



REPUBLIQUE DU BENIN

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE
LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE (MESRS)

UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI (UAC)

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION (FASEG)

RAPPORT-MEMOIRE

LICENCE PROFESSIONNELLE EN SCIENCE ECONOMIQUE ET DE GESTION

OPTION : Economie

FILIERE : Economie et Gestion des
Exploitations Agricoles

SUJET DE RECHERCHE :

**ANALYSE ECONOMIQUE DU SYSTEME DE
COMMERCIALISATION DES CULTURES
MARAICHES : CAS DU CHOU DANS LA VILLE DE
COTONOU**

REALISE ET PRESENTE PAR :

ACAKPO Tèmidayo Justin & FANOU Philbert

SOUS LA SUPERVISION DE :

MAITRE DE STAGE :

Ing GBEDO Louis
Agroéconomiste,
Maraîcher à Houéyiho

DIRECTEUR DE MEMOIRE :

Dr, Ing Yves B. QUENUM
Enseignant à la FASEG. Maître-
Assistant des Université du CAMES

Année académique : 2015-2016

CERTIFICATION

Je soussigné **Dr, Ing. Yves Bonaventure QUENUM**, certifie que le présent rapport-mémoire intitulé « Analyse économique du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou dans la ville de Cotonou » réalisé par les étudiants **ACAKPO Tèmidayo Justin & FANOU Philbert** de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (FASEG) de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC), a été rédigé sous ma direction.

Abomey-Calavi le.../.../2016

Dr, Ing. Yves B. QUENUM

AVERTISSEMENT

LA FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION (FASEG) N'ENTTEND DONNER NI APPROBATION NI IMPROBATION AUX OPINIONS EMISES DANS CE RAPPORT-MEMOIRE. ELLES DOIVENT ETRE CONSIDEREES COMME PROPRES A LEURS AUTEURS.

DEDICACE I

Je dédie ce rapport-mémoire à :

- ❖ mon père François FANOU;
- ❖ ma mère Odile GOUNDELE.

FANOU Philbert

DEDICACE II

Je dédie ce rapport-mémoire à :

- ❖ mon père ACAKPO Gilbert ;
- ❖ ma mère AREAGO Falilatou ;
- ❖ mon tuteur CHEIK BOUKARI Abou Abdoulaye.

ACAKPO T. Justin

REMERCIEMENTS

La présente étude a connu son aboutissement grâce à certaines personnes que nous tenons à remercier. Nous remercions :

- ✚ Notre Directeur de mémoire, Dr, Ing. Yves Bonaventure QUENUM, qui malgré ses multiples occupations a accepté superviser ce mémoire ;
- ✚ M. Sylvanus QUENUM & M. Dorian MONTCHO pour leurs aimables contributions à ce travail ;
- ✚ Notre maître de stage, Ing Louis GBEDO, pour la qualité de l'encadrement dont nous avons bénéficié au cours de notre stage ;
- ✚ A nos frères et sœurs Prosper, Ibrahim, Rachide, F. G. Modeste, Y. Sébastienne, Céline, Thérèse, Odette pour leurs sacrifices et leurs déterminations à nous voir réussir ;
- ✚ A nos amis FAGNON Mérimée, KANVI Bienvenu, GANDAHO Florence, ESSOU Bradovici, SODJAHIN Abiguëlle, BOHOUN Solange, DAAH Joël, BOCCO Mireille ;
- ✚ Tout le personnel administratif et enseignant à la FASEG pour toutes les peines qu'ils se sont données afin de nous garantir une formation de qualité ;
- ✚ Tous les membres de jury, pour avoir acceptés examiner ce travail malgré leurs occupations respectives ;
- ✚ Tous ceux qui ont contribué d'une manière ou d'une autre à la réalisation de ce travail.

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

ABENOR	Agence Béninoise de Normalisation et de Gestion de la Qualité
ACME	Association pour la Coopérative avec la Micro Entreprise
ASECNA	Agence pour la Sécurité de la Navigation Aérienne en Afrique et au Madagascar
BIDOC	Bibliothèque Centrale de Documentation
CARDER	Centre Agricole Régional pour le Développement Rural
CJH	Coopérative des jardiniers de Houéyiho
CLCAM	Caisse Locale de Crédit Agricole et Mutuel
CNHO	Centre National et Horticole de Ouando
CPMH	Centre de Production Maraîchère de Houéyiho
EGEA	Economie et Gestion des Exploitations Agricoles
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et de l'Agriculture
FASEG	Faculté des Sciences Economiques et de Gestion
FCFA	Franc de la Communauté Financière Africaine
FLASH	Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines
FSA	Faculté des Sciences Agronomiques
INSAE	Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique
ISO	Organisation Internationale de Normalisation
MAEP	Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche
ONEPI	Office National d'Edition de Presse et d'Imprimerie

Analyse économique du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou
dans la ville de Cotonou

ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONU	Organisation des Nations Unies
OST	Organisation Scientifique du Travail
PADAP	Programme d'Appui au Développement Agricole Périurbain
PIB	Produit Intérieur Brut
PCM	Programme des Cultures Maraîchères
PAM	Pays Moins Avancés
PROVAC	Projet de Vulgarisation de l'Aquaculture Continentale
RGPH	Recensement Général de la Population et de l'Habitation
SAU	Surface Agricole Utile
SCDA	Structure Communale de Développement Agricole
SCP	Structure Conduite Performance
SOGEMA	Société de Gestion des Marchés
SOGESOL	Société Générale de Solidarité
TIC	Technologie de l'Information et de la Communication
UAC	Université d'Abomey-Calavi
UNACREP	Union Nationale des Caisses Rurales d'Epargne et de Prêts
USAID	United States Departement of Agriculture

LISTE DES TABLEAUX, FIGURE ET GRAPHIQUE

TABLEAUX		
N°	TITRES	PAGES
1	Historique du CPMH	4
2	L'environnement du CPMH	9
3	Calendrier des travaux réalisés à l'issue du stage sur le CPMH	11
4	Cohérence des travaux réalisés et les attributions du CPMH	12
5	Apports du stage, difficultés rencontrées et approches de solutions liés aux activités réalisées	13
6	Difficultés et apports du stage non liés aux activités réalisées	14
7	Les résultats du diagnostic interne des forces et faiblesses	15
8	Les résultats du diagnostic externe des opportunités et menaces	16
9	Diagnostic des problématiques	17
10	Elément de Structure-Conduite-Performance	27
11	Mode d'échantillonnage des catégories d'acteurs enquêtés et les lieux d'enquêtes	32
12	Compte d'exploitation des producteurs	41
13	Compte d'exploitation des commerçantes (détaillantes et grossistes)	43
FIGURES		
1	Circuit de la chaîne de commercialisation du chou à Cotonou	40
2	Répartition des marges nettes moyennes au sein des acteurs dans le système de commercialisation du chou à Cotonou	45

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 : CADRE INSTITUTIONNEL DE L'ETUDE, DEROULEMENT DU STAGE ET DIAGNOSTIC GENERAL.....	4
1.1 Cadre institutionnel de l'étude.....	4
1.2 Déroulement du stage.....	10
1.3 Diagnostic général.....	14
CHAPITRE 2 : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	19
2.1 Spécification de la problématique.....	19
2.2 Revue de la littérature.....	21
2.3 Méthodologie de recherche.....	31
CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS ET IMPLICATIONS EN TERMES DE POLITIQUES SECTORIELLES.....	39
3.1 Présentation du profil des acteurs de la chaine de commercialisation du chou dans la ville de Cotonou.....	39
3.2 Analyse des résultats et implications.....	40
CONCLUSION.....	49
BIBLIOGRAPHIQUES.....	50
ANNEXE.....	a
TABLE DES MATIERES.....	g

RÉSUMÉ

La présente étude s'est intéressée à l'analyse économique des systèmes de commercialisation du chou (*Brassica oleracia*) produit à Cotonou. L'approche méthodologique utilisée s'est fondée sur le paradigme Structure-Conduite-Performance (SCP). Pour piloter cette étude, deux hypothèses de recherche ont été émises et validées sur la base du paradigme Structure-Conduite-Performance (SCP). L'échantillonnage a été fait et raisonné par catégorie d'acteurs. Au total, 15 producteurs, 35 détaillantes et 12 grossistes ont été enquêtés dans les grands marchés de la ville de Cotonou comme Dantokpa, Ganhi, Cadjèhoun et Haie Vive. Les résultats obtenus ont permis d'identifier trois circuits du système de commercialisation du chou en fonction des périodes de vente du chou produit à Cotonou à savoir : circuit 1 (producteur, grossiste, détaillante, consommateur), circuit 2 (producteur, détaillante, consommateur) et circuit 3 (producteur, consommateur). L'analyse des marges a montré que la vente du chou produit à Cotonou assure des marges nettes relatives de 0,80 pour les producteurs, 4,43 pour les grossistes et 5,45 pour les détaillantes. En outre, un coefficient de Gini de 0,05 indique une répartition inégale des marges nettes obtenues au niveau du système de commercialisation du chou produit à Cotonou. Une concertation entre les acteurs de la commercialisation eux-mêmes, les institutions de microcrédits, les ONG, et le pouvoir publique est alors souhaitée pour une performance agréable du système.

Mots clés : *Brassica oleracia*, Cotonou, Commercialisation, Performance, Paradigme SCP, Marge

ABSTRACT

This study focused on the economic analysis of the marketing systems of cabbage (*Brassica oleracia*) produced in Cotonou. The methodological approach used is based on the paradigm Structure-Conduct-Performance (SCP). To drive this study, two research hypotheses were issued and validated on the basis of the paradigm Structure-conduct-Performance (SCP). Sampling was done and reasoned by category of actors. Altogether 15 producers, 35 retail and 12 wholesalers was investigated in the major markets of the city of Cotonou as Dantokpo, Ganhi, Cadjehoun and Haie Vive. The results helped to identify three circuits of the marketing system of cabbage based on periods of sale of cabbage in Cotonou to know : circuit 1 (producer, wholesaler, retailer, consumer), circuit 2 (producer, retailer, consumer) and circuit 3 (producer, consumer). Analysis of margins shower that cabbage in Cotonou selling ensures related net margins of 0.80 for producers, 4.43 for wholesalers and 5.45 for the retail. Inaddition, a Gini coefficient of 0.05 indicates an uneven distribution of net margins obtained at the level of the marketing system of the cabbage in Cotonou. Consultation between the actors of the marketing themselves, institutions of microcredit, NGOS, and public power is so desired for a nice performance of the system.

Key words : *Brassica oleracia*, Cotonou, marketing, Performance, SCP paradigm, margin



INTRODUCTION

GENERALE

INTRODUCTON GENERALE

Les villes de la sous-région ouest-africaine grouillent d'activités informelles génératrices de revenus. Ainsi, Cotonou la capitale économique du Bénin par excellence, est un grand centre d'affaire où le commerce contribue pour la plus grande part à l'économie de la ville et ses environs. Il importe toutefois de noter la contribution de l'agriculture urbaine qui se développe de plus en plus et qui permet de résoudre un certain nombre de problèmes sociaux (Assogba-Miguel, 1999).

Au Bénin, le maraîchage s'impose de plus sur le plan socio-économique et par le nombre des acteurs qui en vivent directement ou indirectement. Les bas-fonds, zones autre fois perçues comme sans intérêt et marginalisés, constituent actuellement les zones potentiellement adaptées au maraîchage. Au nombre des régions propices à la production maraîchère au Bénin, la commune de Cotonou dans le département du littoral au sud-Bénin, avec un potentiel agricole (surtout dans le domaine du maraîchage), constitue une zone où se développe depuis près de cinq décennies les cultures maraîchères.

Dans le sud-Bénin, les revenus générés par le maraîchage permettent à plusieurs dizaines de milliers de famille de satisfaire leurs besoins (PADAP, 2003).

Cependant, l'offre en produits maraîchers au Bénin en général et dans les principales villes en particulier, demeure largement en dessous de la demande (Assogba et al, 2008). La production et la commercialisation sont deux activités qui ne peuvent se prospérer l'une sans l'autre. En effet, si une bonne allocation des ressources améliore le niveau de la production et élargir le champ d'action de la commercialisation, l'efficacité de cette dernière permet aux producteurs de renouveler ses facteurs de production et de réaliser un revenu.

Néanmoins, le système de commercialisation est souvent confronté à des problèmes de l'efficacité dans l'exécution des opérations commerciales techniques, de l'efficacité de l'équité de la formation des prix et les problèmes d'ajustement entre la production et la commercialisation (Bergmann, 1960 ; Lutz, et al, 2006).

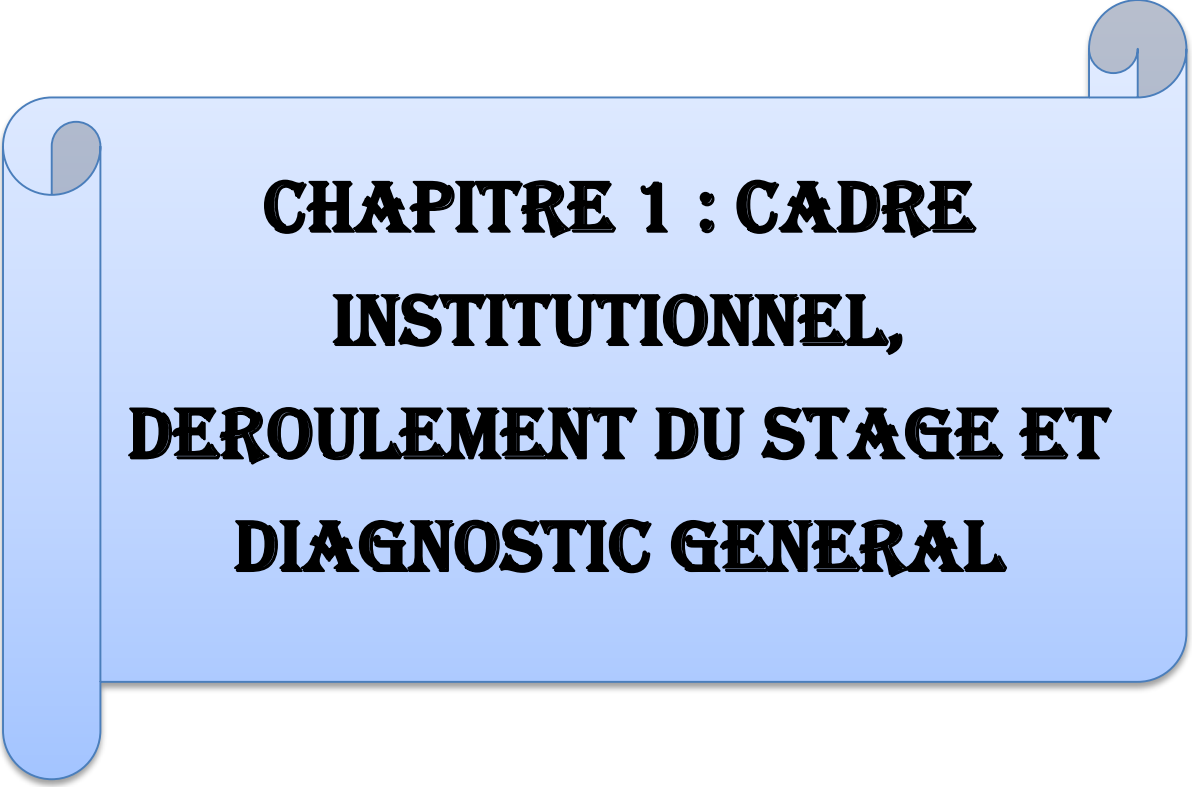
Au Bénin, la commercialisation des produits maraîchers est sujette à de nombreuses contraintes telles que les distorsions et imperfections des marchés (Lutz, 1994 ; Kuiper et al, 1999, 2003

cités par Lutz, et al, 2006). Selon Assogba-Miguel (1999), la contribution de la ville de Cotonou en maraîchage est estimée à plus de 50% de la production nationale en cultures maraîchères.

