

REPUBLIQUE DU BENIN

=\*~\*~\*~

MINISTERE D'ETAT CHERGE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE (MECESRS)

=\*~\*~\*~

UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI (UAC)

=\*~\*~\*~

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION (FASEG)

=\*~\*~\*~



## MEMOIRE DE LICENCE PROFESSIONNELLE

OPTION : GESTION

FILIERE : MARKETING ET STRATEGIE

THEME

ANALYSE DE LA COMMERCIALISATION DU COTON FIBRE  
ET DES PRODUITS DERIVES PAR LA SONAPRA

Réalisé et présenté par :

ABOUDOU TRAORE Mahfous

&

ALI CHABI Aïssatou

Sous la supervision de :

Maitre de stage :

M. Olivier ATOLOU

*Chef Service Exécution et Action Commerciale*

Directeur de :

Prof. Emmanuel HOUNKOU

*Enseignant Chercheur à la FASEG*

*Année académique : 2014-2015*

## INTRODUCTION

Le Bénin, à l'instar des autres pays de l'Afrique de l'Ouest, a une économie caractérisée par un secteur primaire occupant plus de 80% de la population active pendant que le secteur secondaire reste embryonnaire. Quant au tertiaire il est dominé par le commerce informel.

Alors qu'avant et au lendemain des indépendances, les produits oléagineux, en particulier le palmier à huile a joué un rôle de premier plan dans nos exportations de produits agricoles, c'est le coton qui tient aujourd'hui la vedette dans ce domaine. Il est particulièrement la principale culture d'exportation du pays et celle qui assure les revenus monétaires les plus stables pour les acteurs de cette filière, notamment l'Etat et les paysans.

Malgré l'accroissement de la consommation du coton par les industries locales (SITEX-Lokossa ; COTEB-Parakou) l'importance de la production rend l'exportation. La commercialisation du coton est assurée au Bénin par la SONAPRA, qui s'occupe de l'approvisionnement des industries locales et de l'exportation du coton fibre et des dérivés.

Mais la commercialisation du coton est une opération complexe dont l'exécution appelle l'intervention de plusieurs prestataires de services et vendeurs agréés. Dans ce contexte le présent travail se propose toutes les procédures de commercialisation du coton fibre et produits dérivés par la SONAPRA afin d'y apporter les aménagements nécessaires à une meilleure commercialisation finale à travers le thème : « ANALYSE DE LA COMMERCIALISATION DU COTON FIBRE ET DES PRODUITS DERIVES PAR LA SONAPRA ».

Nous abordons ce thème à travers une démarche structurée en trois chapitres. Dans le premier chapitre, il est question de la présentation de la structure et état des lieux sur le fonctionnement de la SONAPRA. Le deuxième chapitre est destiné au cadre théorique et méthodologique de recherche et pour finir, le troisième chapitre traite de l'analyse des résultats et suggestions.

**PREMIER CHAPITRE: PRESENTATION DE LA  
STRUCTURE ET ETAT DES LIEUX SUR LE  
FONCTIONNEMENT DE LA SONAPRA**

Nous essayerons de décrire la Société Nationale Pour la Promotion Agricole à travers son historique, sa mission et attribution, son fonctionnement et les moyens dont elle dispose pour son fonctionnement et l'observation du stage dans ce premier chapitre.

### **Section1 : Présentation de la SONAPRA**

Cette section sera consacrée d'une part à la présentation de la SONAPRA et d'autre part à sa mission et attribution.

#### **Paragraphe : 1 Historique de la SONAPRA**

La SONAPRA est une société à caractère commercial et industriel. Elle est placée sous tutelle du Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche (MAEP) et son siège à Cotonou Apkapka PK3 ,5 route Porto-Novo. Elle est née en 1983 de la fusion de la Société Nationale de Commercialisation et d'Exportation du Bénin (SONACEB), de la Société Nationale des Produits Agricoles (SONAGRI) et du Fond Autonome de Soutien (FAS). Elle est donc chargée d'exercer l'ensemble des activités de ces trois structures. La SONAPRA a fortement marqué la vie économique du Bénin par sa contribution au développement national depuis bientôt trois décennies.

Héritière des trois structures précitées, la SONAPRA s'est vue attribuer à sa création comme fonctions essentielles :

- L'approvisionnement des acteurs agricoles en facteur de production (engrais, pesticides et appareils de traitements, etc.)
- La commercialisation des produits agricoles en direction des grands consommateurs nationaux et l'exportation du surplus.
- La stabilisation et le soutien des prix des produits agricoles grâce aux ressources affectées.
- Toutes actions de promotion agricoles visant à favoriser la production ou l'amélioration des produits agricoles.

La SONAPRA a depuis ce temps contribué fortement au développement socio-économique du Bénin. Après la promotion des produits agricoles destinés à l'exportation tels que le tabac, le cacao, le karité, le baume de cajou, le maïs etc. la SONAPRA a mis sur orbite le coton qui a fini par s'imposer comme la seule spéculation génératrice de revenus aux producteurs et pourvoyeuse de devises pour l'économie nationale. Tout au long de son existence, la

SONAPRA a été marquée par d'importantes réformes. En effet, à partir des années 90, avec le vent du libéralisme qui a commencé à souffler sur notre pays et la crise que connaît la filière, plusieurs mutations sont intervenues à l'occasion desquelles certaines prérogatives de la société lui ont été progressivement retirées et, elle s'est retrouvée comme simple société d'égrenage de coton de 1990-2000 à Septembre 2008, puis organe centrale de l'Etat pour la promotion des filières agricole depuis le 19 Janvier 2009.

Chronologiquement, ces grandes mutations se sont opérées comme suit :

- 1989 : transfert à la SONAPRA, des activités industrielles et commerciales des CARDER notamment des usines d'égrenage de coton.
- 1991 : approvisionnement direct des producteurs en facteurs de production en lieu et place des CARDER.

