

Dix Ans de Libéralisation du Marché de Mais au Bénin

**Anselme Adegbidi
Houinsou Dedehouanou
Sylvain Kpenavoun
Clemens Lutz**

December 2003
CDS Research Report No. 20
ISSN 1385-9218

The *CDS Research Report* series

COLOFON:

The *CDS Research Report* series publishes research papers, interesting working papers and pre-prints, as well as CDS seminar reports. The series includes papers of University of Groningen staff as well as of overseas partners who have participated in CDS workshops or who have studied or conducted research at the University of Groningen. The series has an active policy in arranging co-publications with partner institutes as a means of supporting North – South research collaboration. *CDS Research Reports* cover a broad range of development related subjects and discuss these from various disciplinary or interdisciplinary perspectives. All texts are peer-reviewed. Reports are published in the English or in the French language.

The *CDS Research Reports* are distributed to a large number of libraries; they are available in both paper and digital form – to be downloaded from the CDS website (<http://www.eco.rug.nl/cds>). Papers may be published later in academic journals. Relevant *CDS Research Reports* are indexed and digitally available in the key databases for this purpose, such as the international IDEAS/RePEc database (<http://ideas.uqam.ca/>) and in DEGREE (<http://cxis.kub.nl/~dbi/degree/>). Reactions to *CDS Research Reports* are welcome and can be directed to the authors or to the CDS office (E-mail: CDS@eco.rug.nl).

Editor:

Dr. Pieter Boele van Hensbroek

Editorial Advisory Board:

Prof. Jelte van AnDEL

Prof. Catrinus Jepma

Dr. Menno Kamminga

Prof. Max van der Kamp

Prof. Caspar Schweigman

Prof. Rien Seegers

Prof. Ton Schoot Uiterkamp

Prof. Jaques Zeelen

Table des matières

1	La définition du problème, le cadre théorique et méthodologique	5
	1.1. Problématique et formulation des questions de recherche	
	1.2. Cadre théorique de l'étude	
	1.3. Méthodologie	
2	Politique agricole en matière de commercialisation des produits vivriers au Bénin	21
	2.1. Rôles de l'Etat avant la libéralisation	
	2.2. Nouvelle politique agricole	
3	Changements intervenus dans la structure du marché.	33
	3.1. Intermédiaires dans la commercialisation du maïs	
	3.2. Le développement de nouveaux marchés	
	3.3. Information et infrastructures de vente et de stockage du maïs	
	3.4. Changements intervenus dans les unités de mesure et dans la structure des taxes	
	3.5. Association des commerçants de produits vivriers	
4	Changements intervenus dans la conduite des acteurs.	55
	4.1. Stratégies d'achat et de vente du maïs	
	4.2. Accès à l'information, financement et transport	
	4.3. Analyse des règles et pratiques des associations de commerçants	
	4.4. Problèmes et changements observés par les commerçants	
5	Performance du marché de maïs au Bénin.	75
	5.1. Coûts de commercialisation et différences de prix entre les marchés	
	5.2. Etude de l'intégration des marchés par la méthode de Johansen	
6	Synthèse des résultats de l'analyse	93
	Références Bibliographiques	101

Remerciements

Cette étude ne serait possible sans la coopération inter-universitaire entre la Faculté des Sciences Agronomiques de l'Université d'Abomey-Calavi de la République du Bénin et la Faculté de Management et d'Organisation (Faculty of Management and Organization) de l'Université de Groningen (University of Groningen) des Pays-Bas (The Netherlands).

Nous témoignons notre gratitude à M. C. Dossouhoui, Directeur technique de l'ONASA, à M. Abdoulaye Mouphtaou, qui nous a facilité l'accès aux séries de prix de maïs, à M. Moudjaïdou Soumanou, Directeur de la Direction de la Concurrence et du Commerce Intérieur.

Nous tenons à remercier tous les commerçants de maïs des marchés de Kétou, Pobè, Cotonou, Bohicon, Azovè, Dassa, Glazoué, Parakou et Nikki et les responsables de RECOPROV-Bénin et de GCPV-Borgou/Alibori qui n'ont ménagé aucun effort pour participer à nos interviews. Nous remercions particulièrement M. Léopold Gansou, M. Alexis Gansou, M. Paul Sinimbou, qui nous ont beaucoup aidés à avoir le maximum d'informations.