D'énormes difficultés pourtant entravent la promotion de la culture maraîchère. La disponibilité foncière limitée en raison de l'urbanisation sans cesse croissante, la faible technicité due au faible niveau d'encadrement, la commercialisation fortement concurrencée par les produits en provenance des pays limitrophes.

Dans une perspective de valorisation des cultures maraîchères en général et de la commercialisation de ces produits en particulier, la présente étude s'est intéressée alors à une « Analyse économique du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou dans la ville de Cotonou » qui sera développé suivant trois chapitres à savoir :

- le premier portera sur le cadre institutionnel, déroulement du stage et diagnostic général,
- le second intitulé cadre théorique et méthodologie de recherche et enfin
- le troisième sur l'analyse des résultats de l'étude et implications en termes de politiques sectorielles.



**CHAPITRE 1 : CADRE
INSTITUTIONNEL,
DEROULEMENT DU STAGE ET
DIAGNOSTIC GENERAL**

CHAPITRE 1 : CADRE INSTITUTIONNEL, DEROULEMENT DU STAGE ET DIAGNOSTIC GENERAL

1.1 Cadre institutionnel de l'étude

Dans ce chapitre, nous allons présenter de façon brève la ville de Cotonou et ensuite le Centre de Production Maraîchère de Houéyiho (CPMH) dans la ville de Cotonou à travers son mode de fonctionnement.

1.1.1 Description de la ville de Cotonou

La ville de Cotonou est l'une des grandes communes et la plus peuplée du Bénin. Elle est située dans la partie du Sud du pays et constitue à elle seule le département du littoral. Elle est limitée au Nord par le lac Nokoué, au Sud par l'océan atlantique, à l'Ouest par la commune d'Abomey-Calavi et l'Est par la commune de Sèmè-Kpodji. Ainsi, d'après le quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH4) fait par l'INSAE en 2013, la commune habite 678874 habitants contre 665100 habitants en 2002. Son poids démographique est sensiblement réduit de 9,8% de la population béninoise en 2002 à 6,7% en 2013 et sa population est composée de 325284 hommes (47,9%) et de 353590 femmes (52,1%). Elle est en majorité très jeunes (34,05% de cette population ayant moins de 14 ans) et s'accroît très rapidement en raison de l'urbanisation très rapide de la commune qui est la capitale économique du pays. Ce qui fait d'elle la capitale économique du Bénin. Le Fon (56,7%) est la langue locale la plus parlée dans cette population qui est concentré dans le secteur secondaire, tertiaire et les TIC. La production maraîchère, la pêche et l'élevage sont les activités du secteur primaire les plus pratiquées par la population de cette commune. Le nombre total de ménage est de 154346 avec une taille moyenne de 3,4 membres. Quant aux ménages agricoles, ils sont au nombre de 3601 pour un effectif de 22006.

1.1.2 Présentation du Centre de Production Maraîchère de Houéyiho (CPMH)

Le centre est situé entre le quartier Houéyiho et celui de Cadjèhoun et fait face à la route inter-état Cotonou-Lomé. Le CPMH jouit d'un climat subéquatorial à quatre saisons (deux sèches et deux pluvieuses) et d'une pluviométrie d'environ 1200mm/an (Houkpodote R. et Tossou C., 2001). Le maraîchage étant une activité très exigeante en eau, le CPMH est située à proximité des marécages, des bas-fonds ou des points d'eau. Ceci en facilite la pratique car l'arrosage constitue la tâche principale et la plus harassante de cette activité. Le secteur visité est de type :

exploitation individuelle. Parmi les chefs d'exploitation, il y a des professionnels, des retraités, des femmes de maraîcher, des enfants en situation difficile. La production consiste en un ensemble d'opérations nécessaires et cohérentes avant, pendant et après le semis. Ce centre est un domaine de 15ha appartenant à l'ASECNA où on dénombre cinq coopératives subdivisées en des secteurs. Notre stage s'est déroulé au sein du secteur n°9 composé de quinze (15) producteurs.

Comme activité agricole en milieu urbain le maraîchage a été accepté par la FAO et l'ONU. Cette activité prend de plus en plus une allure galopante dans les villes. Ainsi, au nombre de ces villes on peut citer celle de Cotonou située au sud du Bénin qui est un pays subsaharien. Notre étude s'est donc déroulée dans cette ville plus précisément sur le centre de production maraîchère de Houéyiho qui fait partir des plus anciens et les plus grands sites de Cotonou [Houéyiho (15ha), cocotiers (4ha), ONEPI (2,5ha)]. Ces sites concentrent 60% des terres avec 71% des producteurs sur une Superficie Agricole Utile (SAU) comprise entre 449 et 148 m² par exploitation (Gnanglè 2009).

Les débuts de la culture maraîchère sur le centre de production maraîchère de Houéyiho remontent à 1972. En effet, une organisation non gouvernementale Néerlandaise logée au Centre National et Horticole de Ouando (CNHO) à Porto- Novo avait pris l'initiative d'organiser les maraichers urbains. Le domaine non occupé de l'ASECNA avait été identifié pour l'installation des deux cent (200) maraichers rassemblés et ceci le 05 janvier 1972. Ce domaine habité auparavant est devenu dangereux du faite de la proximité de l'aéroport international cardinal Bernardin GANTIN. Les négociations avec l'ASECNA ont abouti à l'installation de trente-cinq (35) personnes en 1972 sur la base d'un contrat. Le nombre de ces maraichers était passé de cent douze (112) en 1974 avec une superficie agricole utile de 1200m² par personne. Par la suite le nombre des maraichers sur le centre de Houéyiho a augmenté et aujourd'hui nous sommes à 334 maraichers sur ce centre de 15ha.

Le tableau n°1 résume l'historique du CPMH.

Tableau n°1 : Historique du CPMH

Années	Faits marquants	Effectifs
En 1972	Le 05/01/1972, l'ONG Néerlandaise logée au centre National et Horticole de Ouando a prévu l'installation des maraichers sur le domaine non exploité de l'ASECNA	200 maraichers
	Négociation avec l'ASECNA qui aboutit à l'installation des maraichers sur la base d'un contrat	35 maraichers
En 1974	Augmentation de l'effectif avec une surface agricole de 1200m ² par personne	112 maraichers
En 2016	Augmentation de l'effectif	334 maraichers

Source : Nos enquêtes Juin 2016

1.1.3 Vision, But et Objectif du CPMH

Vision : Le CPMH encore appelé Coopérative des Jardiniers de Houéyiho (CJH) est une coopérative de service et en tant que telle, elle vise à offrir aux membres, l'accès à certains services comme : l'approvisionnement en intrants, la formation, le système d'irrigation, l'entraide. La coopérative vise également : la promotion de bonne pratique, la solidarité entre les membres et d'être reconnu sur le plan national.

But : Le but du collectif est de favoriser une relève à travers la possibilité de donner aux jeunes et d'offrir des services rémunérés comme : l'arrosage, le désherbage, le repiquage, l'épandage, l'ameublement du sol, la confection des planches, la récolte et même le transport. Un autre but visé est d'offrir aux jeunes élèves, voir aux jeunes étudiants une formation parallèle comme une autre corde de leur arc.

Objectif : Le centre de production maraîchère de Houéyiho a pour objectif d'être un véritable pôle qui alimente la ville de Cotonou et les villes de proximité en légumes (exotiques et locaux).

Comme toute entreprise le CPMH jouit d'une organisation pour parvenir à ses objectifs définis.

1.1.4 Structure Organisationnelle

Il n'existe au Bénin aucune réglementation administrative régissant le maraîchage. Il est laissé la liberté aux producteurs de produire, de vendre et d'exporter si possible. Les maraîchers se sont organisés en coopérative et ils sont solidaires dans leurs actes.

Sur le CPMH, les maraichers se sont organisés en coopératives. On distingue ainsi cinq coopératives dont nous avons Sèmèvo, Kponhami, Enagnon, Grace de Dieu et Wangninan. Chaque coopérative a à sa tête un Comité d'Administration (CA) composé de cinq membres à savoir :

- Un président
- Un secrétaire Général
- Un Trésorier Général
- Un Organisateur
- Un Chargé de la sécurité

Les présidents des cinq (05) CA se regroupent pour former le conseil supérieur qui est l'organe dirigeant du CPMH. Ce conseil est composé d'un :

- Président
- Secrétaire Général
- Organisateur
- Chargé de la communication

Chaque coopérative est subdivisée en section (secteur). Cette dernière a à sa tête un chef secteur.

1.1.5 Structure fonctionnelle

Bien que les maraîchers soient repartis en coopérative, l'exploitation est de type individuel. Chaque exploitant est libre de s'approvisionner en intrants (semences, engrais et produits phytosanitaires) soit auprès du bureau central, soit hors du centre.

Le bureau central ou le conseil supérieur fait bénéficier les exploitants des crédits auprès des ONG et institutions de microcrédit. A cet effet, ce sont les chefs secteurs qui proposent des exploitants responsables et capables de rembourser le crédit accordé.

Du fait du taux d'intérêt très élevé et du délai de remboursement trop court, certains exploitants refusent d'accéder aux crédits et préfèrent exploiter la terre mise à leur disposition avec leurs propres moyens.

1.1.6 L'environnement du CPMH

Le CPMH comme toute autre structure présente deux environnements qui sont : le micro environnement et le macro environnement.

1.1.6.1 Micro environnement

Le micro environnement est l'environnement sur lequel la structure a une parfaite emprise (fournisseurs de l'entreprise, concurrence etc.). En outre le CARDER qui est un fournisseur agricole, intervient sur le centre en tant que acteur agricole pour livrer les intrants (engrais, insecticides, produits phytosanitaires). Les maraîchers bénéficient de l'assistance du Centre Régional de Promotion Agricole (CeRPA) de l'Atlantique-Littoral en approvisionnement des intrants (semences de légumes locaux et européens, les engrais et les produits phytosanitaires) et de l'encadrement technique du personnel du Programme Cultures Maraîchères (PCM). On note aussi l'apparition des institutions de micro finance comme : Crédit Green, CLCAM, UNACREP.

Le CPMH est concurrencé en termes de production et de commercialisation par les autres sites de la ville comme le site d'ONEPI, de Cocotier, de Kouhounou, de Zogbo, Cadjèhoun etc.

1.1.6.2 Macro environnement

Le macro environnement est l'environnement sur lequel la structure n'a pas d'emprise et qui l'influence (les lois, la norme). C'est une procédure administrative lourde venant du supérieur, c'est-à-dire les facteurs politiques étatiques et les élus locaux qui sont intégrés dans la gestion de l'agriculture influencent le fonctionnement du secteur pour le développement agricole. Les maraichers sont souvent attachés à certaines lois ou normes du pays, comme celle d'ABENOR, d'ISO qui exigent l'utilisation des intrants recommandés.

L'Etat ne prélève aucun impôt, aucune taxe sur les activités maraîchères en générale par manque de structure et de statistiques appropriées (Gnanglè H., 2009). Au niveau du CPMH, seule l'ASECNA prélève des impôts annuels sur les activités maraîchères du centre. La trajectoire de la descente des avions influence aussi le centre du fait des catastrophes aériennes et l'accumulation ultérieure des métaux lourds dans le sol.

Le tableau n°2 résume l'environnement du CPMH

Tableau n°2 : L'environnement du CPMH

Micro environnement		Macro environnement		
Fournisseurs du CPMH	Concurrences	Propriété foncière	Lois ou normes	Politiques réglementaires
CARDER, CeRPA, Crédit Green, CLCAM, UNACREP, PCM	ONEPI, Cocotier, Zogbo, Cadjèhoun, Kouhounou.	Domaine à base de contrat avec l'ASECNA	ABENOR, ISO	Impôt annuel par l'ASECNA, politique locale

Source : Nos enquêtes Juin 2016

La partie suivante est consacrée au déroulement du stage.

1.2 Déroulement du stage

Les notions théoriques de formation professionnelle reçue aux cours en tant qu'étudiants d'Economie et de Gestion des Exploitations Agricoles (EGEA) nous ont permis d'aller mettre en pratique ces notions afin d'avoir une expérience dans la pratique et d'être opérationnels sur le marché de l'emploi. Le passage des notions théoriques à la pratique se fait suite à un stage qui peut se dérouler dans une entreprise ou dans une structure qu'elle soit publique ou privée. Le nôtre s'est déroulé au sein du CPMH pendant une durée de trois mois.

1.2.1 Les travaux effectués

Le stage que nous avons effectué sur le CPMH a duré trois mois et les travaux réalisés sont : le désherbage, la pépinière, la confection des planches, la semence, l'arrosage, la fertilisation du sol, le repiquage et le traitement phytosanitaire. Le tableau n°3 montre le calendrier des travaux réalisés à l'issue du stage.

Tableau n°3 : Calendrier des travaux réalisés à l'issu du stage sur le CPMH

Travaux Réalisés	Mois 1				Mois2				Mois3			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Connaissance du lieu de stage et prise de contact et recherche de l'historique du site												
Désherbage												
Arrosage												
Repiquage												
Confection des planches												
Mise en place de pépinières												
Semences												
Fertilisation du sol												
Traitement phytosanitaire												

Source : Nos enquêtes Juin 2016

S= semaine

1.2.2 Contribution des travaux réalisés aux attributions du CPMH

La cohérence des travaux réalisés permet de montrer dans quelles mesures les travaux réalisés s'intègrent dans les attributions du CPMH. Le tableau n°4 ci-dessous en fait le résumé.