Les fonctions assignées à la société ont été modifiées par le décret N°91-161 du 22 juillet 1991 portant approbation des statuts de la Société Nationale pour la Promotion Agricole. Les nouvelles fonctions sont les suivantes :

- L'approvisionnement des producteurs en facteur de production (engrais, pesticides appareils de traitements etc.)
- La commercialisation des produits agricoles
- L'exploitation et la gestion des unités de production agricole ou coton
- La mise en œuvre de toute action de promotion agricole visant à favoriser la production ou l'amélioration de la qualité des produits agricoles
- Toute opération se rattachant directement ou indirectement aux activités définies ci-dessus ou de nature à favoriser leur développement
- 1995 : ouverture des activités d'égrenage au secteur privée avec l'autorisation e création de trois sociétés d'égrenage privées
- 1996 : recentrage des activités de la SONAPRA sur la filière coton avec pour obligation d'alimenter le Fond de Diversification Agricole (FDA) géré à l'ONS (ex FSS)
- 1999 :
  - Transfert au secteur privé, de la responsabilité de l'organisation des consultations pour l'approvisionnement en intrants agricoles
  - Création de l'Association Interprofessionnelle du Coton (AIC) à laquelle a été transférée la gestion des fonctions critiques de la filière

coton et de la Centrale de Sécurisation de Paiement et de Recouvrement (CSPR) de la filière coton

- 2000 : levé du monopôle de la SONAPRA sur la commercialisation primaire du coton graine.
- Septembre 2008 l'Etat a cédé les usines de la SONAPRA à une société dénommée SODECO (Société de Développement Coton) et la SONAPRA s'est vue confier depuis le 19 janvier 2009, le rôle « d'organe centrale de la promotion et du développement des filières agricoles porteuses du Bénin »

## **Paragraphe 2 : Mission et attribution**

La mission de la SONAPRA consiste à : « appuyer la promotion et le développement des filières agricoles de façon à favoriser l'accroissement de la production et l'amélioration de la productivité dans les domaines de l'agriculture ; de l'élevage et de la pêche ainsi que des services liés au sous secteur »

Les nouvelles attributions de la SONAPRA conformément au cadre institutionnel de mise en œuvre du Plan Stratégique de Relance du Secteur Agricole (PSRSA) s'articule autour de :

- La mise en œuvre de la politique et des stratégies, de promotion et de développement des filières agricoles.
- La facilitation de l'accès des acteurs aux facteurs de production agricole.
- L'appui à la valorisation et à la commercialisation des produits agricoles.
- La promotion des investissements agricoles.
- La coordination et le suivi évaluation des actions conduites au niveau des structures et acteurs impliqués dans la promotion et le développement des filières agricoles.
- La mise en place et la gestion d'une base de données et de mécanismes de diffusion des informations technico-économiques sur des filières agricoles.

Elle est chargée à ce titre, de coordonner toutes les actions initiées dans ce cadre et d'apporter l'appui nécessaire aux acteurs des filières agricoles en promotion.

Les niveaux et points d'interventions sont les suivants (aux côtés des autres structures du public et du privé).

- Semences (végétale, animale, halieutique) de bonne qualité.
- Intrants spécifiques de bonne qualité (produit phytosanitaire).

- Mécanisation adaptées.
- Maitrise de l'eau.
- Financement adéquat.
- Transformation locale des produits.
- Commercialisation des produits agricoles.
- Mise en place et gestion d'une base de données et de mécanismes de diffusion des informations technico-économique sur des filières agricoles

## **Section2 Structure, fonctionnement et statut du personnel de la SONAPRA.**

Cette section abordera d'une la structure organisationnelle de la SONAPRA et son fonctionnement puis d'autre part les ressources dont dispose cette dernière.

### **Paragraphe1 : structure organisationnelle et fonctionnement de la SONAPRA.**

#### **A-Structure Organisationnelle.**

La structure organisationnelle de la SONAPRA est composée d'un organe d'administration et de direction.

##### **1-Le Conseil d'Administration(CA)**

La SONAPRA est administrée par un conseil d'administration de sept(07) membres nommés par décret pris en conseil des ministres. Ce conseil est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir au nom de la société et faire ou autoriser tous actes et opérations relatifs à son sujet.

Le conseil d'administration a notamment les pouvoirs suivants :

- Il définit la politique générale de la société en conformité avec les objectifs arrêtés dans le plan de développement économique et social de la République du Bénin, s'assure de la cohérence des différentes composantes de cette politique et en contrôle l'application ;
- Il reçoit directement la communication des rapports trimestriels et annuels des commissaires aux comptes et délibère à leur sujet ;
- Sur proposition du Directeur Générale dans les délais fixés par la loi, le conseil d'administration examine et approuve chaque année :
  - L'étude prévisionnelle sur les perspectives d'activités de la société pour l'exercice suivant ;
  - Les comptes de l'exercice écoulé ;

- Il rend compte de ces travaux directement et simultanément au Ministre de tutelle et au Ministre chargé de l'inspection des entreprises publique et semi-publique et leur soumet une répartition des bénéfices de l'exercice écoulé conformément à la loi et en tenant compte des besoins et financement révélés par l'étude prévisionnelle ;
- Il procède à toutes acquisitions, échanges et aliénation de biens meubles et immeubles ; toutefois, il ne peut procéder à la vente de fonds de commerce dont l'exploitation constituerait l'objet social ;
- Il autorise tout traité, transactions, compromis, acquiescements et désistements.

## **2-La Direction Générale(DG)**

La Direction Générale est nommée par décret sur proposition du ministre de tutelle et après avis du conseil d'administration et du Ministre chargé de l'inspection des entreprises publiques et semi-publiques. Il est mis fin à ses attributions dans les mêmes conditions. Le directeur Général assure la gestion quotidienne de la société notamment :

- L'exécution des décisions prises par le Conseil d'Administration à qui il rend compte ;
- Il est l'ordonnateur du budget de la société et veille à son exécution tant en recettes qu'en dépenses ;
- Il a autorité sur tous les personnels employés par la société ;
- Il représente valablement la société vis-à-vis des tiers dans les limites des pouvoirs qui lui ont été délégués par le Conseil d'Administration
- Il représente la société en justice ;
- Il assiste avec voix consultative aux délibérations du conseil d'administration.

Le Directeur Général est assisté dans ses missions d'un Directeur Générale Adjoint(DGA) nommé simultanément d'un assistant et des Directeurs Techniques.

## **3-La Direction Administrative et des Ressources Humaines(DARH)**

Elle se charge de la gestion du personnel, du matériel, des services communs et assure leur approvisionnement en fournitures de bureaux et achats divers. Elle dispose de :

- D'un Secrétariat Général des Ressources Humaines(SGRH) ;
- Un Service des Moyens Généraux(SMG) ;
- Un Service d'Administration du Personnel(SAP) ;
- Un Service Santé au Travail et Environnement(SSTE) ;

#### **4-La Direction Commerciale**

Cette direction se charge de toutes les opérations de commercialisation, de placement des produits agricoles et en assure leur coordination. De même, elle exécute toutes les opérations relatives à l'achat et à la mise en place d'engrais, d'insecticides, et d'appareils de traitement en accord avec les structures concernées. Elle dispose de :

- Un secrétariat de direction, assisté d'un agent de liaison ;
- Cinq services techniques généraux :
  - 1-le Service Intrants et Crédits Agricoles(SICA)
  - 2- le Service Vente et Marketing(SVM)
  - 3- le service Logistique et Transport(SLT)
  - 4-le Service Exécution et Administration Commerciale(SEAC)
  - 5-le Service Statistique Commerciale et Facturation(SSCF)
- Un service technique spécifique au coton ;

#### **5- La Direction de l'Audit et du Control de Gestion(DACG)**

La DACG est responsable de l'audit interne de la société et de la gestion des dossiers de prise de participation. A cet effet elle a pour rôle :

- Assister le DG dans le processus de prise de décision ;
- Apprécier et évaluer les éléments du budget ;
- Contrôler l'utilisation des lignes budgétaires allouées à chaque département ;
- Contrôler les engagements vis-à vis des tiers ;
- Coordonner les activités de contrôle et d'inspection générale ;

En plus du contrôle budgétaire, nous avons l'audit interne qui est assuré par un service audit interne sous la supervision du Directeur de l'Audit et de contrôle de Gestion.

