

Circuits et performance de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama (Communes de Toffo et Zogbodomey) au Sud-Bénin

Tognidé Auguste HOUINSOU, Cocou Blaise NASSIHOUNDE*, Kweshivi Bienvenu KPATOUKPA et Odile DOSSOU GUEDEGBE

*Université d'Abomey-Calavi (UAC), Faculté des Sciences Humaines et Sociales (FASHS),
Laboratoire d'Aménagement du Territoire, d'Environnement et du Développement Durable (LATEDD)*

* Correspondance, courriel : nassihoundeblaise@gmail.com

Résumé

La présente recherche porte sur les circuits et la performance de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama (communes de Toffo et Zogbodomey) au Sud-Bénin afin d'y relever les éventuelles insuffisances en vue d'améliorer la chaîne de commercialisation desdits produits. Les méthodes de travail utilisées ont été principalement basées sur l'analyse documentaire et l'enquête de terrain. Cette enquête a été dominée par des entretiens et l'administration d'un questionnaire aux principaux acteurs. Les données recueillies auprès de 303 enquêtés ont été codifiées, saisies et traitées avec le tableur Excel.2013 pour la détermination des statistiques descriptives. Les résultats indiquent le circuit marchand direct, circuit marchand indirect et le circuit non marchand pour les produits vivriers d'après 88 % des producteurs enquêtés. Par ailleurs, les facteurs de performance du marché des produits vivriers ont été diversement appréciés par les acteurs. Ainsi, le manque d'information de prix des produits sur les marchés (97%), l'usage de diverses unités de mesures (78 %), la mauvaise qualité du réseau routier (46 %), le coût élevé de transport (97 %), le rapport entre l'offre et la demande (72 %), la fixation de prix (70 %) et les diverses taxes perçues sur les produits (86 %) influencent négativement la performance de la chaîne de commercialisation des produits vivriers, ce qui est d'ailleurs expliqué par la valeur du coefficient de détermination $R^2 = 0,0099 < 0,05$. Alors, le système de commercialisation des produits vivriers de la dépression de la Lama n'est pas performant. Cela profite certains acteurs au détriment d'autres. L'intervention des autorités politico-administratives à divers niveaux est indispensable pour corriger ces faiblesses liées aux facteurs précités en vue de rendre la chaîne de commercialisation des produits vivriers performante et profitable à tous les acteurs.

Mots-clés : *Dépression de la Lama au Sud-Bénin, circuits, commercialisation des produits vivriers, performance, facteurs.*

Abstract

Circuits and marketing performance of the food products of the Lama Depression (townships of Toffo and Zogbodomey) in Southern Benin

The present research is about the circuits and the performance of merchandising of the products vivriers of the Depression of the Llama (townships of Toffo and Zogbodomeys) to the South-Benin in order to raise the possible insufficiencies there in order to improve the chain of merchandising of the aforesaid products. The methods of work used have been based mainly on the documentary analysis and the investigation of land.

This investigation has been dominated by interviews and the administration of a questionnaire to the main actors. The data collected by 303 investigated have been codified, seized and treated with the Excel.2013 calculator for the determination of the descriptive statistics. The results indicate the circuit direct merchant, circuit indirect merchant and the circuit non merchant for the products vivriers according to 88 % of the producers investigated. Otherwise, the factors of performance of the market of the products vivriers have been appreciated variously by the actors. Thus, the lack of information of price of the products on the markets (97 %), the use of various units of measures (78 %), the bad quality of the road network (46 %), the cost raised of transportation (97 %), the report between the offer and the demand (72 %), the fixing of price (70 %) and the various taxes discerned on the products (86 %) influence the performance of the chain of merchandising of the products vivriers negatively, what is explained besides by the value of the coefficient of R2 determination = 0,0099 < 0,05. Then, the system of merchandising of the products vivriers of the depression of the Llama is not effective. It benefits some actors to the detriment of others. The intervention of the administrative politico authorities to various levels is indispensable to correct these weaknesses bound to the aforementioned factors in order to return the chain of merchandising of the products effective and profitable vivriers to all actors.

Keywords : *Depression of the Llama in the South-Benin, circuits, merchandising of the products vivriers, performance, factors.*

1. Introduction

L'approvisionnement des citadins des villes subsahariennes est assuré conjointement par des circuits marchands et non-marchands. Parmi les premiers, il est distingué les circuits directs dans lesquels le producteur vend directement au consommateur, et les circuits indirects, qui font intervenir un nombre plus ou moins grand d'intermédiaires. Par circuits non-marchands, il est fait référence aux diverses formes de l'auto-approvisionnement (auto-production et échanges intra-familiaux) [1]. Dans les pays en développement, la commercialisation constitue une étape critique dans les chaînes de valeur des produits ruraux. En effet, vu le faible niveau de transformation de ces produits, la commercialisation constitue la principale étape entre les producteurs et les consommateurs [2]. Dans les pays africains, comme partout dans le monde, un système de commercialisation des produits vivriers comprend un circuit informel et un circuit formel. L'importance de chacun de ces deux circuits diffère généralement selon le niveau de développement économique du pays [3]. A cet effet, l'importance du sous-secteur commercial informel est remarquable à travers le nombre des agents sur les marchés, au bord des rues menant aux marchés, et le rôle que ces agents jouent dans les transactions clandestines [4]. Les circuits de commercialisation comprennent les étapes de la collecte, de l'approvisionnement ou du transit, et celle de la consommation [5]. En effet, le rôle essentiel d'un système de distribution est de fournir des services nécessaires au transfert du produit du producteur au consommateur final aux moindres coûts, d'équilibrer l'offre et la demande à travers le mécanisme des prix [6]. Dans la Dépression de la Lama, les produits vivriers parcourent divers circuits et leur vente est assujettie à des insuffisances telles que l'usage de plusieurs unités de mesures, le manque d'équité et de transparence dans les opérations commerciales (fixation des prix, manigance des produits pendant la mesure), la mauvaise qualité du réseau routier et le coût élevé du transport etc. Le système de commercialisation est souvent confronté à des problèmes de l'efficacité dans l'exécution des opérations commerciales techniques, de l'efficacité et de l'équité dans la formation des prix etc. [7, 8]. Cette recherche soulève une préoccupation majeure qui est de savoir les facteurs qui rendent inefficace la chaîne de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama. La réponse à cette préoccupation constitue l'intérêt de ce travail. L'objectif de la présente recherche est d'analyser les circuits et la performance de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama en vue d'une meilleure organisation des circuits et de rendre performante la commercialisation desdits produits.

2. Méthodologie

2-1. Milieu de recherche

Traversées en partie les communes de Toffo et Zogbodomey au sub-Bénin, la dépression de la Lama est localisée entre 6° 54' et 7° 12' de latitude Nord puis 2° 11' et 2° 20' de longitude Est (*Figure 1*).