Tableau n°4 : Cohérence entre les travaux réalisés et les attributions du CPMH

Travaux réalisés	Attributions du CPMH			
	Produire en toute qualité différente sorte de produits maraîchers afin de répondre à la demande du marché	Offrir aux jeunes élèves, étudiants une formation parallèle comme une autre corde à leur arc	Réduire la pauvreté	Créer de l'emploi aux jeunes
Désherbage	*	*	*	**
Arrosage	***	**	*	**
Repiquage	*	*	*	**
Confection des planches	**	***	*	**
Mise en place de pépinières	***	***	*	**
Semences	***	***	**	**
Fertilisation du sol	***	***	**	**
Traitement phytosanitaire	***	***	**	**

Source : Nos enquêtes juin 2016

*** forte contribution, ** moyenne contribution, * faible contribution

1.2.3 Apports du stage, difficultés rencontrées et approches de solution

Au cours de notre stage, nous avons acquis plusieurs compétences. Cependant, nous avons été soumis à plusieurs difficultés de différente nature aussi bien à l'interne qu'à l'externe du CPMH. Le tableau n°5 ci-après englobe les apports du stage, les difficultés rencontrées et les approches de solutions liés aux activités réalisées.

Tableau n°5 : Apports du stage, difficultés rencontrées et approches de solutions liés aux activités réalisées

Activités réalisées	Apports du stage		Difficultés et solutions		
	Leçons apprises	Compétences acquises	N°	Difficultés	Solutions
Désherbage, arrosage, repiquage, et confection des planches	Système d'irrigation et technique de préparation des planches	Maîtrise des systèmes d'irrigation et technique de préparation des planches	1	Arrosage manuel, repiquage et confection des planches nécessitent beaucoup d'effort physique et de temps.	Favoriser aux stagiaires l'utilisation des motopompes pour arroser les plantes et utiliser des techniques modernes afin d'optimiser le temps de travail.
Semences, fertilisation du sol et traitement phyto-sanitaire	Système de production, de culture et technique de traitement des cultures maraîchères	Gestion d'une exploitation agricole	2	Insuffisance d'infrastructures agricoles et d'encadreurs agricoles sur le centre.	Equiper le centre en infrastructures et mettre en place un système d'encadrement pouvant orienter les stagiaires à leur arc.
Vente des produits maraîchers	Technique de marchandage	Notion de commerce agricole et de formation des prix des produits agricoles	3	Refus de quelques producteurs à l'accès à la vente des produits maraîchers.	Faciliter aux stagiaires la connaissance de la formation des prix des produits maraîchers.

Source : Nos enquêtes Juin 2016

Le tableau n°6 résume les difficultés rencontrées et les approches de solutions non liées aux activités réalisées.

Tableau n°6 : Difficultés et apports du stage non liés aux activités réalisées

Difficultés	Solutions
Refus de quelques producteurs et commerçantes à répondre à quelques questions posées.	Sensibiliser les producteurs et commerçantes sur l'importance et l'intérêt de l'étude.
Manque de centre de documentation sur le site.	Mettre en place un centre de documentation sur le site.

Source : Nos enquêtes Juin 2016

1.3 Diagnostic général

Le diagnostic général consiste à observer et énumérer les facteurs qui caractérisent les exploitations dans les milieux interne et externe ainsi que les problématiques issues des forces et faiblesses afin d'en dégager notre sujet de recherche.

A cet effet, il sera scindé en deux volets : le premier portera sur le diagnostic interne des forces et faiblesses et le second sur le diagnostic externe des opportunités et menaces.

La production maraîchère connaît un accroissement dans la commune de Cotonou. Pour mieux appréhender cette croissance nous avons effectué une analyse interne et externe pour trouver les problèmes auxquels elle est confrontée afin d'en dégager notre sujet de recherche. Pour ce faire, la matrice SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity and Threats) qui signifie respectivement en français Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM). Les forces et faiblesses sont les facteurs internes sur lesquelles l'entreprise a une emprise tandis que les opportunités et menaces sont externes, l'entreprise n'a pas d'emprise sur eux.

1.3.1 Diagnostic interne des forces et faiblesses

Le tableau n°7 ci-dessous présente les résultats de ce diagnostic.

Tableau n°7 : Les résultats du diagnostic interne des forces et faiblesses

Facteurs internes	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilité de plan d'eau favorisant la culture maraîchère -Existence d'un système d'irrigation -Existence de plusieurs variétés de produits maraîchers -Existence de zone de culture fertile -Existence d'un dispositif d'encadrement des producteurs au niveau du secteur communal de développement agricole (SCDA) -Existence de clôture -Existence de clients potentiels pour les différentes cultures -Maitrise du calendrier cultural 	<ul style="list-style-type: none"> -Espace restreint -Attaque inopinée des cultures par les insectes (prédateurs) -Périssabilité des produits en cas de mévente -Difficulté de la commercialisation de certains produits maraîchères surtout le chou -Insuffisance de moyen financier pour l'approvisionnement en intrant -Insuffisance de la main d'œuvre -Existence d'une seule porte d'accès au périmètre -Difficulté à estimer les profits financiers issus de chaque culture maraîchère -Non maitrise des notions de rentabilité et de gestion des diverses cultures maraîchères -Faible financement de la culture maraîchère -Non aménagement du bas-fond -Non maitrise de la surface cultivée -Développement limité des systèmes d'irrigation -Difficulté d'accès à la voie en saison de pluie

Source : Nos enquêtes Juin 2016

1.3.2 Diagnostic externe des opportunités et menaces

Le tableau n°8 ci-dessous présente les résultats de ce diagnostic.

Tableau n°8 : Les résultats du diagnostic externe des opportunités et menaces

Facteurs externes	
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> -Existence des institutions des micros finances (UNACREP, CLCAM, Crédit Green) -Existence du marché d'écoulement des produits agricoles -Partenariat avec le projet PROVAC intervenant dans le secteur agricole -Secteur agricole en pleine promotion au Bénin -Existence des techniciens d'appui aux soins des végétaux 	<ul style="list-style-type: none"> -Inondation en saison pluvieuse -Taux d'intérêt élevés des crédits -Instabilité des prix des produits agricoles -Insuffisance d'appui financier du gouvernement dans le domaine agricole surtout en maraîchage -Insécurité financier -Envahissement du marché national par certains produits maraîchers -Non maîtrise des aléas climatiques

Source : Nos enquêtes Juin 2016

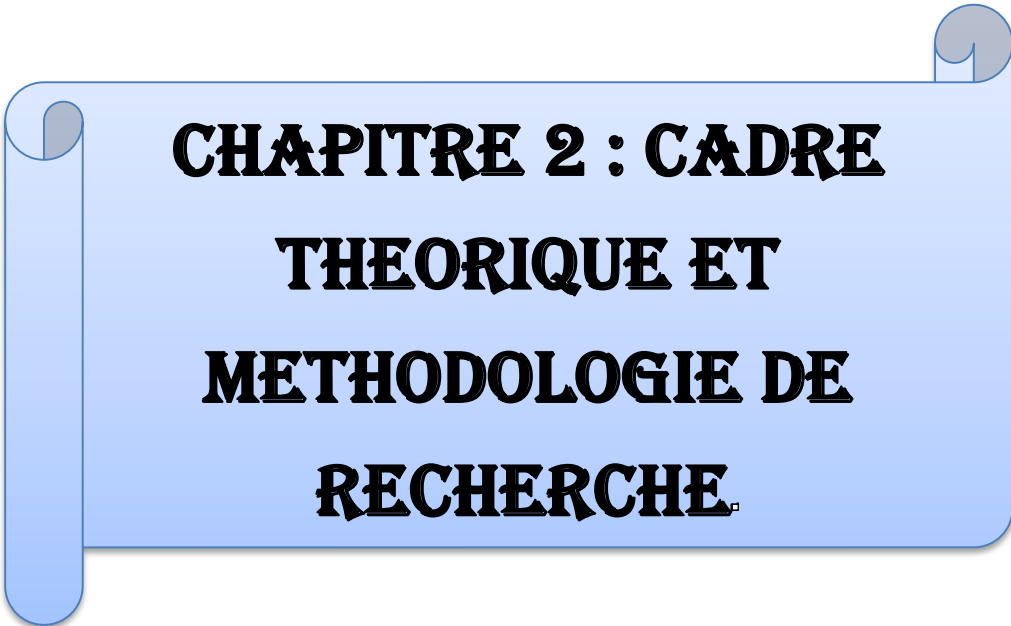
1.3.3 Ciblage des problématiques et sujet de recherche

Une analyse des différentes faiblesses a permis de dégager des principales problématiques. Ces dernières sont ensuite hiérarchisées et notre choix est finalement porté sur la problématique la plus pertinente selon les maraîchers. Le tableau n°9 présente le résumé de cette analyse.

Tableau n°9 : Diagnostic des problématiques.

Faiblesses	Problématiques	Hierarchisations	Problématique dominante	Formulation du sujet
<p>-Faible connaissance des notions de gestion</p> <p>-Non maîtrise de la surface cultivée</p> <p>-Développement limité des systèmes d'irrigation</p> <p>-insuffisance de main d'œuvre</p>	<p>Problématique de gestion des exploitations agricoles (P1)</p>	<p>-Problématique de la commercialisation des produits maraichers (P3)</p>	<p>Problématique de la commercialisation des produits maraichers (P3)</p>	<p>Analyse économique du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou dans la ville de Cotonou</p>
<p>-Appauvrissement du sol</p> <p>-Espace restreint</p> <p>-Difficulté d'accès à la voie en saison de pluie</p>	<p>Problématique d'accès à la terre et sécurité foncière (P2)</p>	<p>-Problématique de la gestion des exploitations agricoles (P1)</p>		
<p>-Difficulté de commercialisation des produits maraichers</p> <p>-Périssabilité des produits en cas de mévente</p>	<p>Problématique de commercialisation des produits maraichers (P3)</p>	<p>-Problématique de la rentabilité économique et financière du maraîchage (P4)</p>		
<p>-Faible connaissance des notions de rentabilité</p> <p>-Difficulté à estimer les profits financiers issus de chaque culture maraîchère</p>	<p>Problématique de la rentabilité économique et financière du maraîchage (P4)</p>	<p>Problématique d'accès à la terre et sécurité foncière (P2)</p>		

Source : Nos enquêtes Avril 2



**CHAPITRE 2 : CADRE
THEORIQUE ET
METHODOLOGIE DE
RECHERCHE.**

CHAPITRE 2 : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Dans ce chapitre, trois points essentiels seront développés. Il s'agit principalement de la spécification de la problématique, de la revue de littérature et de la méthodologie de notre recherche.

2.1 Spécification de la problématique

2.1.1 Questions de recherche

Le secteur agricole est au cœur de l'économie des Pays Moins Avancés (PMA). Il représente une large part du Produit Intérieur Brut (PIB) (30% à 60% dans les deux tiers d'entre eux environs), emploie une proportion significative de la population active (soit 40% à 90%) dans la plupart des cas, est une importante source de devise (soit 25% à 95% dans les trois quart des pays moins avancés), produit la majeure partie des denrées alimentaires de base et est la seule source de subsistance et de revenu de plus de la moitié de la population de ces pays (FAO), les liens étroits en amont et en aval qui existent à l'intérieur du secteur rural ainsi qu'avec les autres secteurs de l'économie produisent un effet de stimulation de la croissance et de la génération des revenus (FAO).

La science et le travail de développement ne pouvaient fermer les yeux devant l'accroissement énorme de l'importance de l'agriculture urbaine surtout en Afrique dans les années quatre-vingt (Streiffler, 1994). Ainsi, comme activité agricole en milieu urbain, le maraichage a été accepté par la FAO et l'ONU comme activité pouvant combattre la pauvreté en milieu urbain car 68981ha ont été emblavées au Bénin en 2000 contre 63371ha en 1999, soit 8,9% d'augmentation de superficie. Parallèlement en 1999, 203542 tonnes de cultures maraîchères ont été produites contre 178866 tonnes en 1998, soit une croissance de 13,8%, ce taux est resté sensiblement constant entre 1999 et 2000, soit 13,7% en moyenne (MAEP, 2002). Cette activité contribue à la sécurité alimentaire des villes (Adeoti, 2003) ; la production des villes de Cotonou, Porto-Novo, Sèmè-Kpodji et Grand-Popo représente en moyenne pour certains légumes 64% de la consommation annuelle de ces villes (Adorgloh-Hessou, 2006). Sans cette activité, nombreux citoyens seront dans l'incapacité de se procurer des légumes ; de même cette activité est également une activité rémunératrice principalement pour les groupes vulnérables ou marginalisés de la population urbaine.

Au sud-Bénin, d'après le PADAP (2003) les exploitations axées sur le maraichage sont porteuses de plus de 60000 emplois directs (chef d'exploitation, actif familial, salarié et main d'œuvre temporaire) et 25000 emplois indirects (commerçant et éboueurs) en amont et en aval de la filière.

Cependant, la production de certains produits maraîchères surtout le chou au Bénin en général et dans les principales villes comme Cotonou en particulier, demeure largement en dessous de la demande. D'après Tiamiyou et Sodjinou (2003), la production nationale de cultures maraîchères ne satisfait pas la demande interne. Les marchés béninois dépendent très nettement des importations alors que les conditions agro-écologiques favorables pour la pratique de ces cultures ne sont pas suffisamment exploitées (Lares, 2004). Ces cultures sont des productions peu valorisées du fait de l'insuffisance d'exploitation des potentialités des humides, l'insuffisance d'encadrement technique, l'insuffisance de moyens pour investir dans la production et de l'inexistence d'un système structuré de leur commercialisation (Chabi-Houmou, 1995).

Selon Assogba-Komlan et Azagba (2001), la production et la commercialisation, se déroulant dans un contexte de droit foncier coutumier, elles se heurtent à de multiples difficultés telles les outils de productions rudimentaires et archaïques, les difficultés d'accès aux intrants, la baisse de la fertilité des sols, la non-maitrise des pressions parasitaires sur les principales cultures, les mauvaises pratiques de conservation et de conditionnement des récoltes, les problèmes de financement (crédit rural), insuffisance de marché d'écoulement, la fixation anarchique des prix, etc.