## **6-La Direction Comptable et Financière(DCF)**

Elle s'occupe de toutes les opérations comptables, financières et fiscales de l'entreprise afin de garantir à cette dernière une rentabilité optimale et une satisfaction de son patrimoine. A cet effet elle est chargée de :

- Participer avec le Direction de l'Audit et du Contrôle de Gestion à l'élaboration du budget annuel et de compte prévisionnel de la société ;
- Rechercher les fonds nécessaires et d'en contrôler la bonne utilisation ;
- Participer à l'établissement des comptes périodiques et annuels et d'élaborer les Etats financiers en fin d'exercice comptable ;
- Traiter les opérations fiscales ;

## **7- La Direction de la Programmation du Suivi et de la prospective :(DPSP)**

Elle assume une mission de centralisation et de synthèse des informations liées aux activités de la société, d'analyse des facteurs de leur évolution et d'élaboration des programmes subséquents.

Dans le cadre de ses attributions, la DPSP assure :

- L'élaboration de propositions de stratégies pour la promotion agricole ;
- La mise à jour et la gestion d'une base de données relatives aux filières agricoles ;
- Le développement de la communication notamment au niveau des structures de la société ;
- Le traitement et la diffusion des informations et données statistiques ;
- La tenue de la documentation et des fiches de suivi des programmes et des fiches de suivi des programmes et des résolutions du conseil d'administration ;
- La préparation, la négociation et le suivi des projets issus des programmes ;

## **8- la Cellule de Passation des Marchés (CPM)**

La cellule de passation des marchés de la SONAPRA est placée sous l'autorité du Directeur Général. Elle est chargée de la conduite de l'ensemble des procédures de passation de tous les marchés dont les montants sont inférieurs aux seuils fixés par le code des marchés publics au Bénin.

### **9-la Direction de l'Information et de l'Organisation(DIO)**

Elle est une structure de pilotage et d'appui informatique aux différentes directions technique de la SONAPRA. Elle élabore, coordonne et centralise les différentes applications informatiques, participe au développement de nouvelles applications après analyse des besoins de la Direction Générale et assure la maintenance informatique.

### **10-les Directions Régionales d'Exploitation(DRE)**

Dans le cadre d'un meilleur suivi des activités, les directions régionales d'exploitation sont les répondants de la Direction Générale de la SONAPRA au niveau régional et relèvent de l'autorité hiérarchique directe du Directeur Général.

Les directions régionales d'exploitation basées l'une à Parakou pour la région Nord et l'autre à Bohicon pour la région centre exercent leurs activités en étroite collaboration avec les directions techniques du siège. Ainsi, les opérations spécifiques d'engagement de dépense de fonctionnement et celle liées à l'exécution des campagnes doivent respecter les principes d'autorisation préalable du directeur général après étude par les directions techniques concernées.

### **Paragraphe 2 : Statut de personnel de la SONAPRA et Déroulement du stage.**

Le personnel de la SONAPRA est constitué des agents conventionnels, des agents permanents de l'Etat (APE) et des contractuels.

#### **A- Agents conventionnels**

Ils sont directement recrutés par la SONAPRA sous un contrat de travail à durée indéterminée.

#### **B- Agents permanents de l'Etat**

Ils sont directement recrutés par l'Etat suite à un concours national. Toutefois, ils sont aussi envoyés par le ministre de tutelle.

Le tableau ci-dessous présente un récapitulatif de toutes les catégories des agents de la SONAPRA.

**Tableau n°1** répartition des agents de la SONAPRA par catégorie professionnelle en poste au 31/03/2015

Directions	statuts		
	Conventionnes	Détaches	Contractuels
Directions générale	54	4	22
Direction comptable et financière	13	1	3
Direction administrative	19	1	4
Direction commerciale	29	1	5
Direction industrielle	7	0	2
Service classement coton	22	0	0
Total	144	7	36

**Source :** Direction des Ressources Humaines.

### **C- DEROULEMENT DU STAGE**

Notre stage s'est déroulé à la direction Générale de la SONAPRA plus précisément à la direction commerciale. Au cours de notre stage, nous avons exécuté comme tâches le remplissage des bons de commande de coton fibre et autre. Nous sommes passés aussi chez les transitaires et contrôleurs de coton fibre avec nos maîtres de stage afin de rentrer en contact avec les problèmes empêchant le bon déroulement de la campagne cotonnière.

Il faut aussi noter que durant notre stage nous avons rencontré des problèmes comme le non disponibilité du personnel de la SONAPRA. Il y a aussi un manque d'information à notre niveau pour un bon déroulement du travail. Enfin la durée du stage était très courte pour comprendre en profondeur la commercialisation du coton fibre.

**DEUXIEME CHAPITRE : CADRE THEORIQUE ET**  
**METHODOLOGIQUE DE RECHERCHE.**

Dans ce chapitre, il est question de faire ressortir ce qui nous a conduits à choisir ce thème, les objectifs et hypothèses de recherche. Nous allons ensuite exposer une revue de littérature puis proposer une procédure à adopter afin d'atteindre les objectifs visés.

### **Section 1 de la problématique aux objectifs de l'étude**

Cette section est consacrée en premier lieu à la problématique et l'intérêt de la commercialisation coton fibre et des produits dérivés et finir par les objectifs et hypothèses.

### **Paragraphe 1: problématique et intérêt de la commercialisation coton fibre et des produits dérivés**

#### **I –Problématique**

Le domaine de l'activité économique qui intéresse aussi bien les pays de l'Afrique de l'Ouest est la filière coton. Ce secteur constitue une source de création de richesse dans ces pays. Dans la plupart des pays sous-développés comme le Bénin l'exploitation du secteur filière coton est confiée à une entreprise publique. Au Bénin l'exploitation de ce secteur est confiée à la SONAPRA.

Une société selon BORDEAUX (1996) est une structure économique et sociale qui regroupe les moyens humains, matériel, immatériel (services) et financiers qui sont combinés de manière organisée pour fournir des biens et des services dans un environnement concurrentielle (le marché) ou non concurrentielle (le monopole).

L'une des préoccupations majeures de toute entreprise est d'être le leader dans son domaine d'activité. Pour atteindre cet objectif, une entreprise commerciale comme la SONAPRA doit avoir une bonne politique commerciale pour pouvoir aisément vendre ses produits. Ceci pose alors le problème d'une bonne gestion commerciale qui est une contrainte qui s'impose à toute entreprise commerciale qui veut assurer sa pérennité.

