques des marchés ayant été effectuée, les analyses des circuits de commercialisation, du profil des commerçants et des types de marchés ont été conduites dans la perspective d'identifier d'éventuelles barrières à l'entrée ou à la sortie desdits marchés. Ces analyses ont permis de vérifier partiellement l'hypothèse de départ qui stipule que les marchés de la filière manioc sont contestables. L'analyse qualitative fondée sur une mise en ordre systématique, objective et descriptive du contenu des discours dans le but de les interpréter (Formarier, 1988) a été le principal outil de vérification. Des statistiques descriptives et un test d'indépendance de  $\chi^2$  de Pearson entre types de commerçants et types de marchés ont aussi été utilisés comme moyens d'illustration.

### Structure du marché

En s'inspirant des travaux de Barau *et al.* (1993), deux indicateurs de structure du marché ont été calculés pour vérifier partiellement l'hypothèse de départ qui stipule que les marchés de la filière manioc sont compétitifs. Il s'agissait de la courbe de Lorenz (à

laquelle a été associé le coefficient de Gini) et du coefficient de variation standardisé.

### Courbe de Lorenz et coefficient de Gini

La courbe de Lorenz (Mazerolle, 2010) est un des indicateurs les plus utilisés pour mesurer la concentration d'une variable ou quantité au sein d'une population (Kokoyè *et al.*, 2013). Simultanément il lui est associé le coefficient de Gini (Gini, 1921) qui représente la valeur de l'aire comprise entre la courbe de Lorenz et la ligne d'égalité parfaite de la quantité à répartir, figurée par la diagonale joignant les points de coordonnées extrêmes : (0 %, 0 %) et (100 %, 100 %). Pour la calculer, la formule suivante a été utilisée (Soubbotina, 2004) :

$$G = 1 - \sum_{i=1}^n (X_i - X_{i-1}) \times (Y_i + X_{i+1}) \quad (1)$$

où  $X$  est la part cumulée de la population observée,  $Y$  la part cumulée de la masse à répartir et  $n$  le nombre d'unités observées. Dans cette étude, comme les données seront connues individuellement, cette formule peut se simplifier en :

$$G = 1 - \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (Y_i + X_{i+1}) \quad (2)$$

L'indice de Gini varie de 0 (distribution parfaitement égalitaire) à 1 (une

seule unité d'observation concentre toute la quantité à distribuer).

### Coefficient de variation standardisé (C)

Ce coefficient de variation indique si les quantités commercialisées sont parfaitement réparties entre les commerçants ou sont concentrées dans les mains d'une minorité d'entre eux. Suivant Barau *et al.* (1993), il se calcule par la formule :

$$C = \frac{v^2}{u} \left[ \frac{v^2}{u} + 1 \right]^{-1} \quad (3)$$

où  $v$  est l'écart type de la distribution,  $u$  la moyenne arithmétique des observations.  $C$  étant standardisé, il varie entre 0 et 1. Si  $C=0$ , on parle de parfaite répartition. En revanche, si  $C=1$  c'est que toute l'activité est concentrée dans les mains d'un seul individu. Dans la pratique, cet indicateur est très sensible à des différences relativement petites de parts de marché (Barau *et al.*, 1993), de l'ordre de 10 ou 15 % du fait que l'on prend en compte le carré de l'écart type de la distribution.

Si l'indice de Gini et le coefficient de variation standardisé prennent à la fois des valeurs proche de zéro, on pourra conclure que l'hypothèse de départ selon laquelle les marchés sont compétitifs ne peut être rejetée. À l'opposé, si les valeurs se rapprochent de l'unité, il y a une concentration du marché autour d'un nombre restreint de commerçants : l'hypothèse de

départ est alors rejetée. Toutefois, il convient de noter qu'en raison des difficultés pour quantifier les ventes de tubercules de manioc, la mesure des performances a été limitée au « *gari* ».

## Contraintes au développement des marchés

Les contraintes au développement des marchés ont été recensées sommairement à partir des *focus groups* organisés. Au cours des interviews individuelles, chacun des commerçants interrogés avait fait ressortir les contraintes qui étaient propres à son activité. Les fréquences relatives de chacune des contraintes identifiées ont donc été calculées à partir des trois premières contraintes citées par chaque commerçant. Au moyen du coefficient de concordance de Kendall ( $W^3$ ), l'importance (type et ordre) accordée par les commerçants aux différentes contraintes a été appréciée (Hibon *et al.*, 2011). Enfin, des tests d'indépendance de  $\chi^2$  ont été utilisés pour analyser les possibles corrélations entre types de contraintes et type de marchés.