Dès lors, il se pose la question de savoir si les commerçantes assurent effectivement et efficacement les fonctions de commercialisation des cultures maraîchères. Pour ce fait, nous apporterons des réponses aux questions suivantes :

- Dans quelles conditions les commerçantes exercent-elles leurs activités et comment s'organisent-elles ?
- Quel est le comportement des acteurs impliqués dans ce secteur d'activité ?
- Le système de commercialisation actuel des cultures maraîchères est-il performant ?

Pour répondre à ces préoccupations de recherche, nous nous sommes fixés des objectifs suivants.

2.1.2 Objectifs et hypothèses de recherche

Dans cette partie, nous formulerons l'objectif général, les objectifs spécifiques et les hypothèses de notre étude.

Objectif : l'objectif général de notre recherche est d'analyser la structure et le comportement du marché de choux dans la ville de Cotonou.

Pour atteindre cet objectif général, les objectifs spécifiques suivants doivent être poursuivis :

OS1 : Caractériser la structure et le comportement des acteurs impliqués dans la commercialisation du chou dans la ville de Cotonou ;

OS2 : Mesurer la performance du système de commercialisation du chou dans la ville de Cotonou.

(OS= Objectif Spécifique)

Hypothèses :

H1 : La structure et la conduite des marchés de choux sont favorables au développement de la commercialisation du chou dans la ville de Cotonou ;

H2 : Le système de commercialisation du chou est économiquement performant dans la ville de Cotonou.

(H= Hypothèse)

2.2 Revue de la littérature

Il est ici question de la revue conceptuelle et de la revue des travaux antérieurs.

2.2.1 Revue de la clarification des concepts

Ville de Cotonou : Dans cette étude, il s'agit essentiellement des grands marchés de la ville à savoir : Dantokpa, Ganhi, Cadjèhoun et Haie-Vive. Les autres marchés de la ville ne sont pas pris en compte.

Système de commercialisation : Dans la recherche des systèmes, la chaîne de commercialisation est considérée comme un mécanisme qui transforme les produits des systèmes de production agricole et les intrants en produits intermédiaires et produits de

consommation répartis dans l'espace et dans le temps. Cette approche considère la production des vivres, la commercialisation et la consommation comme un seul système, réparti en plusieurs sous-systèmes. Les interactions entre les niveaux sont cruciales pour comprendre et améliorer la performance de l'ensemble. Une petite croissance de la productivité dans une partie du système peut fortement influencer le potentiel de tout le système. Cet instrument d'analyse est relativement proche de l'analyse des filières, une méthodologie utilisée par l'école française. Selon Moustier et Leplaideu (1996), « la filière retrace la succession des opérations qui, partant en amont d'un produit, aboutit en aval, après plusieurs stades de transfert dans le temps, l'espace et la forme, à un produit fini au niveau du consommateur. La filière est définie comme l'ensemble des agents économiques qui contribuent directement à la production, puis à la transformation et à l'acheminement jusqu'au marché de réalisation d'un même produit ».

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

Le système de commercialisation, ainsi que les systèmes de production et de consommation peuvent être considérés comme des sous-systèmes d'une unité plus large, laquelle est à son tour un sous-système du système national, etc. Le système de commercialisation est composé de plusieurs sous-systèmes (grossistes, semi-grossistes, détaillants, colporteurs, transporteurs,

etc.), comprenant tous une catégorie plus homogène de commerçants. Ces sous-systèmes sont composés d'entreprises de commerces individuels.

Un système de commercialisation remplit essentiellement trois fonctions à savoir une fonction d'échange (achat, vente, formation des prix), une fonction physique (collecte et transport, stockage, transformation et emballage, triage et classification) et une fonction de facilitation (financement et couverture du risque, informations objectives sur les conditions de commercialisation, recherche et développement, promotion des ventes). Les fonctions d'échange sont gouvernées par les transferts de titre de propriété, elles président au mécanisme de la détermination des prix et servent des cadres de négociation des termes d'échange favorables aux parties. Quant aux fonctions physiques, elles ont trait à des activités qui impliquent la manipulation, le mouvement et le changement physique du produit. Alors que les fonctions de facilitation aident à un meilleur accomplissement des fonctions physiques et d'échange. Ces fonctions existent dans tous les systèmes de commercialisation, mais elles sont remplies de manière différente selon le niveau de développement du pays et le degré d'évolution du système. Les différences sont aussi bien quantitatives que qualitatives parce que le type de produits commercialisés, les quantités et les qualités sont tous fonction du niveau de développement du système qui dépend d'un ensemble de forces économiques, politiques, sociales et culturelles et du niveau de développement économique du pays. La plupart de ces aspects nécessitent une échelle d'activités relativement grande pour être rentables. Étant donné que chacune de ces fonctions donne une valeur ajoutée au produit, la commercialisation ne peut pas être considérée comme une activité parasite, car elle représente bel et bien un paquet de services ajoutés au produit pour lequel le consommateur est prêt à payer un certain prix.

L'output du système est limité et déterminé aussi bien par des facteurs exogènes qu'endogènes. Les facteurs, ou contraintes endogènes, sont dus à des sous-systèmes dans le système ou à des systèmes d'un niveau plus bas. Une fonction ou une activité à entreprendre par un individu ou une firme peut être considérée comme non rentable, vu les contraintes dans le système. Des facteurs ou des contraintes exogènes se situent à un niveau plus élevé que le système en question. Dans le cas d'un système de commercialisation, les facteurs exogènes se situent au niveau de l'environnement physique, institutionnel et macroéconomique. L'environnement physique joue un rôle déterminant pour la faisabilité, les coûts de transactions et l'efficacité économique de la commercialisation. (FAO, 2003)

Dans le cadre de notre étude, le système de commercialisation est l'ensemble des mécanismes de fonctionnement des marchés agricoles c'est-à-dire l'ensemble des activités assurant la coordination entre production et la demande et les forces économiques qui déterminent les prix. Ce système de commercialisation est composé de plusieurs sous-systèmes (producteurs-commerçants, grossistes, détaillants) comprenant tous une catégorie plus homogène de commerçants.

Maraîchage et notion du chou : Dérivé du mot latin « mariscus » relatif au lac de marais, le terme de maraîchage apparaît au XVIII^e siècle et s'est d'abord appliqué à la culture de légumes effectuée dans marais. Ce terme a connu des évolutions dans le temps et est devenu une branche d'horticulture orientée vers la culture intensive et professionnelle des légumes (Habault, 1983). L'horticulture est définie comme une branche de l'agriculture comprenant la culture des légumes, des petits fruits, des fleurs, des arbres et arbustes d'ornement. Le maraîchage est la culture intensive des légumes et de certains fruits, en plein air ou sous abri (Larousse, 2003). Le maraîchage en zone urbaine et périurbaine est une forme d'agriculture orientée vers la production des légumes pour la vente dans les villes (Lavoisier, 1977).

Tiamiyou (1995), Wetphal et al cité par Diouf et al (1999), définissent ces légumes comme des plantes herbacées dont les parties comestibles sont récoltées sur la plante encore sur pied ou pendant sa période de repos.

Le chou, de son nom scientifique « Brassica oleracea » est une plante crucifère à variété cultivée pour l'alimentation humaine. Il existe plusieurs catégories de choux. Il faut retenir entre autres les choux pommés, les choux verts (cultivés pour leur feuillage), les choux Bruxelles (dérivés de choux pommés à feuilles cloquées), les choux fleurs et les choux raves. Leur culture entre dans le cadre de l'amélioration et de la diversification de l'alimentation humaine. Ils apportent des sels minéraux, essentiellement du fer et des vitamines aussi que de la cellulose et du potassium à l'organisme. Leur apport énergétique est de 24 calories pour 100g. Ils sont de vertus curatives, digestives et nutritives.

Le chou est une culture pour laquelle le marché est en situation d'appel en saison des pluies et en début de saison sèche. Culture à cycle long (3-4 mois), elle n'est correctement valorisée que pendant les périodes de pénurie sur le marché à condition de maîtriser les itinéraires techniques de production en période pluvieuse (PADAP, 2009).

Dans le cadre de cette étude, le maraîchage est la culture des légumes (chou-fleur) destinée à l'autoconsommation et à la vente dans les milieux urbains.

Notion de marché en économie : Selon le dictionnaire Longman de l'anglais contemporain (Procter 1984, Paul 1984 page : 666), le marché est un bâtiment, une place ou un espace ouvert où les gens se rencontrent pour vendre et acheter des biens, en particulier des produits alimentaires ou parfois des animaux. Il est le rassemblement des gens certains jours sur ces aires pour vendre et acheter. C'est aussi des espaces ou des pays ou groupe de pays où il existe de la demande pour un certains produits : marché intérieur, marché extérieur.

L'étendue d'un marché est une question essentiellement empirique dont la réponse, variable, tient aux caractéristiques des produits concernés et aux conditions des échanges. Un marché parfait se définit par l'unicité du prix d'un bien homogène disponible à un même moment en un même endroit.

Déjà en 1838, le célèbre français Augustin Cournot, parlait du marché en ces termes : « On sait que les économistes entendent par marché, non pas un lieu déterminé où se consomme les achats et les ventes, mais tout un territoire dont les parties sont unies par des rapports de libre commerce, en sorte que les prix s'y nivellent avec facilité et promptitude ».

Pour un produit homogène donné sur un marché, il n'y a qu'un seul prix à chaque moment. C'est la loi du prix unique. Autrement dit, à un moment donné et précis, dans un même marché ouvert, il ne saurait y avoir deux prix pour le même produit. Ainsi, plus un marché est proche de la perfection, plus forte est la tendance pour le même d'être payé pour le même produit au même moment dans toute les parties du marché.

Dans le cadre de notre étude, le marché est un réseau d'échanges au sein duquel on retrouve l'ensemble des acheteurs et des vendeurs, observés ou potentiels, d'un produit donné.

Approche Structure – Conduite – Performance (SCP) : L'analyse économique de la performance des marchés recourt à des bases théoriques empruntées à la théorie néoclassique dont les limites sont comblées par les nouvelles approches économiques fondées sur l'interdisciplinarité nécessaire à toute étude des marchés en tant qu'institutions socio-économiques. Au niveau opérationnel, l'efficacité des marchés est évaluée à l'aide de l'analyse Structure-Comportement-Performance (S-C-P) qui a eu des nombreuses applications en milieu africain et connaît de plus en plus d'approfondissements et d'améliorations à travers de

nouveaux outils d'analyse institutionnelle et fonctionnelle des filières agricoles (Demont et al, 2003 ; Mastaki N., 2006).

Issue de la théorie néoclassique, le paradigme de la Structure-Conduite-Performance a été développé par l'école de HARVARD et rendu populaire au cours des années 1940 à 1960 avec une étude mettant en exergue les corrélations qui peuvent exister entre la structure et la performance de l'industrie (Bain, 1951 cité par Olagunju, 2012). L'approche SCP implique que la structure d'un marché, et en particulier le degré de concurrence qu'on y rencontre, déterminent le comportement du marché, et que la structure et le comportement pris ensemble déterminent à leur tour les performances (Demont et al, 2003 ; Tollens, 1997 cité par Mastaki N., 2006).

Ces trois éléments indissociables à savoir la structure du marché, la conduite des acteurs et la performance du marché se définissent d'après Clodius et Mueller, (1961) cités par Adegbidi A. et al, (2003) comme suit :

La structure du marché se définit comme l'ensemble des caractéristiques organisationnelles qui déterminent les rapports des protagonistes (acheteurs et vendeurs) entre eux ; qu'ils soient installés ou potentiels. Spécifiquement dans le cadre de notre étude, les recherches ont été orientées ici sur le degré de concentration du marché c'est-à-dire le nombre d'agents (grossistes, détaillants, etc.) et leur distribution par taille, sur le degré de différenciation du produit et les conditions d'entrée et de sortie du marché. La structure du marché aide aussi dans la description des infrastructures du marché. Bain (1968), Pomeroy et Trinidad (1998) cités par Mastaki N. (2006) et par Ninglepong G. (2004) affirment que la structure du marché est caractérisée par son organisation. Cette organisation est susceptible d'influer de façon stratégique la nature de la concurrence et le mode de fixation des prix à l'intérieur du marché.

La conduite des acteurs se réfère aux modèles de comportement que suivent les acteurs et les stratégies qu'ils utilisent afin de pouvoir s'adapter ou s'ajuster aux marchés dans lesquels ils vendent ou achètent. Ces stratégies dépendent de la structure du marché, du pouvoir individuel des commerçants dans le marché et des atouts disponibles. Dans cette étude, la conduite du marché est approchée du point de vue des pratiques de l'offre c'est-à-dire des stratégies et arguments qu'utilisent les acteurs dans la négociation du prix, le mode de paiement utilisé et enfin du point de vue du degré de communication entre les différents agents;

La performance du marché exprime les résultats économiques de l'ensemble des entreprises du marché. Elle traduit le résultat économique de la structure et de la conduite. Elle s'intéresse aux relations qui existent entre les marges et les coûts de production des services de commercialisation (effectivité de la performance du marché) (Hariss, 1993 cités par Olagunju F. et al, 2012).

Dans le cadre de l'étude, ce paradigme a été le fil conducteur afin de mieux structurer les différents aspects de la problématique. Le tableau n°10 indique les différents éléments de la SCP sur lesquelles notre étude s'est basée.

Tableau n°10 : Eléments de la Structure-Conduite-Performance

Structure	Conduite	Performance
Typologie des acteurs de la chaîne	Partenariat entre acteurs (tout en tenant compte des asymétries d'informations)	Distribution des bénéfices (équité) Efficacité du système de commercialisation
Circuits de commercialisation	Commercialisation	
Cartographie de la chaîne	Fixation des prix	
Les conditions d'entrée et de sortie du marché	Flux d'informations	

Source : Nos enquêtes Juin 2016 adapté de Lutz (1994)

2.2.2 Revue des travaux antérieurs

Nous n'avons identifié aucune recherche antérieure qui ait été spécifiquement consacrée au même sujet que le nôtre. Toutefois quelques document qui s'y rapprochent nous ont servi de source d'inspiration et nous permis de mieux cerner le sujet et de faire une liaison avec le développement durable.