La SONAPRA n'échappe donc pas à cette réalité, bien au contraire il doit faire l'objet d'une gestion sérieuse car sa part de contribution au budget national est assez importante.

Pour remédier à cela, elle doit améliorer la gestion de ses ventes, particulièrement celle du coton fibre qui représente une part importante de sa vente et qui nécessite un suivi rigoureux.

C'est ce qui nous a motivés à mener notre recherche sur « L'ANALYSE DE LA COMMERCIALISATION DU COTON FIFRE ET DES PRODUITS DERIVES PAR LA SONAPRA ».

Afin de mieux cerner les contours de ce thème, nous pouvons raisonnablement nous poser comme question centrale :

- Comment se déroule la commercialisation du coton fibre et produits dérivés par la SONAPRA.

## **II-INTERET DE L'ETUDE :**

Nous avons choisir ce thème « Analyse de la commercialisation du coton fibre et des produits dérivés par la SONAPRA » d'une part parce qu'il est de notre domaine d'étude et d'autre part nous avons remarqué que la SONAPRA est en période de campagne et la vente du coton fibre est d'actualité. Enfin les conclusions et suggestions auxquelles nous allons aboutir pourront aider les responsables de ladite société à tirer de leçons et corriger les insuffisances.

## **PARAGRAPHE 2 : Objectifs et hypothèses de recherche.**

### **A-OBJECTIFS DE RECHERCHE**

#### **1-Objectif général**

Apprécier le déroulement de la commercialisation du coton fibre et des produits dérivés par la SONAPRA.

#### **2-Objectifs spécifiques :**

Pour atteindre l'objectif général fixé ci-dessus, notre recherche nous permet :

- ❖ D'identifier le mode de fixation du prix du coton fibre et des produits dérivés par la SONAPRA.
- ❖ Evaluer l'opération de la vente de la vente du coton fibre et de ses dérivés.

### **B-HYPOTHESES DE RECHERCHE**

Pour atteindre les objectifs ainsi fixés, nous avons posé trois hypothèses à savoir :

- l'établissement d'un contrat de vente entre la SONAPRA et ses clients permet une bonne opération des ventes ;
- le prix du coton fibre est fixé par la SONAPRA ou l'acheteur ;
- La demande est faite sur la base de la disponibilité en qualité, quantité et en temps réel ;

## **SECTION 2 : Revue de la littérature et méthodologie.**

La revue de littérature et méthodologie de recherche ont pour but de présenter les études et théories antérieurs qui ont abordé un ou plusieurs aspects du thème.

Afin de mieux apprécier notre travail, il nous est nécessaire d'apporter quelques précisions sur certain nombre de concepts.

### **PARAGRAPHE 1 : Revue de littérature.**

#### **A-DEFINITION DE QUELQUES CONCEPTS**

L'analyse de la commercialisation du coton fibre et de ses dérivés nécessite la maîtrise de certains concepts à savoir : la notion de commercialisation, la fixation du prix de vente, la qualité produit, le contrat de vente, la notion de marché.

##### **1-la Notion de commercialisation**

Une des fonctions de la commercialisation couramment rencontrée est la suivante : « la commercialisation est le processus social et de gestion par lequel les particuliers et les groupes ont accès à ce qu'ils cherchent et dont ils besoin en créant et en échangeant des produits de valeurs avec d'autres ». (Kotler et Armstrong 1987)

La définition la plus stricte consiste à avoir la commercialisation comme une fonction de l'entreprise commerciale entre la production et les marchés, qui veillent à un transfert fluide de la production vers les consommateurs.

La commercialisation est née de la nécessité de prendre d'avantage en considération les facteurs liés à la demande dans la planification de la production. La fonction de la commercialisation est de canaliser l'information sur les besoins des consommateurs vers la production et l'information sous la satisfaction des besoins des consommateurs. La puissance de la commercialisation réside principalement dans l'aspiration à produire et à vendre uniquement les types de produits qui font l'objet d'une demande. Les biens ne sont pas

commercialisés de n'importe quelle façon, à n'importe quel moment et à n'importe quel lieu, les lieux de distribution, les temps et la désignation des partenaires font l'objet de l'étude de marché.

## **2-la fixation du prix de vente**

La fixation du prix de vente repose sur trois facteurs :

- Les couts : le prix de vente doit permettre de couvrir les couts et d'assurer à l'entreprise une marge de rentabilité. Les couts sont en partie liés aux relations de l'entreprise avec ses fournisseurs.
- La demande : le prix doit être en cohérence avec les attentes des consommateurs en termes de prix et généralement de qualité (cf. notion de prix psychologique, partie2)
- La concurrence : le prix doit permettre de positionner l'offre par rapport à celles de ses concurrents. La compétitivité prix permet d'assurer les parts de marché de l'entreprise et ainsi sa rentabilité.

La fixation du prix peut alors suivre trois logiques :

- Par les coûts : on calcule le prix de revient, on ajoute la marge souhaitée. Mais le prix obtenu correspond-il aux attentes des consommateurs ? est-il compétitif par rapport aux concurrents ?
- Par la demande : on établit le prix de vente selon la méthode du prix psychologique.

## **3-Qualité produit**

La qualité est de plus en plus une variable essentielle pour toute entreprise qui propose des biens et / ou des services sur un marché. La qualité d'un produit couvre sa performance, mais aussi sa disponibilité. Elle est devenue un argument essentiel de choix pour les clients. C'est un facteur que les premiers doivent savoir atteindre de sorte à éviter que les seconds ne puissent la mettre en doute. La qualité est bien souvent, interprété de manières très diverses. Dans le langage courant, on parle de produit de première qualité, ce qui signifie que le client est satisfait de la marchandise et des services offerts.

Pour lui, la qualité est synonyme de satisfaction. Pour l'entreprise en revanche, la qualité implique par exemple la rapidité disponibilité des produits à des coûts avantageux.

## **4-Contrat de vente**

Un contrat de vente est une convention par laquelle une personne s'oblige à livrer une chose, et un autre à la payer. Ce contrat, qui fait partie des contrats spéciaux, peut être fait par acte authentique ou sous seing privé et il a pour éléments caractéristique : le prix, la chose (bien ou service) et le transfert de propriété. La vente est donc un contrat portant sur une chose, elle organise le transfert de propriété (différent d'une simple organisation de l'utilisation) : la chose sort du patrimoine de quelqu'un pour entrer dans celui d'un autre. La vente est un contrat translatif de propriété, ce n'est pas cependant pas celui qui est apparu historiquement en premier : elle n'a pu apparaître que lorsque la monnaie est apparue ; elle a alors remplacé le troc (l'échange).