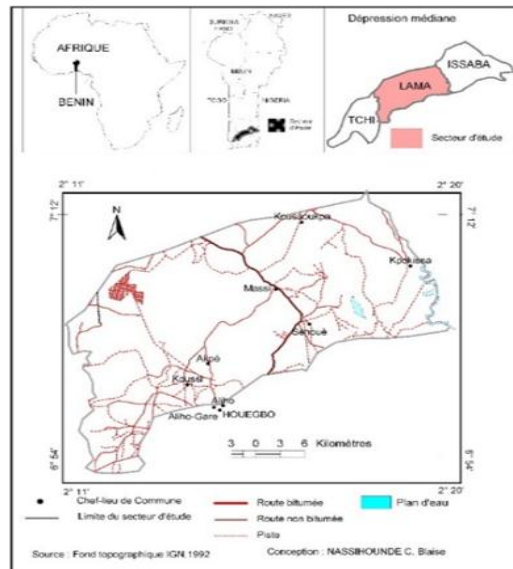


Figure 1 : Situation géographique de la Dépression de la Lama (DL)

2-2. Matériel et méthodes

Ils sont constitués de grille d'observation, guide d'entretien, questionnaire, Global Positioning System (GPS) et appareil photo numérique. Les méthodes de collecte sont : l'enquête individuelle, les entretiens auprès du groupe cible et des personnes ressources, prise de coordonnées géographiques et de vues illustratives. Le logiciel Arc View 2.3 a été utilisé pour la réalisation de carte.

2-3. Échantillonnage

La technique utilisée pour le choix des personnes enquêtées est raisonnée et basée sur les critères ci-après : être ménage agricole ou producteur-vendeur des produits vivriers retenus (maïs, manioc, tomate, niébé, piment et arachide) et résident dans l'un des arrondissements de la dépression de la Lama, être transporteur (à deux, trois ou quatre roues) de produit vivrier de l'un ou des produits vivriers étudiés, être commerçant et fréquenter l'un des marchés approvisionnés en produits vivriers par la Dépression de la Lama (DL). Ces critères sont non cumulatifs. En ce qui concerne le choix des arrondissements retenus, seuls ceux de ladite dépression ont été pris en compte. La taille de l'échantillon des ménages agricoles enquêtés a été déterminée grâce au protocole statistique de [8] qui s'exprime comme suit :

$$X = [(Z\alpha^2) \times p(1-p)] / d^2 \quad (1)$$

X étant la taille de l'échantillon, $Z\alpha$ le niveau de confiance à 95 % (valeur type de 1,96), d la marge d'erreur à 5 % (valeur type 0,05), $q = 1 - p$, p la proportion des ménages agricoles concernés par les cultures vivrières dans les cinq arrondissements retenus par rapport à l'effectif total des ménages agricoles. Il est estimé à 0,60 après une enquête exploratoire dans le milieu de recherche. Sur cette base, la valeur de q est obtenue ($1 - 0,60 = 0,40$).

A cet effet, un échantillon de 196 ménages agricoles a été retenu et soumis à l'enquête. Le choix des transporteurs et commerçants enquêtés est raisonné suivant des critères énumérés ci-dessus. Le **Tableau 1** renseigne sur la catégorie socio-professionnelle des personnes enquêtées par arrondissement retenu.

Tableau 1 : Catégorie socio-professionnelle des enquêtés

Dépression	Communes	Arrondissements retenus	Effectif total des ménages agricoles par arrondissement retenu	Population totale agricole par arrondissement	Nombre de ménages agricoles interrogés par arrondissement	Transporteurs à deux et à trois roues	Transporteurs à quatre roues et plus	Commerçants (es)
Lama	Zogbodomey	Massi	1829	9128	45	10	03	08
		Kpokissa	1123	5923	31	08	04	10
		Domè	1427	7389	37	06	04	06
	Toffo	Sèhouè	1103	6226	34	12	06	14
		Coussi	1568	9676	49	06	04	06
Total	2	5	7050	38342	196	42	21	44

Source : INSAE et résultats des calculs, mars 2017

INSAE : Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique

Au total, 303 personnes ont été interrogées. A cet effectif s'ajoutent 04 élus locaux.

2-4. Traitement des données et analyse des résultats

Le tableur Excel 2013 a servi à l'élaboration d'une base de données. Le traitement des données a été possible grâce à ce même tableur qui a permis la réalisation des tableaux, figures ayant fait l'objet d'analyse. De plus, Le modèle S-C-P (Structure-Comportement-Performance) décrit par [9, 10] a été utilisé pour l'analyse de la performance de la chaîne de commercialisation.

3. Résultats

3-1. Activités économiques de la dépression la de Lama (DL)

Dans la dépression de la Lama, la principale activité est l'agriculture. La chasse et la pêche sont secondaires. Les paysans holli sont des cultivateurs semi-itinérants qui maîtrisent bien leur mode de culture extensif de maïs surtout. Les sols sont des vertisols à caractères hydromorphes. Ils sont riches, argileux et durs à travailler. Les principales cultures sont par ordre d'importance : le maïs (*Zea mays*), manioc (*Manihot esculenta*), niébé (*Vigna spp*), la tomate (*Solanum lycopersium*), la banane, l'igname, patate douce, le taro, les légumes, etc. [11]. Les produits vivriers faisant l'objet de ce travail sont le maïs, manioc, niébé, piment, l'arachide et le piment.

3-2. Circuits de commercialisation des produits vivriers de la DL

Il y est distingué deux types de circuit : le circuit direct et le circuit indirect.

3-2-1. Circuit marchand direct

En ce qui concerne le circuit direct, le producteur est en contact direct avec le consommateur. Ce circuit concerne en majorité les femmes productrices et touche en particulier les céréales, tubercules et cultures

maraîchères. Les femmes transforment le manioc en ses dérivées (le gari surtout) et les commercialisent. La vente des produits maraîchers (tomate, piment, gombo) se fait au champ, au bord de la voie, à la maison ou au marché rural. Les commerçants de ces produits sont souvent des revendeurs grossistes, semi-grossistes même détaillants venant des communes telles que : Toffo, Allada, Zogbodomè, Bohicon etc selon 73 % des producteurs enquêtés. Selon les producteurs, la vente des vivriers hors marché permet d'éviter les faux frais (coût de transport, manutention, les diverses taxes sur les marchés) liés aux transactions de leurs produits. Les cultures maraîchères, les tubercules, céréales et légumineuses sont également vendues suivant le même circuit. Par ailleurs, les céréales (maïs) passent par le stockage après récolte avant d'être commercialisés en temps de soudure ou quand le prix s'améliore un peu. Mais, le besoin du moyen financier oblige 28 % des paysans à brader leurs cultures pendant la récolte ou procèdent à la vente sur pied au champ desdits produits.

3-2-2. Circuit marchand indirect

Le circuit marchand indirect concerne surtout les hommes. Ici, les produits passent par des intermédiaires avant d'atteindre le consommateur. Pendant les travaux champêtres, le manque de moyen financier amène 24 % agriculteurs interrogés à faire des prêts auprès des femmes revendeuses ou spéculatrices afin de travailler leur champ. Ainsi, au temps des récoltes, ces femmes s'imposent et achètent la grande partie de la production de ces paysans à bas prix. Mieux, juste après les travaux d'entretien, elles évaluent les superficies et les garantissent jusqu'à la récolte. Lesdites superficies deviennent donc la propriété de la revendeuse ou la commerçante. Par ailleurs, certains exploitants disposant de moyens, amènent carrément leurs produits dans les marchés pour les exposer et les vendre surtout aux grossistes selon 87 % des enquêtés. Ces circuits sont peu organisés car ils contribuent faiblement à l'économie locale des communes de Toffo et Zogbodomé selon 100 % des autorités locales interviewées.