Alao Aïla Issidine (2014) a réalisé une étude sur la production et la commercialisation des produits maraîchers dans la commune des Aguégoués. L'analyse financière des couts et recettes de ces systèmes a révélé que c'est le système exotique qui engrange les marges les plus

importantes, découlant des bénéfices réalisés principalement avec le chou. Le système mixte de cette étude a montré que le système commercial du chou est économiquement performant. Ainsi, des quantités impressionnantes de légumes (chou, laitue, tomate etc.) sont déversées quotidiennement dans les marchés locaux tels que la ville de Cotonou, de Porto-Novo et ses environs

Les travaux réalisés par Mensah Guy-Apollinaire, Komlan C., Adegbola P., Adegbidi A. et Adetonah S. (2013) sur l'analyse des systèmes de commercialisation de la corète potagère (*Corchorus olitorius*) produite à Agbédranfo au Sud-ouest du Bénin ont permis d'identifier deux systèmes de commercialisation de la corète en fonction des périodes de vente de la corète produite à Agbédranfo et des lieux de production : système de commercialisation de la corète des bas-fonds et système de commercialisation de la corète des terres de plateau. L'analyse des marges a montré que la vente de la corète produite à Agbédranfo assure des marges nettes relatives de 3,24 pour les producteurs, 9,67 pour les détaillantes et 8,37 pour les grossistes contrairement aux marges nettes relatives faibles de ces acteurs dans le système de commercialisation de la corète des terres de plateau. En outre, un coefficient de Gini de 0,34109 indique une répartition inégale des marges nettes obtenues au niveau du système de commercialisation de la corète des bas-fonds.

La distribution des marges entre les intermédiaires de la commercialisation de la corète produite à Agbédranfo est inéquitable. Les acteurs commerciaux, surtout les détaillantes, réalisent les profits les plus élevés de l'ordre de 2 à 3 fois supérieurs à ceux des producteurs.

Selon les travaux réalisés par l'Institut Interaméricain pour la Coopération en Agriculture (IICA, 2013) sur la filière des cultures maraîchères et opportunités pour un crédit sécurisé, il ressort deux sous-systèmes ou circuits au niveau de la commercialisation. On distingue le circuit local où les légumes sont transités dans les grands centres commerciaux de la zone métropolitaine de Port-au-Prince avant d'être redistribués dans les autres coins du pays. Ce circuit suit les étapes suivantes : Producteur → grossiste → demi grossiste → détaillant → consommateur et le circuit d'exportation. Les opportunités du marché international demeurent sous exploitées.

Ces deux circuits de distribution confrontent à de nombreuses contraintes auxquelles il convient de trouver des voies d'amélioration : les systèmes de transport et de conditionnement ne sont

pas adaptés aux conditions de périssabilité des légumes, le manque de sécurité pour les marchandes sur les routes et dans les marchés, etc.

Le crédit agricole n'est pas encore très développé dans les zones de production enquêtées cependant, plusieurs institutions financières (coopératives financières, caisses populaires, institutions de micro finance) sur le terrain commencent à proposer des produits sur mesure pour les producteurs, les fournisseurs d'intrants, et les commerçants. Parmi ces institutions se trouvent : les caisses affiliées au réseau le Levier, ACME, SOGESOL.

En vue d'encourager les services de prêt agricole, l'USAID a mis en place sur la base d'un protocole d'accord avec les caisses du réseau le Levier un fonds de garantie visant à partager à 50% les risques.

En dépit de nombreuses contraintes, il est à considérer la très forte demande pour les légumes tant au niveau national qu'à l'échelle internationale, ce qui permet d'espérer que la filière de légumes aurait de beaux jours devant elle. Il faudra donc consentir des investissements pour améliorer les infrastructures, doter les zones de production de matériels et équipements et des circuits de commercialisation, en plus de la formation technique susceptible de mieux valoriser les potentialités de la filière.

L'étude portée par Wilhelm L. (1997) sur les circuits d'approvisionnement alimentaire des villes et le fonctionnement des marchés en Afrique et à Madagascar montre que la maîtrise des débouchés est le principal souci des grossistes car la rapidité de rotation des expéditions en dépend. La collecte étant longue et coûteuse, les grossistes cherchent à limiter au maximum leurs dépenses et leurs temps. Le coût du stockage et du transport, ainsi que les risques de pertes impliquent que l'écoulement soit d'autant plus rapide que la collecte a été longue.

Sur de très grands marchés comme celui de la ville de Dakar, les détaillantes des produits maraîchers traitent des volumes nettement plus limités, entre 300 et 500 kg par jour.

Ces grossistes collecteurs sont en général en contact étroit avec les zones de production. Convoyeuses de produits fragiles, ne disposant pas de réseau de commercialisation ni souvent de structures d'accueil, elles cherchent à assurer la sécurité de leurs débouchés par des réseaux courts, intégrant détaillantes, gros consommateurs.

Le risque de leur profession est élevé, les opérateurs occasionnels de ce créneau venant nombreux en pleine période de commercialisation les concurrencer dans leurs zones d'achat.

Ces collectrices manquent d'information sur la demande ponctuelle, font face à la faible solvabilité des clients (les détaillantes) et doivent financer une partie de la filière en aval pour fidéliser leur clientèle. Leurs coûts de commercialisation sont élevés et sont largement grevés par les frais de transport.

L'activité des détaillantes est principalement conditionnée par l'extrême faiblesse de leur capital commercial. Cependant, les quantités journalièrement commercialisées en période de pénurie ne sont de ce fait pas toujours limitées. Les frais de transport total ne sont plus à leurs charges car effectués par la grossiste du lieu de production au centre de son entrepôt. A la vente, l'activité de la détaillante est soumise à une double contrainte: celle de la concurrence d'innombrables autres marchandes, en particulier de toutes les vendeuses à la sauvette, et celle des possibilités financières réduites de sa clientèle.

La commerçante est insérée dans un réseau marchand qui, grâce à la circulation des flux d'information et des flux financiers entre ses membres, permet la démultiplication, dans le temps et dans l'espace, de ces opérations et, par conséquent, une maîtrise bien supérieure des risques et des contraintes inhérents au commerce des produits maraîchers. Les pratiques visent avant tout, à travers des relations personnalisées avec les producteurs et les détaillantes, des associations et des systèmes de crédit, à restreindre l'entrée des «outsiders» dans le commerce, afin de garantir une certaine régulation d'un marché caractérisé par une forte instabilité (de prix, d'offre et de demande).

En définitive, on remarque que les grossistes des marchés constituent des communautés dont l'accès est relativement fermé, soudées par de forts liens sociaux et ethniques et où la concurrence joue peu. C'est en effet la condition de la permanence et de la régularité de leurs activités.

Par conséquent, les grands marchés urbains sur lesquels s'exerce l'essentiel des activités de gros d'approvisionnement ne sont pas des lieux de formation des prix (au sens de la rencontre entre une offre et une demande); ceux-ci se fixent en amont par le jeu des rapports de force et de négociation entre le producteur et la commerçante, et en aval entre les détaillantes et les acheteurs, suivant les relations de crédit et de confiance qu'ils ont nouées et, en dernier ressort, suivant le pouvoir d'achat des consommateurs.

2.3 Méthodologie de recherche

La méthode est la lumière dont le chercheur oriente sa recherche vers une cible ou un milieu déterminé pour collecter des informations et des données. Ainsi pour Mingat, la méthode économique « est l'étude des principes qui guident les économistes dans le choix du statut qu'ils attribuent aux propositions produites par leurs analyses (ou plus encore, du sort qu'ils réservent) ».

La méthodologie est une réflexion sur la méthode utilisée au cours du développement de la pensée économique pour résoudre les principaux problèmes qui se sont posés.

2.3.1 Population cible et échantillonnage

2.3.1.1 Population cible

Le CPMH et les grands marchés de Cotonou ont été choisis comme cadre de réalisation de notre enquête. La population cible sur laquelle est portée notre enquête est constituée des membres du coopératif du secteur n°9 composés de 15 producteurs (producteurs-commerçants) et de toutes les commerçantes vendeuses du chou des grands marchés (Dantokpa, Ganhi, Cadjèhoun et Haie-Vive) de Cotonou.²

2.3.1.2 Echantillonnage

L'échantillonnage a été fait par catégorie d'acteurs et a été raisonné pour les producteurs (producteurs-commerçants) et les commerçantes.

❖ Producteurs

Au niveau des producteurs-commerçants, en tenant compte de la taille de la population cible constituée de 15 producteurs, nous avons donc opté pour un taux de sondage de 100% de la population cible.

❖ Commerçantes

Au niveau des commerçantes, l'univers d'échantillonnage représente toutes les commerçantes du chou rencontrées dans les grands marchés. Le choix des commerçantes s'est fait de façon raisonnée en vue de prendre en compte les commerçantes qui s'approvisionnent en chou produit à Cotonou. Il s'agit ici d'un échantillon aléatoire stratifié représentatif et réparti en deux strates

(détaillantes et grossistes). Notre enquête a été conduite auprès de ces commerçantes (détaillantes et grossistes) rencontrées aussi bien les jours de marchés que les jours ordinaires.

La commercialisation des produits maraîchers est majoritairement assurée par le secteur informel qui à son tour est dominé par les femmes, surtout pour les productions en zones urbaines et périurbaines. Il n'existe cependant pas de données statistiques permanentes sur la commercialisation des fruits et légumes, en particulier. Le tableau n°11 indique le mode d'échantillonnage de chaque acteur enquêté et le lieu des enquêtes.

Tableau n°11 : Mode d'échantillonnage des catégories d'acteurs enquêtés et les lieux d'enquêtes

Acteurs	Population cible	Taux de sondage	Population échantillonnée	Lieux d'enquêtes
Producteurs	15	100%	15	Houéyiho
Détaillantes	20	50%	10	Dantokpa
	15	53,33%	8	Ganhi
	10	50%	5	Cadjèhoun
	22	54,54%	12	Haie Vive
Grossistes	08	100%	08	Dantokpa
	04	100%	04	Ganhi
Total	94	65,96%	62	04

Source : Nos enquêtes Juin 2016

Les marchés de Dantokpa, de Ganhi, Cadjèhoun et de Haie Vive ont été des lieux d'enquêtes auprès des détaillantes car ils sont les zones de provenance de la plupart des détaillantes et clientes des producteurs de Cotonou. Le marché de Dantokpa et celui de Ganhi ont été les seuls lieux où les grossistes ont pu être enquêtés.

2.3.2 Technique de recherche

La technique de notre recherche comprend la phase de la recherche documentaire, la phase exploratoire et la phase d'enquête approfondie.

2.3.2.1 La recherche documentaire

Dans le cadre de la rédaction de notre mémoire, la recherche documentaire effectuée à cet effet nous a amenée à consulter plusieurs ouvrages et travaux antérieurs disponible dans plusieurs bibliothèques et à parcourir plusieurs sites internet. Elle a pour objectif de permettre de mieux cerner tous les contours du sujet par un inventaire et la lecture des documents existants. Elle a été réalisée dans les centres de documentation et bibliothèque de la FLASH, de la FSA (BIDOC), MAEP et l'internet.

2.3.2.2 La phase exploratoire

Au cours de cette phase, des entretiens individuels au niveau des producteurs comme au niveau des commerçantes ont été organisé afin de recueillir en général les informations sur le CPMH et les grands marchés de Cotonou (quantité de choux produite et vendue, le prix sur le marché, les contraintes, l'organisation et la conduite des marchés etc.). Elle nous a permis également d'identifier les producteurs qui sont à la fois producteurs-commerçants et les grossiste qui sont aussi à la fois acheteurs bord champ et détaillantes. Elle nous a permis aussi d'identifier les problèmes liés aux systèmes commerciaux des marchés de choux grâce à la contribution des commerçantes.

2.3.2.3 Phase d'enquête approfondie

La collecte des données sur le terrain a été effectuée essentiellement à partir des instruments d'enquêtes à savoir : l'entretien structuré, les entretiens semi-structurés et non structurés et les observations du terrain. Les entretiens structurés réalisés à l'aide d'un questionnaire adressé aux commerçantes comme aux producteurs ont permis de recueillir les informations relatives aux indices de performances et à la répartition des marges entre les acteurs.

Les entretiens semi et non structurés sont réalisés auprès des acteurs commerciaux. Ces entretiens ont permis de tester notre questionnaire afin de vérifier et de compléter certaines informations. Quant aux observations du terrain, au cours de notre stage sur le CPMH, qui a été à la fois passives et participantes, elles ont été l'opportunité pour nous de vivre les réalités au

niveau des maraîchers en général et au niveau des commerçantes en particulier pour la réalisation de notre travail.

En effet, l'observation est une méthode de collecte qui sert de base à de nombreuses disciplines en science économique et de gestion. En 1911, Taylor témoigne que les observations ont été le soubassement de sa théorie de l'Organisation Scientifique du Travail (OST) dans le domaine de l'industrie.

2.3.3 Collecte des données

2.3.3.1 Objectif de la collecte des données

L'objectif visé à travers cette collecte est de mobiliser les données pouvant nous permettre de réfuter ou de retenir les causes réelles qui fondent le problème identifié afin de procéder à la vérification de nos hypothèses formulées au chapitre 2.

2.3.3.2 Nature et sources des données

Les données collectées au niveau des producteurs-commerçants et les commerçantes sont aussi bien quantitatives que qualitatives. Elles se rapportent à l'activité commerciale (nature, quantité des produits, qualité etc.) mais aussi aux caractéristiques socioéconomiques des acteurs exerçant l'activité (niveau d'instruction, âge, sexe, mode et niveau de rémunération). Ce sont essentiellement des données primaires. De plus, quelques données secondaires telles que les caractéristiques de la zone d'étude ont été également collectées. Les données collectées sont issues de la SOGEMA, des acteurs commerciaux et de nos enquêtes.

2.3.4 Méthodes, outils de présentation et analyse des données

2.3.4.1 Méthode et outil de présentation des données

Les données recueillies à la suite de cette enquête sont dépouillées manuellement et classées selon l'ordre de chaque type de données. Le traitement des données quantitatives s'est fait au moyen des logiciels Excel 2013 et Word 2013.

2.3.4.2 Méthode et outils d'analyse des données

Différents outils ont été utilisés pour analyser les données collectées. La statistique descriptive (moyenne, mode, minimum, maximum, tableaux croisés, écart-type, fréquence) a servi de comprendre la structure des marchés, particulièrement des caractéristiques socioéconomiques

des producteurs et des commerçants. Elle est employée pour illustrer certains comportements des acteurs du marché. Le calcul des marges et de l'équité ont permis d'évaluer la performance des systèmes de commercialisation étudiés.