## Résultats et discussion

### Cartographie des circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés

Dans le Sud et le Centre du Bénin, les circuits de commercialisation du manioc et de ses dérivés, notamment le « *gari* », apparaissent comme une superposition de circuits complexes, courts ou longs (*figure 2*).

À l'origine, les producteurs mettaient le manioc frais sur le marché. Ce

produit pouvait emprunter quatre principaux circuits :

- être acquis directement par les consommateurs ;
- passer par l'étape de la transformation (« *gari* » et autres dérivés<sup>4</sup>) avant d'arriver aux consommateurs ;
- passer par les commerçants avant d'arriver aux consommateurs ;
- passer par la transformation et les commerçants, avant d'arriver aux consommateurs.

On ne connaît pas pour le moment l'importance relative de chaque circuit. Pour chacun d'eux, il y avait confrontation de l'offre et de la demande pour la formation des prix. Ces résultats confirment bien les observations d'Akoroda (2007) selon qui la commercialisation ou la vente des racines de manioc et des produits dérivés se fait d'une façon différente de la ferme, à la maison du producteur et aux marchés périodiques qui se tiennent dans les zones rurales et urbaines. Par ailleurs, les circuits identifiés se rapprochent de ceux qui existent en Côte d'Ivoire, au Nigeria, en Tanzanie et en Ouganda (Enete, 2009).

### Profil des commerçants et types de marchés

Sur les marchés du manioc et du « *gari* » dans le Sud et le Centre du Bénin, la commercialisation est quasi exclusivement assurée par des femmes, dont l'âge moyen est de 40 ans et dont les deux tiers n'ont jamais été scolarisées (*tableau 2*).

Cette prédominance des femmes est conforme aux résultats de Soulé *et al.* (2008) et Olagunju *et al.* (2012). Par ailleurs, les femmes consultées semblent relativement expérimentées dans l'activité et certaines s'adonnent à d'autres activités économiques complémentaires génératrices de revenus. Cette caractéristique des femmes en question – posséder une autre activité en plus du commerce – a déjà été montrée par Fafchamps et Gabre-Madhin (2006). Au Bénin, l'activité secondaire la plus fréquente est la transformation agro-alimentaire, puis viennent l'agriculture, le petit commerce et finalement l'artisanat.

Des trois groupes de commerçants (détaillants, semi-grossistes et grossistes) qui animaient les marchés du manioc et du « *gari* » dans le Sud et le Centre du Bénin, les détaillants étaient les acteurs les plus représentés. Les différents types de commerçants se retrouvaient tous sur les différents types de marchés. En effet, le test d'indépendance de  $\chi^2$  (*tableau 3*) indiquait qu'il n'y avait pas de différence statistiquement significative dans la répartition des types de commerçants entre les types de marchés.

### Barrières à l'entrée et à la sortie des marchés

Les observations et entretiens avec les acteurs des circuits de commercialisation du manioc et de ses dérivés ont révélé l'inexistence de barrières strictes et de règles formelles à l'entrée et à la sortie des marchés. Il en ressort que les marchés du manioc et du « *gari* » dans le Sud et le Centre du Bénin étaient contestables. Cette situation corrobore le caractère traditionnel et informel du commerce des dérivés du manioc au Bénin (Soulé *et al.*, 2008). Par ailleurs, elle confirme les résultats obtenus dans la sous-région où, selon Akoroda (2007), les systèmes de production, de transformation, de transport et de commercialisation à l'intérieur et entre les États de la région restent encore fort peu structurés et en grande partie informels.

### Structure des marchés de la filière manioc

La courbe de Lorenz a révélé que 72 % des quantités vendues proviennent de 20 % des commerçants (*figure 3*).

Il en résulte que le marché était concentré aux mains d'un nombre restreint de grossistes et semi-grossistes. Les valeurs du coefficient de Gini et du coefficient de variation standardisé (0,67 et 0,999, respectivement) étaient toutes proches de l'unité et, ainsi, ont confirmé la forte concentration de l'activité dans les mains d'une minorité de commerçants (*tableau 4*).

Il ressort de l'étude de cas que les marchés de racines de manioc et du « *gari* » dans le Sud et le Centre du

<sup>3</sup> Le coefficient de concordance ( $W$ ) de Kendall a une valeur :  $0 < W < 1$ .  $W = 1$  lorsque les contraintes sont identiques et dans le même ordre pour tous les commerçants, à l'unanimité. Au contraire,  $W = 0$  lorsqu'il n'y pas d'accord entre eux concernant le type de contraintes et leur ordre d'importance, leurs réponses pouvant être considérées comme aléatoires (Hibon *et al.*, 2011).