3-2-3. Circuit non marchand

L'objectif premier du paysan, est de se nourrir et de nourrir sa famille et parfois ses proches ou alliés dépendant de lui. Il ravitaille sa famille et stocke au besoin pour s'assurer de ses besoins jusqu'à une nouvelle récolte. Par ailleurs, un enfant ou une proche qui réside en ville par exemple vient avec quelques produits peu ordinaires qu'il offre au parent paysan. A son départ, ce dernier lui donne des denrées telles que le maïs, le gari, la patate douce, l'arachide, le niébé, etc. Presque tous les producteurs enquêtés (88 %) s'adonnent à cette pratique. Dans ce circuit, il n'y a pas d'échanges de produits vivriers contre l'argent. C'est plutôt un don.

3-3. Moyens de transport pour la commercialisation des produits vivriers au niveau producteur

L'acheminement des denrées vivrières constitue un maillon essentiel dans la distribution. Selon les informations recueillies sur le terrain, le choix des moyens de déplacement dépend de la capacité, quantité ou volume, nature du produit à transporter, distance à parcourir, qualité du réseau routier. Selon les résultats de cette recherche, divers moyens sont utilisés par les producteurs dans le transport des produits vivriers dont, deux roues et tricycle (55 %), quatre roues (24 %) et marche (21 %). La **Figure 2** présente les circuits de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama (DL).

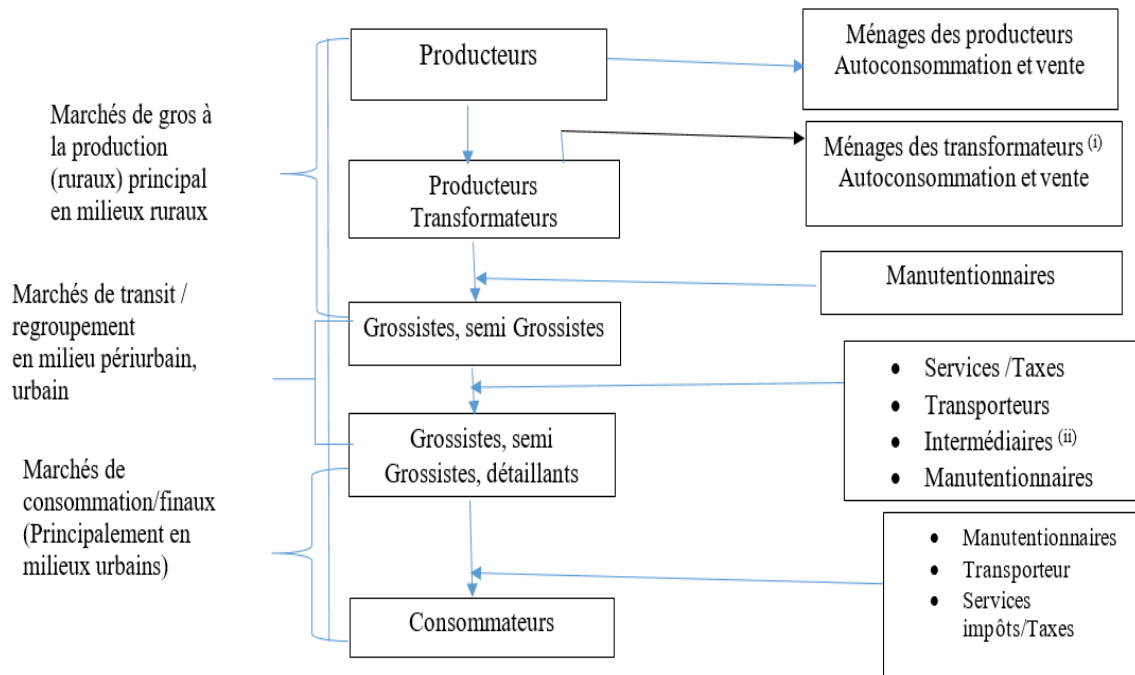


Figure 2 : Circuits de commercialisation de produits vivriers de la dépression de la Lama

Source : Travaux de terrain, mars 2017

ⁱ Les ménages des transformateurs sont aussi des ménages des producteurs des produits vivriers (cas du manioc en gari, tapioca, "klaklou", etc.)

ⁱⁱ Femmes recrutées par le grossiste ayant pour rôle la collecte des produits vivriers pour ce ou cette dernier (ère) auprès des producteurs-vendeurs.

Les circuits de commercialisation des produits vivriers de la DL sont essentiellement organisés en trois étapes : le marché rural, de transit / regroupement, et de consommation comme le montre la **Figure 2**. Il est noté ici, deux catégories de producteurs : les producteurs et les producteurs transformateurs. Les producteurs, composés d'hommes et femmes mettent leurs produits sur les marchés. Les producteurs transformateurs sont représentés à 95 % de femmes et spécialisés dans la transformation des produits vivriers avant de les mettre sur les marchés et ceci concerne principalement le maïs en beignet, en farine puis le manioc en gari, tapioca, "klaklou" etc. Dans le but d'éviter les frais de transport souvent élevés à cause du mauvais état du réseau routier et de la distance relativement importante, les diverses taxes, les frais de manutentions, 57 % des producteurs enquêtés préfèrent écouler leurs produits sur les marchés ruraux. Par contre, 43 % vont directement sur les marchés de regroupement et ceux de consommation dans le souci de maximiser leur revenu. Selon les résultats du terrain, 92 % des grossistes, semi-grossistes et détaillants sont présents sur les marchés ruraux et de transit. Il faut cependant noter que tous les acteurs fréquentent les différentes catégories de marchés mais à proportions variables. La distance parcourue par les paysans du milieu de recherche varie d'une localité à une autre (**Tableau 2**).

Tableau 2 : Distance parcourue par quelques paysans de la DL pour l'écoulement des produits vivriers sur les marchés

Dépression	Localité	Nom du marché	Distance village / marché (Km)	Distance marché / champ (Km)	Distance village / champ (Km)
Lama	Massi	Massi	15	14	1
		Sèhouè	25	27	2
		Bohicon	30	31,50	1,50
	Sèhouè	Sèhouè	14	13	2
		Houègbo	16	17,80	1,80
	Kpokissa	Kpokissa	15	16,60	1,60
		Sèhouè	17	18,30	1,30
		Houègbo	24	25,90	1,90
		Bohicon	22	23	2
	Domè	Domè	5	8	3
		Kpokissa	7	9	2
		Zogbodomey	10	11,50	1,50
		Bohicon	40	41,50	1,20

Km : Kilomètre

Source : Enquête de terrain, 2017

D'où l'importance de la théorie de [12] selon laquelle la distance justifie le coût de transport. Pour lui, il existe des lieux meilleurs que d'autres pour une activité donnée. Plus les bassins de production vivrière sont distants plus le coût de transport des vivres augmente.

3-4. Acteurs de la chaîne de commercialisation des produits vivriers et pratiques développées

Selon [13], de multiples acteurs animent le marché de gros de Bouaké dans l'approvisionnement en produits vivriers du centre nord de la côte d'ivoire et sont au nombre de quatre (4) : les producteurs-vendeurs, les grossistes, les transporteurs et les consommateurs. Dans le cadre de ce travail, il est ajouté aux quatre catégories d'acteurs précités, les intermédiaires dont le rôle n'est à négliger dans la chaîne.

3-4-1. Producteurs

La commercialisation des produits vivriers commence par les producteurs ; ceux-ci constituent le premier maillon de la chaîne de commercialisation. Le réseau commercial des produits vivriers de la Dépression de la Lama (DL) comporte des petits marchés ruraux, ayant en majorité une périodicité d'animation tous les cinq jours. Les paysans vendent aux grossistes leurs produits sur les marchés informels (à domicile ou au champ voire au bord de la voie) et formels c'est-à-dire les marchés ruraux reconnus par les autorités locales. Ces producteurs sont constitués à 88 % de femmes et 12 % d'hommes.