2.3.5 Technique d'analyse des hypothèses

La validation de l'hypothèse 1 se basera sur le calcul des marges (brutes, nettes et relatives) au niveau de chaque acteur du système commercial à l'appui du paradigme standard de la SCP qui stipule que « la structure et la conduite d'un marché favorisent un système commercial lorsqu'il existe une relation directe entre le degré de concentration de marché et le degré de concurrence entre entreprises » (Peltzman, 1976 ; Demsetz et al, 1979 cité par Becker, 1983. Ainsi, la conséquence directe de cette théorie est que les entreprises des secteurs plus concentrés gagnent des profits plus élevés que les entreprises opérant dans des secteurs moins concentrés indépendamment de leur efficacité (Olagunju, 2012).

En ce qui concerne l'hypothèse 2, elle sera validée par le calcul du coefficient de Gini pour l'analyse de la répartition des marges au sein des acteurs du système de commercialisation.

2.3.5.1 Calcul des marges

❖ Au niveau des producteurs-commerçants

Les calculs de la marge brute et nette de production sont représentés respectivement par l'équation (1) et (2).

$$\text{➤ Marge brute de production} = \text{Prix de vente au marché} \times \text{Quantité de choux produite} - \text{Coûts directs de production} \quad (1)$$

Où :

$$\text{Coût direct de production} = \text{Coût des intrants} + \text{Main d'œuvre salariée contractuelle (recrutée juste à la tâche)}$$

$$\text{➤ Profit (Marge nette)} = \text{Prix de vente au marché} \times \text{Quantité de choux produite} - \text{Coût total de production} - \text{Frais direct de vente} \quad (2)$$

Où :

$$\text{Coût total de production} = \text{Coûts directs de production} + \text{Frais de fonctionnement de l'entreprise de production}$$

$$\text{Frais directs de vente} = \text{Transport} + \text{Amortissement des équipements}$$

❖ **Au niveau des détaillantes et grossistes**

Le calcul de la marge brute et de la marge nette au niveau des détaillantes et grossistes est présenté respectivement dans l'équation (3) et (4).

➤ **Marge brute = Recette de vente – Coût d'achat** (3)

Où :

Recette de vente = Prix de vente × Quantité de choux vendue

Coût d'achat = Prix d'achat × Quantité de choux achetée

➤ **Marge nette = Marge brute – Frais de commercialisation** (4)

Où :

Frais de commercialisation = Frais de transport et commissions directes + Amortissement des équipements

La marge nette relative est calculée comme suit dans l'équation (5) :

➤ **Marge nette relative = $\frac{\text{Marge nette totale}}{\text{coût total d'exploitation}}$** (5)

L'analyse des marges nettes a été faite par une comparaison des marges nettes relatives de chaque acteur du système de commercialisation du chou afin de vérifier si les marges nettes relatives des différents acteurs du système commercial sont différentes.

2.3.5.2 Calcul du coefficient de Gini et Analyse de l'équité

Suite à ces différents calculs, la question de l'équité au niveau des marges est importante à savoir tout comme le calcul des marges, elle est un indicateur de performance d'un système de commercialisation. Ainsi, le coefficient de Gini a permis d'analyser la répartition des marges au sein des acteurs du système de commercialisation. En effet, Corrado Gini (1884 -1965) est le statisticien, démographe, ethnologue et sociologue italien à qui on doit le coefficient (ou indice) de Gini. Il se calcule comme l'indique l'équation (7) :

$G = 1 - \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (Y_i + Y_{i+1})$ (7)

Où :

- n = Nombre d'observations ;
- Y_i = Marges nettes des différents acteurs de la commercialisation ;
- Y_{i+1} = Marges nettes cumulées des différents acteurs de la commercialisation.

Le coefficient de Gini est compris entre 0 et 1 ou entre 0 et 100 si on multiplie les résultats par 100. En cas d'égalité parfaite, il est égal à 0. En cas d'inégalité totale il est égal à 1.

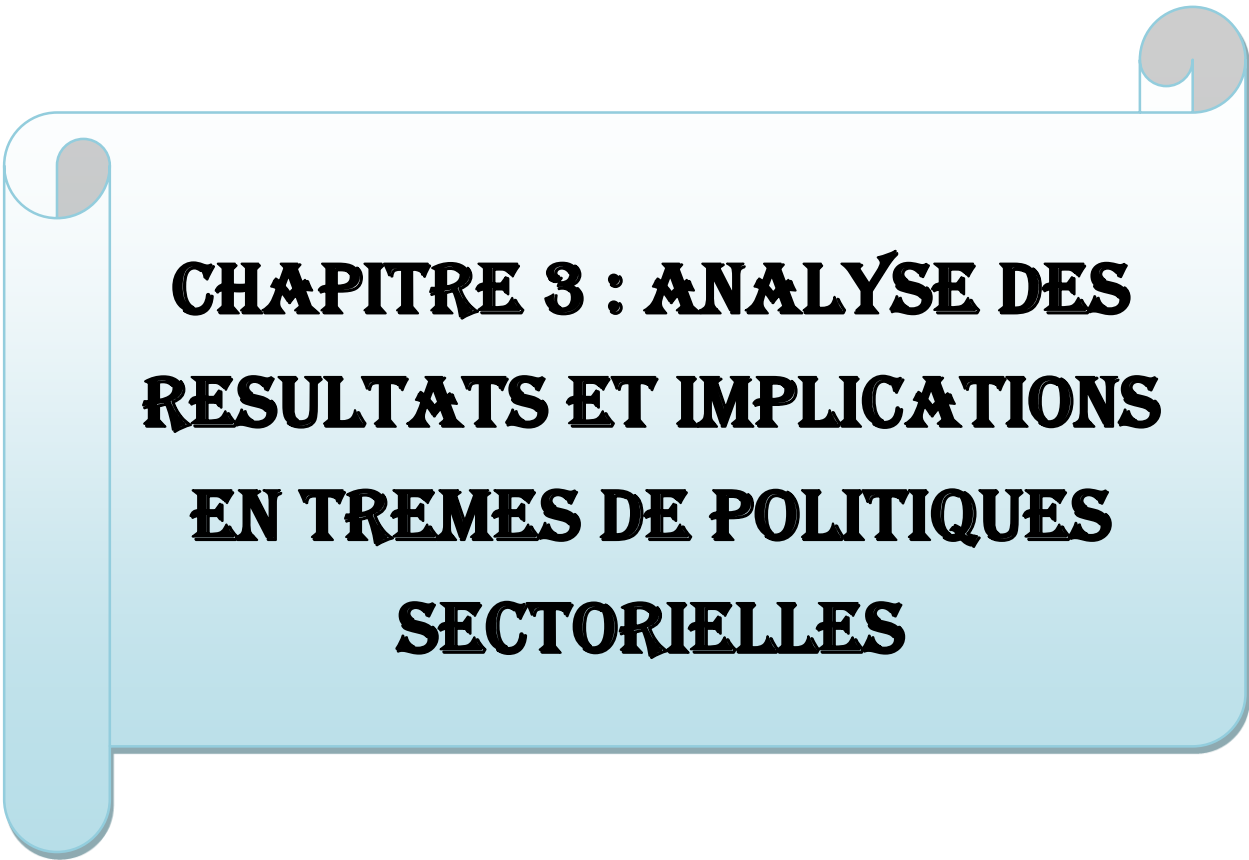
Par conséquent, à mesure que ce coefficient augmente de 0 à 1, l'inégalité de la répartition augmente. Cette technique analyse se résume comme suit :

Si $G = 0$ alors la répartition est égale et parfaite entre les acteurs commerciaux ;

Si $G = 1$ alors la répartition est totalement inégale entre les acteurs commerciaux ;

Si $G \rightarrow 0$ à 1 alors l'inégalité de la répartition augmente entre les acteurs commerciaux.

Ensuite une comparaison des marges entre catégorie d'acteurs a été effectuée dans le but de mieux appuyer les résultats du Coefficient de Gini sur la différence de profit entre les catégories d'acteurs.



**CHAPITRE 3 : ANALYSE DES
RESULTATS ET IMPLICATIONS
EN TERMES DE POLITIQUES
SECTORIELLES**

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS ET IMPLICATIONS EN TERMES DE POLITIQUES SECTORIELLES

3.1 Présentation du profil des acteurs de la chaîne de commercialisation du chou dans la ville de Cotonou

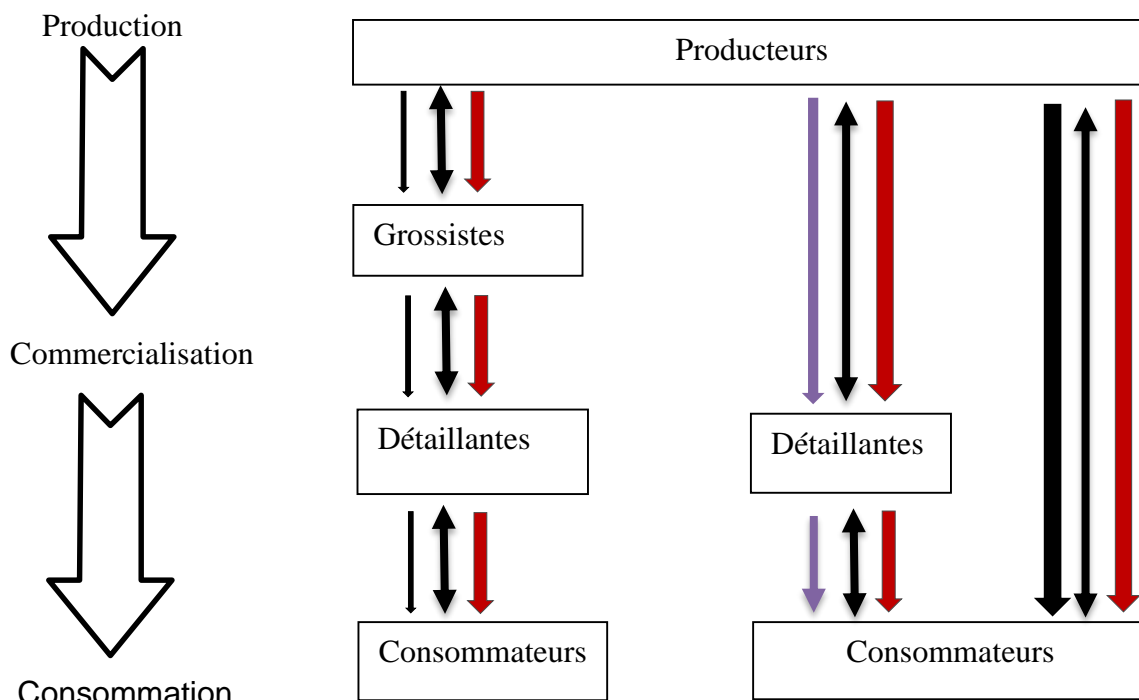
Cette partie est consacrée à la description du profil des producteurs-commerçants, des grossistes et des détaillants respectivement du secteur n°9 de la coopérative Sèmèvo du CPMH et des grands marchés de la ville de Cotonou comme cités ci-haut. Ces différents acteurs sont identifiés au moyen de leurs caractéristiques sociodémographiques telles que le sexe, l'âge, l'ethnie, le statut matrimonial, le niveau d'instruction, le capital de départ, la religion (Annexe -Tableau 1). Ces caractéristiques ont pour but de répondre à la question de savoir qui sont les acteurs qui animent les échanges du chou produit dans la commune de Cotonou.

Ainsi, les résultats obtenus ont montré que les maraîchers enquêtés sont en majorité âgés, 60% ont plus de 50ans et 93,34% ont une expérience plus de 10ans. La langue la plus parlée par ces maraîchers est le Fon soit 53,33%, le Goun 33,33% et l'Aïzo 13,34%. La majorité des producteurs que ça soit les hommes (66,66%) et les femmes (17,78%) sont mariés, bon nombre d'entre eux sont instruits soit 66,67% contre 33,33% non instruits. Ils ont un capital de départ en moyenne de 23.900 FCFA, l'animisme (56,46%) est la religion de la majorité de ces producteurs.

Au niveau des marchés, les résultats obtenus ont montré que la vente du chou est exclusivement effectuée par les femmes dont 48,57% des grossistes et 34,17% des détaillantes sont plus âgées que 50ans et ont une expérience supérieure à 10ans. Ce résultat confirme ceux obtenus par Assogba K. (2010). Les grossistes ont un capital moyen de départ (130.000 FCFA) 2 à 3 fois plus élevé que celui des détaillantes (52.000 FCFA). Les commerçantes du chou sont en majorité Fon (56,7%). Elles sont instruites surtout les grossistes (73,87%) contrairement aux détaillantes (25,36%) qui sont en majorité non instruites. Les détaillantes sont majoritairement mariées (63,82%) contrairement aux grossistes (29,21%). Le christianisme (71,43%) est la religion de la majorité des détaillantes ayant des stratégies d'écoulement particulières tandis que l'islam (60,11%) est celle de la majorité des grossistes importatrices. En effet, une grossiste va d'une zone de production à une autre afin de faire des marges bénéficiaires intéressantes.

Les différents acteurs de la commercialisation étant définis et caractérisés, il convient d'aborder les circuits qu'emprunte le chou produit à Cotonou. En fonction des stratégies d'écoulement et

d'échange qu'adoptent les différents acteurs de la commercialisation du chou, trois (3) circuits de commercialisation coexistent quel que soit le système de commercialisation du chou produit à Cotonou. Ces circuits obtenus se segmentent en plusieurs sous-circuits (figure 1).



Légende

- : Circuit 1 → : Circuit 2 → : Circuit 3 ⇨ : Activité
- ↔ : Flux d'informations [] : Acteur
- : Changement de propriété du panier du chou produit (vente de choux produit)

Figure 1 : Circuits de la chaîne de commercialisation du chou produit à Cotonou (adapté aux éléments de cartographie d'une chaîne de valeur, GTZ, 2007)

3.2 Analyse des résultats et implications

Dans cette partie nous allons analyser les résultats qui prennent en compte les différents problèmes abordés au début de cette étude et qui nous permettront de valider ou d'infirmer les différentes hypothèses qui y sont associées.

3.2.1 Analyse des résultats

3.2.1.1 Analyse de la structure du marché de choux et du comportement des principaux acteurs

Les tableaux n°12 et n°13 mettent respectivement en relief le compte d'exploitation des producteurs et des commerçantes.