Chapitre 1: La définition du problème, le cadre théorique et méthodologique

1.1. Problématique et formulation des questions de recherche

L'amélioration du fonctionnement du marché des produits vivriers est l'un des objectifs majeurs de la politique agricole de beaucoup de pays en développement. Le souci de garantir des prix bas aux consommateurs urbains et des prix incitatifs aux producteurs explique l'importance de cet objectif. Les échecs du système de marché libre ("market failures") et du système de marché planifié ("government failures") s'alternent et alimentent les débats sur la politique des produits vivriers. De nos jours, la discussion est centrée sur les problèmes de marchés étroits, imparfaits, manquants ou incomplets. Les marchés sont étroits dans la mesure où beaucoup de paysans produisent d'abord pour l'autoconsommation (Matthews, 1986). Les marchés sont imparfaits à cause de l'asymétrie de l'information, des monopoles locaux ou de la défaillance des institutions (Ellis, 1992). Certains types de marchés sont simplement manquants ou incomplets. C'est le cas des marchés de transport, de crédits ou de services d'assurance (Zeller, 1997; de Janvry et *al.*, 1991). La conséquence de tous ces problèmes est l'augmentation du niveau des coûts de commercialisation sur les marchés de produits vivriers.

Durant cette dernière décennie, de vastes réformes économiques (politiques de libéralisation) sont mises en œuvre dans le secteur agricole dans plusieurs pays en Afrique au Sud du Sahara. Selon Thorbecke (2000) les réformes peuvent être regroupées en deux types de politique de libéralisation: les politiques qui cherchent à réaliser la vérité des prix (la dévaluation, la réduction et l'harmonisation des tarifs, la suppression des restrictions étatiques) et les politiques qui ont un champ d'actions plus vaste (libéralisation du commerce accompagnée de mesures structurelles visant l'amélioration du fonctionnement des marchés). Le dernier type de politique peut être compris comme la politique qui réalise à la fois la vérité des prix et la mise en place des institutions adéquates. Les politiques d'ajustements structurels des années 1980s ont cherché la réalisation de la vérité des prix. Ces efforts ont eu certes des impacts positifs mais les résultats obtenus n'ont généralement pas comblé les attentes et de ce fait beaucoup de choses restent encore à faire (Kherallah et *al.*, 2000). De nos jours, les champs d'action ont été élargis et l'accent est plutôt mis sur l'importance des institutions en tant qu'instrument de création d'opportunités aux pauvres sur les marchés, et de réduction des coûts de transaction (World Bank, 2001 et 2000). Toutefois, des différences majeures sont souvent observées entre la pratique et le contenu de ces documents de politique.

Dans son étude sur le fonctionnement des marchés de maïs au Bénin avant l'exécution des réformes économiques, Lutz (1994) a abouti à la conclusion que généralement, c'est la compétition qui coordonne les activités d'échange sur l'ensemble du territoire national au niveau des différents segments qu'il a distingués dans la chaîne de commercialisation. Il a pu expliquer que lorsque la compétition au niveau d'un segment du marché est limitée, les autres segments peuvent préserver les conditions d'un « marché contestable » (contestable market¹). Pour cet auteur, les stratégies compétitives sont basées sur les prix et les coûts de commercialisation et de ce fait, encouragent les commerçants à rechercher les solutions à faibles coûts. De plus, la structure des coûts de commercialisation au niveau des divers types de commerçants n'indique pas que la compétition pourrait conduire à un processus de concentration dans le marché. Au contraire, les petits commerçants peuvent bien se livrer à la concurrence avec les plus grands commerçants lorsque les distances entre les marchés ne sont pas trop grandes. Cependant, de nombreuses études effectuées sur le fonctionnement des marchés de céréales au cours de cette période pré-libéralisation ont révélé d'importantes imperfections qui existent sur le marché de maïs. Ces imperfections sont relatives aux cinq aspects suivants:

- Le premier aspect est l'absence d'unités standard de mesure sur les marchés : il se pose un problème de transparence dans les unités de mesure utilisées, ce qui constitue une barrière à l'entrée du marché pour les acteurs potentiels et surtout les grossistes non-résidents qui assurent l'arbitrage inter-régional (Lutz, 1994).
- Le deuxième aspect concerne le manque d'information sur les prix et les opportunités du marché : en effet, le manque d'information ne permet pas aux acteurs de s'impliquer pleinement dans les activités d'arbitrage, étant donné les nombreuses incertitudes qui caractérisent le milieu commercial (Ahohounkpanzon, 1992 ; Lutz, 1994). Pour Lutz (1994), c'est le manque d'information sur les prix au niveau des segments alternatifs dans le marché qui fait que le processus d'ajustement des prix est lent. En effet, il a montré que les marchés sont seulement intégrés dans le long terme.
- Le troisième aspect touche à l'accès limité au crédit et les difficultés liées au transport et au stockage des produits (Dissou, 1991; Fanou, 1994; Honfoga, 1988; Lutz, 1994; Soulé, 1992).
- Le quatrième aspect est lié à l'existence d'organisations locales de commerçants qui limitent ou conditionnent l'arrivée des commerçants non résidents ou non-adhérents (Lutz, 1994 ; Tassou, 1995).