3-4-2. Commerçants

Les femmes sont les plus nombreuses (90 %) au niveau de cette catégorie d'acteur. Les commerçants concernent les grossistes, semi-grossistes, détaillants et consommateurs.

3-4-3. Grossistes

La fonction de grossiste consiste à acheter des marchandises directement aux producteurs, les stocker et les revendre aux détaillants. Le grossiste peut se définir comme la personne chez qui le détaillant ou le demi-

grossiste s'approvisionne. Ils sont les acteurs clés du ravitaillement. Ce sont eux qui se déplacent en nombre important sur les lieux de production ou les petits marchés ruraux et assurent le transfert des produits vivriers. Le grossiste travaille sur un volume considérable et a un contact moins direct avec le consommateur. Les grossistes assurent à 85 % l'approvisionnement. Ils représentent 37 % des commerçants enquêtés dans la cadre de ce travail. Les grossistes sont des commerçants qui achètent en grandes quantités des produits vivriers et assurent pour le détaillant un rôle de "centralisateur" de marchandises et de stockage. Les grossistes ont cette particularité de fixer le prix des vivriers aux producteurs. Souvent, ces prix tiennent compte de la loi de l'offre et de la demande puis sont en faveur du grossiste. Cette pratique commerciale s'observe sur les marchés vivriers de la Dépression de la Lama. Elle profite le commerçant grossiste. Tout commerçant dont le capital financier varie de 300 000 à 1 000 000 de franc CFA est considéré comme grossiste.

3-4-4. Semi-grossistes

Les semi-grossistes se comportent de la même manière que les grossistes sur les marchés. Les quantités de produits achetées sont moins importantes que pour le cas précédent. Ils sont plus nombreux (44 %) et parcourent les marchés de gros à la production / ruraux surtout pour collecter les vivres. Ils se procurent également des vivriers dans les champs, au bord des voies et sur les marchés de transit. Leur chiffre d'affaire va de 100 000 à 299 000 francs CFA. Ils sont aussi appuyés dans leurs activités commerciales ou de collecte de vivriers par les intermédiaires.

3-4-5. Détaillants

Comparativement aux deux premiers acteurs de cette catégorie évoqués ci-dessus, les détaillants viennent s'approvisionner en vivriers sur les marchés ruraux parfois de transit pour revendre aux consommateurs de leur quartier ou villes de résidence. Ils viennent principalement des villes comme les grossistes et semi-grossistes. Leur proportion est de 12 % et ont pour valeur financière de commerce de 30 000 à 99 000 franc. Le poids financier constitue dans ce travail un critère pour la classification des types de commerçants.

3-4-6. Consommateurs

Ils sont des particuliers, propriétaires de véhicules, cyclistes voire piétons quittant les arrondissements de la Commune, des Communes voisines, des Communes lointaines, villes du pays ou au-delà des frontières nationales dans le but de s'approvisionner en produits vivriers pour leur propre consommation.

3-4-7. Intermédiaires

Souvent les femmes, ces intermédiaires collectent les produits vivriers à la veille dans les champs, maisons, au bord de la voie ou le jour des marchés, elles se positionnent aux points stratégiques pour avoir la clientèle au profit de leur grossiste qui en retour leur devant de geste financier varie entre 1500 francs à 5000F selon les périodes puis à la hauteur des produits collectés.

3-5. Infrastructures de stockage des produits vivriers au niveau producteur

Les infrastructures de stockage dont font l'usage les producteurs du milieu de recherche sont traditionnelles, confectionnées à l'aide des matériaux locaux (paille, bois, nervure de palme etc.). Craignant les éventuelles pertes de produits vivriers, la durée de conservation ne dépasse six mois selon 86 % des producteurs car pour ces derniers, ces infrastructures locales ne garantissent une meilleure condition de stockage.

3-6. Moyens de transport au niveau des commerçants

Le choix des moyens de transport par les commerçants tient compte de plusieurs critères dont la quantité de produits, la nature des produits, la distance à parcourir. Les minibus (9 à 18 places), les véhicules 5, 9 places et bâchés sont les moyens de transport sollicités par ces commerçants pour le transport de leurs marchandises. Ils s'associent souvent pour négocier un véhicule selon 27 % des enquêtés. Ces véhicules tombent parfois en panne à cause de la défectuosité du réseau routier par endroits de la dépression ajoutent-ils. Ce qui fait augmenter le prix de transport de la part des transports puis influence le prix de vente des produits aux consommateurs finaux ou citadins.

3-7. Coopératives des commerçants

Les différentes catégories de commerçants rencontrés dans le cadre de ce travail lors des enquêtes socio-économiques sur les marchés n'appartiennent à aucune coopérative de commerçants.

3-8. Infrastructures de stockage des produits vivriers au niveau commerçant

En dehors du marché d'Ikpinlè où il a été construit deux bâtiments en matériaux modernes destinés au stockage des produits vivriers / transformés (gari par exemple), les autres marchés n'en disposent aucune. Dans le but de stocker leurs marchandises, le commerçant est obligé de louer des magasins auprès des populations riveraines de ces marchés. Le coût varie d'un marché à un autre, de 100 à 200 F /sac/nuit). Les produits faisant l'objet de stockage sont le maïs, le niébé, le gari, le piment séché. Ces produits sont souvent emballés dans des sacs de 25, 50 ou 100 kg laissés à même au sol selon 95 % des commerçants enquêtés. Cela montre la défaillance ou les insuffisances de la chaîne de commercialisation des produits vivriers dans le milieu de recherche. De tout ce qui précède, le stockage des produits vivriers se fait dans de mauvaises conditions et ne garantit pas la préservation de la qualité du produit.

3-9. Transporteurs

Ayant d'expérience variant de huit à vingt-sept ans, ces transporteurs fréquentent régulièrement la dépression de la Lama et jouent un rôle de premier plan dans la commercialisation des vivriers. Ce sont eux qui, à la demande des commerçants vont chercher les produits sur les lieux de production. Avec leur véhicule de transport, ils parcourent les pistes et routes pour convoier les vivriers sur les différents marchés. Ils ont de clients préférés mais aussi sont à la disposition de tout commerçant qui accepte le contrat de travail, c'est-à-dire le prix. Ils sont accompagnés dans leurs activités par une catégorie d'acteurs, généralement plus jeunes, appelés « apprentis ou racoleur ». Ceux-ci s'occupent du chargement / déchargement du véhicule et sont rémunérés par voyage selon le trajet et la quantité des produits transportés. Il existe des transporteurs qui exercent leur métier seul mais sont minoritaires 11 % des enquêtés. Par ailleurs, les transporteurs à deux / trois roues sont les plus nombreux (68 %) dans ce sous-secteur. Ils sont plus sollicités dans les localités (arrondissements) d'accès difficile tels que, Domè, Kpokissa etc. Concernant la qualité de ces moyens de transport, leur âge de fabrication et d'usage varie de 4 à 17 ans selon 79 % des transporteurs de véhicule enquêtés. Les marchandises de petites quantités 2, 3, 4 sacs de 25 kg de maïs, niébé, gari ou paniers de tomate sont transportés par deux roues ou tricycles. Parfois, les commerçants s'associent pour négocier un véhicule dans le cadre de transport de leurs marchandises.