Tableau n°12 : Compte d'exploitation des producteurs

Calcul des coûts variables					
Désignation		Culture maraîchère : chou			
		Unité	Quantité	Prix	Montant
Semence		Sachet	2	3.500	7.000
Opération de semis		Planche	56	35	1.960
Arrosage et désherbage		Planche	56	10	560
Traitement phytosanitaire		Planche	56	25	1.400
Engrais	Fiente	Sac	1	15.000	15.000
	Urée	Sac	1	12.000	12.000
	NPK	Sac	1	12.000	12.000
Carburant		Litre	12,5	350	4.400
Insecticide		Litre	4	2.500	10.000
Main d'œuvre		Hj	2	30.000	60.000
Total		-		75.410	124.320

Coût Direct de Production (CDP) = Coût des intrants + Main d'œuvre

CDP = 124.320 FCFA

Analyse économique du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou dans la ville de Cotonou

Calcul des amortissements des équipements				
Désignation	Nombre	Coût	Durée (ans)	Amortissement
Houe	3	3.000	1	3.000
Coupe-coupe	1	2.500	2	1.250
Arrosoir	4	16.000	1	16.000
Motopompe	1	100.000	2	50.000
Binette	1	415	5	83
Pulvérisateur	1	27.500	2	13.750
Râteau	1	3.000	1	3.000
Tuyau	-	44.000	5	8.800
Autres	-	-	-	13.000
Total	-	-	-	108.883

Frais Direct de Vente (FDV) = Transport + Amortissement des équipements

FDV =108.883 FCFA

Calcul des marges	
Rubriques	Producteurs
Quantité vendue (planche) soit 45 pieds la planche	56
Prix de vente (fcfa/Planche)	8.000
Recette (fcfa)	448.000
Coût Direct de Production (CDP) (fcfa)	124.320
Frais de Fonctionnement de l'entreprise (FF) (fcfa)	60.000
Coût Total de Production (CTP) = CDP + FF (fcfa)	184.320
Frais Direct de Vente (FDV) (fcfa)	108.883
Marge Brute = Recette - CDP (fcfa)	323.680
Marge Nette = Recette - CTP - FDV (fcfa)	154.797
Coût Total d'Exploitation = CTP + FDV (fcfa)	293.203
Marge Nette Relative	0.80

Source : Nos enquêtes Juin 2016

Tableau n°13 : Compte d'exploitation des commerçantes (détaillantes et grossistes)

Rubriques	Grossistes	Détaillantes
Quantité achetée	56	56
Prix d'achat (fcfa)	8.000	13.550
Quantité vendue (planche)	56	56 (2520 pieds)
Prix de vente (fcfa)	13.550	19.585
Recette de Vente (RV) (fcfa)	758.800	1.096.760
Coût d'Achat (CA) (fcfa)	448.000	758.800
Frais de Transport (FT) (fcfa)	49.280	46.925
Amortissement (Am) (fcfa)	1.000	1.375
Frais de Commercialisation (FC) (fcfa)	50.280	48.300
Frais de Marketing (FG) (fcfa)	8.535	5.345
Marge Brute = RV - CA (fcfa)	310.800	340.760
Marge Nette = MB -FC (fcfa)	260.520	292.460
Coût Total d'Exploitation = FC + FG (fcfa)	58.815	53.645
Marge Nette Relative	4,43	5,45

Source : Nos enquêtes Juin 2016

D'après l'analyse des différents comptes d'exploitation des acteurs commerciaux (Tableaux n°12 et n°13), on constate que les coûts investis par les producteurs (293.203 FCFA) sont supérieurs aux coûts investis par les grossistes (58.815 FCFA) et les détaillantes (53.445 FCFA). Cependant, les marges brute, nette et nette relative des producteurs respectivement (323.680 FCFA, 157.797 FCFA et 0,80) sont inférieure à celles des grossistes (310.800 FCFA, 260.520 FCFA et 4,43) et celles des détaillantes (340.760 FCFA, 292.460 FCFA et 5,45).

On en déduit donc que les détaillantes et les grossistes sont les acteurs qui ont plus de profits au détriment des producteurs. L'assertion selon laquelle les petits exploitants, bien qu'ils aient constitués la plus grande partie de l'offre des produits agricoles, disposent des revenus très

faibles dans leurs exploitations en raison de la nature des intrants utilisés et surtout de leurs conditions de vie (Nouhoheflin 2001, cité par Padonou, 2008) est donc vérifiée.

En effet, pendant la période d'abondance c'est-à-dire dans le système de commercialisation du chou, les marchés de Cotonou, comme partout ailleurs, sont saturés. Les producteurs de Cotonou, toutes catégories confondues ne sont plus les seuls à y vendre le chou. Ces producteurs ont par conséquent un nombre faible de clients. L'entrée dans le marché du chou étant libre, le nombre de détaillantes et de grossistes est élevée contrairement aux nombres des producteurs. La saison des pluies favorisant la production, l'offre est supérieure à la demande. Ce qui explique le faible pouvoir de la part des producteurs de Cotonou dans la formation de prix. Ils subissent le prix fixé par les commerçantes au point de vendre à perte d'où les marges nettes des producteurs sont inférieures par rapport à celles des commerçantes.

En revanche, en période de pénurie, la concurrence diminue et seules les zones de production du chou aménagées produisent en contre saison. Tel est le cas de notre zone d'étude. Ainsi, en cette période, le marché du chou produit devient moins saturé et le prix du panier est fortement élevé. La demande devient forte par rapport à l'offre et contrairement à l'autre période de commercialisation, les producteurs imposent leur prix de vente.

Le résultat obtenu rejoint l'affirmation selon laquelle l'offre des cultures maraîchères est ainsi influencée par le régime pluvial principalement pour les cultures de plein champ (saison pluvieuse), la pratique de l'irrigation dans certaines régions. La mise en exploitation des terres de bas-fonds, tributaire du régime pluvial, influence également cette offre de produits maraîchers (Agossou et al, 2001).

De ces analyses, on en déduit que les entreprises des secteurs plus concentrés (commerçantes) réalisent des profits plus élevés que les entreprises des secteurs moins concentrés (producteurs). Ces résultats viennent **confirmer l'hypothèse n°1** selon laquelle « **la structure et la conduite des marchés de choux sont favorables au développement de la commercialisation du chou à Cotonou** ».

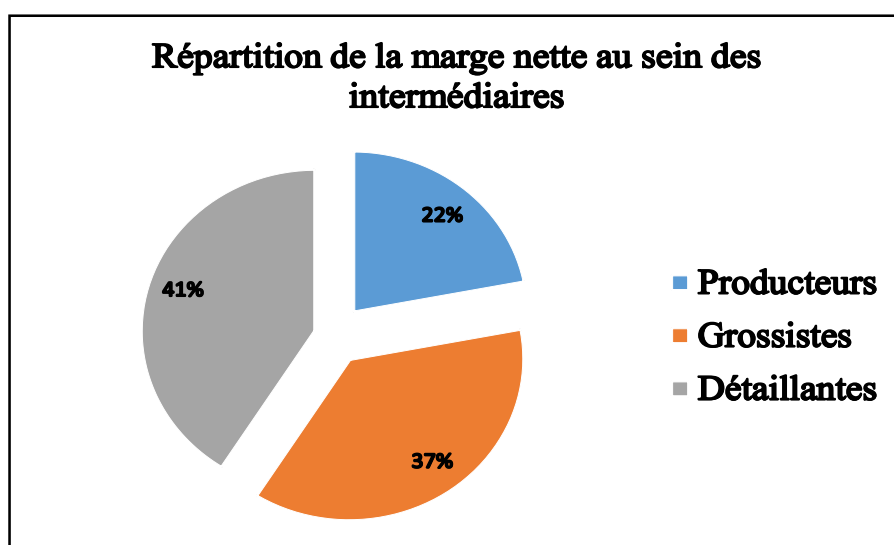
3.2.1.2 Analyse de la performance du système de commercialisation du chou

La marge est l'instrument de mesure de la performance des activités des acteurs commerciaux qui permet de voir la répartition des bénéfices depuis le producteur jusqu'à la détaillante.

Ainsi, l'indice de Gini est calculé en prenant en compte les marges nettes des acteurs dans le système de commercialisation de chou. La valeur moyenne de l'indice de Gini (G) calculée est: $G = 0,05$ avec $0 < 0,05 < 1$.

Ce résultat est représenté par le graphique n°1 indiquant la répartition des marges nettes des différents acteurs de la commercialisation de chou à Cotonou.

Graphique n°1 : Répartition des marges nettes moyennes au sein des acteurs dans le système de commercialisation du chou à Cotonou



Source : Nos enquêtes Juin 2016

Du calcul de l'indice de Gini et de l'analyse du graphique n°1 indiquant la répartition des marges nettes des différents acteurs, on constate que le coefficient de Gini ($0,05$) est supérieur à zéro. De plus, la marge nette des producteurs est de 22% de la marge totale tandis que celles des grossistes et des détaillantes sont respectivement de 37% et 41%. Les marges nettes des intermédiaires ne sont pas proportionnelles aux coûts investis. Il n'y a donc pas d'équité et la répartition des marges au sein des intermédiaires est par conséquent inégale. Ces résultats viennent **confirmer l'hypothèse n°2** selon laquelle « **le système de commercialisation du chou est économiquement performant dans la ville de Cotonou** ».

3.2.2 Implications en termes de politiques agricoles

La filière maraîchage est d'une importance capitale dans l'économie béninoise. En effet, elle contribue efficacement à la réduction de la pauvreté à la lutte contre l'insécurité alimentaire et stimule la croissance des recettes nationales. Cette filière créatrice de richesse nationale apporterait dans certaines conditions plus à l'économie béninoise.

A cet effet, des actions concrètes et des politiques économiques et agricoles comme l'adoption de nouvelles technologies, le pilotage de la politique d'autosuffisance alimentaire et la stimulation de l'offre à la demande des produits par les producteurs s'avèrent nécessaires. Les résultats issus de cette étude montrent qu'un suivi rigoureux des contacts noués au cours des missions d'étude et de prospection sur le marché national est primordial. Aussi, la formation des entreprises de la filière maraîchage sur les normes, qualités, standards, emballages, les politique de prix et sur les stratégies de marketing à l'exportation constituent encore pour le CPMH et les autres sites des défis à relever.

3.2.2.1 Suggestions


Pour améliorer la disponibilité et l'accessibilité des produits maraîchers en général et parvenir à un système commercial plus agréable, il faut :

- Promouvoir le développement des industries de soutien pour faciliter l'accès à :
- ✓ Intrants nécessaires à la mise en œuvre des Itinéraires performants ;
- ✓ Faciliter l'accès aux matériels et équipements d'exploitation agricole et formaliser la sécurisation des échanges commerciaux ;
- Renforcer des structures d'organisation pour la commercialisation groupée à partir de centres de collecte pour faciliter les opérations post-récolte ;
- Mettre en place des systèmes de crédit adapté aux besoins et capacités de remboursement des maraichers ;
- Améliorer des réseaux routiers pour faciliter le transport des produits dans de meilleures conditions ;
- Renforcer de la sécurité des commerçantes de choux dans les marchés ;
- Approfondir des connaissances et suivi des marchés, des nouveaux enjeux et défis de la filière, notamment, ceux liés à l'évolution des marchés et des nouveaux modes de consommation dans les pays en vue de la valorisation systématique des opportunités dans la filière ;
- Rechercher et développer d'autres marchés pour les cultures maraîchères ;
- Etablir des accords de financement avec des agro-industries ou des sociétés de services de fourniture d'intrants.

3.2.2.2 Pistes de recherches futures

Cette étude est réalisée dans l'objectif d'analyser la structure et le comportement du marché de chou dans la ville de Cotonou. Pour y parvenir nous nous sommes contentés des données primaires recueillies auprès des entreprises (CPMH, SOGEMA) et personnes ressources et des données secondaires collectées dans divers documents.

Malgré l'analyse et le traitement de ces données, il reste d'autres pistes de réflexions qui peuvent faire l'objet de prochaines recherches sur la commercialisation du chou au niveau du CPMH. Il peut s'agir par exemple de la maîtrise de l'organisation des circuits de commercialisation des produits maraîchers. Il faut noter également que dans le souci d'aider le CPMH, il est aussi important de faire des études dans le sens de la diversification des sources de financement des cultures maraîchères.



**CONCLUSION
GÉNÉRALE**

CONCLUSION GENERALE

La commune de Cotonou s'identifie comme l'une des communes les plus productrices du chou au Sud-Bénin. En effet, bénéficiant de la présence d'une importante pluviométrie et des zones humides, certains maraîchers de la ville s'adonnent à la production du chou tout au long de l'année. C'est le cas du CPMH où les producteurs du chou cultivent aussi bien en période des pluies sur les terres de plateau qu'en période sèche dans les bas-fonds.

Au début de notre étude, deux hypothèses ont été émises que sont :

- la structure des marchés de choux et le comportement des acteurs impliqués sont favorables au développement de la commercialisation du chou à Cotonou ;
- le système de commercialisation du chou à Cotonou est performant.

L'analyse des résultats de notre étude nous a permis de confirmer ces deux hypothèses sur la base du paradigme SCP. En effet, le chou produit est vendu durant toute l'année dans les grands marchés de la ville par trois groupes d'acteurs que sont les producteurs, les détaillantes et les grossistes. Transite à travers trois circuits avant d'aller sur la table des consommateurs, le prix de vente du chou fluctue tout au long de l'année. Moins cher en période d'abondance c'est-à-dire pendant la saison des pluies. Seules les commerçantes arrivent à avoir une marge positive aussi petite soit-elle. Par contre, en période de pénurie pendant la saison sèche, la rentabilité de la vente du chou est effective au niveau de tous les acteurs. La distribution des marges entre les intermédiaires de la commercialisation du chou produit à Cotonou est inéquitable.

L'analyse financière de nos résultats montre que même si les trois catégories d'agents analysés (producteurs, grossistes et détaillantes) font des bénéfices, il y a toutefois une forte concentration de ces bénéfices au niveau des commerçantes.

D'une façon générale, les cultures maraîchères permettent aux ménages d'améliorer leurs conditions de vie. Elles apparaissent donc comme une alternative face à l'accroissement de la pauvreté en milieu urbain. Par ailleurs, au regard du rôle socioéconomique que les cultures maraîchères jouent dans la vie des ménages à Cotonou, il convient, d'organiser les producteurs en groupements maraîchers et en coopératives. L'organisation en groupements maraîchers faciliterait l'approvisionnement en moyens de production modernes et en intrants. Quant aux coopératives maraîchères, elles peuvent permettre de réduire les problèmes liés à l'écoulement des produits maraîchers à travers des débouchés fixes et réguliers.

