

REPUBLIQUE DU BENIN

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique



UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI

FACULTE DES SCIENCES

ECONOMIQUES ET DE GESTION



Rapport-mémoire présenté en vue de l'obtention des crédits associés au diplôme de Licence

LICENCE PROFESSIONNELLE EN SCIENCES ECONOMIQUES

Option : Economie

Spécialité : Economie et Gestion des Exploitations Agricoles

SUJET :

ANALYSE DE LA COMMERCIALISATION DU MANIOC ET
SES DÉRIVÉS AU BÉNIN : CAS DE LA COMMUNE
D'ABOMEY-CALAVI.

Réalisé et Présenté par :

Pamphile Dèmondji KOSSOU & Eric Kotchiami HOUNDEHOU

Sous la Direction de :

Maître de Stage

John AFFOGNON

Responsable du Développement

Rural au CeCPA d'Abomey-Calavi

Directeur de Mémoire

Dr. Ir. Yves B.QUENUM

Enseignant à la FASEG. Maître-

Assistant des Universités du CAMES

Année Académique : 2014-2015

AVERTISSEMENT

La Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de l'Université d'Abomey-Calavi n'entend donner aucune approbation, ou improbations aux opinions émises dans ce mémoire. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

CERTIFICATION

Je certifie que ce mémoire est le résultat des travaux de stage effectué par Pamphile Dèmondji KOSSOU et HOUNDEHOU Kotchiami Eric aux CeRPA Atlantique Littoral sous ma supervision.

Le superviseur :

Dr. Ir. Yves B. QUENUM

Enseignant à la FASEG. Maître-Assistant des Universités du CAMES

DEDICACE

Je dédie ce mémoire à :

 Mon Père **Paulin Dossou KOSSOU**.

 Ma Mère **Marguerite SOWEDE**

Pamphile Dèmondji KOSSOU

DEDICACE

Je dédie ce mémoire à:

 Mon père **Paul HOUNDEHOU**

 Ma mère, **Céline K. SOKPONWE**

Eric Kotchiami HOUNDEHOU

REMERCIEMENTS

Ce mémoire n'aurait pu être sans les conseils, concours et actions des uns et des autres. C'est pourquoi, nous tenons à remercier :

- ✚ Notre Directeur de mémoire, Docteur-Ingénieur Yves Bonaventure QUENUM, Agroéconomiste et Maître-Assistant des Universités, qui malgré ses multiples occupations, a accepté de superviser ce mémoire ;
- ✚ Mr QUENUM Sylvanus John, Assistant de recherche à la FASEG/UAC, qui nous a aidé pour la rédaction de ce mémoire ;
- ✚ Mr AFFOIGNON John, Responsable du Développement Rural, CeRPA d'Abomey-Calavi, notre maître de stage qui à tout cœur a conduit l'exécution et la bonne marche de notre stage ;
- ✚ A toute la famille KOSSOU, SOWEDE, HOUNDEHOU et SOKPONWE ;
- ✚ Mes oncles ;
- ✚ Mes frères, sœurs, cousins et cousines, pour leurs sacrifices et leur détermination à me voir réussir ;
- ✚ Tout le personnel administratif et Enseignant de la FASEG pour toutes les peines qu'ils se sont données afin de nous garantir une formation de qualité ;
- ✚ Tous ceux qui ont contribué d'une manière ou d'une autre à la réalisation de ce travail ;
- ✚ Tous les membres du jury, pour avoir accepté d'examiner ce travail malgré leurs occupations respectives.

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

- CARDER** : Centre Agricole Régional pour le Développement Rural
- CEE** : Communauté Economique Européenne
- CeRPA** : Centre Régional pour la Promotion Agricole
- CLCAM** : Caisse Locale de Crédit Agricole Mutuelle
- COOPROMA** : Coopération de la Production du Manioc
- DAGRN** : Direction de l'Alimentation et de la Gestion des Ressources Naturelles
- DG** : Directeur Général
- DIFAOP** : Direction de l'Information, de la Formation et de l'Appui aux Organisation Professionnelles
- DPAF** : Direction de la programmation de l'Administration et Finances
- DPFSA** : Direction de la Promotion des Filière et de la Sécurité Alimentaire
- DRC** : Direction de la Réglementation et du Contrôle
- EGEA** : Economie et Gestion des Exploitations Agricoles
- FAO** : Organisation des Nations Unies pour l'Alimentaire et l'Agriculture (Food Agriculture Organisation)
- FASEG** : Faculté des Sciences Economiques et de Gestion
- FSA** : Faculté des Sciences Agronomiques
- INSAE** : Institut Nationale de la Statistique et de l'Analyse Economique
- LARES** : Laboratoire d'Analyse Régionale et d'Expertise Sociale
- MAEP** : Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la pêche
- OMD** : Objectifs du Millénaire pour le Développement
- ONASA** : Office National pour la Sécurité Alimentaire
- ONG** : Organisation Non Gouvernementale

PIB	: Produit Intérieur Brut
PED	: Pays en Développement
RGPH4	: 4 ^{ème} Recensement Général de la Population et de l'Habitation
SAACOP	: Service d'Appui à l'Action Coopérative et Organisation Professionnelles
SAER	: Service d'Aménagement et d'Equipement Rural
SAF	: Service Administratif et Finance
SASAN	: Service d'Appui à la Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle
SCDA	: Secteurs Communaux pour le Développement Agricole
SCNQPV	: Service de Contrôle des Normes et de la Qualité des Produits d'Origine Végétale
SCPAH	: Service de Contrôle des Produits d'Origine Halieutique
SFGRN	: Service des Forêts et la Gestion des Ressources Naturelles
SFOC	: Service de la Formation Opérationnelle et du Conseil
SICAR	: Service de l'Information et de la communication Agricole Rurale
SPC	: Service de la Programmation et de la Coordination
SPFA	: Service de la Promotion des Filières Agricoles
SSESD	: Service du Suivi de l'Evaluation et de la Documentation
SSPCI	: Service de Surveillance Phytosanitaire et de Contrôle de la qualité des Intrants agricoles
UARVI	: Unité d'Appui aux Réformes et à la Vérification Interne

LISTE DES TABLEAUX

Tableaux	Titres	Pages
Tableau 1	Les travaux effectués par les stagiaires et leur durée aux CeRPA Atlantique Littoral	10
Tableau 2	Domaine d'intérêt et priorisation du sujet de recherche	13
Tableau 3	Les produits dérivés du manioc	23
Tableau 4	Répartition des intermédiaires et leurs partenaires	30
Tableau 5	Profil des acteurs de la chaîne commerciale et leurs partenaires	36
Tableau 6	Présentation des circuits identifiés	40
Tableau 7	Correspondance des principales unités de mesures utilisées par les commerçants (es)	45
Tableau 8	Correspondance des unités de mesures utilisées par les transformateurs	45
Tableau 9	Les fluctuations des prix de gari dans les marchés de Cococodji	47

LISTE DES GRAPHIQUES ET SCHEMAS

Schéma	Titre	Pages
Schéma 1	Les flux de produits	41
Graphiques	Titre	Page
Graphiques 1	Fluctuation des prix de gari	47

LISTE DES ANNEXES

Annexes	Titres	Pages
Annexe 1	Fiche d'enquête réalisée par les auteurs	c
Annexe 2	Quelques photos réalisées sur le terrain	j

SOMMAIRE

Introduction.....	1
Chapitre1 : Cadre institutionnel, déroulement du stage et Diagnostic Général.....	3
Section 1 : Cadre institutionnel de l'étude et Déroulement du stage	4
Section 2 : Diagnostic des forces/faiblesses et ciblage des problématiques.....	10
Chapitre 2 : Cadre théorique et méthodologie de l'étude.....	14
Section 1 : Problématique, objectifs et hypothèses de l'étude.....	15
Section 2 : Revue de la littérature et méthodologie de l'étude.....	19
Chapitre 3 : Présentation et analyse des résultats	34
Section 1 : Analyse des circuits de commercialisation du manioc.....	35
Section 2 : Analyse des forces et faiblesses des circuits de commercialisation.....	41
Suggestions	50
Conclusion	51
Références bibliographiques.....	a
Annexe.....	b

Résumé

La commercialisation des produits agricoles vivriers a fait pendant longtemps l'objet d'étude de plusieurs chercheurs ; comme étant le canal du développement fondé sur l'agriculture. L'objectif de cette étude est d'analyser le système de commercialisation du manioc et ses dérivés. Cette étude réalisée dans la commune d'Abomey-Calavi s'est déroulée en trois phases : la recherche documentaire ; la phase exploratoire et l'enquête approfondie. Les données ont été traitées avec la statistique descriptive. Les résultats de nos analyses révèlent que le circuit local, le circuit rural, et le circuit urbain sont les trois circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés identifiés dans la commune d'Abomey-Calavi. En effet ces circuits sont caractérisés par les forces qui sont : la libre entrée et la libre sortie dans le métier du commerce ; la maîtrise des circuits ; l'existence des voies et moyens de transports...et des faiblesses qui sont : le développement du commerce du manioc et ses dérivés dans le secteur informel ; coût élevé du transport dû à la hausse de taxes fixées aux propriétaires des véhicule de transport ; la variation saisonnière des prix des produits ; multiplicité des instruments de mesure ; manque de hangars et de place dans les marchés ruraux ; taxe insupportable par les commerçants. Toute fois la correction de ces insuffisances permettra à la commercialisation de manioc et ses dérivés de jouer le rôle du centre de développement.

Mot clé: Commercialisation.

Abstract

The marketing of food agricultural products was long the subject of study by several researchers; because been the development of the channel based on agriculture. The objective of this study is to analyze the cassava marketing system and its derivatives. This study conducted in the town of Abomey-Calavi took place in three phases: desk research; the exploratory phase and thorough investigation. The collected data were processed with descriptive static. The results of our analyzes show that the local circuit, the rural circuit, and the urban circuit are three cassava marketing channels identified and its derivatives in the town of Abomey. Indeed, these circuits are characterized by forces which are: the free input and output in the free trade business; mastering the circuits; the existence of ways and means of transport ... and weaknesses which are: the development of trade of cassava and its derivatives in the informal sector; high transportation costs due to higher taxes attached to the owners of the transport vehicle; the seasonal variation of commodity prices; multiplicity of measuring instruments; lack of space in hangars and rural markets; unbearable tax by the merchant. Every time the correction of these deficiencies will marketing of cassava and its derivatives play the role of the development center.

Key word: Marketing.

INTRODUCTION

Le Bénin se trouve aujourd'hui engagé dans un processus de réforme économique dans lequel l'agriculture constitue le secteur prioritaire. Elle ne se résume pas seulement à la production ; sa performance dépend prioritairement des activités post récoltes à savoir la transformation et la commercialisation qui sont deux éléments essentiels sur lesquels l'on doit également agir pour permettre aux acteurs à la base qui sont les producteurs des zones rurales durement touchés par la pauvreté de bénéficier enfin des fruits de leurs labeurs en augmentant leurs revenus.

La politique de diversification des productions agricoles prônée par les dirigeants béninois ne pourra réussir si en même temps qu'on pense à l'accroissement des rendements on y associe la transformation pour apporter une plus-value et un bon système de commercialisation. Selon A. Diop (1997) l'amélioration des aspects de la commercialisation des produits permet de générer et d'optimiser les revenus des ménages et améliorer la sécurité alimentaire ; faciliter et accélérer le passage d'une agriculture de subsistance à une agriculture de marché ; assister les petites exploitations à devenir viables en leur fournissant les informations pour leur permettre de négocier en position de force.

La filière manioc sur laquelle porte cette étude est l'une des principales cultures la plus pratiquée dans le monde. Il est la denrée de base cultivée en Afrique tropicale. Au Bénin le manioc est la principale racine cultivée et assure la sécurité alimentaire. Dans les pays tropicaux comme par exemple le Bénin, les produits issus du manioc sont retrouvés fréquemment sur les marchés. La production du manioc est plus concentrée au sud et au centre du pays. Ainsi le département de l'Atlantique occupe la 1^{ère} place en matière de production du manioc (ONASA, 2006). En effet dans ce département et précisément dans la commune d'Abomey-Calavi, la culture du manioc occupe la 2^e place après le maïs soit 28% de la production totale de la commune (MAEP 2012). La présente recherche a pour ambition d'analyser la commercialisation du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey- Calavi.

Le présent document qui fait le point des travaux effectués dans ce cadre, présente dans un premier chapitre le cadre institutionnel de l'étude ; puis dans un second chapitre la problématique, le point des travaux antérieurs exécutés et la méthodologie suivie ; enfin le troisième chapitre restitue les

résultats de nos enquêtes. Le document s'achève par une conclusion et des suggestions aux différents acteurs.

CAPITRE 1
CADRE INSTITUTIONNEL, DEROULEMENT DU STAGE ET
DIAGNOSTIC GENERAL

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

SECTION 1 : CADRE INSTITUTIONNEL DE L'ETUDE

INTRODUCTION

Soucieuse d'une formation de qualité, il est indispensable au cours de la formation de faire un stage afin de pouvoir mettre en pratique les connaissances acquises pendant celle-ci.

Le stage nous a permis d'être outillées pour écrire des documents fondamentaux (statuts et règlement intérieur) pour créer une coopérative et de détecter plusieurs types de coopératives.

C'est dans cette optique qu'il nous est proposé de faire un stage académique dans l'une des structures à caractère agricole de la place notamment : le CARDER Atlantique -Littoral.

A travers le présent rapport, nous faisons le point des deux (3) mois de stage que nous avons effectués au Centre Communal pour la Promotion Agricole d'Abomey- Calavi.