¹ Un marché parfaitement contestable est celui dans lequel l'entrée et la sortie n'entraînent aucun coût. Dans un tel marché, l'entrée libre est une perpétuelle menace pouvant provoquer le comportement compétitif des entreprises déjà installées dans le marché. Si les investissements d'entrée (sunk cost) sont nuls, la présence d'un entrepreneur potentiel diminue les prix excessifs des entreprises déjà installées (Baumol et al., 1988).

- Le cinquième et dernier aspect s'intéresse aux organisations de producteurs. En fait, ces dernières ne sont pas du tout actives dans le circuit de commercialisation et leurs rôles sont presque inexistants (Lutz, 1994).

Ces différentes caractéristiques ont contribué à hausser les coûts de commercialisation entre les régions d'échange, surtout lorsque ces dernières sont séparées par de grandes distances. En effet, les différences de prix dans l'espace pratiquées sur les segments de marché, sont régulièrement plus grandes que ne le permettent les différences justifiées (Lutz, 1994). Cette situation constitue un véritable problème dans le contexte béninois où les régions de surplus sont situées dans le Nord du pays, à près de 400 km des régions de déficit situées dans le Sud. La commercialisation des produits vivriers devient alors une activité coûteuse, risquée et parfois même difficile à entreprendre.

Avec la crise économique des années 80, le Bénin a reconnu l'importance de la libéralisation des marchés au cours de la Conférence des Forces Vives de la Nation. Ainsi, depuis 1991 le gouvernement béninois a exécuté en collaboration avec la Banque Mondiale des Programmes d'Ajustements Structurels. Les principaux éléments de ces programmes concernent les mesures de stabilisation macro-économiques telles que la réduction des déficits budgétaires, la libéralisation des échanges extérieurs, les privatisations et la dérégulation des échanges commerciaux. Dans le sous-secteur de la commercialisation des produits vivriers, l'Office National des Céréales a été restructuré et est devenu Office National d'Appui à la Sécurité Alimentaire. Les nouvelles orientations de l'ONASA abandonnent explicitement la mission de régulation à grande échelle, à celle d'instrument d'aide à la prise de décision et d'appui au secteur privé dans la commercialisation des produits vivriers (ONASA, 1996). Plusieurs acquis sont à l'actif de cette structure parmi lesquels on peut citer la mise en place d'un Système d'Information sur les Marchés (SIM), la construction d'infrastructures de stockage dans certains marchés et surtout l'organisation des commerçants en associations. Par ailleurs, les grands projets tels le PAGER et le PROMIC ainsi que certaines ONG, s'intéressent à l'organisation des producteurs pour leur participation active dans la commercialisation des produits vivriers.

L'objectif de cette étude est de savoir, en quoi ces différentes interventions ont contribué à réduire ou éliminer les contraintes majeures qui handicapaient la commercialisation des produits vivriers avant ces réformes. Le maïs culture alimentaire de base fera ici, l'objet de notre préoccupation. Il nourrit en effet toute la partie méridionale du Bénin, soient les 2/3 de la population nationale. Les objectifs spécifiques de la recherche sont :

- Analyser les règles et les pratiques des associations de commerçants dans l'amélioration de l'environnement institutionnel du marché de maïs ;

- Analyser les modifications que la libéralisation a apportées aux unités et techniques de mesure du maïs dans la perspective de l'amélioration de la transparence du marché ;
- Analyser les changements au niveau des systèmes de financement, de transport et de stockage au cours de cette période de réforme ;
- Analyser les systèmes d'information des acteurs ;
- Mesurer les impacts des changements sur les coûts de commercialisation et l'intégration spatiale des marchés.

Ainsi, certaines questions doivent pouvoir trouver leurs réponses à travers cette étude. Les coûts de commercialisation ont-ils connu une réduction ? La compétition est-elle plus renforcée au sein des différents segments des circuits de commercialisation ? Le système d'information a-t-il permis de résoudre le problème d'information des acteurs ? L'organisation des commerçants en associations permet-elle d'accroître la transparence du marché de maïs ? Les organisations de commerçants renforcent-elles la collusion ? Constituent-elles des barrières pour les producteurs, les commerçants non adhérents ou non résidents ?