Bibliographie

- ADORGLOH-HESSOU R. (2006). « Guide pour le développement de l'entreprise de production et de commercialisation de légumes de qualité les régions urbaines et périurbaines du Sud-Bénin ». Rapport de consultation, IITA-Bénin
- AGOSSOU G., AHOUANSOU T.D. et ASSOGBA-KOMLAN F. (2001). « Etude sur la promotion de la filière des cultures maraîchères au Bénin ». Rapport principal, MAEP. Bénin, Rapport principal (version provisoire), PCM/INRAB/MAEP, pp : 102
- ALAO A.I. (2014). « Etude sur la production et la commercialisation des produits maraîchers dans la commune des Aguégoués ». FLAST-UAC, pp : 25-40
- ASSOGBA K.F. (2010). « The production and commercialization of traditional vegetables ». In ACHIGAN E. (ed.), PASQUINI M. (ed.), ASSOGBA K. F. (ed.), NDANIKOU S., DANSI A., AMBROSE-OJI B. Traditional vegetables in Benin : diversity, distribution, ecology, agronomy, utilization. Imprimerie LSSEE/INRAB/Bénin, pp : 80-85
- ASSOGBA K.F. et AZAGBA J. (2001). « Etude préliminaire sur la production du Borgou et de l'Alibori ». Actes de l'atelier scientifique, 13-14 mars 2001, WENMINK B. et K.I DJINADOU
- ASSOGBA-MIGUEL1 (1999), Bulletin de la recherche agronomique, N° 27, « Agriculture urbaine et périurbaine à Cotonou », pp : 1-25
- BAIN J. S. (1968). Industrial organization. 2nd Edition. John WILEY and Sons, New York
- GTZ (2007). Manuel de Value Links: La Méthodologie de la Promotion de la chaîne de Valeur Ajoutée. Symbole de cartographie de la chaîne dans les séminaires et documents. Première Edition
- IICA développement (2013), « filière des cultures maraichères et opportunités pour un crédit sécurisé », Agence canadienne de international (ACDI), pp : 38-43
- LARES (2004). « Analyse de la compétitivité régionale des filières tomate, pomme de terre au Bénin, au Niger, au Nigéria » ; Série d'échanges régionaux, LARES-IRAM
- LUTZ C. (1994). The Functioning of the Maize Market in Benin: Spatial and Temporal Arbitrage on the Market of a Staple Food Crop. University of Amsterdam, Dept. of Regional Economics.
- MENSAH G. A., KOMLAN C., ADEGBOLA P., ADEGBIDI A. et ADETONAH S. (2013). « Analyse des systèmes de commercialisation de la corète potagère (Cor chorus

olitorius) produite à Agbédranfo au Sud-ouest du Bénin » (Département du Couffo). Rapport de consultation, PAPA/INRAB, FSA, IITA-Bénin, pp : 1-20

- PADAP (2003), « Analyse des coûts de production de certaines spéculations ». Tome 8 : Piment, document définition. PELTZMAN, S. (1976). Toward a More General Theory of Regulation. Journal of Law & Economics
- PELTZMAN S. (1976). « Toward a More General Theory of Regulation ». Journal of Law & Economics 19 (2):211-40.
- SAVI A. (2009), « Analyse de la rentabilité financière et de l'efficacité économique de la production du crinclin (*Corchorus olitorius*) dans la vallée du Mono ». Mémoire pour l'obtention du diplôme d'études Approfondies, FSA/UAC, pp : 93
- SINGBO A. et LEVASSEUR V. (2006), « Analyse socio-économique de la contribution des cultures maraîchères à la valorisation des bas-fonds du centre du Bénin ». Document de travail N°1, Institut National des Recherches Agricoles du Bénin (INRAB), The World Vegetable Center (AVRDC), le Centre de Recherches Agricoles d'Agonkanmey (CRAAG), le Programme Analyse de la Politique Agricole (PAPA), pp : 103
- TIAMIYOU I. et SOJIMOU E. (2003), « Etude diagnostique des filières maraîchères de la vallée du fleuve Niger ». Rapport provisoire, PADSE-CAD/FSA/UAC-MAEP
- TIAMIYOU I. (1995), « Mission de consultation en polytechnique maraîchère du 30 Juillet au 12 Août 1995 ». Rapport phase 1, Situation actuelle FAO.
- WILHELM Laurence (1997). « Les circuits d'approvisionnement alimentaire des villes et le fonctionnement des marchés en Afrique et à Madagascar », volume 1, pp : 35-62

Site internet

www.faseg.net : site de la faculté des sciences l'économiques et gestion ;

www.memoireonline.com : moteur de recherche des mémoires sur internet ;

www.wikipédia.com : moteur de recherche.

QUESTIONNAIRE DE RECHERCHE

Dans le cadre d'une étude sur l'analyse du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou dans la ville de Cotonou, nous vous prions de consacrer une partie de votre précieux temps pour nous donner les informations ci-après. Nous vous remercions d'avance.

Date :

FICHE N°1 DESTINEE AUX PRODUCTEURS

1°) Identité de l'enquêté :

Nom et prénoms

Arrondissement :

Quartier :

Ethnie : Fon Yoruba Torri Gun Xwla Autres

Age : ≤25ans >25ans et ≤50ans >50ans

Sexe : Masculin Féminin

Religion : Chrétienne Traditionnelle Christianisme Islam Autre

Niveau d'instruction : a=Aucun b=Primaire c=Secondaire d=supérieur e=Autre

Situation matrimoniale : Marié Célibataire Divorcé Veuf/Ve

2°) Nombre d'année d'expérience dans la production du chou ?

.....

3°) Quelle est votre superficie disponible ?

.....

4°) Quel est votre capital de

départ ?.....

.....

5°) Quelle nombre de planche du chou produisez-vous sur le domaine que vous exploitez ?

.....

Analyse économique du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou
dans la ville de Cotonou

6°) Consommation des intrants, des semences, des produits de traitement phytosanitaire.

Désignation	Culture maraîchère : chou		
	Qté/Planche	PU	Montant
Semences			
Opération de semis			
Engrais	Fiente		
	Urée		
	NPK		
Arrosage et désherbage			
Traitement phytosanitaire			
Insecticide			
Carburant			
Total			

7°) Combien de main d'œuvre avez-vous ? Salarié Familiale

8°) Quel est le salaire mensuel de la main d'œuvre ? Salarié Familiale

9°) A combien vendez-vous une planche de chou ?

.....

10°) A quel montant pouvez-vous estimer les frais de fonctionnement de votre entreprise ?

.....

11°) Amortissement des matériels de production.

	Nombre	Coût	Durée d'utilisation
Houe			
Coupe-coupe			
Binette			
Pulvérisateur			
Arrosoir			
Râteau			
Motopompe			
Tuyau			
Autres			

12°) Existe-t-il des politiques de subvention par l'Etat ou par d'autres institutions ?

.....

13°) Citer nous dans l'ordre cinq difficultés rencontrées dans le système commercial du chou.

Malgré ces difficultés, aimeriez-vous continuer ce secteur ? Oui Non

Si oui, quelles sont vos dispositions à prendre pour pallier à ces difficultés ?

.....

14°) Voyez-vous d'autres points importants que ce questionnaire n'ait pas abordé ?

.....

Merci pour votre franche collaboration

Signature de l'enquêteur

FICHE N°2 DESTINEE AUX COMMERCANTES

1°) Identité de l'enquêté :

Nom et prénoms

Arrondissement :

Quartier :

Ethnie : Fon Yoruba Torri Gun Xwla Autres

Age : ≤25ans >25ans et ≤50ans >50ans

Sexe : Masculin Féminin

Religion : Chrétienne Traditionnelle Christianisme Islam Autre

Niveau d'instruction : a=Aucun b=Primaire c=Secondaire d=supérieur e=Autre

Situation matrimoniale : Marié Célibataire Divorcé Veuf/Ve

2°) Nombre d'année d'expérience dans le commerce du chou ?

.....

3°) Quel est votre capital de départ ?

.....

4°) Comment conservez-vous vos produits ?

.....

Analyse économique du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou
dans la ville de Cotonou

5°) Prix, quantité (achat/vente) du chou sur le marché au niveau des commerçants.

	Marché du chou à Cotonou					
	Achat			Vente		
	Prix Unitaire	Quantité (kg)	Montant	Prix Unitaire	Quantité (kg)	Montant
Grossistes						
Détaillants						

6°) Frais de commercialisation chez les commerçants du chou.

	Frais de transports	Commissions directes	Amortissement des équipements
Grossistes			
Détaillants			
Total			

7°) Etes-vous en sécurité sur le marché du chou à Cotonou ?

.....

8°) Que pensez-vous de l'équité sur le système commercial du chou à Cotonou ?

.....

9°) Quelle est la nature de l'information sur le marché du chou à Cotonou ? Parfait

Imparfait

10°) Quel est le comportement des commerçants du chou à Cotonou ?

Tactile d'exclusion Politique de prix

11°) Que pensez-vous de l'adéquation offre-demande sur le marché du chou ?

Equilibre Déséquilibre

12°) Existe-t-il des politiques de subvention par l'Etat ou par d'autres institutions ?

.....1

3°) payez-vous des taxes aux marchés ? Oui (combien) Non

14°) Votre activité est-elle rentable ? Oui Non (pourquoi)

15°) Quelles sont les réalisations effectuées à partir de ce commerce ?

Analyse économique du système de commercialisation des cultures maraîchères : cas du chou
dans la ville de Cotonou

.....
16°) Citer nous dans l'ordre cinq difficultés rencontrées dans le système commercial du chou.

Malgré ces difficultés, aimeriez-vous continuer ce secteur ? Oui Non

Si oui, quelles sont vos dispositions à prendre pour pallier à ces

difficultés ?.....

.....

17°) Voyez-vous d'autres points importants que ce questionnaire n'ait pas abordé ?

.....

Merci pour votre franche collaboration

Signature de l'enquêteur

TABLE DES MATIERES

CERTIFICATION.....	i
AVERTISSEMENT.....	ii
DEDICACE I.....	iii
DEDICACE II.....	iv
REMERCIEMENTS.....	v
LISTE DES SIGNES ET ABREVIATIONS.....	vi
LISTE DES TABLEAUX, FIGURE ET GRAPHIQUE.....	viii
SOMMAIRE.....	ix
RESUME.....	x
INTRODUCTION GENERALE.....	1
CHAPITRE I : CADRE INSTITUTIONNEL DE L'ETUDE, DEROULEMENT DU STAGE ET DIAGNOSTIC GENERAL.....	4
1.1 CADRE INSTITUTIONNEL DE L'ETUDE.....	4
1.1.1 DESCRIPTION DE LA VILLE DE COTONOU.....	4
1.1.2 PRESENTATION DU CENTRE DE PRODUCTION MARAICHERE DE HOUEYIHO (CPMH).....	4
1.1.3 VISION, BUT ET OBJECTIF DU CPMH.....	6
1.1.4 STRUCTURE ORGANISATIONNELLE.....	7
1.1.5 STRUCTURE FONCTIONNELLE.....	8
1.1.6 ETUDE DE L'ENVIRONNEMENT.....	8
1.1.6.1 MICRO ENVIRONNEMENT.....	8
1.1.6.2 MACRO ENVIRONNEMENT.....	9
1.2 DEROULEMENT DU STAGE.....	10
1.2.1 LES TRAVAUX EFFECTUES.....	10

1.2.2 CONTRIBUTION DES TRAVAUX REALISES AUX ATTRIBUTIONS DU CPMH	11
1.2.3 APPORTS DU STAGE, DIFFICULTES RENCONTREES ET APPROCHES DE SOLUTION.....	12
1.3 DIAGNOSTIC GENERAL.....	14
1.3.1 DIAGNOSTIC INTERNE DES FORCES ET FAIBLESSES.....	14
1.3.2 DIAGNOSTIC EXTERNE DES OPPORTUNITES ET MENACES.....	16
1.3.3 CIBLAGE DES PROBLEMATIQUES ET SUJET DE RECHERCHE.....	16
CHAPITRE 2 : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	19
2.1 SPECIFICATION DE LA PROBLEMATIQUE.....	19
2.1.1 QUESTIONS DE RECHERCHE.....	19
2.1.2 OBJECTIFS ET HYPOTHESES DE RECHERCHE.....	21
2.2 REVUE DE LA LITTERATURE.....	21
2.2.1 REVUE DE LA CLARIFICATION DES CONCEPTS.....	21
2.2.2 REVUE TRAVAUX ANTERIEURS.....	27
2.3 METHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	31
2.3.1 POPULATION MERE ET ECHANTILLONNAGE.....	31
2.3.1.1 POPULATION CIBLE.....	31
2.3.1.2 ECHANTILLONNAGE.....	31
2.3.2 TECHNIQUE DE RECHERCHE.....	33
2.3.2.1 LA RECHERCHE DOCUMENTAIRE.....	33
2.3.2.2 LA PHASE EXPLORATOIRE.....	33
2.3.2.3 PHASE D'ENQUETE APPROFONDIE.....	33
2.3.3 COLLECTE DES DONNEES.....	34
2.3.3.1 OBJECTIF DE LA COLLECTE DES DONNEES.....	34

2.3.3.2 NATURE DES DONNEES.....	34
2.3.4 METHODES, OUTILS DE PRESENTATION ET ANALYSE DES DONNEES.....	34
2.3.4.1 METHODE ET OUTIL DE PRESENTATION DES DONNEES.....	34
2.3.4.2 METHODE ET OUTIL D'ANALYSE DES DONNEES.....	34
2.3.5 TECHNIQUE DE VALIDATION DES HYPOTHESES.....	35
2.3.5.1 CALCUL DES MARGES.....	35
2.3.5.2 CALCUL DU COEFFICIENT DE GINI ET ANALYSE DE L'EQUITE.....	36
CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS ET IMPLICATIONS EN TERMES DE POLITIQUES SECTORIELLES.....	39
3.1 PRESENTATION DU PROFIL DES ACTEURS DE LA CHAINE DE COMMERCIALISATION DU CHOU DANS LA VILLE DE COTONOU.....	39
3.2 ANALYSE DES RESULTATS ET IMPLICATIONS.....	40
3.2.1 ANALYSE DES RESULTATS.....	41
3.2.1.1 ANALYSE DE STRUCTURE DU MARCHE DE CHOUX ET DU COMPORTEMENT DES PRINCIPAUX ACTEURS.....	41
3.2.1.2 ANALYSE DE LA PERFORMANCE DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION DU CHOU.....	44
3.2.2 IMPLICATIONS EN TERMES DE POLITIQUES AGRICOLES.....	45
3.2.2.1 SUGGESTIONS.....	46
3.2.2.2 PISTES DE RECHERCHES FUTURES.....	47
CONCLUSION GENERALE.....	49
BIBLIOGRAPHIE.....	50
ANNEXE.....	a