## **5-Notion de marché**

### **a-Définition de marché**

Le marché est le lieu de rencontre entre l'offre et la demande. Il peut être défini :

- Selon le lieu d'écoulement des produits : local, régional, national, international,...
- Selon le type de produit ou de service : le marché de vin, de travail ;
- Selon le type de producteur ;

### **b-la demande**

Selon A. JACQUEMIN et H.TUCKENS ,2004 ; la demande est la quantité d'un bien qu'un acheteur soit prêt à acquérir au cours d'une période déterminée. Elle dépend du prix du bien, des prix des biens, du revenu du consommateur et ses goûts.

### **c - l'offre**

Contrairement à la demande, l'offre ne s'analyse pas comme l'expression du comportement de l'individu désirant satisfaire un besoin. Elle est une notion plus complexe que la demande.

L'offre d'un bien représente la quantité de ce bien que son producteur ou son détenteur est prêt à vendre au cours d'une période déterminée.

## **Paragraphe2 : choix de la méthodologie de recherche**

La méthodologie de recherche étant un élément privilégié de toute entreprise de recherche, elle trace la procédure que nous avons suivie pour le choix de l'échantillon, la manière dont l'étude est conduite et les outils d'analyse et stratégie de vérification des hypothèses. Elle est constituée de l'approche empirique et de l'approche théorique.

### **A-Approche empirique**

- Objectifs de la collecte des données ;
- Cadre de l'enquête et population mère ;
- La recherche documentaire ;
- Nature de la collecte des données ;
- Echantillonnage ;
- Traitement des données et outils d'analyse ;
- Spécification des données à immobiliser ;
- Conception des questionnaires ;
- Outil de présentation des données ;

### **1-objectifs de la collecte des données**

Les objectifs que nous visons à travers nos enquêtes sont ceux de la mobilisation des informations nécessaires à la vérification des hypothèses formulées dans notre travail de recherche. Ainsi la collecte des données nous permettra de voir si :

- C'est le prix du marché international qui permet à la SONAPRA de fixer le prix du coton fibre.
- La disponibilité du produit aux acheteurs s'explique par la qualité, la quantité et en temps réel ;
- La bonne réalisation de la vente est due à un accord sur le contrat de vente ;

### **2-cadre de l'enquête et population mère**

La ville de Cotonou a été retenue comme lieu d'enquête en raison de la situation géographique de la SONAPRA.

Notre population cible est composée des agents de la direction commerciale(DC) et des transitaires qui aident la SONAPRA à exporter les produits.

### **3- la recherche documentaire**

Elle a été menée essentiellement dans les bibliothèques de l'ENEAM, l'UPIB-Bénin sans oublier les archives de la SONAPRA. Nous y avons consulté des ouvrages, rapports et mémoires se rapportant au domaine d'étude. Cette recherche documentaire primordiale dans la conduite de nos travaux, nous a permis entre autre de faire une synthèse des informations disponible dans ce domaine , de formuler la problématique, de rédiger la revue de littérature et de compléter les données collectées au cours de l'enquête.

### **4-nature de la collecte des données**

La collecte des données sera effectuée essentiellement au moyen des questionnaires pour les hypothèses émises.

### **5-échantillonnage**

L'échantillonnage retenu a été choisi sur le plan interne et externe ; est composé du personnel de la Direction Commerciale (DC) et des transitaires de la SONAPRA.

### **6-traitement des données et outils d'analyse**

Les données recueillies sur le terrain ont été traitées grâce à l'outil informatique, notamment le logiciel Word et Excel.

Les outils d'analyse utilisés sont des tableaux et les outils statistiques simples. En effet, pour une bonne appréciation des résultats, nous les avons présentés sous forme de tableau.

### **7- spécification des données à mobiliser**

Les informations à recueillir doivent nous permettre de :

- Déterminer les raisons qui sous-tendent que le prix du coton du fibre dépend du prix à l'international ;
- Connaître la base de la disponibilité des produits aux acheteurs par la SONAPRA ;
- Savoir comment les ventes se réalisent à la SONAPRA ;

### **8-conception des questionnaires**

Pour la collecte des données, nous avons élaboré un seul type de questionnaire relatif aux problèmes spécifiques qui renferme des questions fondamentales qui vont nous permettre de

vérifier les hypothèses. Le dit questionnaire figure en Annexe. Elle est au nombre de trente-cinq questionnaire.

### **9-outil de présentation des données**

Les résultats de nos enquêtes sont présentés selon la méthode de tris à plat afin d'infirmier ou de confirmer les hypothèses. La représentation graphique des résultats sera faite sous la forme de courbe.

### **B-Approche théorique**

Cette partie regroupe l'ensemble des outils de résolution de la problématique et des outils de décisions qui vérifient les hypothèses formulées. Cette partie est intimement liée aux questionnaires qui seront formulées à la fin de notre travail. Donc nous auront :

#### **1-Choix théorique lié à la fixation du prix du coton fibre par la SONAPRA ou acheteur**

##### **Présentation de la théorie retenue**

La théorie retenue est celle de **la méthode de fixation du prix de vente qui repose sur le coût** développé dans l'ouvrage de « la notion de prix psychologique, partie2 » de Simon (1989) à travers sa définition suivante : « le prix de vente doit permettre de couvrir les coûts et d'assurer à l'entreprise une marge de rentabilité ».

#### **2- Choix théorique lié à la disponibilité du coton fibre et produit dérivé**

##### **Présentation de la théorie retenue**

Nous n'avons pas de théorie mais des **normes économiques qui prévoient le recours à une bonne stratégie de distribution des produits**. Nous pourrions aussi nous référer aux propositions de solutions de monsieur BOGA (1998).

**TROISIEME CHAPITRE : ANALYSE EMPIRIQUE DE LA  
COMMERCIALISATION DU COTON FIBRE ET PRODUITS  
DERIVES PAR LA SONAPRA.**

Nous allons procéder dans ce chapitre dans un premier temps à la présentation et analyse des résultats puis dans un second temps à la formulation des approches de solutions et de leur condition de mise en œuvre.

### **Section1 : Analyse des données**

A ce niveau, notre travail porte sur la présentation et l'interprétation des données ; l'analyse des informations afin de proposer des solutions aux problèmes.

#### **Paragraphe1 : présentation et analyse des données.**

##### **I-Réalisation de l'enquête**

L'enquête a consisté à collecter des informations auprès des agents de la Direction Commerciale (DC) et des transitaires agréés de la SONAPRA.

##### **➤ Taux de réalisation de l'enquête**

Il faut signaler que sur les quarante (40) questionnaires distribués à la population cible, trente-cinq (35) ont été récupérés et traités, ce qui donne un taux de 87,50% par rapport à l'échantillon retenu. Les cinq (05) autres questionnaires remplis ne nous ont pas été retournés à temps.

Les résultats de l'enquête réalisée seront présentés et analysés en tenant compte de chacun des problèmes spécifiques en résolution. Il s'agit de la présentation et de l'analyse des données à caractère quantitatif.