3-10. Information des prix des produits vivriers sur les marchés

Les acteurs directement concernés ici sont les producteurs et les commerçants. Selon [14], il n'existe pas de prix officiel pour les produits locaux (hormis le riz, mais sa valeur établie par l'Etat n'est pas toujours respectée, même dans le canal officiel). Les producteurs de la Dépression de la Lama (DL) n'ont aucune source

officielle d'information relative au prix des produits vivriers selon 100 % des enquêtés. Ceux-ci déclarent être informés de prix de certains produits vivriers / transformés (maïs, gari, tomate par exemple) sur les marchés auprès d'autres producteurs selon 97 % des personnes interrogées et 3 % grâce à la technologie (téléphone portable). Quant aux commerçants, ils s'informent auprès d'autres commerçants ou parfois par le biais de téléphone portable pour quelques produits. D'après les résultats d'enquête 67 % des commerçants ont un niveau d'instruction secondaire. Par contre, les 33 % restant ne sont au courant du prix d'aucun produit vivrier affirment-ils. L'implication des médias (radios locales, nationale, télévision, journaux) est absente dans la diffusion de l'information de prix des produits vivriers sur les marchés approvisionnés par la Dépression de la Lama (DL).

3-11. Comportement des acteurs et performance de la chaîne de commercialisation des produits vivriers

Le modèle S-C-P (Structure-Comportement-Performance) décrit par [9, 10] ont permis d'analyser le comportement des acteurs et la performance de la chaîne de commercialisation des produits vivriers de la dépression médiane.

3-11-1. Comportement des acteurs

L'analyse du comportement s'appuie essentiellement sur les points suivants : le rôle des prestataires de services, la formation des prix, les pratiques commerciales et les unités de mesures utilisées dans la commercialisation des produits vivriers.

3-11-2. Rôle des prestataires de services dans la commercialisation

Exceptés, les principaux acteurs (producteurs et grossistes), d'autres agents interviennent dans le fonctionnement de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama (DL). Il s'agit entre autres, chefs des gares routières, agents collecteurs des taxes des mairies et manutentionnaires.

3-11-3. Chefs de gares routières

Les chefs de gares routières rencontrés dans le cadre de cette recherche sont tous à priori des transporteurs de véhicules mais n'exercent plus cette fonction. Ils sont des représentants et élus par leurs pairs à la tête des différents syndicats des transporteurs. Le nombre de syndicats varie d'une gare à une autre. Pour ce travail, les responsables syndicaux avec qui les entretiens ont été réalisés sont de : UNACOB (Union Nationale des Conducteurs du Bénin), UNACOVAB (Union Nationale des Conducteurs de Véhicules Automobiles du Bénin), UNACODEB (Union Nationale des Conducteurs Démocratiques du Bénin) et UCTDB (Union des Conducteurs et Transporteurs Démocratiques du Bénin). Les locaux de ces lieux d'embarquement / débarquement de personnes et des biens servent aussi de lieux d'entreposage des produits vivriers achetés par les commerçants durant 2 ou 3 jours parfois moyennant un montant. Il est indispensable de souligner que les produits sont entreposés de façon mélangée, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de politique d'entreposage spécialisé ou catégorisé tenant compte de la nature desdits produits. Ce qui constitue une limite pour le système de commercialisation. Les tâches des Chefs de Gares Routières (CGR) sont entre autres d'assurer la sécurité des usagers, des biens, le bon fonctionnement des activités et la discipline. Ces gares routières sont une source importante de ressource financière à travers diverses taxes (de stationnement, chargement, etc.) qui y sont perçues.

3-11-4. Agents de services des mairies

Ils sont des collecteurs de taxes sur les produits vivriers. Mandatés ou recrutés par la municipalité, ces collecteurs sont présents sur les marchés formels, officiellement reconnus par les autorités locales. Les marchés ruraux informels ne sont concernés par ces taxes. Excepté le droit de place qui est mensuel. Ces taxes varient de 100 à 800 F ; d'un marché à l'autre en fonction de l'importance de produits mis sur le marché et tous les jours d'animation de ces marchés. Cependant, 100 % des producteurs qualifient certaines de ces taxes d'illégales car pour eux des taxes sont payées contre aucun reçu, ni ticket affirment-ils. Tout ceci, explique le coût élevé des produits vivriers aux consommateurs finaux. Ces faux frais ne sont pas sans effets négatifs sur la chaîne de commercialisation.

3-11-5. Manutentionnaires

La manutention est une activité importante dans la chaîne de commercialisation. Réservée exclusivement au sexe masculin, elle consiste à faire le chargement et déchargement des produits vivriers à divers niveaux (lieux de production, champ, maison, bord de la voie, marchés). Ce travail est exécuté à l'aide de plusieurs moyens de transport et techniques (portage sur le dos, la tête ou l'épaule, transport par pousse-pousse ou brouette). Ils sont sollicités par les transporteurs voire les commerçants surtout les jours d'animations des marchés. Les commerçants (grossistes, détaillants) font aussi appel au portage sur le dos, tête / épaule, transport par pousse-pousse) des lieux d'achat des produits sur les marchés de regroupement surtout vers les gares routières ou pour les courtes distances à l'intérieur desdits marchés. Leur rémunération est à la hauteur du travail accompli et souvent à la charge de producteur et commerçant. Leur revenu varie de 3000 à 6000 FCFA par jour d'animation de marché selon 57% des manutentionnaires enquêtés. La **Photo 1** montre un exemple de manutention au marché de Sèhouè.



Photo 1 : Exemple de manutention à Sèhouè

Prise de vue : NASSIHOUNDE C. B., 2017

3-12. Fixation de prix

Elle concerne le producteur et le commerçant.

3-12-1. Prix au niveau des producteurs

Selon [15], six facteurs influencent sur les différences entre les prix : le moment de vente, la qualité du produit échangé, la quantité du produit échangé, le lieu de vente, la forme du produit échangé et le fonctionnement du marché. En l'absence de structure étatique ou toute autre structure officiellement reconnue devant fixer

les prix des produits vivriers, les producteurs ne font que se conformer au prix de marché (sur les marchés de regroupement et consommation) où l'accessibilité est facile aux moyens de transport et les rapports entre l'offre et la demande qui déterminent le niveau de prix sans oublier de prendre en compte les facteurs précités. Etant dans le besoin financier pour résoudre leurs préoccupations socio-économiques et craignant les frais additifs relatifs au stockage de leurs produits au jour de marché suivant, les producteurs acceptent simplement le prix de marché selon 79 % des producteurs enquêtés. Mais, sur les marchés ruraux ou de gros à la production où le problème d'accessibilité est remarquable, caractérisé par les pistes de desserte rurales en état de défectuosité avancé, où les moyens de transport sont limités à deux roues ou tricycles et la distance à parcourir avant d'atteindre le centre urbain est longue, ce sont des commerçants (grossistes) qui s'imposent en fixant le prix de leur choix sachant que le producteur n'a le pouvoir financier de faire transporter ses produits vers les lieux de grande ouverture. Dans ce cas, le producteur se soumet au prix proposé malgré lui selon 100 % des enquêtés. Ces facteurs et comportement de certains acteurs ne favorisent pas le bon fonctionnement de la chaîne de commercialisation. Ici, le système profite un acteur et désavantage l'autre.