La pertinence de ces questions se trouve dans les résultats de l'étude menée par Badiane et al. en 1997, qui ont constaté la persistance de certaines imperfections après 5 ans de pratique de la politique de libéralisation. Ils ont révélé en effet, que le Système d'Information sur les Marchés (SIM) n'a pas permis de résoudre le problème du manque d'information avec la publication des bulletins mensuels, que les institutions locales qui constituent des barrières d'entrée sur certains marchés n'ont pas été influencées par les mesures de la réforme et que les difficultés liées au financement des activités commerciales, au transport, au stockage persistent encore.

Ainsi, les réponses aux différentes questions ci-dessus posées permettront d'élaborer les mesures complémentaires nécessaires pour atteindre l'objectif de réalisation d'un système de commercialisation plus efficace. Les autres sections de ce chapitre présentent le cadre théorique et la méthodologie de l'étude. Le chapitre 2 est centré sur la politique agricole en matière de commercialisation des produits vivriers au Bénin. Les chapitres 3 et 4 vont aborder les changements intervenus respectivement, dans la structure du marché de maïs et dans la conduite des acteurs, plus de dix ans après les réformes du marché des produits vivriers. Le chapitre 5 sera consacré à l'analyse de la performance du marché de maïs. Enfin, le chapitre 6 fera la synthèse des résultats de cette étude.

1.2. Cadre théorique de l'étude

Circuits de commercialisation de produits vivriers en Afrique au Sud du Sahara

L'étude de l'organisation du marché de maïs exige la compréhension du fonctionnement des circuits de commercialisation. Ces circuits consistent en un nombre d'intermédiaires qui cherchent à rendre le produit disponible aux consommateurs finals (Coughlan et al., 2001). Dans la plupart des pays, en ce qui concerne les produits vivriers, les transactions ont lieu dans des circuits conventionnels de commercialisation: les acteurs se rencontrent au marché, le paiement est cash et la livraison est immédiate. Des circuits intégrés de commercialisation (intégration verticale, comme un contrat de livraison permanente ou à une date bien spécifiée) existent, mais concernent des quantités moins importantes. La figure 1.1 présente les différentes fonctions de la commercialisation qui sont assumées par les intermédiaires impliqués. Les conditions sous lesquelles ces fonctions sont réalisées au Bénin peuvent être caractérisées comme suit:

- La collecte du surplus

L'étroitesse du marché et la saisonnalité qui caractérisent les systèmes de production rendent cette fonction plus complexe et montrent ainsi l'importance de l'accès à l'information adéquate. Dans les zones semi-arides caractérisées par un climat soudanien, les systèmes de production connaissent une seule récolte par an alors que la consommation est continue. De plus, les récoltes sont régulièrement menacées par les aléas climatiques, ce qui induit le caractère versatile des rendements. Cet aspect saisonnier peut créer d'importantes fluctuations des prix, étant entendu que les coûts de stockage sont élevés et l'information sur les conditions de l'offre locale et de la demande est imparfaite.

- Le transport du surplus

La majorité des commerçants de produits vivriers n'ont pas leurs propres moyens de transport. Le transport est ainsi assuré par des acteurs privés. Mais étant donné que les marchés ruraux sont étroits, la disponibilité de ce service n'est pas souvent garantie.