##### **II-Difficultés rencontrées**

Les difficultés rencontrées n'affectent pas les données recueillies. Elles n'expliquent que les limites de ces informations. Diverses difficultés ont été rencontrées et ont constitué des obstacles au bon déroulement de l'enquête.

Les difficultés liées à l'enquête tiennent compte surtout de la diversité, la disparité et de l'indisponibilité des personnes ciblées.

La plupart des cadres sur qui portait notre enquête se sont montrés réticents à nous fournir les informations, pour la simple raison qu'ils étaient trop occupés. Mais, après maintes explications, certains d'entre eux finissent par comprendre la pertinence du problème et acceptent alors de remplir le questionnaire tandis que d'autres refusent catégoriquement.

Néanmoins, nous avons su mettre à profit notre chronogramme afin de recueillir les données nécessaires à notre étude.

Quant aux limites, elles sont inhérentes à la qualité et à la fiabilité des informations obtenues. Cependant, eu égard au temps qui nous est imparti et aux moyens dont nous disposons, nous avons pu réaliser l'enquête au niveau d'une bonne partie de la population cible. Ainsi les données recueillies et exploitées ne concernent que les personnes ciblées plus haut.

D'autres limites sont liés au peu de temps que les enquêtés nous consacrent pour répondre aux questions.

Néanmoins, nous nous sommes efforcés pour respecter autant que faire se peut, les règles, normes et principes académiques établis et arrêtés e la matière.

### **Paragraphe2 : Analyse des résultats des données.**

Dans cette partie, notre étude se concentrera sur l'analyse des résultats des données.

### **I-Analyse des résultats relatifs au problème spécifique n°1 de fixation du prix du coton fibre à partir du prix du marché international.**

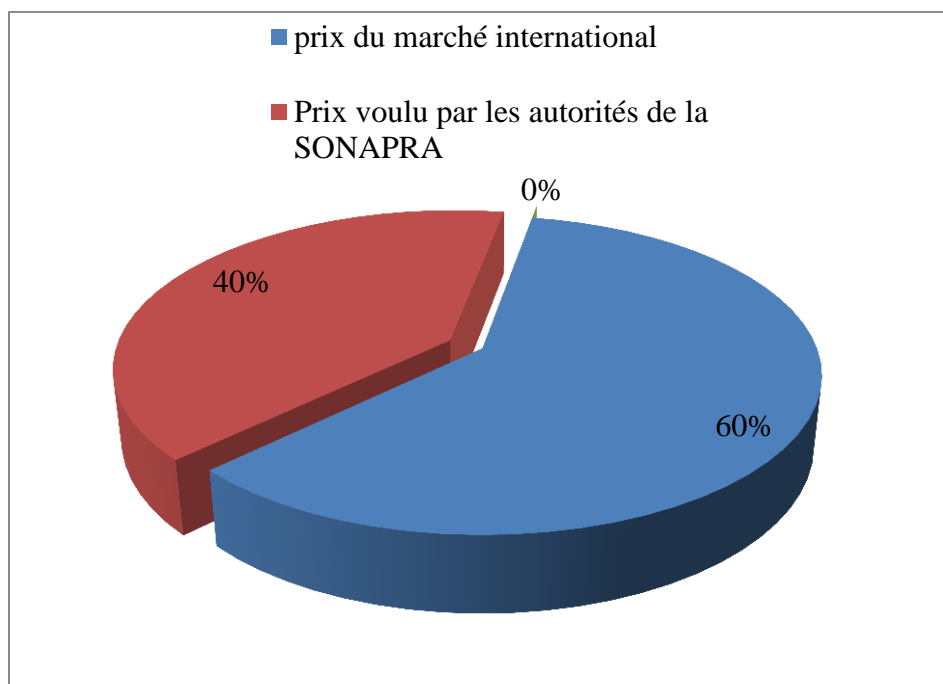
Pour plus d'efficacité dans la vérification de l'hypothèse liée à ce problème de fixation du prix du prix du coton fibre à partir du prix du marché international, une seule question figurant dans le questionnaire a été posée à tous les éléments de l'échantillon, soit un total de trente-cinq (35) enquêtés.

Les résultats issus de la question n°1 de notre questionnaire sont présentés dans le tableau ci-après :

**Tableau n°2** : Répartition des données d'enquête par rapport au problème spécifique n°1

Modalités	Nombre d'observation	Fréquences relatives(%)
prix du marché international	21	60
Prix voulu par les autorités de la SONAPRA	14	40
Autre	0	0
Total	35	100

**Source** : *Résultat de nos enquêtes*

**Graphique n°1 :** Répartition des données d'enquêtes relatives au problème spécifique n°1

Par rapport au tableau et au graphique ci-dessus, face à la question relative à la fixation du prix du coton fibre et ses dérivés, 60% des enquêtés pensent que ce problème est dû au prix du marché international ; 40% trouvent que cette situation est plutôt due aux prix voulus par les par les autorités de la SONAPRA.

De cette analyse, nous retiendrons comme cause étant à la base de la fixation du prix du coton fibre et ses dérivés, le prix du marché international.

**II-Analyse des résultats relatifs à la disponibilité du coton fibre aux acheteurs**

La question relative à ce problème est adressée à tous les éléments constitutifs de l'échantillon soit un total de trente-cinq (35) enquêtés.

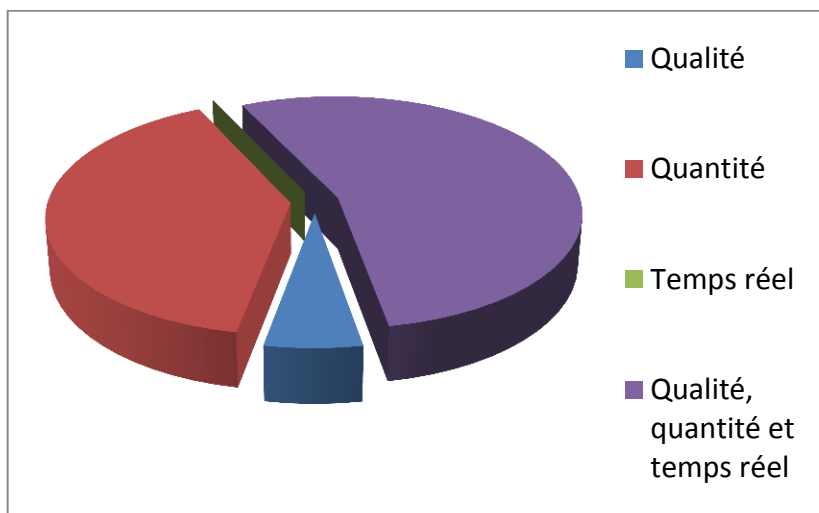
Les résultats relatifs se présentent dans le tableau suivant :

**Tableau n°3 :** Répartition des données d'enquêtes par rapport au problème spécifique n°2

Modalités	Nombre d'observation	Fréquences relatives (%)
Qualité	2	5,71
Quantité	14	40
Temps réel	0	0
Qualité, quantité et temps réel	19	54,29
Total	35	100

**Source :** *Résultat de nos enquêtes*

**Graphique n°2 :** Répartition des données d'enquête relatives au problème spécifique n°2



**Source :** *Résultat de nos enquêtes*

La lecture du tableau n° et l'analyse du graphique nous permettent de constater que 40% des enquêtés pensent que cela est dû à la quantité ; 5,71% pensent que c'est due à la qualité et les 54,29% restants trouvent que cela est dû à la quantité, qualité et temps réel.