I- MISSIONS ET RESSOURCES DU CeRPA/ATLANTIQUE - LITTORAL

3-1- Missions

Sur la base de la nouvelle politique agricole du Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche fondée sur le libéralisme économique, option prise par la République du Bénin depuis la conférence nationale et selon le décret n° 2004-3010 du 20 Mai 2004, le CeRPA/Atlantique-Littoral a pour missions l'appui au développement agricole et à ce titre est chargé:

- de la définition des mesures de politique agricole propres à améliorer l'environnement économique et social des exploitations agricoles et du suivi de leur application ;
- de l'appui technique aux paysans et leurs organisations. Il vise à cet effet à aider les paysans à améliorer leurs techniques de production et leur productivité et à leur permettre d'accéder plus facilement aux biens et

- services nécessaires pour atteindre leurs objectifs de production et en assurer la valorisation ;
- de la définition et de la mise en œuvre des conditions d'exploitation des ressources naturelles du secteur rural et de leur préservation ;
 - de l'encouragement des organisations non gouvernementales intervenant dans le domaine du développement rural ;
 - assurer l'inspection, le contrôle, la réglementation et le suivi des collectivités locales;
 - veiller à la prise en compte de la dimension genre dans toutes actions de promotion agricole et rurale;
 - appuyer la diversification et la promotion des filières agricoles;
 - mener toutes les opérations se rattachant directement ou indirectement aux activités ci-dessus ou de nature à favoriser leur développement

Dans l'exercice de sa mission, le CeRPA / Atlantique-Littoral mène de façon exclusive des activités de service public qui sont essentiellement l'orientation, l'appui, le suivi et la coordination des actions de développement agricole et rural, de préservation des ressources naturelles, de contrôle réglementaire et technique et d'organisation des campagnes d'intérêt général

De façon non- exclusive, il mène des activités concernant la formation, la vulgarisation et le conseil aux exploitants, aux entreprises agricoles et la promotion des initiatives dans les domaines de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche, des eaux et forêts ainsi que de la mise en place des infrastructures rurales et des équipements agricoles.

II- STRUCTURE DU CERPA ATLANTIQUE- LITTORAL ET DEROULEMENT DU STAGE

4-1- Structure et Organigramme

4-1-1-Structure

Le CARDER est dirigé par un Directeur Général qui est assisté dans l'exécution de ses tâches par les cinq (05) Directions ci - dessous citées, un secrétariat administratif un secrétariat particulier et neuf (09) Secteurs Communaux pour le Développement Agricole (SCDA).

a- La Direction Générale

Le Directeur assume les responsabilités suivantes:

- l'élaboration du plan d'action à court, moyen et long termes du centre
- la mise en œuvre du programme annuel d'activités et d'investissement du centre adopté par le Conseil d'Administration ;
- l'organisation administrative du centre et la définition des tâches de chaque agent;
- l'évaluation de besoins en ressources financières et matérielles ainsi que l'élaboration du budget et des états financiers du centre ;
- la représentation du centre vis à vis des tiers, des directions techniques nationales et dans tous les actes civils en justice.

b- Le secrétariat particulier

Sous l'autorité du Directeur, le Secrétaire Particulier est chargé de :

- mettre en forme, enregistrer et conserver le courrier confidentiel ;
- accueillir les visiteurs du Directeur.

En d'autres termes, il assure l'ensemble des fonctions administratives liées au secrétariat pour ce qui concerne le courrier confidentiel.

c- Le secrétariat administratif

La Secrétaire Administrative est chargée :

- de gérer les flux de courriers ordinaires entre les directions techniques et la Direction Générale d'une part et les autres structures du MAEP d'autre part ;
- d'assurer le classement des courriers;
- d'exécuter les autres tâches qui lui sont confiées en raison de leur nature.

d- La Direction de la Programmation, de l'Administration et des Finances (DPAF)

Le directeur de la programmation, de l'administration et des finances est chargé :

- d'assurer la gestion des ressources humaines, financières, matérielles et les autres éléments du patrimoine;
- de coordonner les actions des projets, des organisations non- gouvernementales et autres intervenants du secteur agricole et rural de la région;
- d'élaborer les plans/ programmes d'actions, les rapports annuels et périodiques en liaison avec les autres acteurs;
- de définir et de mettre en œuvre un système de suivi - évaluation des activités et de la performance du CeRPA;
- de coordonner la planification et l'opérationnalisation des actions de la Direction dans le cadre des stratégies du CeRPA.

La Direction comprend en plus d'un secrétariat trois (03) services à savoir:

le Service de la Programmation et de la Coordination (SPC), le Service du Suivi de l'Evaluation de la Statistique et de la Documentation (SSESD) et le Service Administratif et Financier (SAF).

e- La Direction de l'Information, de la Formation et de l'Appui aux Organisations Professionnelles (DIFAOP)

Sous l'autorité du Directeur Général, le DIFAOP a pour mission d'assurer la communication, l'information et l'appui aux organisations professionnelles ainsi que l'accompagnement des communes dans l'élaboration et l'exécution du volet agricole de leur plan de développement avec les autres directions techniques et les acteurs des autres secteurs.

A ce titre, il est chargé de:

- contribuer à la diffusion des documents fondamentaux de politiques agricoles nationales;
- assurer l'organisation et la mise en œuvre de la formation opérationnelle des agents;
- appuyer et conseiller les communes pour l'évaluation et l'exécution

Du volet agricole de leur plan de développement ;

- assurer la planification et l'opérationnalisation des actions de la Direction dans le cadre des stratégies du CARDER.

La Direction comprend le Service de la Formation Opérationnelle et du Conseil aux exploitations agricoles (SFOC), le Service de l'Information et de la Communication Agricole et Rurale (SICAR), le Service de l'Appui à l'Action Coopérative et aux Organisations Professionnelles (SAACOP) et un secrétariat.

f- La Direction de la Réglementation et du Contrôle (DRC)

Cette Direction a aussi un Directeur à sa tête, sous l'autorité du Directeur Général. Sa mission est la mise en œuvre de la politique de l'Etat à travers ses fonctions régaliennes en matière de contrôle, d'inspection et de réglementation dans les domaines de la protection végétale, animale et halieutique ainsi que la protection de la qualité et du conditionnement des produits agricoles.

Elle est, entre autres, chargée de:

- faire assurer l'information et la formation sur la réglementation dans le domaine des productions végétale, animale et halieutique des producteurs, des acteurs privés et des collectivités locales;
- assurer et coordonner les actions et protections sanitaires, de contrôle et d'inspection des denrées d'origine animale et halieutique;
- assurer le respect de la réglementation sur les méthodes, les techniques et les mesures en matière de pêche durable;

-
- appuyer l'organisation et le suivi de la commercialisation des produits agricoles.

La Direction comprend trois (03) services et un secrétariat que sont :

- le Service de la Surveillance Phytosanitaire et du Contrôle de la qualité des Intrants agricoles (SSPCI) ;
- le Service de Contrôle des Normes et de la Qualité des Produits d'origine Végétale (SCNQPV) ;
- le Service du Contrôle des Produits d'origine Animale et Halieutique (SCPAH).

g- La Direction de la Promotion des Filières et de la Sécurité Alimentaire (DPFSA)

Sous l'autorité du Directeur Général, avec à sa tête un Directeur, cette Direction a pour missions d'assurer la promotion et le développement des filières végétales, animales et halieutiques en tenant compte des spécificités de chaque région et d'engager de concert avec les autres acteurs les actions appropriées pour assurer la sécurité alimentaire et nutritionnelle.

A ce titre, elle est chargée de:

- contribuer à la mise en œuvre des stratégies régionales nécessaires au développement des filières prioritaires;
- assurer le suivi - évaluation, notamment en ce qui concerne les actions des projets et programmes liés au développement des filières et de sécurité alimentaire et nutritionnelle dans le ressort territorial de la compétence;
- assurer l'élaboration et la mise à jour de la carte de sécurité alimentaire au niveau régional et local;
- assurer le suivi de l'état nutritionnel des zones et populations à risques de malnutrition et appuyer la mise en œuvre des mesures correctives.

Elle comprend un secrétariat et deux (02) services à savoir :

- le Service de la Promotion des Filières Agricoles (SPFA) ;
- le Service d'Appui à la Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle (SASAN).

h- La Direction de l'Aménagement et de la Gestion des Ressources Naturelles (DAGR)

Le rôle de cette Direction est d'accompagner la promotion agricole dans les domaines des aménagements hydro-agricoles, de l'habitat, de la desserte rurale, de la mécanisation et de l'équipement agricole ainsi que d'assurer au niveau régional et local, la protection des forêts et la gestion des ressources naturelles.

A ce titre, elle est chargée, entre autres, de :

- mettre en œuvre, en concertation avec tous les acteurs, les stratégies régionales nécessaires à la promotion des secteurs, des infrastructures rurales et des équipements agricoles;
- veiller à l'information et à la formation des producteurs agricoles sur les normes en matière d'aménagement et d'équipement rural ;
- appuyer l'élaboration et la mise en œuvre des plans d'aménagement participatif des forêts naturelles et des plantations ainsi que de la conservation et du développement de la faune sauvage;
- assurer le suivi du couvert végétal, des eaux et des sols et contribuer à la mise en œuvre des mesures correctives.

Elle comprend aussi un Secrétariat et deux (02) services que sont :

- le Service d'Aménagement et d'Équipement Rural (SAER) ;
- le Service des Forêts et de la Gestion des Ressources Naturelles (SFGRN).

i- L'Unité d'Appui aux Réformes et à la Vérification Interne (UARVI)

Sous la coordination opérationnelle directe du Secrétaire Général Adjoint du MAEP, elle a pour mission d'assister la Direction Générale du CeRPA et ses différents démembrements dans le processus des réformes en vue d'assurer des services efficaces et efficients au niveau du CeRPA en étroite collaboration avec l'ensemble des acteurs du développement agricole.

SECTION 2 : DEROULEMENT DU STAGE

Dans le cadre de la validation des unités d'enseignements pour l'obtention de la licence professionnelle, nous avons effectué un stage de trois mois qui a débuté le 02 Février et s'est achevé le 24 Avril 2015. Le stage a été effectué au CeRPA Atlantique Littorale.

2.1. Les travaux effectués par les stagiaires et leur pertinence.

2.1.1. Les travaux effectués par les stagiaires.

Dans cette partie nous énumérons les activités que nous avons effectuées au cours de notre stage. Ces activités seront présentées dans le tableau suivant :

Tableau 1 : Les travaux effectués par les stagiaires et leur durée au CeRPA Atlantique- Littorale.

Activités réalisées	MOIS											
	Février				Mars				Avril			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Présentation de la Direction aux stagiaires et répartition des stagiaires												
Formation des stagiaires sur les différentes conditions de choix des thèmes												
Conférence débat sur comment réussir la rédaction de son mémoire												
Recherche documentaire et entretien avec les personnels pour la recherche des problèmes												

Identification de la problématique dominante de la structure												
Choix et formulation du sujet de recherche												
Rédaction du protocole de Recherche												
Validation du protocole de recherche par le maitre du mémoire												
Collectes des données de l'étude sur le terrain												
Analyse des données collectées et validation de nos hypothèses												
Suggestions et conclusion du sujet de recherche												

2.1.2. Compétences acquises

Lors de notre descente sur le terrain, nous avons acquis :

- les variétés rentables pour la transformation du manioc en gari et en tapioca ;
- le processus de transformation du manioc en gari et en tapioca ;
- la technique de transformation du manioc en gari et en tapioca pour une conservation à long terme ;
- les techniques d'entretien du manioc fraie pour une livraison à bon prix.

2.1.3. Difficultés rencontrées au cours de notre stage

- Analphabétisation des agents de la chaîne commerciale (producteurs, transformateurs, commerçants)
- Difficulté de vite distinguer les grands commerçants de la commune,
- Difficulté d'identifier les grandes unités de transformations de manioc,
- Manque de moyen financier pour parcourir beaucoup d'agent de la chaîne commerciale (producteurs, transformateurs, commerçants).

2.1.4. Solutions apportées

- Introduction des langues maternelles dans le système éducatif.
- Réalisation d'un registre portant le nom de toutes les grandes unités de transformation et de toutes les grandes commerçantes du manioc et ses dérivés en particulier.

SECTION 3: DIAGNOSTIC DES FORCES/FAIBLESSES ET DES PROBLEMATIQUES

Paragraphe 1 : Diagnostic des forces/faiblesses

1.1. Forces et faiblesses du CARDER

Dans cette partie, nous énumérons les atouts et les contraintes du Centre d'Appui Régionale pour le Développement Rural(CARDER) Atlantique/Littoral.

1.1.1. Forces :

- Disponibilité des agents dans la réalisation des travaux d'étude ;
- Des agents performants, bien formés pour la cause (cadres assermentés et compétents) ;
- Disponibilité de moyens matériels adéquats permettant aux agents de la Direction d'accomplir leurs missions.

1.1.2. Faiblesses

- Irrégularité de certains agents dans leur poste de travail
- Non disponibilité de certains agents à recevoir (entretenir) avec les usagers du CeRPA.
- Reconduction de planning d'une année à une autre.

Paragraphe 2: Domaines d'intérêt pour le CeRPA Atlantique- Littorale.

Tableau 2 : Domaine d'intérêt et priorisation du sujet de recherche.

Secteur d'activité	Domaine d'intérêt	Enumération des sujets possibles	Choix du sujet de recherche
Agriculture	Manioc	-Agriculture et réduction de la pauvreté.	Analyse de la commercialisation du manioc et ses dérivés au Bénin : cas de la commune d'Abomey-Calavi dans le département de l'Atlantique
	Ananas	-Rentabilité économique et financière des cultures maraîchères.	
	Papaye Solo	- Rentabilité économique et financière de la production des poulets de chair. -Filière Papaye Solo : Enjeux et perspectives.	
	Maïs	- Commercialisation des produits vivriers et de rentes.	
	Culture maraîchère	- Analyse de la commercialisation du manioc et ses dérivés.	
	Poulet de chaire	-Produit vivrier et la sécurité aliment.	

CHAPITRE 2

CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

CHAPITRE 2 : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

Ce chapitre prendra en compte le cadre théorique et le cadre méthodologique.

SECTION 1 : PROBLEMATIQUE, OBJECTIFS ET HYPOTHESES DE L'ETUDE

Le but de cette section est de faire ressortir d'une part la problématique de notre étude et d'autre part de présenter les objectifs et les hypothèses.