<sup>4</sup> Tapioca, Lafu, etc.

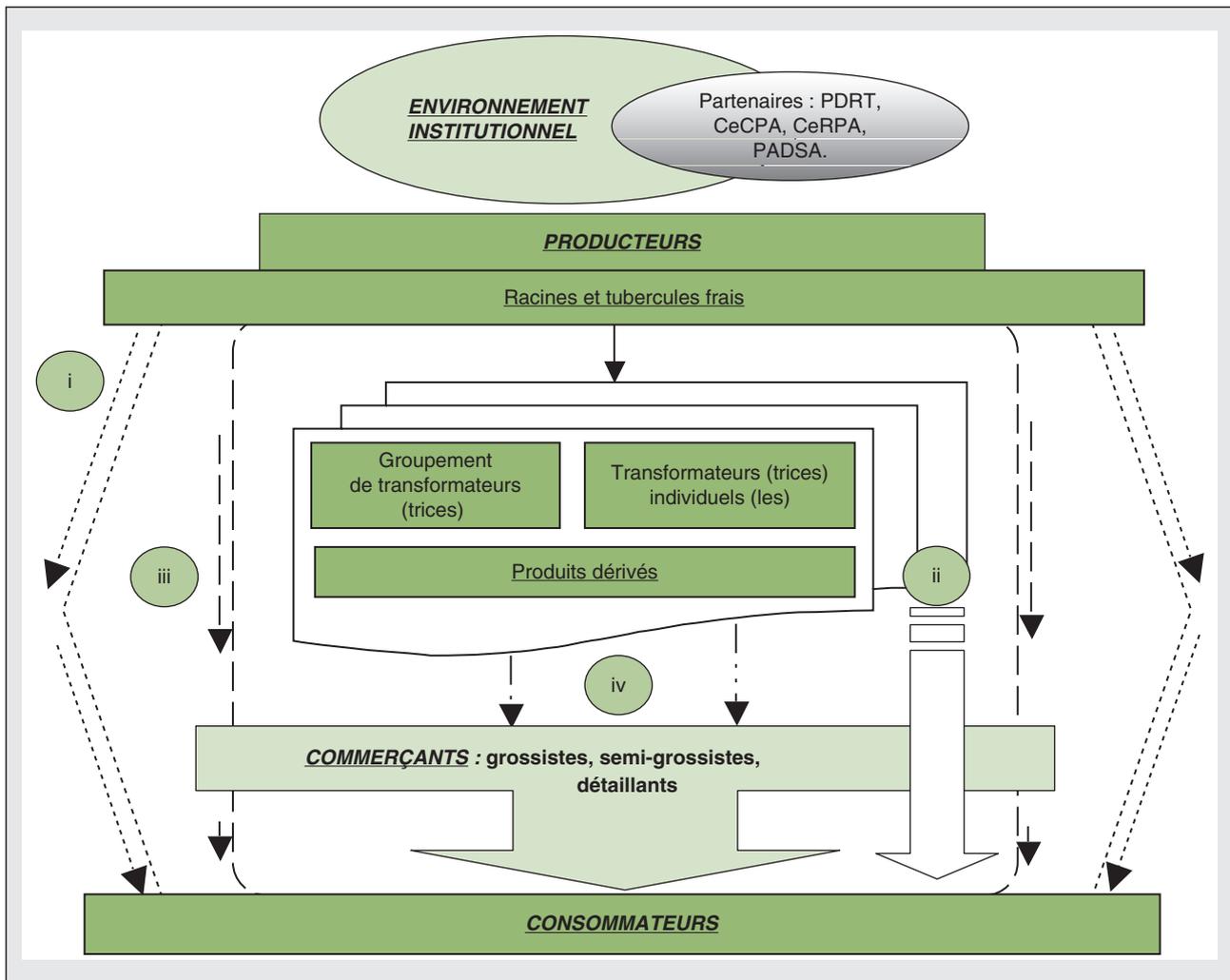


Figure 2. Représentation schématique des circuits de commercialisation des racines et tubercules dans le Sud et le Centre du Bénin.

Figure 2. Outline of the sales circuits for roots and tubercules in Southern and Central Benin.

PDRT : Programme de développement des racines et tubercules ; CeCPA : Centre communal pour la promotion agricole ; CeRPA : Centre régional pour la promotion agricole ; PADS : Programme d'appui au développement du secteur agricole au Bénin ; i : circuit de commercialisation producteurs-consommateurs ; ii : circuit de commercialisation producteurs-transformateurs-consommateurs ; iii : circuit de commercialisation producteurs-commerçants-consommateurs ; iv : circuit de commercialisation producteurs-transformateurs-commerçants-consommateurs.