En définitive, il ressort de la lecture du tableau et de l'analyse du graphique que la qualité, la quantité et le temps réel sont à la base de la disponibilité du coton fibre et ses dérivés aux acheteurs.

### **III- Analyse des résultats relatifs à l'opération de vente du coton fibre et produits dérivés**

A ce titre, une seule question fondamentale se trouvant dans le questionnaire a été posée pour conduire l'enquête à la vérification de l'hypothèse liée à ce problème.

Il sera présenté dans le tableau ci-après, les résultats issus de la question n°3de notre questionnaire.

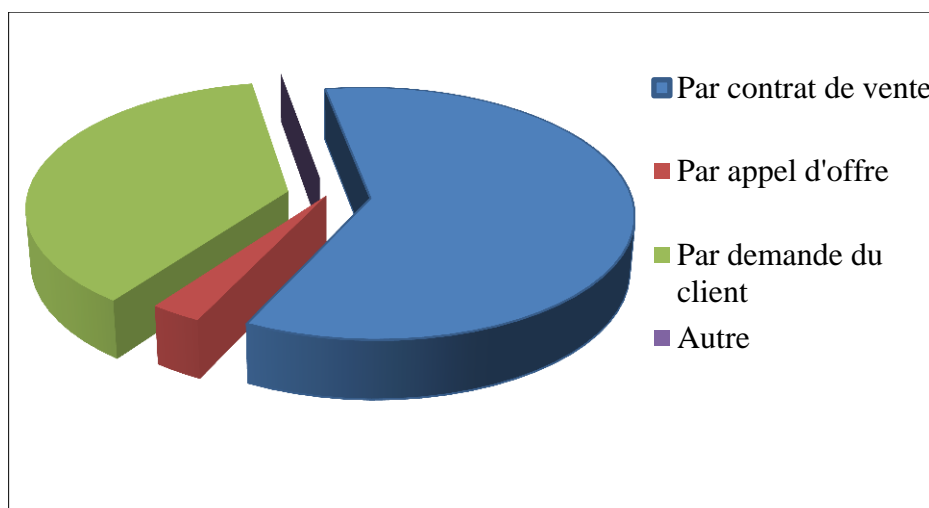
**Tableau n°4 :** Répartition des données d'enquête par rapport au problème spécifique n°3

Modalités	Nombre d'observation	Fréquences relatives (%)
Par contrat de vente	21	60
Par appel d'offre	1	2,86
Par demande du client	13	37,14

Autre	0	0
Total	35	100

**Source :** *Résultat de nos enquêtes*

**Graphique n°3 :** Répartition des données d'enquête relatives au problème spécifique n°3



**Source :** *Résultat de nos enquêtes*

Par rapport au tableau et au graphique ci-dessus, face à la question relative à la vente du coton fibre, 60% des enquêtés pensent que ce problème est dû au contrat de vente ; 2,86% trouvent que c'est l'appel d'offre ; 37,14 % pensent que c'est la demande du client.

De cette analyse, nous retiendrons comme cause plausible de l'opération de vente, le contrat de vente.

## **Section 2 : Vérification des hypothèses et condition de mise en œuvre des solutions.**

Dans cette partie nous allons apprécier le degré de validation des hypothèses en nous basant sur l'analyse des données de nos enquêtes avant d'aborder la formulation des approches de solutions et les conditions de mise en œuvre.

### **Paragraphe1 : Vérification des hypothèses et établissement du diagnostic.**

Nous allons procéder à la vérification des hypothèses élaborées et à l'établissement du diagnostic.

## **I- Vérification des hypothèses**

### **A- Degré de validation de l'hypothèse n°1**

Le seuil de décision arrêté par rapport à l'hypothèse selon laquelle le prix du marché international permet à la SONAPRA de fixer le prix du coton fibre et produits dérivés, est que le choix se fera par rapport à l'item dont le poids sera supérieur à 50 /100.

En effet, les données quantitatives ayant servi de base à notre analyse ont révélé la fixation du prix du coton fibre et dérivé est due :

-Au prix du marché international avec un taux de 60/100

-Au prix voulu par les autorités de la SONAPRA avec un poids de 40 /100

De ce qui précède, il ressort que l'item 1 sera retenu. Alors l'hypothèse selon laquelle le prix du marché international permet à la SONAPRA de fixer le prix du coton fibre et produit dérivé est confirmée.

### **B- Degré de validation de l'hypothèse n°2**

D'après le seuil de décision retenu en ce qui concerne l'hypothèse selon laquelle la disponibilité du coton du coton fibre et produits dérivés serait la disponibilité en quantité, qualité et temps réel, il sera retenu tout item qui aura le pourcentage le plus élevé comme une cause plausible se trouvant à la base de cette hypothèse.

En effet, les données quantitatives ayant servi de base à notre analyse ont révélé que cela est dû :

-A la qualité avec un poids de 5,71/100 ;

-A la quantité avec un taux de 40/100 ;

-A la qualité, quantité et temps réel à un taux de 54,29/100 ;

Il ressort des résultats que la disponibilité du coton fibre et produits dérivés aux acheteurs en qualité, quantité et temps réel est l'item ayant obtenu le pourcentage le plus élevé. L'hypothèse 2 est confirmée.

### **C- Degré de validation de l'hypothèse n°3**

Le seuil de décision arrêté par rapport à l'hypothèse selon laquelle le contrat de vente permet une bonne opération des ventes, sera retenu tout item qui aura le pourcentage le plus élevé comme une cause plausible se trouvant à la base de l'opération de vente.

-Au contrat de vente avec un taux de 60/100 ;

-Appel d'offre à un taux de 2,86/100 ;

- A la demande client à un taux de 37,14/100 ;

Il en ressort des résultats que le contrat de vente est l'item qui a obtenu un taux plus élevé. Nous pouvons donc conclure que l'hypothèse 3 est confirmée

## **II- Etablissement du diagnostic**

A ce niveau, nous allons procéder à l'établissement du diagnostic.

### **A-Elément du diagnostic lié au problème spécifique n°1**

Le prix du marché international explique la fixation du prix du coton fibre et produits dérivés par la SONOPRA.

### **B- Elément du diagnostic lié au problème spécifique n°2**

La qualité, la quantité et le temps réel explique la disponibilité du coton fibre aux acheteurs.

### **C-Elément du diagnostic lié au problème spécifique n°3**

Le contrat de vente est la cause d'une bonne opération des ventes de coton fibre et produits dérivés.