3-12-2. Prix au niveau des grossistes

Pour fixer le prix des produits vivriers, les grossistes se basent sur le coût total du produit depuis le lieu d'achat à la destination finale. Il s'agit du prix d'achat, manutention, sac d'emballage, transport etc. selon 100 % des grossistes interrogés. Par ailleurs, il arrive qu'il y ait concurrence sur les marchés entre grossistes dans le but d'écouler rapidement leurs produits surtout en périodes d'abondance. Les commerçants cherchent coûte et coûte à sauver au moins son prix d'achat ; ils enregistrent parfois des manquants c'est-à-dire le prix de vente est en deçà du prix d'achat et les autres frais connexes. Il est paradoxalement noté une certaine entente entre grossistes dans la fixation de prix en périodes de soudure où les prix restent standards ajoutent-ils (ces grossistes). Ces divers comportements qu'adoptent ces grossistes manquent de transparence dans la fixation de prix des produits et sont par conséquent incompatibles à la performance de la commercialisation des produits vivriers.

3-13. Pratiques commerciales

Elles s'intéressent aux qualités, unités de mesures et structures des coûts de transactions.

3-13-1. Qualités, unités de mesure des produits vivriers

Quels que soient les produits, leur qualité diffère l'une, de l'autre. Chaque produit vivrier peut avoir de différentes qualités intrinsèques. Les produits vivriers retenus dans le cadre de cette recherche sont : la tomate, le maïs, manioc, niébé, arachide et le piment. Les qualités de chacun de ces produits sont prises en compte dans la chaîne de commercialisation selon les acteurs (producteur, commerçant, consommateur). S'agissant des unités de mesures, pratiquement chaque produit vivrier a ses unités spécifiques locales de mesures. A titre d'exemple, les unités de mesures locales suivantes sont respectivement utilisées "tohungolo" "bassine" "bassine sogo" sac de 25 kg ou 50 kg pour le maïs ; "tohungolo" "bassine" (niébé, arachide, piment, farine du manioc) ; "sac de 25kg ou 50 kg" (manioc) et "bassine et panier" pour la tomate (*Planche 1*).



Planche 1 : *Unités de mesure locales dans la vente de produits vivriers à Sèhouè*

Prise de vues : NASSIHOUNDE C. B., 2017

La **Planche 1** montre l'usage de diverses unités de mesures et les manigances lors des opérations de mesures des produits vivriers. Cela profite certains acteurs (soit le producteur, commerçant, ou le consommateur). Ce qui ne favorise pas la performance de commercialisation des marchés vivriers. Or, l'uniformité des unités de mesures, la définition des quantités des produits et la différenciation des prix sont des facteurs structurels importants pour une bonne performance du système de distribution [5].

3-13-2. Structure des coûts de transactions des produits vivriers

L'analyse de la structure des coûts de transactions des produits vivriers de la DL tient compte des éléments suivant : le transport, manutention, stockage, taxes et emballage. Le milieu de recherche est d'accès difficile. Selon les résultats d'enquêtes, la proportion du coût de transport est plus importante que celle des autres éléments. La fixation du coût de transport des produits ne tient compte que du volume desdits produits, de la distance et de la qualité du réseau routier selon 100 % des transporteurs, 98 % des grossistes et 100 % des producteurs. Le coût élevé du transport dans la structure des coûts de transactions concerne chacun des produits retenus pour cette recherche et explique les contraintes liées au transport à cause de la mauvaise qualité du réseau routier et de l'éloignement des marchés. En définitive, le coût de transactions dominant parmi les éléments évoqués ci-dessus est celui de transport. Les coûts de manutention, stockage, taxes et emballage sont moindres dans la chaîne de commercialisation. La **Figure 3** présente les facteurs qui influencent la performance de la chaîne de commercialisation des produits vivriers.

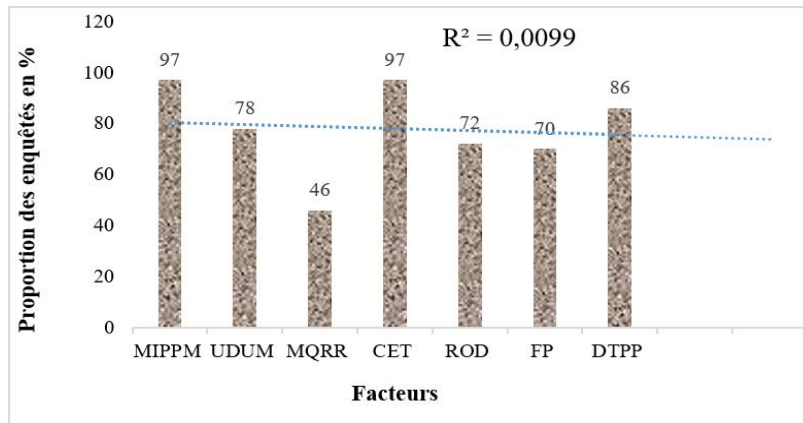


Figure 3 : Facteurs de la non performance du système de commercialisation des produits vivriers de la dépression de la Lama

Source : Enquête de terrain, 2017

Légende : MIPPM : manque d'information de prix des produits sur les marchés ;

UDUM : usage de diverses unités de mesures ; MQRR : mauvaise qualité du réseau routier ; CET : coût élevé du transport ; ROD : rapport entre l'offre et la demande

FP : fixation de prix ; DTPP : diverses taxes perçues sur les produits

Les facteurs de performance du marché des produits vivriers dans les communes de Toffo et de Zogbodomey ont été diversement appréciés par les acteurs. Ainsi, le manque d'information de prix des produits sur les marchés (97 %), l'usage de diverses unités de mesures (78 %), la mauvaise qualité du réseau routier (46 %), le coût élevé de transport (97 %), le rapport entre l'offre et la demande (72 %), la fixation de prix (70 %) et les diverses taxes perçues sur les produits (86 %). Ces facteurs déterminants dans la performance du marché constituent en réalité un obstacle pour l'attractivité de ces marchés, ce qui est d'ailleurs expliqué par la valeur du coefficient de détermination $R^2 = 0,0099 < 0,05$.

4. Discussion

4-1. Circuits de commercialisation des produits vivriers de Dépression de la Lama (DL)

Les résultats de la présente recherche montrent le circuit marchand direct, circuit marchand indirect et le circuit non marchand pour les produits vivriers du milieu de recherche d'après 88 % des producteurs enquêtés. Ces circuits sont peu organisés et informels car ils contribuent faiblement à l'économie local des communes de Toffo et Zogbodomey selon 100 % des autorités locales interviewées. Le circuit marchand direct comporte comme acteurs le producteur et le commerçant. Les opérations commerciales se déroulent sans intermédiaires. Par contre, le fonctionnement du circuit marchand indirect fait appel à des intermédiaires (producteur, intermédiaires, commerçant). Dans ce cas, le producteur n'est en contact directement avec le commerçant. Les travaux d'autres auteurs sur les circuits de commercialisation des produits vivriers s'accordent avec les circuits identifiés dans le cadre de cette recherche. Ainsi, les résultats des travaux de [16] dans le département de la Mvila au sud du Cameroun rejoignent ceux précédents. Selon ses conclusions, le circuit de distribution direct se met en place lorsque la transaction s'effectue directement entre le producteur et le consommateur (villageois/citadins ou villageois/villageois). Il n'existe donc aucun intermédiaire entre les deux parties en présence. Le circuit direct dans le département de la Mvila est davantage un système commercial développé dans les villages et dans les marchés ruraux. Par contre, le