Source : représentation des auteurs.

Bénin sont contestables et concentrés. La forte concentration des parts de marché dans les mains des grossistes et semi-grossistes est assimilable à une barrière à l'entrée potentielle des acteurs du fait des difficultés d'approvisionnement qu'auraient les nouveaux commerçants. Cette barrière se manifeste en réalité comme une « main invisible » qui opère une « sélection » à l'entrée des marchés. De manière formelle, il n'existe pas de barrières tangibles à l'entrée de ces marchés. Cependant, pour exercer une activité sur ces marchés, les nouveaux commerçants doivent avoir

la capacité de s'insérer dans la catégorie des grossistes et semi-grossistes qui contrôlent une grande partie des transactions.

### Contraintes au développement des marchés du manioc et du « gari »

Une ou plusieurs contraintes ont été identifiées et citées par 97 % des commerçants interrogés. Les principales d'entre elles étaient relatives à

l'approvisionnement en racines de manioc ou en « gari », aux moyens financiers, à l'écoulement des produits, aux prix des produits, aux infrastructures et enfin à la santé des commerçants. La figure 4 montre les fréquences relatives de chacune des contraintes répertoriées.

### Contraintes liées à l'approvisionnement en matières premières

Vingt-deux pour cent des commerçants consultés ont mentionné avoir

**Tableau 2. Principales caractéristiques sociodémographiques des commerçants.**

Table 2. Main sociodemographic characteristics of sellers.

Caractéristiques	Valeur <sup>a</sup>	
Femme (n)	53	98 %
Homme (n)	1	2 %
Âge moyen <sup>b</sup> (années)	40 (10)	–
N'ayant jamais été scolarisé (n)	34	63 %
Durée de la scolarité <sup>b,c</sup> (ans)	5 (3)	–
Expérience acquise comme commerçant <sup>b</sup> (années)	12 (10)	–
Réalise une autre activité économique complémentaire (n)	23	43 %

<sup>a</sup> Caractéristique qualitative : fréquence absolue (n) et relative (en pourcentage des 54 observations).

<sup>b</sup> Caractéristique quantitative : moyenne (écart type).

<sup>c</sup> Seulement pour ceux ayant été scolarisés.

Source : calculs des auteurs.

des contraintes ou difficultés pour accéder aux matières premières (manioc et « gari » dans le cas d'espèce). Il s'agissait notamment des distances parfois éloignées entre les lieux de commerce des commerçants en question, leurs lieux de résidence et les lieux d'approvisionnement en matières premières, d'une part, et du mauvais état des routes et des coûts élevés de transport, d'autre part. Les crises de fidélité entre producteurs et commerçants constituaient une autre source de difficultés d'approvisionnement en matières premières. En l'absence de contrats formels, les fournisseurs préféraient livrer leurs produits à d'autres clients plus offrants. Il arrivait également que

se posent des problèmes de pénurie de matière première. Enfin, les mélanges de produits de qualités différentes par les fournisseurs étaient aussi sources de difficultés auxquelles se trouvaient confrontés les commerçants. Ce type de contrainte a déjà été signalé par Mbairanodji (2007) lors de son étude sur l'état actuel de la commercialisation du manioc au Cameroun.

### Contraintes financières

Seize pour cent des commerçants contactés ont fait cas de contraintes financières. Cette préoccupation était révélatrice des faibles capacités de

financement des commerçants car ces derniers étaient incapables d'augmenter leur fonds de commerce. Selon une étude réalisée par Fafchamps et Gabre-Madhin (2006) au Bénin et au Malawi, une grande partie du capital des commerçants provient de leurs ressources propres, le financement extérieur sous forme de crédit ou d'emprunt étant extrêmement limité. En matière de commercialisation du manioc et de ses dérivés au Bénin, Soulé *et al.* (2008) ont déjà relevé l'insuffisance de moyens financiers pour investir dans les infrastructures de marchés tels que les hangars, les magasins et les aires de séchage des produits.

### Contraintes liées aux prix et à l'écoulement des produits

Ces contraintes, mentionnées respectivement par un peu moins de 15 % des commerçants consultés pour les prix et un peu plus de 15 % d'entre eux pour les problèmes d'écoulement autres, se traduisaient essentiellement par la mévente des produits à certaines périodes de l'année. Cette mévente s'expliquait directement par :

- les contraintes liées aux prix des produits : les commerçants n'étant pas, dans bien des cas, maîtres des prix et étaient victimes de leur instabilité ; cette instabilité des prix pouvait conduire à l'endettement des commerçants ;
- les problèmes rencontrés pour l'écoulement des produits : la multiplicité des taxes et les tracasseries policières et douanières auxquelles

**Tableau 3. Types de commerçants et de marchés.**

Table 3. Types of sellers and markets.