Paragraphe 1 : Spécification de la problématique.

Dans les pays en développement (PED), l'activité commerciale est considérée comme improductive. Dans ce contexte, les revenus des commerçants sont perçus comme, le fruit d'une exploitation du reste de la communauté. C'est ainsi que les différences de prix dans le temps et dans l'espace sont attribuées à un comportement monopolistique des commerçants. Dans ce sens, les chaînes commerciales sont supposées porteuses d'imperfection qui favorisent les activités exploiteuses et anti-commerciales des commerçants.

En raison de tout cela, les planificateurs et les décideurs politiques ont tendance à remplacer les commerçants privés par des agences gouvernementales (offices des céréales) AHOHOUNKPANZON (2014).

Mais en réalité, la commercialisation est une série d'activité qui produit de la valeur ajoutée. En tant que système, elle est donc utile à l'économie. La fonction principale du système de commercialisation est donc de mettre en relation l'offre et la demande d'un produit. Selon SHERMAN et al (1987) le système de commercialisation d'un produit assure le lien entre producteur et consommateur. Sur le plan fonctionnel, un système de commercialisation recouvre tous les aspects de la redistribution des produits : ventes et achats à divers niveau, stockage, transport transformation, normalisation, capacité à supporter les risques, financements et informations du marché considéré. Comme l'ensemble des opérations impliquant le mouvement dans le temps, dans l'espace et le changement de forme des denrées alimentaires des exploitations agricole vers les consommateurs, la commercialisation des produits vivriers est au centre du développement économique (MELLOR, 1972).

Si les commerçants réalisent des profits c'est par ce qu'ils investissent des capitaux, supportent le risque de prix mettent en œuvre leur intelligence et leur énergie au service de la communauté. Les fonctions accomplies par les intermédiaires sont utiles à l'économie et à la collectivité, et il n'est pas sûr que les producteurs et les consommateurs puissent les accomplir par eux-mêmes au moindre coût.

Manioca cassava, Yuca, manioc sont les noms les plus répandus sous lesquels on connaît cette racine originaire d'Amérique et introduite XVI^{ème} siècle en Afrique de l'Ouest par les portugais. Sa rapide diffusion est non seulement à sa caractéristique d'adaptation aux climats semi-arides et à ses caractéristiques d'aliments et réserve (possibilité de différer sa récolte pendant longtemps). Mais aussi à la grande variété des plats qu'il permet de préparer. Ainsi le manioc est produit un peu partout dans le monde. Il contribue considérablement à l'alimentation de plus de 800 millions de personnes à travers le monde de par sa disponibilité tout au long de l'année et son accessibilité (Balagopalan 2002). La production mondiale des racines de manioc est estimée à 203 millions de tonnes avec plus de la moitié, soit 110 millions de tonnes en Afrique (FAOSTAT 2006). Grâce à sa culture relativement facile, sa tolérance aux conditions écologiques difficiles, l'aire de production du manioc s'est largement étendue au Bénin où on rencontre une grande diversité de variétés. A cause de sa haute périssabilité (teneur en eau 60-70% et au manque de techniques adéquates de conservation sous forme fraîche, le manioc est transformé sous diverses formes dans les 72 heures après la récolte. Il sert à la fabrication d'une vingtaine de dérivés dont les principaux sont les farines séchées, le gari, le tapioca, le manioc bouilli et les cossettes (Nago 1989).

Le Nigeria constitue le grand producteur mondial avec 34 millions de tonnes de racine (Adeniji et al, 2001).

Au Bénin le manioc est la principale racine cultivée. Il représente 66% de la production totale nationale des racines et tubercules (MAEP, 2003). La production en 2005 est estimée à 3,1 million de tonnes représentant plus du double de celle de 1995 (environ 1,3 tonnes. FAOSTAT, 2006). La production du manioc bien qu'étant globalement satisfaisante au niveau national présente des disparités profondes au niveau départemental. Ainsi la production est plus concentrée au Sud et au centre du pays. Les statistiques de production du manioc de 2005 classent les départements de l'Atlantique des Collines et du Plateau en tête avec une production moyenne de 895.346,950 tonnes, 565.344 tonnes et 434.498 tonnes respectivement. Borgou Alibori, Littoral sont les moins

productifs avec 23.250 tonnes, 1221 tonnes et 0tonne respectivement (ONASA, 2006). La production en 2010 est 3.654.877 contre 3.996.422 tonnes en 2009 et 1.949.943tonnes en 1998.

Dans les pays en voie de développement, le commerce du manioc est presque inexistant ou se fait de façon informelle. L'absence des voix de commercialisation établie et la faiblesse de l'infrastructure et de l'information sur le marché sont parmi les principaux facteurs de limite du commerce du manioc (FAO,2000 et FIDA,2000). Le commerce du manioc frais est plutôt limité, vu le volume des racines et leur nature périssable; ajouté à cela un rapport prix volume très faible qui ne justifie pas l'application de techniques spéciales pour la conservation (FAGBOHOUN 1993). La Thaïlande et Indonésie sont restées les grands fournisseurs du marché mondial. Toutefois l'exportation des pays ne reste pas sans confronter à des difficultés. Les produits de manioc commercialisés sont principalement destinés à la communauté économique européenne en particulier dans l'alimentation des animaux. L'importation dans la CEE ont été facilité par le bas tarif appliqué au volume acheté en vertu des dispositions d'accès préférentiel et le prix élevé des céréales dans les pays membres. Depuis le milieu de l'année 1980, des marchés se sont fait jour en particulier en extrême orient et dans l'ex-URSS mais le commerce du manioc continue de dépendre dans une large mesure des importations de la CEE (FAO,2000 et FIDA,2000).

Au Bénin, la commercialisation du manioc et ses dérivés n'est pas organisé. Les produits sont échangés sur les marchés locaux qui ont une périodicité fixe suivant les régions. Le fonctionnement de ces marchés est celui de l'offre et de la demande mais en générale les prix sont stables. Les circuits de commercialisation sont orientés vers le port et l'aéroport. Alors que dans le Sud jusqu'à la latitude de Bohicon, les marchés s'animent tous les quatre jours ; dans le Nord leur animation est hebdomadaire. Ces marchés sont animés par les collecteurs, les grossistes, les détaillants et les utilisateurs de produits. Il faut signaler qu'il y a plusieurs principaux marchés réputés pour les produits à base de manioc dans les différents départements du Bénin. Dans les marchés régionaux, les différents produits dérivés du manioc font l'objet d'une transaction commerciale et économique qui se développait entre le Bénin et l'Afrique centrale surtout Gabon et le Congo où il existe une importante communauté béninoise. Sur le marché mondial, la commercialisation des cossettes produisent au Bénin porte sur des quantités relativement faible. C'est depuis 1990 que les filières commerciales orientées vers l'exportation se sont développées où quatre circuits ou dispositifs interviennent. Le premier est celui

d'une entreprise locale complètement intégrée dont les activités vont de la production à l'exportation. Le deuxième circuit est dominé par l'aval, et repose sur une société nationale d'importation/exportation en produits alimentaires. Le troisième circuit est encore embryonnaire et son sort est lié à une coopération de production de manioc (COOPROMA) qui a de la peine à s'affirmer. Le quatrième est une société de fabrication d'aliment pour bétail.

Au Sud du Bénin dans le département de l'Atlantique et précisément dans la commune d'Abomey-Calavi, la culture du manioc occupe la deuxième place après le maïs soit 28% de la production agricole totale de la commune (MAEP 2012). Vu le degré de la production du manioc ces dernières années, notre sujet de recherche se focalisera sur **l'analyse de la commercialisation du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi.**

La question fondamentale de recherche qui demeure est de connaître le système de commercialisation du manioc et ses dérivés dans la Commune d'Abomey-Calavi. Ne pouvant cerner cette question dans sa globalité dans le cadre de ce rapport mémoire, nous nous sommes posé les questions suivantes :

- ✓ Quels sont les circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi?
- ✓ Quelles sont les forces et faiblesses de ces circuits ?

Objectifs

L'objectif général de cette étude est d'analyser le système de commercialisation du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi.

Pour atteindre cet objectif général, des objectifs spécifiques doivent être poursuivis.

- ❖ Identifier les circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi.
- ❖ Montrer les forces et faiblesses des circuits de commercialisation identifiés.

Hypothèses

H1 : Le circuit local, le circuit rural et le circuit urbain sont les circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés identifiés dans la commune d'Abomey-Calavi.

H2 :-Les forces de ces circuits de commercialisation : disponibilité des sources d'approvisionnements, maîtrise des sources d'approvisionnement par les commerçants, existences des moyens de transports etc.

-
- Les faiblesses de ces circuits de commercialisation : la commercialisation de manioc n'est pas organisée, coût élevé des transports de marchandises dû à l'impraticabilité des voies etc.

SECTION 2 : REVUE DE LA LITTERATURE ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Paragraphe1 : Revue de la littérature.

La revue de littérature est la partie du travail qui consiste à exposer les connaissances acquises dans le cadre de notre étude à travers les travaux effectués par les auteurs sur le domaine en question. C'est une lecture et une analyse critique des travaux de recherche qui sont déjà faits sur le problème de recherche ou qui lui sont liés ; et ceci à travers des ouvrages tels que des revues scientifiques, des journaux, des livre etc.

Travaux antérieurs sur le problème de recherche

Nous n'avons identifié aucune recherche antérieure qui a été spécifiquement consacrée au même sujet que la notre. Toutefois quelques documents qui s'y rapprochent nous ont servi de source d'inspiration.

Du travail de l'équipes sectorielle de contre partie (ESC) du Bénin en 2004, la chaîne commercialisation du manioc sur le plan national comprend : les transformateur artisanaux, les collecteurs, les grossistes, les exportateur. La vente de manioc frais entre producteur et transformateur se fait par unité de superficie ou par contenu d'une camionnette livré à usine. Ce mode de transaction ne permet pas un effort d'amélioration du rendement par le producteur. Les transactions portant sur le gari et le Lafun se font avec des mesuré divers. Les circuits de collecte et de distribution du gari sont

Au Sud-Ouest : Azovè, Comè, Cotonou, (ii) au Sud-est : Kétou, Ikpilè, Porto-Novo, Cotonou. (iii) l'axe central, Ouèssè, Savè et Bohicon et (IV) l'axe septentrional reliant Bassila, Wossè, Savè, Parakou et Malanville qui est la porte d'ouverture sur le Niger. Il existe également des flux du gari du Togo et du Nigéria, selon contexte économique. Les flux en provenance du Togo sont permanents en raison de la meilleure qualité du produit. Le niveau des prix du gari est en baisse constante depuis 2001. Il n'y a que de légère différence de marge entre les marchés de collectes et ceux de distribution. Les marges des commerçants sont réalisées par leur habileté à dégager des surplus lors de la mesure du produit.

LARES (Laboratoire d'analyse régionale d'expertise sociale a réalisé en Septembre 2013, une étude sur le marché d'écoulement des dérivés de manioc.

Au Bénin, l'écoulement des produits dérivés du manioc se fait sur plusieurs lieux de commercialisation. Au cours de l'enquête nous avons identifié principalement quatre potentiels lieux d'écoulement des produits :

- ✓ Des ventes bord d'unité de production, soit familiale, soit de groupement. Cette forme de vente est très répandue dans toutes les régions.
- ✓ Les marchés locaux correspondent généralement aux marchés de production implantés dans les villages des unités de production. Il peut aussi s'agir des mini bourses de vente promues par les groupements au bord des routes (cas de Gankpètin à Dassa) ou autres magasins implantés dans un endroit bien en vue de la localité de production.
- ✓ Les marchés de regroupement implantés dans les chefs-lieux des communes d'origine des unités de transformation ou à l'intersection de plusieurs voies de communication. Ces marchés représentent les premiers maillons de la chaîne de valeur manioc qui accueillent des flux relativement importants.
- ✓ Les marchés de consommation intérieure correspondent globalement aux grandes agglomérations urbaines telles que Cotonou, Porto-Novo et Parakou y compris leurs banlieues respectives. Ils représentent le second maillon de la chaîne de valeur manioc qui stocke et commercialise d'importants flux de dérivé.

1.1. Clarification des concepts

1.1.1- Production

La production désigne à la fois l'action de produire et le résultat de cette action fondamentale. Le terme «production» entre dans le langage au moyen-âge au sujet des œuvres d'arts. Ce n'est qu'avec les débuts de l'ère industrielle qu'il entre dans le discours sur l'économie. Dans un sens courant, la production désigne l'activité économique consistant à créer des biens et services. On la définit également comme le processus de coordination et de combinaison des facteurs de production (inputs) en vue de la création de biens ou services (outputs). On retrouve cette multiplicité de sens, par exemple, dans l'industrie cinématographique où l'on parle du «producteur, d'une super- production » pour désigner celui qui fabrique cette œuvre de septième art de manière industrielle et

à des fins commerciales. On étudie la production selon les méthodes, les lieux et les marchés. On compare la production d'un même produit entre les modèles différents d'organisation. On calcule le volume de production par époques, par pays ou par région. Une estimation des récoltes et de la production animale facilite la compréhension de la disponibilité alimentaire.

1.1.2- Exploitation Agricole (EA)

La définition classique en théorie microéconomique conçoit l'exploitation agricole comme une entreprise ayant un niveau de décision et un objectif unique celui d'optimiser le profit de l'entreprise en combinant les différentes productions et les différents facteurs de production. Cette définition ne s'applique cependant pas très bien à la structure et à l'organisation de la production en Afrique. (QUENUM, 2013).

Ainsi donc Benoît Cattil et Faye ont définissent l'exploitation agricole comme l'unité de production constituée par l'ensemble des membres d'un groupement familial qui partage la même cuisine et dont l'aîné assure la charge en y affectant une partie de sa production en contre partie du travail que lui allouent les autres membres. Le reste du temps de travail est utilisé librement pour cultiver sur des parcelles appartenant au groupement et géré par l'aîné et dont la production est appropriée individuellement. (Citée par QUENUM, 2013).