circuit de commercialisation indirect peut renvoyer à une intervention de plusieurs intermédiaires tout au long de l'acheminement d'un produit du producteur au consommateur final. Les circuits de distribution indirects des cultures vivrières sont plus présents dans les centres urbains. Ils concernent en moyenne trois intermédiaires entre le producteur et le consommateur. D'une manière ou d'une autre, on assiste à la suppression du contact direct entre le consommateur et le producteur. Le premier garantit l'approvisionnement et l'autre la commercialisation a-t-il fait remarquer. Ces circuits décrits précédemment sont similaires aux résultats obtenus par [17, 18] respectivement à Abidjan (Côte d'Ivoire) et au Sénégal. Les circuits de commercialisation des produits vivriers dépendent parfois d'un marché à un autre et d'un pays à un autre. Les résultats d'autres auteurs diffèrent de ceux obtenus dans le cadre de la présente recherche. Les résultats issus des travaux de [19] en Côte d'Ivoire présentent le circuit court du manioc frais (variétés de manioc doux), le circuit système artisanal produits dérivés du manioc (pâte pressée et attiéké), le circuit système semi-industriel produits dérivés du manioc (pâte pressée et attiéké) et le circuit système industriel produits dérivés du manioc (pâte pressée et attiéké). Ainsi, [20] a identifié les circuits courts et longs dans la commercialisation des produits alimentaires en France. D'après ses résultats, le circuit court fait intervenir au plus un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Le circuit long pour sa part, ne tient pas compte du nombre d'intermédiaires mais, c'est la faible distance entre les lieux de production, de transformation et de commercialisation qui constitue le critère. Le circuit court et circuit long sont des résultats auxquels parviennent les recherches de [21, 22] en Côte d'Ivoire. Il est noté une similitude entre ces résultats. Les résultats de [23] à Abobo (Côte d'Ivoire) aboutissent également aux deux circuits : le circuit direct du producteur au consommateur et le circuit indirect, qui comporte des producteurs, des intermédiaires et des consommateurs. Cette conclusion corrobore bien les résultats de la présente recherche.

4-2. Performance de commercialisation des produits vivriers de Dépression de la Lama

Les résultats de cette recherche montrent également que les facteurs de performance du marché des produits vivriers ont été diversement appréciés par les acteurs. Ainsi, le manque d'information de prix des produits sur les marchés (97 %), l'usage de diverses unités de mesures (78 %), la mauvaise qualité du réseau routier (46 %), le coût élevé de transport (97 %), le rapport entre l'offre et la demande (72 %), la fixation de prix (70 %) et les diverses taxes perçues sur les produits (86 %) déterminants dans la performance du marché, constituent en réalité un obstacle pour l'attractivité de ces marchés, ce qui est d'ailleurs expliqué par la valeur du coefficient de détermination $R^2 = 0,0099 < 0,05$. Alors, le système de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama n'est pas performant. Dans ce cas, la commercialisation des produits vivriers profite une catégorie d'acteurs. Les conclusions de la recherche de [8] soulèvent les mêmes réalités dans la mesure où leurs résultats montrent que les détaillants et les grossistes sont les acteurs qui ont plus de profits au détriment des productrices de la corète potagère à Agbédranfo au sud-ouest du Bénin (Département du Couffo). Le prix des produits vivriers varie d'une période à une autre et d'un marché à l'autre. Plusieurs facteurs interviennent dans la fixation des prix de ces vivriers. C'est cette idée qui soutient les résultats de [24] dans la commune de Yopougon à Abidjan (Côte d'Ivoire) quand ils ont remarqué qu'il est difficile de maîtriser les prix des vivriers sur les marchés et ont affirmé que la fixation des prix des produits vivriers vendus dépend de plusieurs facteurs dont le coût de transport pour l'acquisition du produit, la qualité et la demande (forte ou faible) sur le marché. Ces facteurs énumérés, ne permettent pas l'équité et la transparence dans la commercialisation des produits vivriers. Le manque d'équité constitue entre autres un facteur responsable de l'inefficacité de la commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama. Ce résultat rejoint celui de [5] selon lequel, la commercialisation du maïs au sud-Bénin est beaucoup plus rentable pour les grossistes du point de vue de la marge brute commerciale et de la marge bénéficiaire ; du point de vue de l'équité, les commerçants détaillants sont beaucoup plus favorisés. Ce type de commercialisation profite une catégorie d'acteurs. Les résultats de [25] vont plus loin, ceux-ci ont révélé que

la commercialisation des principaux produits (manioc, plantain, maïs, haricot et arachide) vivriers du Bas-Congo fait face à de nombreuses contraintes caractérisées par des infrastructures inadéquates (transport, stockage et transformation), des unités de vente non standardisées, des problèmes d'information sur le marché, de fonctionnement informel, de grand nombre d'intermédiaires et des tracasseries sur les routes et les marchés. Ces mêmes réalités s'observent sur les marchés vivriers de la Dépression de la Lama. Ces insuffisances liées à la chaîne de commercialisation des produits vivriers s'observent également ailleurs. D'autres auteurs ayant travaillé sur le sujet similaire ont abouti aux mêmes résultats. [3] a remarqué que la commercialisation des vivres locaux en Afrique subsaharienne s'effectue à l'aide d'unités de mesure diverses de toutes natures et de toutes dimensions. [26] ont indiqué que les agriculteurs de la province du Bas-Congo évoluent dans un environnement très difficile à cause de plusieurs contraintes ne leur permettant pas d'être performants, dont le mauvais état des routes de dessertes agricoles, l'inadaptation et la vétusté des véhicules, l'inexistence d'un système de crédit agricole au profit des producteurs, le manque d'intrants agricoles de qualité, l'absence d'encadrement technique, le défaut d'innovation technique, la non standardisation des unités de commercialisation et les conflits fonciers empêchant parfois durant plusieurs années l'exploitation des terres pourtant disponibles. Ces résultats rejoignent non seulement ceux précédents mais ont été plus pointus. Les résultats obtenus par [6] au Cameroun sont identiques à ceux des auteurs précédents au moment où, ils ont montré une inefficience du système de distribution du porc. Par ailleurs, les résultats de cette recherche montrent que le manque de transparence des transactions des produits vivriers sur les marchés de la Dépression de la Lama, s'explique par la manipulation des mesures des produits, le manque d'équité dans la fixation du prix de produits par les commerçants. De pareils résultats ont été obtenus par [27] sur les marchés vivriers au Cameroun. De tout ce qui précède, l'inefficacité des systèmes de commercialisation des produits vivriers soulevée par la présente recherche n'est pas spécifique à la Dépression de la Lama. Cependant, les résultats de ces auteurs ne sont pas quantifiés ; ce qui limite les comparaisons entre les résultats.

5. Conclusion

La présente recherche permet d'identifier trois circuits de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama (DL) à savoir : le circuit marchand direct, circuit marchand indirect et le circuit non marchand selon 88 % des producteurs enquêtés. Elle montre également que l'inefficacité de la chaîne de commercialisation des produits vivriers de la Dépression de la Lama (DL) est due au manque d'information de prix des produits sur les marchés, à l'usage de diverses unités de mesures, la mauvaise qualité du réseau routier, au coût élevé de transport, rapport entre l'offre et la demande, à la fixation des prix et aux diverses taxes perçues sur les produits vivriers. Les différents circuits de commercialisation des produits vivriers identifiés par cette recherche sont mal organisés. L'intervention des autorités politico-administratives à divers niveaux s'avère indispensable en vue d'ajuster ou corriger ces insuffisances soulevées par la présente recherche.