Types de commerçants	Types de marché				Total
	« de quartier »	« de village »	« régional »	« d'exportation »	
Grossistes	2 (4)	3 (6)	3 (4)	0 (0)	8 (15)
Semi-grossistes	3 (6)	7 (13)	2 (4)	0 (0)	12 (23)
Détaillants	2 (4)	21 (40)	8 (15)	1 (2)	32 (62)
Total	7 (13)	31 (60)	13 (25)	1 (2)	52 (100)

Valeur de  $\chi^2 = 5,53$  ; ddl (degrés de liberté) = 6 ; probabilité de signification = 0,478 ; NB : les valeurs entre parenthèses représentent les pourcentages par rapport à la taille de l'échantillon (52).

Source : calculs des auteurs.

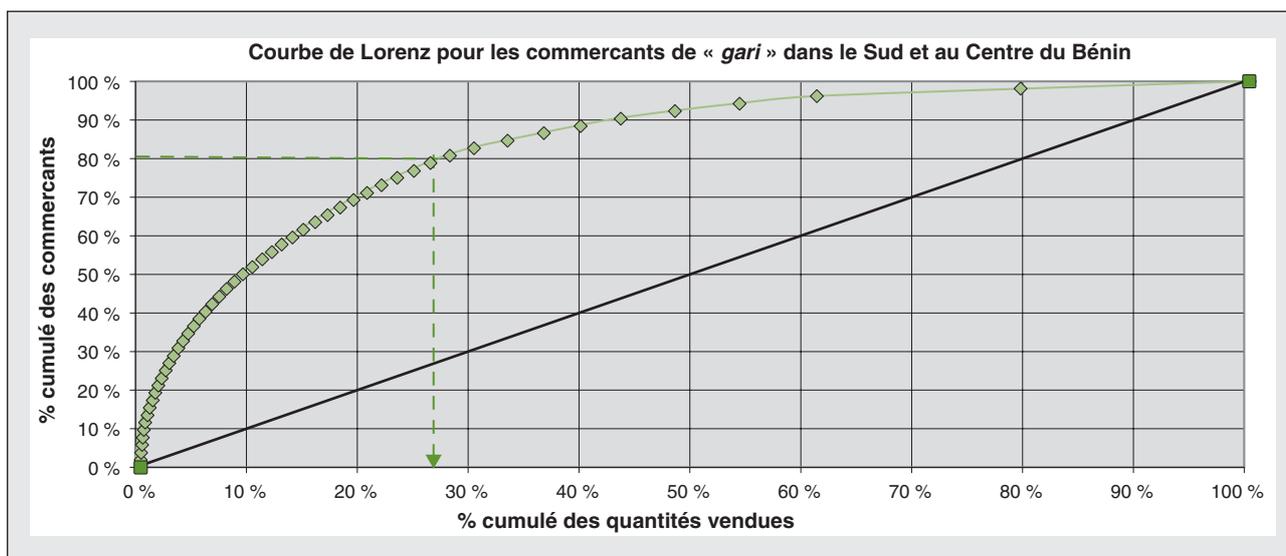


Figure 3. Courbe de Lorenz pour les commerçants de « gari ».

Figure 3. Lorenz curve for "gari" sellers.

Source : calculs des auteurs.

étaient soumis les grossistes, qui les répercutaient sur leurs prix de vente ; – la faible fidélisation entre les commerçants et les consommateurs due à l'inexistence de contrats formels.

### Contraintes liées aux infrastructures de marché

Onze pour cent des commerçants contactés ont fait ressortir des contraintes liées au manque ou à l'insuffisance des infrastructures au niveau des différents marchés : absence de hangars ou hangars en matériaux précaires (toiture en paille, par exemple). La conséquence est qu'en saison des pluies, les produits sont souvent mouillés. Il manque aussi souvent d'espace pour sécher

le « gari ». Ces résultats concordent avec ceux de Fafchamps et Gabre-Madhin (2006). Ces auteurs ont indiqué que les commerçants au Bénin sont en général très sous-équipés. Soulé *et al.* (2008) ont aussi trouvé que les commerçants de racines de manioc et de ses dérivés ne disposaient pas d'infrastructures de marchés et rarement de magasins de stockage.

### Contraintes liées aux pertes

Représentant 9 %, elles prennent en compte les pertes de produits dues à la mauvaise qualité des produits à l'approvisionnement, aux transports, ou encore à la mauvaise conservation ou stockage des produits. Ces pertes peuvent être très variables selon les cas.