## **Paragraphe 2 : Approche de solutions ou suggestion et condition de mise en œuvre**

### **A-Suggestions ou approche de solutions**

Les mesures correctives que nous suggérons relativement à cette étude sur la SONAPRA afin de corriger les insuffisances vont aussi bien à l'endroit de la SONAPRA qu'à celui de l'Etat et se résume comme suit :

#### **1-A l'endroit de la SONAPRA**

##### **a-suggestions au problème spécifique n°1 de fixation du prix du coton fibre et produits dérivés**

Pour atteindre ses objectifs, la SONAPRA interroge certaines filatures et autres sources afin de disposer d'informations concurrentes qui lui permettent avec le tableau des écarts du Havre, de positionner les prix-plancher SONAPRA pour chaque qualité de coton. Chaque acheteur agréé fournit aussi à la SONAPRA par télex ou par fax de façon journalière, hebdomadaire ou mensuelle, les informations en sa possession sur l'évolution du marché.

Pour les dérivés du coton comme les graines de coton, la SONAPRA doit suivre l'évolution des marchés (tendance du marché, perspectives à moyen et court termes prix F.O.B ports d'Afrique de l'ouest et du centre) des oléagineux en général et des graines et tous autres produits cotonniers en particulier à partir des informations commerciales courantes et celles des revues spécialisées : marchés tropicaux et méditerranée, moniteurs du commerce international.

**b-suggestions au problème spécifique n02 de disponibilité du coton fibre et produits dérivés aux acheteurs**

**c-suggestions au problème spécifique n°3de l'opération de vente du coton fibre et produits dérivés**

**2-A l' endroit de l'Etat béninois**

Dans plus de 90% des cas, des décisions de fonctionnement proviennent de l'Etat par l'intermédiaire du conseil d'administration. Ce qui entrave parfois les bonnes initiatives de certains Directeurs techniques s'expliquant souvent par la lourdeur administrative. Ainsi, nous demandons à l'Etat, de revoir la structure juridique de la SONAPRA en lui donnant un certain nombre de pouvoir de décision. Outre cette mesure, nous allons ensuite demander à l'Etat de revoir sa procédure de nomination des Directeurs Généraux de la maison car cela peut participer à la baisse du chiffre d'affaire en ce sens qu'une action entamée peut être interrompue en pleine exécution parce que son initiateur a été remplacé par une autre personne d'ailleurs. C'est pour cette raison que nous demandons à l'Etat de choisir désormais les Directeurs Généraux au sein du personnel existant dans la mission ; cela faciliterait énormément l'essor de la société.

**B-Condition de mise en œuvre**

Les solutions proposées ci-dessus ne trouvent leur efficacité qu'après la mise en place de certaines conditions favorables à leur mise en œuvre au sein de la SONAPRA.

Ainsi, nous faisons des recommandations à l'endroit des dirigeants et du personnel de la SONAPRA.

**1-Recommandations à l'endroit des dirigeants**

Pour une efficacité des solutions proposées, les dirigeants doivent :

- Avoir une volonté manifeste ;
- Elaborer une stratégie de fidélisation des acheteurs ;
- Mettre en place un service de commercialisation digne du nom pour pouvoir faciliter la commercialisation du coton fibre ;
- Trouver des solutions idoines aux interventions farouches du gouvernement dans certaines décisions ;
- Dynamiser les opérations de vente ;
- Adapter nos modes de fonctionnement pour mieux répondre aux attentes et besoins de nos acheteurs ;
- Rendre l'organisation interne performante ;
- Assurer une formation connue et adapter aux besoins du personnel ;
- Prendre des décisions allant dans la bonne marche des activités de la société ;
- Inciter le personnel en mettant en place une politique de stimulation et de motivation.

## **2-Recommandation à l'endroit du personnel**

La mise en œuvre des propositions de solutions énumérées doit nécessiter une certaine flexibilité de la part du personnel.

En effet, le personnel doit faciliter la mise en œuvre de ces propositions de solutions en faisant une analyse objective de la situation, en mettant toujours l'intérêt général au-dessus des intérêts individuels. Les agents doivent être associés aux prises de décisions et l'ambiance de travail doit être conviviale.

Aussi faut-il des améliorations et des réorganisations dans l'exécution du travail dans le sens de la croissance des performances.

Par ailleurs, il faut une collaboration franche entre le personnel et les décideurs.

## **Conclusion**

Un des piliers de l'économie Béninoise, la SONAPRA fait partir des rares sociétés d'Etat qui jouit d'une bonne santé financière et qui participe au financement des activités de l'Etat. Elle s'acquitte régulièrement de ses impôts sans aucun problème. Au vue de l'importance de cette société dans la vie économique Béninoise, il faut mettre en œuvre des actions pour agrandir sa bonne gestion afin qu'elle soit pérenne. C'est ainsi que nous nous sommes intéressés à la commercialisation du coton fibre et produits dérivés qui représente un élément principal génératrice de revenu pour la société.

A cet état, la Société Nationale pour la Promotion Agricole (SONAPRA) adopte une stratégie adéquate pour la commercialisation du coton fibre et produits dérivés. Mais cette stratégie n'est pas totalement efficace puisque la société ne remplit pas parfois sa part de responsabilité envers certains acheteurs. Pour améliorer son système commercial, elle doit faire l'objet d'une gestion rigoureuse vue son importance dans le tissu économique béninois. L'entreprise doit donc définir une stratégie qui lui permet une bonne gestion commerciale. Nos souhaits pour cette société est que les dirigeants prennent en compte nos suggestions et mènent toujours des actions efficaces pour le commercial. Elle doit prendre des mesures idoines pour remédier au risque d'avarie.

Nous n'avons pas la prétention d'avoir abordé tous les aspects de ce problème de commercialisation ; ce n'est que notre contribution pour améliorer le système. Nous souhaiterons que l'étude soit prolongée par d'autres personnes et toujours pour la commercialisation du coton fibre et produits dérivés par la SONAPRA.

## DEDICACE 1

Je dédie cette œuvre à :

- A mes chers parents **ALI CHABI ET SIDI Assana**
- A M<sup>me</sup> **Yvonne BETE** et son époux **Franck BETE**
- A M<sup>me</sup> **ALI Delphine** et son époux **OROU NIKI ALI**, mes frères et sœurs  
**Mahamed, Houdou, Amina, Zaria et Amidou**

*ALI CHABI Aïssatou*

## DEDICACE 2

Je dédie ce mémoire à :

- A mes chers parents **ABOUDOU ET BIO BERI Oumou**
- Mes Frères et sœurs, **El-hadj Moutawakilou, Fadil, Nabil, Nassireen et Nihad**
- Mes oncles et autre personnes **BAKARI Hadi, SABI ZEGUI Hafidz et SABI ZEGUI Arouna**

*ABOUDOU TRAORE Mahfous*