Selon Billaz au sahel, avoir des champs et un grenier collectif commun constitue un repère de base qui délimite l'exploitation agricole. Selon lui l'exploitation agricole est l'ensemble des terres utilisées pour la production agricole et exploitées directement par une ou des personnes : l'exploitant ou les membres du ménage. (Citée par QUENUM, 2013).

Pour Dufunier (1996), l'exploitation agricole peut être définie comme une unité de production au sein de laquelle l'exploitant agricole mobilise des ressources de natures diverses (terrains, main-d'œuvre, cheptel, plantes, matériels, bâtiments,...) et les combine dans des proportions variables pour obtenir certaines productions végétales et ou animales et satisfaire ainsi ses besoins et intérêts. C'est donc une forme d'organisation technico-économique et sociale de la production agricole comme le souligne Adégbidi (1994).

RETHORE et REQUIER conçoivent l'Exploitation Agricole comme un centre de décision Ainsi pour faire fonctionner en augmentant son profit, l'unité économique que constitue l'Exploitation Agricole, l'agriculteur prend des décisions de nature très différentes (Chombart et al. ,1969).

ADEBGEDI (1994), insiste sur la dimension organisationnelle de l'Exploitation. IL définit l'Exploitation Agricole comme la forme d'organisation techno-économique et sociale de la production agricole. C'est un cadre organisationnel que l'on peut repérer à partir d'un ensemble de personnes dont les décisions vont déterminer une production agricole, des moyens de production et les résultats réalisés. Chombart et al. Proposent alors l'une des définitions les plus élaborées de cette notion «l'Exploitation Agricole» est une unité économique dont l'agriculteur pratique un système de production en vue d'augmenter son profit. Dans le cadre de cette étude, le concept d'exploitation agricole ne sera pas différent de celui de ménage agricole qui est fondé sur les dispositions prises par les personnes individuellement ou d'une façon collective afin de pourvoir satisfaire leurs besoins.

1.1.3- Historique du manioc

Le manioc est un arbuste vivace de la famille des Euphorbiacées, origine d'Amérique Centrale et d'Asie plus particulièrement du Sud-Ouest du Bassin Amazonien.

Il est toujours largement cultivé et récolté comme plante annuelle dans les régions tropicales et subtropicales. On consomme généralement ses racines très riches en glucide et sans gluten, mais aussi ses feuilles en Afrique, en Asie et dans le Nord du Brésil. Au Nord et au Nord-Est du Brésil, le mot farine (en portugais farinha) désigne avant tout la farine du manioc et non du blé. Cette farine n'a pas d'ailleurs l'aspect de celle du blé : elle ressemble plutôt à une semoule sèche plus ou moins griserie allant plus vers la couleur jaune vif au gris en passant par le blanc. Il s'agit en fait d'une féculé mot plus adapté pour parler de la farine issue d'une racine pauvre en hydrate de Carbone mais sa consommation sans une préparation adéquate peut créer de problème de santé.

1.1.4- Transformation du manioc

Le manioc est très difficile à conserver en frais plus de 48 h, il est donc obligatoirement transformé en divers produits dérivés dont le gari, le tapioca, le lafou, et l'amidon pour être vendu sur le marché. Environ 70% (MAEP/ONASA) du manioc produit au Bénin serait transformé. La plupart des unités de transformation utilisent des méthodes artisanales. Des usines spécialisées de taille moyenne transforment le manioc en de produits de grandes qualités

destinés à l'exportation. Ces usines s'investissent dans la fabrication du Gari amélioré, l'amidon et l'alcool.

1.1.4.1- Les produits issus de la transformation du manioc au Bénin

Le manioc frais récolté au Bénin, subit divers transformations et conduit à l'obtention de plus d'une vingtaine de produits ou aliments traditionnels. En effet, l'étude sur l'invention des technologies alimentaires (OUIGNIGAN et AL, 1996) a révélé l'existence d'une vingtaine d'aliments à base de manioc avec le gari comme élément prépondérant. Le tableau suivant fait la synthèse de ces produits :

Tableau 3: Dérivés du manioc

Aliments non fermentés		Aliments fermentés
1-Cossette de manioc	9-Gnigni	17-Gari
2-Farine de manioc	10-Galikponnon	18-Futu
3-Kuté libo	11-Gomon (amidon)	19-Lafu
4-Kuté dida (manioc bouillie)	12-Gomon Kluiklui (snack)	20-Attièkè
5-Kuté mimè (manioc grillé)	13-Kponnonvi (biscuit de goman)	21-Agbélimawè
6-Kuté sisso	14-Tapioca (amidon granulé)	
7-Ayan (purée de manioc)	15-Abloyoki	
8- kutété (snack)	16-Kuté founfouin (manioc pilé)	

1.1.5- Notion du marché

Selon Bourret-Landrie, le marché est avant tout le lieu où se réalisent les transactions commerciales. Les lieux où se déroule l'activité commerciale peuvent être libre ou réglementés et organisés de manière plus ou moins stricte. Le marché c'est aussi l'ensemble des échanges ventes et achats, qui concernent un produit déterminé. Le mot marché sous-entend donc un ensemble de relation entre au moins deux personnes, l'acheteur et vendeur qui se mettent d'accord pour échanger un produit contre une somme d'argent qui en constitue le prix. C'est le prix qui est le sujet de discussion entre vendeur et acheteur, c'est lui qui joue un rôle fondamental au niveau du marché. Le marché, lieu de rencontre des vendeurs et des acheteurs est le lieu de confrontation de l'offre et de la demande et c'est de cette confrontation que doit en principe résulter le prix. Le marché se définit dans le temps et dans l'espace. Dans le temps, il ressort que la demande des consommateurs diffère selon les saisons mais aussi, dans une même saison,

selon qu'il fait chaud ou froid. L'offre des producteurs est aussi différente selon les années, certaines variations de l'offre pouvant être imprévisible. Dans l'espace, le marché consiste en la limite du territoire où se rencontre les acheteurs et les vendeurs ; aux halles en plein centre-ville ou dans sa périphérie, en revanche il convient de savoir la provenance de l'offre et de la demande.

Dans le cadre de cette étude, le marché est considéré comme tout endroit où se déroulent les échanges des produits agricoles entre les acheteurs et les vendeurs. Il pourrait être le domicile du producteur, le marché place physique, le chemin du marché, le champ, le domicile des transformateur ou le domicile des commerçants.

1.1.5.1-Typologie de marché

Le marché suppose la présence de trois éléments: le vendeur, l'acheteur qui sont les acteurs et le produit qui est l'objet d'échange. Pour les produits agricoles, on distingue deux grandes catégories de marchés à savoir les marchés informels et les marchés formels.

1.1.5.1.1- Marchés informels

Ces marchés n'ont aucune organisation; ils n'ont ni date fixe, ni lieu fixe. Les ventes et les achats se font par téléphone, par contrat, à domicile, au lieu de production, et ont lieu sous l'initiative des acteurs. Dans l'étude des marchés formels des produits vivriers, il est impossible de se passer des marchés informels. Ces marchés permettent de comprendre le fonctionnement des marchés formels et assez de produits commercialisés transitent par ces marchés avant d'arriver dans les marchés formels.

1.1.5.1.2- Marchés formels

Ces marchés ont une structure organisée, possèdent des lieux fixes de vente: établissement, magasins ou places publiques et une périodicité établie par les normes sociales de la région de son site. Anthonie (1968) cité par Biauou F. (1987) a distingué à partir des critères suivants:

- la localisation purement physique du marché,
- la structure du marché du point de vue des vendeurs, c'est-à-dire si la majorité des participants sont des producteurs, des détaillants ou des grossistes,
- la nature des acheteurs prédominants : les consommateurs finaux ou les intermédiaires ; trois principaux types de marchés à savoir les marchés primaires, les marchés régionaux et les marchés urbains.

Ces marchés exhibent une certaine hiérarchie qui assure un degré d'intégration plus complexe des fonctions de commercialisation, avec une prolifération des intermédiaires en passant des marchés primaires aux autres marchés.

• ***Marchés primaires***

Ce sont des lieux précis des transactions commerciales sis dans les zones de production. Ils constituent des lieux de rencontre entre les producteurs et les résidents du même village et des villages environnants.

• ***Marchés régionaux***

Ces marchés sont plus grands et plus complexes que les précédents et sont en général situés dans les villes, agglomérations relativement importantes de la zone de production, d'habitude chefs-lieux des divisions administratives. Ils constituent des lieux d'approvisionnement des produits manufacturés pour les populations rurales et en produits agricoles pour les populations citadines. Ils jouent le rôle charnier entre les populations rurales et les populations urbaines. Ces marchés, comme les précédents exhibent une périodicité établie par les normes sociales de la région. Ils connaissent une proportion beaucoup plus importante d'intermédiaires, mais les producteurs y sont aussi présents. Ces acteurs y commercialisent les denrées locales et étrangères et assurent les échanges et les autres fonctions de commercialisation. Cette catégorie de marchés sera la base de notre étude.

• ***Marchés centraux ou marchés urbains***

Ce sont des marchés des grands centres urbains, généralement distants des centres de production, et sont de ce fait mieux pourvus en voies et moyens de transport et des services de parking. Leur périodicité est journalière bien qu'ils aient parfois une périodicité unanimement reconnue. Ils sont caractérisés d'une part, par la présence dans une proportion mixte de divers types d'intermédiaires, des magasins de stockage et d'autres services comme le téléphone puis par la complexité de commercialisation en gros et en détail et un degré relativement élevé des services financiers d'autre part.

1.1.6- Notion de commercialisation

La signification du terme commercialisation varie en fonction des différentes catégories sociales. Pour le fermier ce terme se rapporte à la vente de ses produits agricoles, pour la ménagère c'est l'achat des vivres au marché

(Biaou, 1987). Selon Barker (1981), on définit la commercialisation comme l'activité qui a lieu au marché, le terme global utilisé pour décrire les échanges entre acheteurs et vendeurs qui tentent de maximiser leur profit ou utilité subjective. Pour ne pas limiter la commercialisation au seul lieu d'échange, c'est-à-dire lieu de rencontre entre l'offre et la demande, Fanou (1996) définit la commercialisation comme étant toute activité économique associée aux flux des biens et des services, dès la production primaire jusqu'à la consommation finale. L'auteur ajoute qu'un produit agricole, pour devenir produit alimentaire doit subir quatre transformations principales: une transformation physique, une transformation de taille de lot, une transformation dans le temps et une transformation dans l'espace. Cette définition prouve d'une part que le producteur et le consommateur ne résident pas nécessairement au même endroit et d'autre part que le produit tel qu'il sort des champs n'est pas souvent désiré sous cette forme par le consommateur. La commercialisation des produits agricoles débute aux champs dès que le fermier a l'intention de vendre son produit. La commercialisation comprend aussi l'acquisition des intrants et équipements agricoles nécessaires à la conduite de l'exploitation agricole. Seule la commercialisation des outputs fera l'objet d'analyse au cours de la présente recherche. Ainsi dans la pratique, la commercialisation est perçue de différentes manières par les divers acteurs stratégiques. Le consommateur est intéressé par l'achat de ses besoins au plus bas prix possible alors que le producteur cherche des revenus maxima dans la vente de son produit. Selon Biaou F. (1987), de cette situation, naissent des conflits d'intérêts dont l'existence permanente et leur solution donnent à la commercialisation son caractère essentiellement dynamique. L'auteur poursuit et affirme que le besoin de la commercialisation est né et s'est accru lorsque les peuples sont passés de l'économie de l'agriculture d'autosuffisance à l'économie basée sur la division du travail, l'industrie et l'urbanisation. En effet, dans les sociétés primitives caractérisées par un haut degré d'autosuffisance, les diverses familles et régions produisent la quasi-totalité des biens et services dont elles ont besoin et dépendent très peu des échanges avec d'autres régions et familles. Il n'y a donc pas de commerce car il n'y a pas d'échanges. Avec le temps, le concept de division de travail est né et les peuples consacrent leurs efforts sur les tâches les plus faciles et les plus rémunératrices. Ce qui oblige à produire plus qu'ils en ont besoin pour certains biens et services et moins pour d'autres qui leur sont indispensables. Cette pratique a fait naître le fondement du commerce qui, est l'essence même de la commercialisation. Dans le cas des produits agricoles, un système de commercialisation permet de contribuer à une croissance économique stable,

d'améliorer la distribution équitable des revenus, de garantir un bien-être nutritionnel des citoyens et une sécurité alimentaire aux populations d'une nation (Fanou, 1996). La commercialisation est donc un outil puissant de développement. En tant que telle la commercialisation des produits vivriers permet au producteur de sortir de la subsistance et de produire pour vendre. Elle stimule également le paysan à produire pour l'exportation. Dans ce cas, elle rapporte beaucoup de revenus aux paysans si bien que ceux-ci constituent une demande de plus en plus importante pour l'industrie domestique. C'est aussi le moyen par lequel les pays peuvent gagner des devises pour payer les importations. La commercialisation selon Fanou (1996), sera dite efficace lorsque les services désirés par les producteurs et consommateurs seront fournis au coût le plus bas possible.

1.1.7- Fonctions et services de la commercialisation

Les fonctions commerciales sont les différentes opérations qui permettent de fournir en des lieux et en temps opportuns aux consommateurs, les produits dont ils ont besoin. Elles sont exécutées par les différents agents intermédiaires qui agissent individuellement ou collectivement et se spécialisent dans les divers services impliqués dans l'achat et la vente des produits dans leur transfert du producteur au consommateur final.

Pour Biau F. (1987), ces fonctions sont de trois natures à savoir :

- les fonctions d'échanges (collecte et distribution);
- les fonctions physiques (transformation, stockage et transport) et
- services rendant possible l'accomplissement des deux premières catégories de fonctions (financement, prise de risque, emballage...)