### Contraintes liées à la santé

Ces contraintes ont été évoquées par 8 % des commerçants interrogés : l'exposition au soleil lors de la vente, les courses pour l'approvisionnement, les courses derrière les clients ont des effets sur la santé des commerçants. En outre, certains commerçants signalaient être psychologiquement victimes du harcèlement des agents de marchés pour le prélèvement des impôts et des taxes de marchés.

La valeur du coefficient de concordance de Kendall ( $W = 0,084$ ) indique qu'il n'y avait qu'une très faible concordance entre les commerçants concernant les principales contraintes identifiées. Cela s'explique par la grande variabilité des conditions dans lesquelles ils devaient opérer sur les différents marchés. Malgré cette absence de concordance, il ressortait que les difficultés d'approvisionnement en matières premières représentaient la contrainte la plus fréquemment ressentie par plus d'un commerçant sur cinq.

Tableau 4. Indicateurs de structure du marché de « gari » de manioc.

Table 4. "Gari" and cassava market structure indicators.

Indicateurs	Intervalles	Valeurs obtenues
G	$0 < G < 1$	0,67
CVs	$0 < CVs < 1$	0,999

G : coefficient de Gini ; CVs : coefficient de variation standardisé.

Source : calculs des auteurs.

### Contraintes et structure des marchés

Les tests d'indépendance de  $\chi^2$  de Pearson entre le type de contrainte et le type de marché n'ont révélé aucune corrélation entre les deux

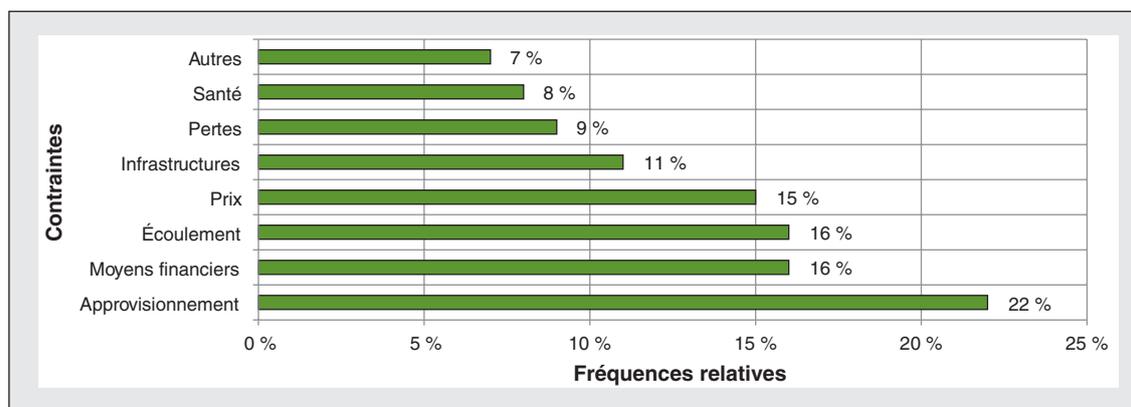


Figure 4. Pourcentages des différents types de contraintes.

Figure 4. Percentages of the different types of constraints.

Pour chaque contrainte, la fréquence relative représente le pourcentage de commerçants ayant mentionné ladite contrainte.

Source : calculs des auteurs.

variables (tableau 5). Il en ressort donc que les contraintes identifiées sont présentes sur tous les types de marchés.

Considérant la nature contestable et concentrée des marchés, les grossistes, qui contrôlent la majorité des transactions, ont plus de facilité à avoir accès aux lieux d'approvisionnement et aux fournisseurs. Du fait de leur pouvoir financier, ils ont aussi plus de facilité à faire face aux coûts de transport parfois élevés. Selon Fafchamps et Gabre-Madhin (2006), ces coûts, par exemple, représentent 60 % des dépenses totales de commercialisation. Outre cet avantage pour les coûts de transport, les grossistes ont aussi plus de facilité à engager des

frais additionnels (coûts de transaction) tels que les coûts de recherche d'information (prospection, comparaison du rapport qualité/prix des différents fournisseurs), de négociation, de surveillance et d'exécution (contrôle de la qualité des produits, vérification de la livraison, etc.). Ces coûts sont relativement élevés et limitent considérablement la participation des populations aux marchés dans bien des milieux ruraux en Afrique (Takeshima et Winter-Nelson, 2012). À l'opposé des grossistes, les détaillants et semi-grossistes, qui représentent la majeure partie des acteurs des marchés, éprouvent plus de difficultés à faire face aux problèmes liés à l'approvisionnement et à la fidélisa-

tion des fournisseurs. Après les contraintes liées à l'approvisionnement, viennent le manque de moyens financiers, les difficultés d'écoulement des produits, le manque ou l'insuffisance des infrastructures de marché et les problèmes de santé. Toutes ces contraintes pèsent plus sur les détaillants et renforcent la concentration observée au niveau des marchés.