Références

- [1] - L. WILHELM, "Les circuits d'approvisionnement alimentaire des villes et le fonctionnement des marchés en Afrique et Madagascar", Programme, Approvisionnement et distribution alimentaires des villes, Collection, Aliments dans les villes, (1997) 62 p.
- [2] - D. A. AÏCHEOU, "Marchés de produits agricoles vivriers du département de l'atlantique au sud du Bénin : fonctionnement, implications économiques et spatiales", Thèse de Doctorat du 3eme cycle, Université d'Abomey-Calavi, (2017) 315 p.
- [3] - F. GOOSSENS, "Commercialisation des vivres locaux Le secteur informel dans une perspective dynamique", Programme, Approvisionnement et distribution alimentaires des villes», Collection, Aliments dans les villes, (1998) 92 p.

- [4] - S. B. ALLAGBE, "Activités de transit et transport international, au nord-est du Bénin", Thèse de doctorat unique, Université de Lomé, FLESH, (2014) 368 p.
- [5] - Y. MIASSI, F. DOSSA et K. BANZOU, "Etude des marges dans les circuits de commercialisation de céréales au sud-Bénin : cas du maïs (*zea mays*)", *GSJ*: Vol. 6, Issue 7, July 2018, Online : ISSN 2320-9186, (2018) 1162 - 1174
- [6] - G. NDEBI et J. ONGLA, "Fonctionnement des systèmes de distribution du porc au Cameroun " *TROPICULTURA*, 24 (2) (2006) 73 - 81
- [7] - D. SCHWARTZ, "Méthodes statistiques à l'usage des médecins et des biologistes" 4^e édition, *Editions médicales*, Flammarion, Paris, (1995) 314 p.
- [8] - C. KOMLAN, P. ADEGBOLA, A. ADEGBIDI, S. ADETONAH et G. A. MENSAH, "Analyse des systèmes de commercialisation de la corète potagère (*Corchorus olitorius L.*) produite à Agbédranfo au Sud-Ouest du Bénin (Département du Couffo), *Invited paper presented at the 4th International Conference of the African Association of Agricultural Economists, September 22-25, Hammamet, Tunisia*, (2013) 27
Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique (INSAE), *Recensement de la population et de l'habitation*, Cahier des villages et quartiers de ville, département de l'Atlantique, (2013) 34 p.
- [9] - J. S. BAIN, *Industrial Organization. 2nd edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.*, (1968)
- [10] - F. M. SCHERER, *Industrial Market Structure and Economic Performance, 2nd edition, Rand-McNally*, (1980)
- [11] - M. BAGLO et B. GUEDEGBE, " Environnement naturel et socio-économique de la Forêt classée de la Lama", Bénin, documents de Travail, UNESCO, Programme de Coopération Sud-Sud, Paris (France), N° 12 (1995) 28 p.
- [12] - J. H.VON THÜNEN, "*Der Isolierate Staat in Beziehung Auf Landwirtschaft Und Nationalökonomie, Hamburg*", (1826)
- [13] - A. A. ADAYE et K. M. KOFFI, "Le marché de gros de Bouaké dans l'approvisionnement en produits vivriers du Centre Nord de la Côte d'Ivoire » in *Regardsuds*; Deuxième numéro, septembre, (2016) 120 - 131
- [14] - K. C. BAI, "Organisation spatiale de la distribution des produits vivriers agricoles. Réflexions à partir de l'exemple de la Côte d'Ivoire", Thèse de Doctorat, Université de Paris I Panthéon - Sorbonne, (1990) 454 p.
- [15] - F. GOOSSENS, B. MINTEN et E. TOLLENS, "Nourrir Kinshasa, l'approvisionnement local d'une métropole africaine, *L'Harmattan*, Paris, (1994) 404 p.
Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique (INSAE), *Recensement de la population et de l'habitation*, Cahier des villages et quartiers de ville, département du Zou, (2013) 29 p.
- [16] - P. A. EBELA, "Le vivrier marchand dans la lutte contre la pauvreté des ménages en milieu rural le cas du département de la Mvila dans le sud du Cameroun", Thèse de Doctorat en « Géographie », Université -Bordeaux -Montaigne, (2017) 381 p.
- [17] - K. A. AKA, "Le circuit de distribution de l'attieke à Abidjan : Typologie de la chaîne de transport et dynamisme des acteurs", Centre de Recherches Architecturales et Urbaines (CRAU), Université de Cocody, Abidjan, Côte d'Ivoire, *Revue de Géographie de l'Université de Ouagadougou*, N°2 (Septembre 2013) 101 - 121
- [18] - A. DIAGNE, "La commercialisation de l'arachide au Sénégal: enjeux, contraintes et perspectives: une étude dans le Bassin Arachidier", Université Cheikh Anta Diop de Dakar, Master II en Economie Rurale et Politiques Agricoles, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, (2014) 109 p.
- [19] - P. MENDEZ DEL VILLAR, A. ADAYE, T. TRAN, K. ALLAGBA et V. BANCAL, "Analyse de la chaîne de valeur du manioc en Côte d'Ivoire", rapport final, (2017) 169 p.
- [20] - A. RITZENTHALER, "Les circuits de distribution des produits alimentaires", Conseil Economique Social et Environnemental, les éditions des journaux officiels, (2016) 186 p.

- [21] - I. DIARRA, D. F. DIZOE, C. G. L. SARKA, L. N'DA, "Etude des opportunités de marché des cultures vivrières", rapport final, (décembre 2017) 121 p.
- [22] - K. L. ATTA, T. GOGBE et A. A. MOUSSOH, "La problématique de l'approvisionnement vivrier d'une ville secondaire dans le cadre des relations ville-campagne en pays Adioukrou : Dabou", Université Félix Houphouët Boigny d'Abidjan, *European Scientific Journal*, June 2014 edition, Vol. 10, N°17, ISSN : 1857 - 7881 (Print) e - ISSN 1857 - 7431, (2014) 293 - 308
- [23] - A. M. DOUKA, "Coopératives de vivriers et organisation spatiale à Abobo", Université de Cocody Abidjan, *Revue de Géographie Tropicale et d'Environnement*, N° 1 (2011) 31 - 43
- [24] - D. DIAKALIA, M. T. N'GUESSAN et S. Y. KOFFI, "Evaluation de l'inflation des prix des produits vivriers dans la Commune de Yopougon", (Abidjan, Côte d'Ivoire), *European Scientific Journal*, October 2015 édition, Vol. 11, N°29 ISSN : 1857 - 7881 (Print) e - ISSN 1857 - 7431, (2015) 218-232
- [25] - P. MPANZU BALOMBA, "Commercialisation des produits vivriers paysans dans le Bas-Congo (R.D. Congo) : contraintes et stratégies des acteurs" Thèse de doctorat, Université de Liège - Gembloux Agro-Bio Tech, Belgique, (2012) 251 p.
- [26] - P. MPANZU BALOMBA, P. LEBAILLY et C. KINKELA SAVY, "Les conditions de production et de mise sur le marché des produits vivriers paysans dans la province du Bas-Congo", République Démocratique du Congo, in *Les Cahiers de l'Association Tiers-Monde*, N° 26-20 II, (2011) 143 - 150
- [27] - B. KOUAM et B. HENRY DE FRAHAN, "Fonctionnement et intégration des marchés vivriers Camerounais dans la Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale" in *Région et développement*, N° 14 (2001) 64 - 84