1.1.8- Acteurs de la commercialisation

Ce sont les personnes physiques ou les organisations qui remplissent les fonctions commerciales. Il s'agit d'une gamme très variable d'un produit à un autre. On relie les acteurs aux rôles qu'ils jouent dans le système de commercialisation. Quelques fois le même agent joue plusieurs rôles.

On y distingue essentiellement deux catégories selon l'importance du rôle joué dans le système de commercialisation, à savoir les acteurs principaux (collecteurs, grossistes et détaillants) et les acteurs secondaires (magasinier, courtier...)

Les premiers sont actifs dans l'activité et sont les intermédiaires directs entre producteurs et consommateurs et selon leur fonction ou statut, on a principalement les collecteurs, les grossistes et les détaillants.

1.1.9- Quelques notions supplémentaires

- ***Fonction de production de manioc***

Environ 700 000 petites exploitations (plus de 20ha) détenues par des acteurs privés à but essentiellement commercial contrairement à la logique prioritaire de subsistance des petits exploitants. Dans ce registre l'on retrouve les organisations de producteurs de manioc et multiplicateurs de boutures promues par le PDRT et les services d'encadrement technique du MAEP.

- ***Fonction de commercialisation***

Elle est dominée par les acteurs du secteur privé notamment : les grossistes, les détaillants, les associations et coopératives de producteurs et de femmes transformatrices de manioc.

- ***Fonction de transformation***

Les unités de transformation sont constituées par des individuels et des groupements coopératifs de femmes transformatrices du manioc. Dans ce secteur, on y dénombre également quelques sociétés ou petites et moyennes entreprises de transformation agroalimentaire notamment : ALITECH, l'Usine d'alcool YUEN de Logozohè, SOPAL, etc.

Paragraphe 2 : Méthodologie de l'étude

Elle a consisté à orienter la recherche vers les populations susceptibles d'être confrontées aux problèmes de sécurité alimentaire et pour qui la production du manioc constitue la principale production. L'implication directe des ménages agricoles a permis d'abord de déceler leurs réelles motivations à produire, transformer et commercialiser du manioc et ses dérivés, en suite d'identifier leurs problèmes de disponibilité alimentaire et en fin de rechercher des solutions idoines. Alors, le prélèvement d'un échantillon représentatif s'avère indispensable pour contourner l'exercice fastidieux que constitue le recensement de tous les ménages agricoles d'une commune.

Choix de la population cible

La population concernée par notre étude est constituée des ménages produisant, transformant et commercialisant du manioc et ses dérivés.

2.1. Population d'étude et méthode d'échantillonnage

2.1.1. Population d'étude

La population d'Abomey-Calavi est située au Sud du Bénin précisément dans le département de l'Atlantique. Le territoire de la commune s'étend sur une superficie de 650km². Elle est limitée au Nord par la commune de Zè, au Sud par l'Océan Atlantique, à l'Est par la commune de Cotonou et de So-Ava, à l'Ouest par la commune de Ouidah et de Tori-Bossito. Avec une population de 655.965habitants (RGPH4, 2013).Elle comporte plusieurs groupe socio-culturels ou ethnies à savoir : Aizo, Fon, Toffin, Yorouba, Nagot, Goun,... Elle est caractérisée par plusieurs religions : la religion traditionnelle (75.9%), Catholicisme (5%), le Protestantisme (0,2%), la religion musulmane (18,3) et autre (3,6%). Avec une zone climatique de type subéquatorial, elle contient deux saisons de pluies et deux saisons sèches.

Le relief de la commune d'Abomey-Calavi est peu accidenté avec une bande sablonneuse, des cordons littoraux, un plateau de terre de barre et des dépressions. Elle dispose de plusieurs cours d'eaux tels que Lac Nokoué et la Lagune côtière, marais, ruisseaux et marécages.

La végétation est de type Mangrove à palétuviers dans la côtière et à savane dégradée sur le plateau.

En matière d'unités administratives, la commune d'Abomey-Calavi compte neuf arrondissements, soixante-dix(70) villages et quartier de ville. Elle couvre les arrondissements : d'Abomey-Calavi, de Godomey, d'Akassato, de Glo-djigbé, de Hèvié, de kpanroun, de Ouèdo, de Togba et de Zinvié.

La commune d'Abomey-Calavi dispose de plusieurs potentialités. En ressources agricoles on a : Maïs, manioc, ananas, arachide, riz, Palmier à huile, Sorgho.... En élevage nous avons : Capri, porcins, ovins, volaille, lapin et aula codes. En ressources minières on distingue : les carrières de sable, de gravier, de latérite, d'Argile, de terres barres. En ressources touristiques on a : Embarcadère de Ganvié. Comme ressource halieutique on distingue la pêche peu valorisée. On distingue également d'autres domaines porteurs à savoir : le transport, le commerce, l'artisanat, l'industrie, la transformation des produits agricoles et l'hôtellerie.

2. 1.2. Echantillonnage

Les producteurs, les transformateurs et commerçants (collecteurs, grossistes, détaillants) constituent les unités de recherches sur lesquelles ont porté nos investigations. L'échantillon a été essentiellement raisonné et spécifique par catégorie d'acteurs. Les effectifs de ces catégories d'acteurs enquêtés sont consignés dans le tableau. Nous avons retenu de manière aléatoire, 20 producteurs 21 transformateurs par zone de production et transformation. Les grossistes enquêtés sont ceux rencontrés dans les marchés pendant notre étude. Pour les détaillantes, nous avons pris un effectif de 19 dans le marché de Glo-djigbé, Godomey (marché Kococodji) et Zinvié.

Tableau 4: Répartition des intermédiaires et leurs partenaires

Village Enquêté	Producteurs	Transformateurs	Collecteurs	Grossistes	détaillants	Totale	Taux d'échantillonnage
Glo-djigbé	10	08	3	4	5	30	40%
Godomey	3	6	0	2	8	19	25,33%
Zinvié	7	7	2	4	6	26	34,66%
Total	20	21	5	10	19	75	100%

Source : Réalisé par les auteurs à partir des enquêtes du terrain (2015)

2.1.3- Outils de collecte.

Cette phase nous a permis de collecter des données par nos enquêtes à l'aide des questionnaires qui sont adressés aux producteurs, aux transformateurs et aux commerçantes (collecteurs, grossistes, détaillantes) du manioc de la commune d'Abomey- Calavi. Elle nous a permis également d'obtenir des informations nécessaires pour l'analyse et le test de nos hypothèses de recherche.

2.1.4- Nature des Données Collectées

Au cours de nos recherches, nous avons collecté des données de nature primaire et secondaire. Les données primaires sont celles recueillies directement pendant les enquêtes auprès des producteurs, transformateurs, commerçantes (collecteurs, grossistes, détaillantes) du manioc dans la commune d'Abomey-Calavi. Ces données sont quantitatives puisqu'elles nous aident à mesurer des variables ; mais aussi qualitatives. Les données secondaires sont qualitatives et

quantitatives et ont été recueillies dans les différents centres de recherche documentaires.

2.1.5- Centre Documentaire

Elle a consisté à parcourir des travaux antérieurs réalisés dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles aussi bien dans le domaine de la commercialisation du manioc et ses dérivés. Fort des informations quantitatives que qualitatives recueillies à des sources appropriées, la recherche documentaire nous a permis d'adopter une méthodologie claire. Elle nous a permis dans un premier temps de nous familiariser aux problèmes de la commercialisation des produits agricoles et ceux liés à la commercialisation du manioc et ses dérivés. Les centres de documentation comme la bibliothèque centrale de la Faculté des Sciences Agronomiques (FSA), du Centre Agricole régionale du Développement Rural (CARDER) d'Atlantiques /Littorale ont été visités. Les documents disponibles dans les structures de recherches telles que : Le Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche (MAEP), L'Agence Béninoise de Promotion et des Echanges Commerciales (ABePEC) ont été consultés. Cette phase nous a permis de mieux cerner les principales questions de recherches.

2.1.6- Méthodes de collecte, d'analyse des données et Description des variables

2.1.6.1. Méthode de collecte des données.

Pour mieux vérifier les hypothèses que nous avons formulées, nous avons fait recours aux méthodes quantitatives et qualitatives. La méthode quantitative a consisté en des enquêtes adressées aux producteurs, transformateurs, aux commerçants (collecteurs, grossistes, détaillants) du manioc de la commune d'Abomey-Calavi et celle qualitative est réalisée grâce à nos échanges avec les personnels du CeRPA.

2.1.6.2. Méthodes d'analyse

Les données collectées au cours de nos recherches sont quantitatives et qualitatives. Elles nous ont permis d'identifier trois(03) circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi et de déterminer les forces et les faiblesses des circuits identifiés. La méthode qualitative nous a permis de comprendre d'avantage les observations faites lors des analyses afin de mieux orienter nos suggestions.

Ce document a été réalisé à l'aide des logiciels Excel 2007 et Word 2007.

2.1.6.2.1 Techniques d'Analyse

L'acte de distribution des produits Agricoles vivriers consiste à mettre à la disposition des consommateurs où qu'ils se trouvent des produits sous forme requises et à des moments appropriés et ce à partir d'une production saisonnière dispersée dans l'espace. La tâche qui incombe aux intermédiaires n'est pas de moindre et le cadre physique où elle s'opère n'est des plus faciles à cerner.

Par conséquent, dans la présentation des résultats de nos analyses, nous utiliserons d'abord une approche centrée sur l'acteur (actor oriented approach) qui a l'avantage de combiner l'aspect institutionnel (identifier les agents), l'aspect fonctionnel (cerner les rôles joués par eux) et le comportement (les agents prennent des décisions pour résoudre des problèmes particuliers. Cf. Kohls et Uhl, 1985 :22-34).

Comme l'indique le titre de notre travail, notre analyse s'intéresse à l'identification des circuits et leur animation par les producteurs, les intermédiaires et accessoirement par les consommateurs. En effet, de par leurs actions, les différents protagonistes de la chaîne commerciale induisent la dynamique de l'Offre et de la Demande ; reflètent les mouvements saisonniers des prix dans l'espace.

En définitive, nous sommes en face d'un réseau de marché (rural et urbain) dans lequel les producteurs, les intermédiaires et les consommateurs animent des circuits de distribution des produits vivriers par la dynamique de l'offre et de demande. Dans un tel cadre structurel, le comportement (conduite) des protagonistes font de l'ensemble un Système. Notre analyse se propose à la limite de saisir le tout en tant que système dont il convient d'examiner en quoi il répond au mieux à ses objectifs.

Concrètement, nous aurons à :

- ✓ Identifier les circuits de commercialisation et les flux de produit ;
- ✓ Analyser l'efficacité des circuits.

Dans la section1 consacré au profil des ménages enquêtés nous allons :

Présenter le profil à l'aide d'un tableau et l'interpréter.

Dans le paragraphe2 et la section2, consacrés à la vérification de l'hypothèse N°1 et 2 nous allons :

-
- ✓ En paragraphe 2 vérifier l'hypothèse n°1 par l'identification et la présentation des circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés ; par la présentation et l'explication des flux des produits.

 - ✓ En section 2 vérifier l'hypothèse n°2 à l'aide de l'analyse des fonctions et les services de la commercialisation du manioc et ses dérivés, des instruments de mesure chez les commerçants et chez les transformateurs, de la main d'œuvre et du prix.



CHAPITRE 3
PRESENTATION ET ANALYSE DES
RESULTATS

CHAPITRE 3 : PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS

Dans ce chapitre, nous aurons à présenter les différents résultats obtenus, procéder à l'analyse de ces résultats, faire une synthèse, faire des suggestions puis achever par une conclusion.

SECTION 1 : ANALYSE DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DU MANIOC

Paragraphe 1 : Profil des acteurs de la chaîne commerciale du manioc et ses dérivés et de leurs partenaires.

Les acteurs de la chaîne commerciale sont les commerçants (grossistes, détaillants, semi-détaillants) et leurs partenaires sont constitués essentiellement de producteurs et de transformateurs. Le profil des acteurs de la chaîne commerciale du manioc et ses dérivés et de leurs partenaires regroupe le sexe, l'âge, la situation matrimoniale et l'activité principale. Au cours de notre travail, les ménages enquêtés sont constitués d'hommes et de femmes. Ceci montre que la production du manioc de même que sa transformation et sa commercialisation impliquent les hommes et les femmes. Elle nécessite une main d'œuvre très importante.

En ce qui concerne les producteurs, on note 80% des hommes producteurs et 20% des femmes productrices du manioc dans les trois villages enquêtés. Ces proportions reflètent que le nombre des femmes productrices du manioc reste encore faible. Cependant, les femmes jouent un rôle important dans les activités de bouturage, de sarclage. Elles contribuent pour 70% à la main d'œuvre familiale.

Au niveau de la transformation, mis à part les petites unités de transformations semi-industrielles, on note 90% des femmes comme transformatrices et 10% des hommes comme transformateurs dans les trois villages sillonnés. Cependant, les hommes jouent un rôle important à l'étape de pressurage de transformation.

Par rapport aux commerçants, seules les femmes interviennent dans le processus de distribution. Mais toutefois les hommes peuvent intervenir comme collecteur.

Aussi une analyse sur l'âge des enquêtés montre que :

- 13.33% des ménages enquêtés ont un âge compris entre 18 et 29 ans.
- 60% des ménages ont un âge compris entre 30 et 49 ans,
- 20% de ces ménages ont un âge compris entre 49 ans et 55 ans
- 6,66% des ménages ont plus de 55 ans

De part ces statistiques, on note que les jeunes pratiquent plus cette activité soit 73,33% des enquêtés. Les adultes sont de 20% et les vieillards d'une proportion de 6,66%

Sur le plan matrimonial, notre analyse nous amène à déduire que :

- 86,66% des enquêtés sont mariés
- 6,66% des enquêtés sont des célibataires
- 4% des enquêtés sont des divorcés
- 2,66% des enquêtés sont des veufs.

On peut donc dire que les ménages mariés se donnent plus à la filière manioc compte tenu des potentialités et des atouts qu'ils disposent, notamment la main d'œuvre familiale.