## Conclusion

Le présent travail a permis d'explorer les marchés de commercialisation du manioc et du « gari » dans le Sud et le Centre du Bénin et d'identifier les contraintes desdits marchés. Il en est ressorti que les marchés étudiés sont contestables et concentrés. Les contraintes liées à l'approvisionnement sont les premières difficultés que rencontrent les commerçants sur les marchés du manioc et du « gari » dans le Sud et le Centre du Bénin. De manière pratique et sous la forme actuelle de fonctionnement desdits marchés, toute politique de développement du secteur devra, notamment : – organiser les commerçants, notamment les détaillants, en coopératives ou groupements pour la commercialisation. Cette mesure ferait apparaître des règles d'adhésion aux groupements en rendant les marchés moins contestables. Elle pourrait aussi permettre aux nouveaux acteurs, avec des capacités d'investissement limitées,

Tableau 5. Résultats des tests de  $\chi^2$  de Pearson entre le type de contrainte ressenti par les commerçants et le type de marché.

Table 5. Results of Pearson's  $\chi^2$  test for the type of constraint felt by sellers and the type of market.

Contraintes	$\chi^2$ de Pearson	Probabilité de signification
Approvisionnement	2,81	0,420
Financières	3,99	0,262
Écoulement des produits	4,71	0,194
Prix des produits	2,75	0,431
Infrastructures	4,77	0,924
Santé	4,52	0,172

Chaque type de contrainte a été croisé avec les types de marché (de quartier, de village, régional et d'exportation).

Source : calculs des auteurs.

d'échapper à la sélection de la « main invisible » due à la concentration ;

– former les acteurs sur des aspects tels que les techniques de commercialisation et la gestion des stocks pour limiter les pertes. Ces formations pourraient rendre l'activité plus bénéfique ;

– améliorer l'approvisionnement des commerçants à travers la facilitation de leur accès aux points de production ou de transformation. Cette mesure pourrait constituer le premier facteur d'attraction des commerçants vers la filière. Pour ce faire, il faudra développer des contrats d'approvisionnement formels entre commerçants et fournisseurs de matières premières. Cette contractualisation peut se faire en assimilant les groupements de femmes commerçantes ou des commerçants individuels à des unités d'approvisionnement. Cela réduirait les coûts de transaction individuels des acteurs de même que les crises de fidélité de livraison de matières premières entre fournisseurs et commerçants ;

– renforcer les capacités de financement des commerçants à travers la mise à disposition de crédits et assurances pour la commercialisation du manioc et du « gari ». Cette mesure devra cependant s'accompagner de conditions souples d'accès au crédit. Autrement, seuls les grossistes auraient accès aux prêts et cela ne ferait que renforcer la concentration sur les marchés ;

– améliorer et mettre à disposition des commerçants les infrastructures (magasin de stockage, point de vente, etc.) au niveau des marchés. Ce faisant, les inconvénients liés à la santé des commerçants seraient un tant soit peu limités. ■

## Références

Akoroda MO, 2007. *Consommation et organisation du marché de manioc en Afrique de l'Ouest*. Actes de l'Atelier « Potentialités à la transformation du manioc en Afrique de l'Ouest », Abidjan (Côte d'Ivoire), 4-7 juin 2007. [http://www.fidafrique.net/IMG/pdf/Actes\\_Atelier\\_International\\_Manioc.pdf](http://www.fidafrique.net/IMG/pdf/Actes_Atelier_International_Manioc.pdf)

Barau AD, Olukosi JO, Amin YA, 1993. Performance of the Nigerian seed cotton market under the deregulated marketing system. *Agricultural Systems in Africa* 3 : 64-70.

Baumol WJ, 1982. Contestable markets: an uprising in the theory of industry structure. *American Economic Review* 72 : 1-15.

Enete AA, 2009. Middlemen and smallholder farmers in Cassava marketing in Africa. *Tropical-tura* 27 : 40-4.

Fafchamps M, Gabre-Madhin E, 2006. Agricultural markets in Benin and Malawi. *The African Journal of Agricultural and Resource Economics* 1 : 67-94.

FAO, 1991. *Racines, tubercules, plantains et bananes : dans la nutrition humaine*. Catalogue avant publication de 1a Bibliothèque David Lubin. Rome : FAO.

FIDA, 2010. *Programme de développement de la culture des racines et tubercules, Évaluation finale*. Rapport No. 2275-BJ, décembre 2010. République du Bénin. [http://www.ifad.org/evaluation/public\\_html/eksyst/doc/prj/region/pa/benin/benin\\_rtdpce.pdf](http://www.ifad.org/evaluation/public_html/eksyst/doc/prj/region/pa/benin/benin_rtdpce.pdf)

Formarier M, 1988. L'analyse du contenu. Outils de recherche en soins infirmiers. *Recherche en Soins Infirmiers* 13 : 45-53.

Gini C, 1921. Measurement of inequality of income. *Economic Journal* 31 : 22-43.

Gounse YM, 2004. *Analyse socioéconomique de la commercialisation du riz local au Centre-Bénin*. Thèse d'ingénieur agronome, FSA/UNB. <http://www.these fsa.bj.refer.org/collect/thse fsa/index/assoc/HASH0c4f.dir/doc.pdf>

Hibon A, Adegbola PY, Hell K, Thiele G, 2011. *Contraintes et opportunités pour l'introduction de nouveaux produits sur les marchés locaux des racines et tubercules au Bénin*. Social Sciences Working Paper 2011-4. Lima (Peru) : International Potato Center (CIP). <http://cipotato.org/publications/pdf/005838.pdf>

Koffi-Tessio EM, Tossou K, Homevoh E, 2007. *Les marges de commercialisation et l'équité du commerce des produits alimentaires au Togo*. AAEA Conference Proceedings. <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/52125/2/Koffi-Tessio.pdf>

Kokoyè SEH, Tovignan DS, Yabi JA, Yegbemey RN, 2013. Econometric modeling of Farm household land allocation in the Municipality of Banikoara in northern Benin. *Land Use Policy* 34 : 72-9. doi: 10.1016/j.landusepol.2013.02.004.

Lebot V, 2009. *Tropical root and tuber crops: cassava, sweet potato, yams and aroids*. Wallingford (United Kingdom) : CABI. doi: 10.1017/S0014479709007832.

Lutz C, 1994. *The Functioning of the Maize Market in Benin: Spatial and Temporal Arbitrage on the Market of a Staple Food Crop*. PhD Thesis, University of Amsterdam, Department of Regional Economics. doi:oclc/33121123.

Mazerolle F, 2010. *Courbe de Lorenz et Coefficient de Gini*. Société française de statistiques. [www.mazerolle.fr/Statistique-descriptive/PlanHTML/statschapitre7.htm](http://www.mazerolle.fr/Statistique-descriptive/PlanHTML/statschapitre7.htm)

Mbairanodji A, 2007. *État actuel de la commercialisation du manioc au Cameroun*. Actes de l'Atelier « Potentialités à la transformation du manioc en Afrique de l'Ouest », Abidjan (Côte d'Ivoire), du 4-7 juin 2007. [http://www.worldbank.org/depweb/english/beyond/beyondco/beg\\_all.pdf](http://www.worldbank.org/depweb/english/beyond/beyondco/beg_all.pdf)

Olagunju F, Babatunde R, Salimonu K, 2012. Market structure, conduct and performance of gari processing industry in South Western Nigeria. *European Journal of Business and Management* 4 : 99-112.

Soubbotina TP, 2004. *Beyond economic growth: an introduction to sustainable development*, Second Edition. Washington (DC) : World Bank. [http://www.worldbank.org/depweb/english/beyond/beyondco/beg\\_all.pdf](http://www.worldbank.org/depweb/english/beyond/beyondco/beg_all.pdf)

Soulé BG, Gansari S, Gibigaye M, 2008. *Étude sur la commercialisation des produits dérivés du manioc vers les marchés des pays limitrophes (Niger, Nigeria, Togo et Burkina Faso)*. Initiative Régionale pour la Transformation et la Commercialisation du Manioc (IRTCM). Projet de Développement de Racines et Tubercules (PDRT). <http://www.fidafrique.net/IMG/pdf/Benin-MarketStudy1008.pdf>

Takehima H, Winter-Nelson A, 2012. Sales location among semi-subsistence cassava farmers in Benin: a heteroskedastic double selection model. *Agricultural Economics* 43 : 655-70.

Thiamyou I, 1985. *Étude des circuits de commercialisation des principaux produits vivriers dans la province de l'Ouémé*. Thèse d'Ingénieur Agronome, FSA/UNB 189 p. <http://thesefsa.uac.bj/gsd/collect/thesefsa/index/assoc/HASH3d79.dir/doc.pdf>

Williamson OE, 2000. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. *Journal of Economic Literature* 38 : 595-613.