La plupart des enquêtés ont pour activité principale le champ et d'autres activités secondaires comme : l'artisanat, la chasses etc.

Mais notons que les commerçantes ont pour activité principale le commerce et l'artisanat comme activité secondaire.

Pour plus de détails, voir le tableau N°

Tableau 5 : Profil des acteurs de la chaîne commerciale et de leur partenaire dans la commune d'Abomey-Calavi.

Variables	Modalités	Effectifs	Taux
Sexes	-hommes	60	80%
	-femmes	15	20%
Ages	[18 à 30 ans [10	13.33%
	[30 à 50 ans [45	60%
	[50 à 55 ans [15	20%
	Plus que 55 ans	5	6,66%

Situation matrimoniale	Célibataires	5	6,66%
	mariés	65	86,66%
	divorcés	3	4%
	veufs	2	2,66%
Activité principale	Agriculture	75	100%

Source : Réalisé par les auteurs à partir des enquêtes du terrain 2015

Paragraphe 2 : Analyse comparée des circuits locaux et urbains de commercialisation

Cette partie nous permettra de présenter et d'analyser les résultats qui prennent en compte notre premier objectif spécifique qui est : « Identifier trois circuits de commercialisations du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi ». Les résultats de l'enquête sont présentés dans le tableau 6 et nous permettrons de valider l'hypothèse 1 qui est « Le circuit local, le circuit rural et le circuit urbain sont les circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés identifiés dans la commune d'Abomey-Calavi ».

1.1- La chaîne commerciale

Dans un circuit de commercialisation, la chaîne commerciale est formée des différents intermédiaires qui s'interposent entre le producteur, le transformateur et le consommateur final. Lorsque l'on prend en considération le circuit long distance qui intègre le village en amont et la ville en aval, on dénombre en ce qui concerne le manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi trois intermédiaires :

- **Les collecteurs** : appelés *flisato*, ceux et surtout celles qui font un commerce de revente ;
- **Les grossistes** : désignés sous le nom de *axiyito*, ceux et celles qui fréquentent les marchés éloignés,
- **Les détaillants** : (*tekpato*), ceux et celles qui vendent les produits dérivés du manioc mesure par mesure (*sado kanu*).

1.2- Présentation des intermédiaires

1.2.1- Les Collecteurs : ils constituent le deuxième maillon de la chaîne d'approvisionnement et de la distribution des produits du manioc. Ils agissent souvent pour le compte des grossistes et semi-grossistes qui mettent à leur disposition des ressources financières pour les achats. Ils peuvent également agir

pour leur propre compte, mais leur capacité financière est plus petite. Ils ont une bonne connaissance du terrain et des producteurs, par conséquent détiennent des informations sur la qualité, les quantités disponibles et le prix des produits dérivés du manioc au niveau du village ;

1.2.2- Les grossistes : Ce sont pour la plupart des femmes installées en milieu rural ou ville qui achètent pour leur propre compte une quantité importante des produits dérivés du manioc (gari, tapioca, lafou) à chaque fois et la revendent en milieu urbain aux détaillants. Elles s'approvisionnent le plus souvent sur les marchés ruraux mais vont aussi dans les villages. Leurs meilleurs fournisseurs sont les Transformateurs.

1.2.3- Les détaillants : Ce sont surtout des femmes installées pour la plupart dans les marchés urbains. Elles prennent le produit au comptant ou à crédit chez les grossistes et vont le livrer aux consommateurs finaux. Elles font circuler le produit (gari ou tapioca ou lafou) des marchés urbains centraux et principaux vers les marchés urbains secondaires et les périphériques et servent les citadins consommateurs où qu'ils puissent se trouver dans l'espace urbain ou périphérique urbain.

1.3-Les partenaires des intermédiaires.

Dans la chaîne commerciale, les différents intermédiaires ont pour partenaires les producteurs, les transformateurs et les consommateurs.

1.3.1- Les producteurs : Ils livrent le manioc aux champs par billon de 12 à 16 mètre (Kanti) ou par panier au marché selon leurs besoins financiers du moment et selon les solutions alternatives qui leur sont offertes. Ils sont libres de vendre leurs produits sur le marché de leurs choix mais ils préfèrent les livrer aux transformateurs car cela permet d'économiser temps, énergie et coûts. Cette attitude relève de leur aversion pour le risque et de leur maîtrise insuffisante des routes de circuits de commercialisation. Il convient d'ajouter que le temps ainsi économisé est mieux investi dans d'autres activités productives agricoles et extra-agricoles. Signalons que d'autres producteurs produisent le manioc pour sa transformation car ceux-ci jugent rentable la vente des produits issus de la transformation que la vente du produit frais.

1.3.2- Transformateurs : Ce sont la plupart des femmes qui disposent des unités de transformation dans leur domicile et qui utilisent le manioc pour fabriquer diverses denrées commercialisées comme : le gari, le tapioca, le lafou, le klaklou, Agbéli, Attièkè... Ces femmes s'approvisionnent auprès des

producteurs. On distingue aussi les producteurs-transformateurs qui sont les producteurs qui disposent de leurs unités de transformations.

1.3.3- Les Consommateurs sont présents partout dans la chaîne. Ils sont porteurs de la demande primaire des produits et leur masse est plus ou moins importante selon la période de l'année (période de post-récolte ou de soudure). Parmi eux, les fonctionnaires qui ayant touché leurs salaires en début de chaque mois acquièrent un pouvoir d'achat élevé. Ils constituent selon les grossistes une catégorie à part entière et capable de les concurrencer dans l'acquisition des produits agricoles vivriers sur les marchés ruraux. Notons que dans les villages, aux marchés ruraux, les consommateurs finaux achètent les produits chez les transformateurs. En ville, ils s'adressent surtout aux détaillants.

1.4- Les circuits et les flux des produits

1.4.1- Les types de circuit identifiés

Lorsque le produit manioc et ses dérivés circulent du village jusqu'à la ville, dans la commune d'Abomey-Calavi, ils franchissent les étapes ci-après : Champs et Village, Marché rural, Marché urbain. Ainsi on distingue trois types de circuits qui se présentent comme suit :

- (1) Le circuit local situé sur les lieux de production (champs et village) et par lequel les producteurs livrent le manioc aux transformateurs et les transformateurs à leur tour livrent les produits de transformation aux grossistes et aux consommateurs.
- (2) Le circuit rural localisé dans les marchés ruraux et qui permet aux producteurs et aux transformateurs de vendre leurs produits respectivement aux transformateurs venus d'ailleurs ; aux grossistes et aux consommateurs.
- (3) Le circuit urbain où les grossistes revenus des marchés ruraux livrent leurs produits aux clients de marché de gros que sont les détaillants et les consommateurs.

Niveau	Circuits	Offreurs	Demandeurs
Rural	Village	<i>Producteur</i> Transformateur Collecteur	<i>Transformateur</i> Consommateur Grossiste
	Arrondissement et commune		
urbain	Ville	<i>Grossiste</i> Semi-grossiste	<i>Détaillant</i> <i>Consommateur</i>

Tableau 6 : Présentation des circuits.

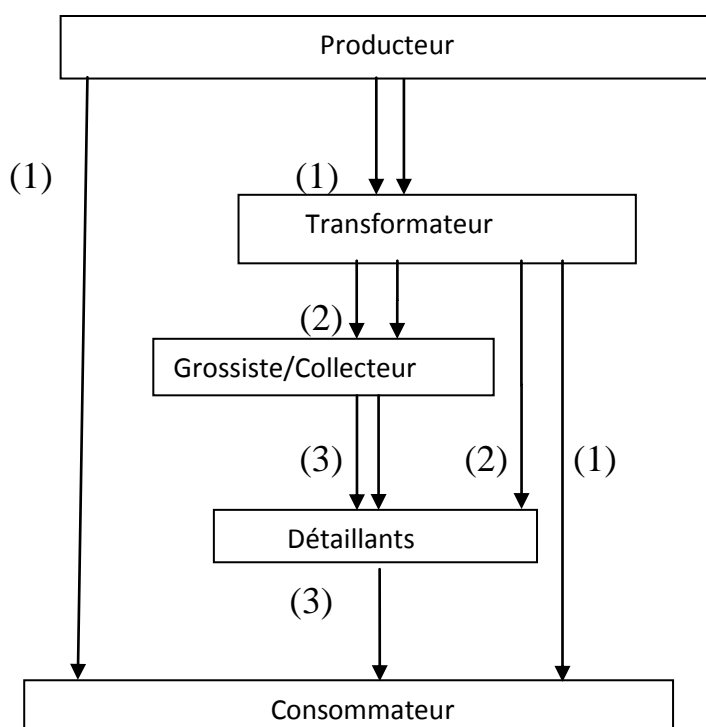
Source : Données de l'enquête du terrain (2015)

(Les noms des principaux acteurs de chaque type de circuit sont en italique)

1.4.2- Les flux de produit

Sur le schéma : les grosses flèches indiquent les flux les plus importants et les flèches fines les flux secondaires. Ces flux traduits d'étape en étape les comportements (conduite) stratégiques des acteurs.

Schéma 1 : Flux de produits



Source : Données de l'enquête du terrain (avril 2015)

D'après cette analyse nous pouvons conclure que l'hypothèse N°1 selon laquelle les circuits de commercialisation du manioc et ses dérivés sont le circuit local, circuit rural et circuit urbain est donc confirmée.

SECTION 2 : ANALYSE DES FORCES ET FAIBLESSES DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Dans cette partie nous allons faire la présentation et l'analyse des résultats qui prennent en compte le deuxième objectif spécifique : «Montrer les forces et faiblesses des circuits de commercialisation identifiés ». Ces résultats nous permettront de valider l'hypothèse 2 selon laquelle : « -Les forces de ces circuits de commercialisation sont: disponibilité des sources d'approvisionnements, maîtrise des sources d'approvisionnement par les commerçants, existence des moyens de transports etc. et -Les faiblesses de ces circuits de commercialisation sont : la commercialisation de manioc n'est pas organisée, coût élevé des transports de marchandises dû à l'impraticabilité des voies etc.»

Paragraphe1 :Analyse des circuits de commercialisation identifiés

2.1- Les prestataires de service :

- *Les transporteurs*: ils représentent un maillon clé de la chaîne de valeur manioc. Ils sont un facteur déterminant de la disponibilité physique et du niveau des prix. L'observation des circuits d'approvisionnement et de distribution des produits du manioc suivant les stratégies adoptées par les usagers, met en évidence la pluralité des modes de transport utilisés par les acteurs pour mener à bien leurs activités.

- *Les organismes d'encadrement de la filière manioc* : il regroupe les CeCPA, les services du conditionnement et du contrôle de la qualité, les directions départementales du commerce, les projets et ONG impliqués dans la problématique de la chaîne de valeur manioc, les institutions de recherches et les services de gestion des marchés. Parmi les acteurs de gestion des marchés, on retrouve:

-*Le régisseur du marché* : Il s'agit de l'agent chargé de la gestion administrative quotidienne. C'est celui qui est chargé d'attribuer des places sur demande, aux commerçants en fonction de leurs produits, de veiller au bon fonctionnement du marché (propreté, hygiène, sécurité des personnes et des biens, etc.) et d'assurer par le biais de ses collaborateurs la collecte des droits de place sur le marché ;

- *Les chefs de bloc ou de hangar* : Ils sont chargés de veiller au conditionnement et à la sécurité des marchandises sur le marché ;

- *Les policiers* : Ils sont surtout présents dans les marchés urbains et sur les routes où ils ont la charge d'assurer la sécurité des personnes et des biens et de veiller à ce que la réglementation soit respectée;

- *Les gardiens du marché* : assurent la sécurité des équipements marchands de nuit comme de jour, le contrôle des véhicules lors du chargement et déchargement des produits.

- *Les agents des douanes* : ce sont des agents des services du Ministère des Finances qui interviennent au niveau du commerce d'exportation ;

- *Les agents de la police phytosanitaire* : ce sont des agents des services du Ministère de l'Agriculture, qui ont la charge de la surveillance de l'état sanitaire des marchandises et qui perçoivent des droits sur celles-ci.

2.2-Fonctions et services.

✓ *Stockage*

Le stockage permet de limiter des niveaux trop bas du prix et de rendre le produit disponible dans le temps.

Les produits dérivés du manioc (gari, tapioca, lafou) étant des produits agricoles peu périssables, leur stockage n'est pas exigeant en pesticides de conservation. Le stockage n'engendre presque pas de coût. Le principe de stockage est presque le même dans les diverses zones étudiées, mais à quelques différences près.

En cas de mévente dans l'Arrondissement de Glo-Djigbé, le produit est entreposé dans l'habitation des transformateurs. C'est souvent le cas du gari qui est le plus fabriqué. Il en est de même, pour les commerçants qui achètent précocement le Gari. Aussi ce constat est fait à Zinvié.

✓ *Transport*

La commercialisation du manioc et ses dérivés étant fortement localisée aux zones de production et transformation, le transport dans le système de commercialisation du manioc et ses dérivés est très peu développé. Les moyens les plus utilisés sont les engins à deux roues communément appelés "Zem" les pousse-pousses appelés « kèkèvi ». Quelques producteurs et transformateurs se servent de leurs propres moyens de transport. Pour les déplacements sur de longues distances et pour de grands stocks, les véhicules à quatre roues et plus, sont utilisés.

Quant à la nature des routes, elle n'est pas la même pour tous les transports. A l'exception des chefs-lieux des communes, qui sont desservis par des routes bitumées, les autres voies et pistes sont non bitumées, et quelques fois très difficiles à pratiquer en période des pluies.

- ✓ *Taxes* : Dans les différents marchés, les commerçants des produits agricoles font face à trois types de taxes. On a la taxe du conditionnement perçue par les agents du développement rural, la taxe de la Mairie et la taxe de gestion du marché.

Les vendeurs du manioc et de ses dérivés sont généralement soumis aux deux dernières taxes. Le montant de la taxe de la mairie varie de 50 à 125F CFA selon les besoins des municipalités et de la quantité des marchandises exposées aux marchés. Alors que la taxe de gestion du marché varie de 50F à 100F CFA.

✓ *Financement*

Le financement constitue un élément très important dans l'activité commerciale. Au démarrage et pendant son exercice, cet élément est indispensable pour le commerçant. Il peut constituer une barrière à l'entrée de la profession en cas d'absence de possibilités d'obtention de crédits ou d'autres débouchés possibles. C'est donc évident que pour financer leurs activités les commerçants aient besoin de capitaux.

De nos enquêtes, il ressort que dans la chaîne de distribution des produits (gari, lafou), la pratique la plus courante est l'autofinancement sur fonds propres. Ce sont les grossistes que par les avances de fonds, financent la commercialisation en raison, des marges bénéficiaires faibles que dégagent la commercialisation face aux taux d'intérêts élevés pratiqués par les structures de micro-finances.

Mais certains intervenants peuvent avoir recours aux micro-finances dont les taux d'intérêt sont de 1,2% à 1,5% par mois. Les montants des premiers prêts sont entre 500.000 et 1 million de FCFA pour une durée de 5 à 10 mois. L'accès au crédit est subordonné au paiement de divers frais tels que caution financière, assurance, frais d'étude de dossier, et à la production de garanties matérielles et d'un dossier de projet. Toutes ces conditions ne sont pas à la portée des femmes transformatrices ou commerçantes.

2.3- Unités de mesures et correspondances

Plusieurs unités de mesures sont utilisées dans les marchés périodiques du Bénin. Le volume de ces mesures varie en fonction du niveau de l'offre et de la demande, de la capacité de négociation des clients. Les services techniques qui interviennent dans les marchés, notamment, ceux du conditionnement et de l'ONASA ont établi des mercuriales qui permettent de donner une idée plus ou moins précise du volume de chaque unité de mesure.

En règle générale, les opérateurs économiques, les négociants ont deux pratiques en la matière. Ils adoptent des unités de mesure qui permettent de maximiser les volumes lors de l'achat et du transport des produits. Dans le cas du transport, ils ont recours à des sacs dont le contenu peut excéder du tiers, voire de 50% et plus le volume normal du sac.

Tableau 7 : Correspondance des principales unités de mesures utilisées par les commerçants (es).

Type de produit	Unité	Correspondance	Type de produit	Unité	Correspon dance
Cossette	Sac	90	Manioc frais	Sac	230
Cossette	Sac	70	Manioc frais	Sac	160
Cossette	Sac	45	Tapioca	Sac	70
Gari	Sac	120			
Gari	Sac	90			
Gari	Sac	75			
Lafou	Sac	20			

Source : Données de l'enquête du terrain (avril 2015)

Au niveau des unités de transformation, la correspondance des unités de mesure est plus diversifiée. En effet, tant au niveau des instruments de mesure lors de l'approvisionnement, que de la vente en gros ou en détail, il existe un éventail de moyens au volume variable.

Tableau 8: Correspondance des principales unités de mesures utilisées par les transformateurs

Produit	Mesure	Quantité (Kg)	Produit	Mesure	Quantité
Gari	Sac	200	Gari et Tapioca	Bassine	25
Gari	Sac	120	Gari et Tapioca	Bassine	20
Gari	Sac	90	Gari et Tapioca	Bassine	17
Gari	Bassine	30	Gari et Tapioca	Bassine	10
Gari et Tapioca	Sac	75	Gari et Tapioca	Sachet	5
Gari et Tapioca	Sachet	2	Gari et Tapioca	Sachet	4
Gari et Tapioca	Sachet	1	Gari et Tapioca	Sachet	3
Gari Tapioca	Towungolo	1	Gari et Tapioca		

Source : Données de l'enquête du terrain (avril 2015)

2.4- Analyse de la main d'œuvre

La main d'œuvre des unités de commercialisation est composée pour l'essentiel des membres de la famille et élargie le cas échéant à des ouvriers ou agents d'appui. En effet, la majeure partie des unités de commercialisation sont des entreprises familiales très peu étoffées en main d'œuvre. Outre le chef ou la gérante de l'établissement, les autres agents sont constitués des ouvriers, parfois occasionnels chargés des opérations de déchargement/chargement et de conditionnement des produits.

Au point de vue de la composition selon le genre, les femmes dominent la sphère de propriétaires des unités. Plus de 75% des agents engagés dans la commercialisation des produits dérivés du manioc sont des femmes. Par contre le personnel d'appoint est pour une large part constaté.

2.5- Analyse de la structure des prix du manioc et de ses dérivées

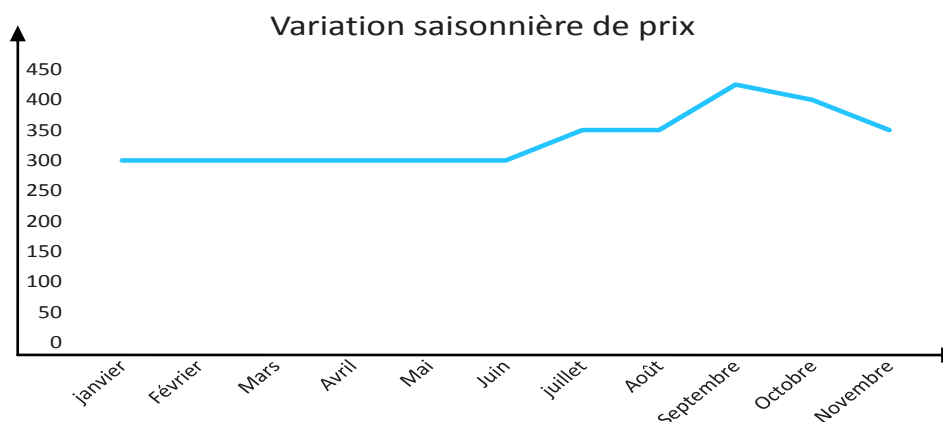
L'analyse de la structure des produits du manioc est complexe en raison non seulement de la diversité des prix, mais aussi de la variation des coûts des facteurs, du niveau des rendements selon les régions.

Le tableau ci-après présente les fluctuations du prix du gari au marché de Cococodji. Le graphe de la figure N°2 interprète au mieux ce tableau.

Tableau 9 : Les fluctuations du prix du gari au marché Cococodji

Mois	Prix
Janvier	300
Février	300
Mars	300
Avril	300
Mai	300
Juin	300
Juillet	350
Août	350
Septembre	425
Octobre	400
Novembre	350

Figure 2 : Fluctuation du prix du gari



Source : Réalisé à partir des données de l'ONASA

L'observe du graphe montre que les prix sont relativement stables entre Janvier et Juin qui constitue la période de soudure alimentaire, avant les nouvelles récoltes du maïs dans la commune. Alors que les prix varient de Juin à Novembre qui constitue la période d'abondance alimentaire.

De tout ce qui précède on dégage les forces et les faiblesses de la commercialisation du manioc et ses dérivés qui suivent :

Paragraphe 2 : Forces et faiblesses des circuits identifiés

2.1- Les forces de la commercialisation du manioc

- ✓ Libre entrée dans le métier au niveau des différents circuits.
- ✓ Les transactions sont généralement gouvernées par le libre jeu de l'offre et de la demande. Cette situation se matérialise par la rencontre des différents protagonistes (Acheteur et Vendeur) porteur chacun d'une Offre ou d'une Demande dérivée sur l'aire du marché.
- ✓ Existence des sources d'approvisionnement et leur connaissance par les commerçants(es)
- ✓ Meilleures connaissances des circuits par les commerçants (es).
- ✓ Bonne réputation de certaine localité à fournir le bon gari (Glo-djigbé)
- ✓ Existence des voies et moyens de transport du marché rural vers le marché urbain.
- ✓ Disponibilité de la main d'œuvre.

2.2- Les faiblesses des circuits identifiés

- ✓ Difficultés aux transformateurs à trouver du manioc frais en quantité suffisante, situation qui les contraint à une sous-utilisation de leur capacité.
- ✓ Problèmes liés à la qualité des produits dérivés (normes, mélange fréquent des qualités de gari).
- ✓ Difficulté de collecter les produits de mêmes qualités en quantité suffisante.
- ✓ La saisonnalité et l'irrégularité de l'offre des produits face à une demande relativement rigide. En effet la disponibilité qualitative et quantitative des produits du manioc varie d'une année à l'autre, en fonction des aléas climatiques et des conditions de production
- ✓ L'instabilité des prix sur les marchés : les prix des produits du manioc varient d'une année à une autre, elle est consécutive à la saisonnalité de l'offre, à sa variation d'une année à l'autre, aux difficultés de conservation adéquate de ses produits pour assurer leur disponibilité.
- ✓ La segmentation du marché : l'hétérogénéité des produits, les préférences des consommateurs et les fortes disparités des niveaux de revenus entraînent une segmentation du marché.
- ✓ un niveau élevé de risque et d'incertitude liés aux aléas climatiques, aux problèmes de collecte compte tenu d'une offre agricole dispersée et

irrégulière et au manque d'information sur la disponibilité des produits, aux insuffisances de l'offre, du transport, à son irrégularité et à son prix.

- ✓ les difficultés d'accès au crédit et le niveau élevé des coûts de transaction.
- ✓ Insuffisance de place d'installation et inexistence de hangars dans les marchés ruraux (marché de Glo-djigbé).
- ✓ Taxe trop élevée dans les marchés ruraux
- ✓ Problème de mévente

En conclusion on peut dire que l'hypothèse N°2 selon laquelle :

- Les forces des circuits de commercialisations identifiés sont : disponibilité des sources d'approvisionnements; maîtrise des sources d'approvisionnement par les commerçants ; existences des moyens de transports etc.
- Les faiblesses de ces circuits de commercialisation sont : la commercialisation du manioc n'est pas organisée, coût élevé des transports de marchandises dû à l'impraticabilité des voies ; le coût des taxes élevé dans les marché etc. » est donc validée.

SUGGESTIONS

Compte tenu de l'importance du manioc dans l'alimentation des populations du Bénin, la prise en compte de ces suggestions et leur application contribuera à atteindre le premier objectif des OMD à savoir éliminer l'extrême pauvreté et la faim avec la réalisation de l'autosuffisance en manioc. Il s'agit entre autre de :

- Maintenir les parcs à bois, mais aussi continuer la vulgarisation des variétés améliorées ;
- Créer (par les organismes publics et privés) au niveau des producteurs de meilleures conditions de stockage et les soustraire ainsi de vente forcée post-récolte ;
- Stimuler les activités des grossistes et détaillants et ainsi offrir des débouchés plus grands et plus sûrs aux producteurs et transformateurs
- Des mesures doivent être prises pour réduire les incertitudes et imprécisions qui caractérisent le système , par le renforcement du secteur de l'information et de la normalisation des instruments de mesure.
- Réduire les barrages routiers au strict minimum pour espérer voire les transports diminuer à moyen terme ;
- Maintenir le réseau de marchés ruraux et urbains en état de bon fonctionnement par entretien des pistes rénovées et la réhabilitation de l'infrastructure des places de marché (hangar et autre) ;
- Faire participer les usagers des marchés à la collecte et à la gestion des taxes et droits perçus sur les marchés ;
- L'Etat doit octroyer de microcrédits à faible taux d'intérêt aux acteurs de la chaîne commerciale ;
- L'Etat doit développer une politique de stabilité de prix.

CONCLUSION

La présente étude s'est intéressé à l'analyse de la commercialisation du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi. Cette étude nous a permis de retenir que le système de commercialisation du manioc et ses dérivés dans la commune d'Abomey-Calavi est composé des circuits local, rural, urbain. Ces circuits ont non seulement de forces mais aussi des faiblesses. La solution aux faiblesses des circuits permettra de les rendre efficaces et donc de favoriser la commercialisation du manioc et ses dérivés à être l'un des centres de développement de la commune et donc du Bénin. Retenons donc que la commercialisation est une série d'activité qui produit de la valeur ajoutée. En tant que système, elle donc utile à l'économie. La fonction principale du système de commercialisation est donc de mettre en relation l'offre et la demande d'un produit. Sur le plan fonctionnel, un système de commercialisation recouvre tous les aspects de redistribution des produits : ventes et achats à divers niveau, stockage, transport, normalisation, capacité à supporter les risques, financements et informations du marché considéré. Comme l'ensemble des opérations impliquant le mouvement dans le temps, dans l'espace et le changement de forme des denrées alimentaires des exploitations agricoles vers les consommateurs. La commercialisation des produits vivriers (ici le manioc et ses dérivés) est donc au centre du développement économique. Ainsi nos quelques suggestions formulées sur la base des données de nos enquêtes (avril 2015) dans la commune ; permettront de remédier aux conditions pénibles des commerçants et de leurs partenaires dans la chaîne commerciale.

Enfin, le thème de ce travail intitulé « Analyse de la commercialisation du manioc et ses dérivés » nous ne pensons pas avoir abordé toutes les problématiques identifiées lors de nos diagnostics.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

AHOHOUNKPANZON (1992), Analyse économique du système de commercialisation du maïs dans le département de l'Atlantique. Thèse d'Ingénieur Agronome.

AHOHOUNKPANZON (2014), « Analyse d'économie de la commercialisation des produits agricoles », cours de licence (FASEG-UAC ; EGEA)

FANOU (1994), Analyse de la performance du système de commercialisation des produits vivrières au Bénin : Cas de la commercialisation du maïs et du gari dans le plateau Adja (Mono), Thèse d'Ingénieur Agronome FSA/UAC.

GAGUI (2008), Analyse des stratégies de commercialisation des producteurs et des stratégies d'approvisionnement des transformatrices du maïs et d'arachide dans les communes de Covè et Zangnanado, Thèse d'obtention d'Ingénieur Agronome FSA/UAC.

GOUNZE (2004), Analyse socio-économique de la commercialisation du riz local au centre Bénin. Thèse d'obtention d'ingénieur FSA/UAC.

HAINNAUX G (1995). Quelles perspectives de recherche pour le manioc. ORSTOM-MAA

LARES (2013) : Analyse de la structure et la dynamique de la chaîne de valeur ajoutée du manioc au Bénin.

MAEP (2004), Etude de la filière manioc du Bénin MIN/ETU

MAEP (2011), (Analyse de la rentabilité Economique de cinq chaines de valeurs ajoutée du manioc au Bénin.

FAGBOHOUN (1993) : Etude Economique de la filière manioc dans le département de l'Ouémé

OKE & TEBE (2014), Contribution de la production du riz à la disponibilité alimentaire au Bénin : Cas de la commune de Glazoué dans le département des Collines. Mémoire de licence.

QUENUM B. Y. (2014) « Economie Rurale et Gestion des Exploitations Agricoles ». Cours de Licence FASEG-UAC, EGEA.

ANNEXE

Annexe 1 : Questionnaires d'enquête

Questionnaire aux Producteurs du manioc

Nous vous certifions que les informations que vous nous fournirez seront tenues strictement confidentielles en conformité aux normes en vigueur. Nous vous remercions d'avance.

Fiche d'enquête N°

Date d'enquête

Nom et prénom de l'enquête.....

Département.....

Commune.....

Arrondissement.....village/quarter de ville.....

Age.....Sexe M F

Activité principale.....

Situation matrimoniale (Marquez une croix devant)

Célibataire Marié Divorcé Veuf

1- Pourquoi produisez-vous du manioc ?

-Pour l'autoconsommation

-Pour l'alimentation des animaux

-Pour la vente

-Destiné pour autre chose à préciser

2- La production du manioc est-elle rentable pour vous ?

Oui Non

3-Comment écouler-vous vos tubercules de manioc récoltés ?

4-Qui sont ceux qui viennent acheter les tubercules ?.....

5- D'où viennent-ils ?.....

6- Sur quels marchés écoulez-vous vos produits ?

7- Quel est le prix de vente des tubercules du manioc dans cette localité ?.....

.Bas prix et période ?.....

.Prix élevé et période ?.....

8- Y-a-t-il entrée de produits de manioc dans le village ?.....

9- Y-a-t-il sortie de produits de manioc dans le village ?.....

10- Comment vendez- vous votre manioc ?.....

-Par tas de tubercule : prix

-Par butte : prix

-Par panier : prix

-Par vente : prix

11- Quels sont les Arrondissements que vous ravitaillez en tubercules ?

.En quelles périodes ?

.Pourquoi ?.....

12- Avez- vous des problèmes de mévente de tubercule de manioc ?

Oui Non

.En quelles périodes ?

.Pourquoi ?.....

13- Quelles sont actuellement vos impressions sur la production du manioc ?.....

.....
.....

Questionnaire aux transformateurs du manioc

Nous vous certifions que les informations que vous nous fournirez seront tenues strictement confidentielles en conformité aux normes en vigueur. Nous vous remercions d'avance.

Fiche d'Enquête N°

Date de l'Enquête

Nom et prénom de l'Enquêté.....

Département

Commune

Arrondissement.....Village/Quartier de ville.....

Age Sexe : M F

Activité principale.....

Situation matrimoniale

Célibataire Marié Divorcé Veuf

- 1- Où achetez-vous les tubercules de manioc ?
- 2- La quantité produite du manioc dans la commune couvre-t-elle vos besoins d'approvisionnement de façon permanente ?

Oui Non

.Si non en quelles période vivez-vous cette pénurie ?.....

- 3- A combien achetez- vous les tubercules ?.....

- 4- Quelles sont les transformations que vous en faites ?

Gari Cossette attieké

Lafou Tapioca Autre (à préciser)

Pourquoi ?

- 5- Quelles sont les variétés les plus indiquées suivant les produits de transformations (nom local et nom systématique de la variété)

- 6- Quelles transformations faites-vous le plus ?

.Pourquoi ?.....

- 7- A qui vendez- vous ces produits de transformation.....

- 8- Dans quels marchés ?

.Marchés du village

.Marchés à l'extérieur du village

.Pourquoi ?.....

- 9- A combien vendez- vous ces produits ?.....

.En quelles périodes ?.....

- 10- Avez-vous des problèmes de mévente ?

Oui Non

.En quelles périodes ?.....

.Pourquoi.....

- 11- En cas de mévente que fait-vous ?.....

12- Exportez-vous vos produits ?

Oui Non

(Si oui vers où)

13- Avez-vous des problèmes de stockage des produits ?

Oui Non

.Pourquoi ?.....

14- Comment surmontez-vous ces difficultés ?.....

.....

15- Vos produits sont – ils concurrencés par d'autres de même type, mais

Venus d'ailleurs ?

Oui Non

.Si oui lesquels ?

.D'où viennent-ils ?

.Pourquoi ?

16- Avec cette activité arrivez-vous à satisfaire vos besoins financiers ?

Oui Non

17- Cette activité vous génère-t-elle assez de revenu ? Oui Non

.Pourquoi ?.....

18- Comment transportez-vous les produits au lieu de vente ?

Moyen de transport

Temps

Distance

-Par la tête

.....

.....

-Bicyclette

.....

.....

-Motos

.....

.....

-Taxi

.....

.....

19- Rencontrez-vous des difficultés pour le transport de vos marchandises ?

Oui Non

.Si oui lesquels ?.....

20- Stockez- vous vos produits ? Oui Non

.Si oui lesquels ?.....

21- Avez –vous des clients permanents qui viennent acheter vos produits ?

Oui Non

23 -Quelles sont actuellement vos impressions sur l'activité ?.....

.....
.....
.....
.....

Questionnaire aux commerçants

Nous vous certifions que les informations que vous nous fournirez seront tenues strictement confidentielles en conformité aux normes en vigueur. Nous vous remercions d'avance.

Fiche d'Enquête N°

Date de l'Enquête

Nom et prénom de l'enquêté.....

Département.....

Commune.....

Arrondissement..... Village/Quartier de ville.....

Âge Sexe M F

Activité principale.....

Situation matrimoniale : Célibataire Marié Divorcé veuf

1-Quels sont les produits dérivés du manioc que vous vendez ?.....

2-Où achetez- vous ces produits destinés à la vente ?.....

3-A combien achetez- vous ces produits ?

Gari..... Cossette..... Lafou.....
Tapioca..... Attièke.....

4-Quelle est la variation du prix de ces produits au cours de l'année
(précisez les périodes) ?.....

.....
.....

5- Achetez-vous des produits dérivés du manioc d'autre part que vous venez
vendre ici ? Oui Non

6-Quels sont ces produits achetés ?.....

7-Où achetez-vous ces produits ?.....

8-Est-ce qu'il y a beaucoup de commerçants qui font cette importation de
produits de manioc Oui Non

.Pourquoi ?.....

9-Où revendez-vous les produits ?.....

10-A qui vendez-vous ces produits ?.....

11-Dans quels marchés les écoutez-vous ?

Marchés locaux Marchés rurale Marchés urbain Autres marchés

12-A combien les vendez- vous ? (suivant les saisons).....

13-Quelles sont les différentes meurettes que vous utilisez pour la vente
de ces produits ?.....

.Contenance ?.....

.Prix ?.....

14-Quelles sont les différentes meurettes que vous utilisez au moment des
achats ?.....

.Contenance ?.....

.Prix ?.....

15-Quel est le coût de transport des lieux d'achats aux lieux de vente des
marchandises (suivant les produits) ?.....

.....

16-Vous arrive-t-il des périodes de mévente ? Oui Non

.Pour quels produits et à quelles périodes ?.....

.Pourquoi ?.....

17-Vous arrive-t-il des périodes au cours desquelles vous manquez de
produits lors des achats de marchandise pour la vente ?

Oui

Non

-Pour quels produits et en quelles périodes ?.....

18- Le commerce de ce produit vous procure-t-il des revenus assez satisfaisants ? Oui Non

.Pourquoi ?.....

19-Faites-vous le stockage de produit avant la vente ? Oui Non

Si oui pour quels produits ?.....

20-Quels problèmes avez-vous au niveau du stockage des produits ?.....

.....

21- Comment arrivez-vous à les résoudre ?.....

22- Quelles sont les périodes de hausse de prix ?.....

23- Quels sont ces prix ?.....

24- Comment expliquez-vous cette hausse du prix ?.....

25- Quels sont ces prix ?.....

26- Quelle est la période de bas prix ?.....

27- Comment expliquez-vous cette baisse de prix ?.....

28-Payez-vous des taxes pour l'écoulement de vos produits ?

Oui Non

.Si oui dans quelle proportion ?.....

29- Quelles sont actuellement vos impressions sur l'activité ?.....

.....

ANNEX 2 : Photo du terrain

Photo 1 : Bouture du manioc



Photo 2 : Le champ du manioc



Photo 3 : Racine du manioc



Photo 4 : Cossette du manioc



Photo5 : Les femmes transformatrices du manioc



Photo 6 : Point de vente des dérivés du manioc



Table des matières

AVERTISSEMENT.....	i
CERTIFICATION.....	ii
DEDICACE.....	iii
DEDICACE.....	iv
REMERCIEMENTS.....	v
Liste des Sigles et Acronymes.....	vi
Liste des Tableaux.....	Viii
Liste des Graphiques et Schémas	viii
Liste des Annexes.....	viii
SOMMAIRE.....	ix
Résumé.....	x
Abstract.....	x
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 : CADRE INSTITUTIONNEL, DEROULEMENT DU STAGE ET DIAGNOSTIC GENERAL.....	3
SECTION 1 : CADRE INSTITUTIONNEL DE L'ETUDE	4
I- MISSIONS ET RESSOURCES DU CeRPA/ATLANTIQUE –LITTORAL.....	4
3.1- Missions.....	4
II- STRUCTURE DU CERPA ATLANTIQUE- LITTORAL ET DEROULEMENT DU STAGE.....	5
4-1- Structure et Organigramme.....	5
4-1-1-Structure.....	5
SECTION 2 : DEROULEMENT DU STAGE.....	10
2.1. Les travaux effectués par les stagiaires et leur pertinence.	10
2.1.1. Les travaux effectués par les stagiaires.....	10
2.1.2. Compétences acquises.....	11
2.1.3. Difficultés rencontrées au cours de notre stage.....	12
2.1.4. Solutions apportées.....	12
SECTION 3: DIAGNOSTIC DES FORCES/FAIBLESSES ET CIBLAGE DES PROBLEMATIQUES.....	12
Paragraphe 1 : Diagnostic des forces/faiblesse.....	12
1.1- Forces et faiblesse du CARDER	12
1.1.1- Atouts.....	12
1.1.2- Faiblesse.....	12
Paragraphe 2: Domaines d'intérêt pour le CeRPA Atlantique- Littorale.....	13
CHAPITRE 2 : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE.....	14
SECTION 1 : PROBLEMATIQUE, OBJECTIFS ET HYPOTHESES DE L'ETUDE.....	15
Paragraphe 1 : Spécification de la problématique.....	15
SECTION 2 : REVUE DE LA LITTERATURE ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE	19
Paragraphe1 : Revue de la littérature.....	19

1.1 Clarification des concepts.....	20
1.1.1- Production	20
1.1.2- Exploitation Agricole (EA).....	21
1.1.3- <i>Historique du manioc</i>	22
1.1.4- Transformation du manioc	22
1.1.4.1- Les produits issus de la transformation du manioc au Bénin.....	23
1.1.5- Notion du marché.....	23
1.1.5.1- <i>Typologie de marché</i>	24
1.1.5.1.1- <i>Marchés informels</i>	24
1.1.5.1.2- <i>Marchés formels</i>	24
1.1.6- Notion de commercialisation	25
1.1.7- <i>Fonctions et services de la commercialisation</i>	27
1.1.8- <i>Acteurs de la commercialisation</i>	27
1.1.9- Quelques notions supplémentaires	28
Paragraphe 2 : Méthodologie de l'étude.....	28
2.1. Population d'étude et méthode d'échantillonnage.....	29
2.1.1. Population d'étude.....	29
2.1.2. Echantillonnage.....	30
2.1.3- Outils de collecte.....	30
2.1.4- Nature des Données Collectées.....	30
2.1.5- Centre Documentaire.....	31
2.1.6- Méthodes de collecte, d'analyse des données et Description des variables	31
2.1.6.1. Méthode de collecte des données.....	31
2.1.6.2. Méthodes d'analyse.....	31
2.1.6.2.1 Techniques d'Analyse.....	32
CHAPITRE 3 : PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS.....	34
SECTION 1 : ANALYSE DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DU MANIOC.....	35
Paragraphe 1 : Profil des acteurs de la chaîne commerciale du manioc et ses dérivés et de leurs partenaires.....	35
Paragraphe 2 : Analyse comparée des circuits locaux et urbains de commercialisation	37
1.1- La chaîne commerciale.....	37
1.2- Présentation des intermédiaires.....	37
1.2.1- les collecteurs	37
1.2.2- Les grossistes.....	38
1.2.3- Les détaillants.....	38
1.3- Les partenaires des intermédiaires.....	38
1.3.1- Les producteurs.....	38
1.3.2- Les transformateurs.....	38
1.3.3- Les consommateurs	39
1.4- Les circuits et les flux des produits	39
1.4.1- Les types de circuit identifiés.....	39
1.4.2- Les flux de produit.....	40
Section 2 : Analyse des forces et faiblesses des circuits de commercialisation	41
Paragraphe 1 : Analyse des circuits de commercialisation identifiés.....	42
2.1- Les prestataires de service	42

2.2-Fonctions et services.....	43
2.3- Unités de mesures et correspondances	44
2.4- Analyse de la main d'œuvre.....	46
2.5- Analyse de la structure des prix du manioc et de ses dérivées.....	46
Paragraphe 2 : Forces et Faiblesses des circuits identifiés.....	48
2.1- Les forces de la commercialisation du manioc.....	48
2.2- Les faiblesses des circuits identifiés.....	48
SUGGESTIONS.....	50
CONCLUSION.....	51
Références bibliographiques	a
Annexes.....	b
Table des matières.....	l