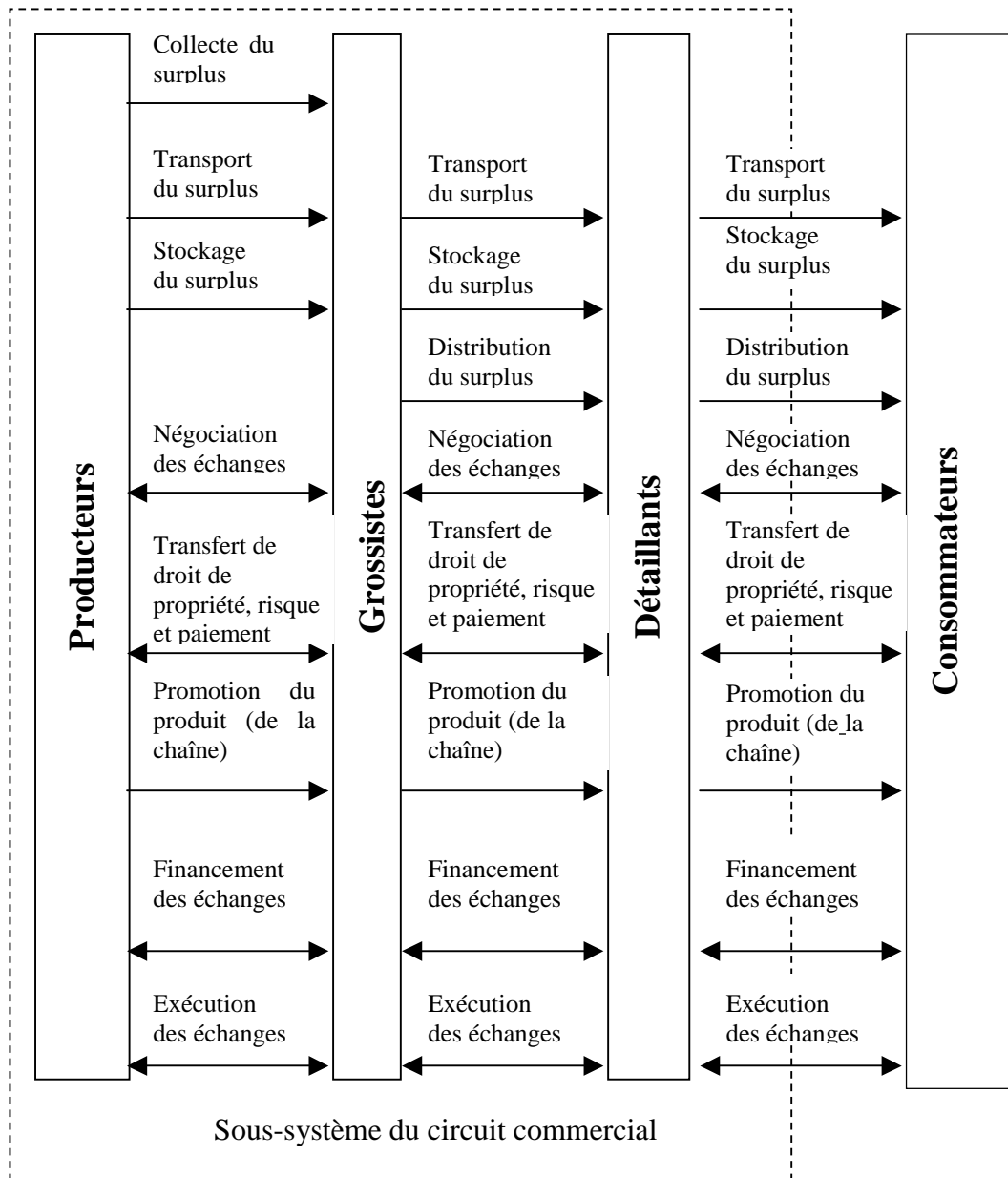
- Le stockage du surplus

Le manque d'infrastructures modernes de stockage, l'instabilité des conditions climatiques, l'absence de marchés à terme et de crédits accroissent l'incertitude et les coûts dans l'exécution de cette tâche.

- La distribution du surplus

La maigreur du marché et la saisonnalité qui caractérisent les systèmes de production rendent cette fonction plus complexe et justifient ainsi l'importance de l'accès à l'information convenable.

Figure 1.1: Fonctions exécutées dans les Circuits Conventionnels de Commercialisation



- La négociation des transactions

Le manque des procédures standard (instruments de mesure et qualités) nuit à la transparence du marché.

- Le transfert des droits de propriétés, risque et paiement

Dans la mesure où les transactions se déroulent dans des circuits conventionnels, ces différents aspects ne posent pas de problème. En effet, ces circuits sont caractérisés par un paiement cash et une livraison directe. Néanmoins, les transactions dans les circuits verticalement intégrés sont plus complexes et nécessitent beaucoup plus un support institutionnel. Par manque d'institutions formelles, "la pratique du jeu" dans les circuits intégrés de commercialisation est basée sur des institutions informelles limitant ainsi les avantages liés à cette intégration verticale.

- La promotion du produit

Jusqu'à présent, cette fonction est limitée au nettoyage et au contrôle de l'humidité. Dans la mesure où des standards pour les procédures et les qualités n'existent pas, il est difficile de dire au consommateur final la qualité du produit.

- Le financement des transactions

Comme indiqué plus haut, le marché formel de crédit est incomplet ou inexistant. De plus, les banques jouent seulement un rôle limité dans le transfert de l'argent.

- L'exécution des échanges (voir la fonction vi)

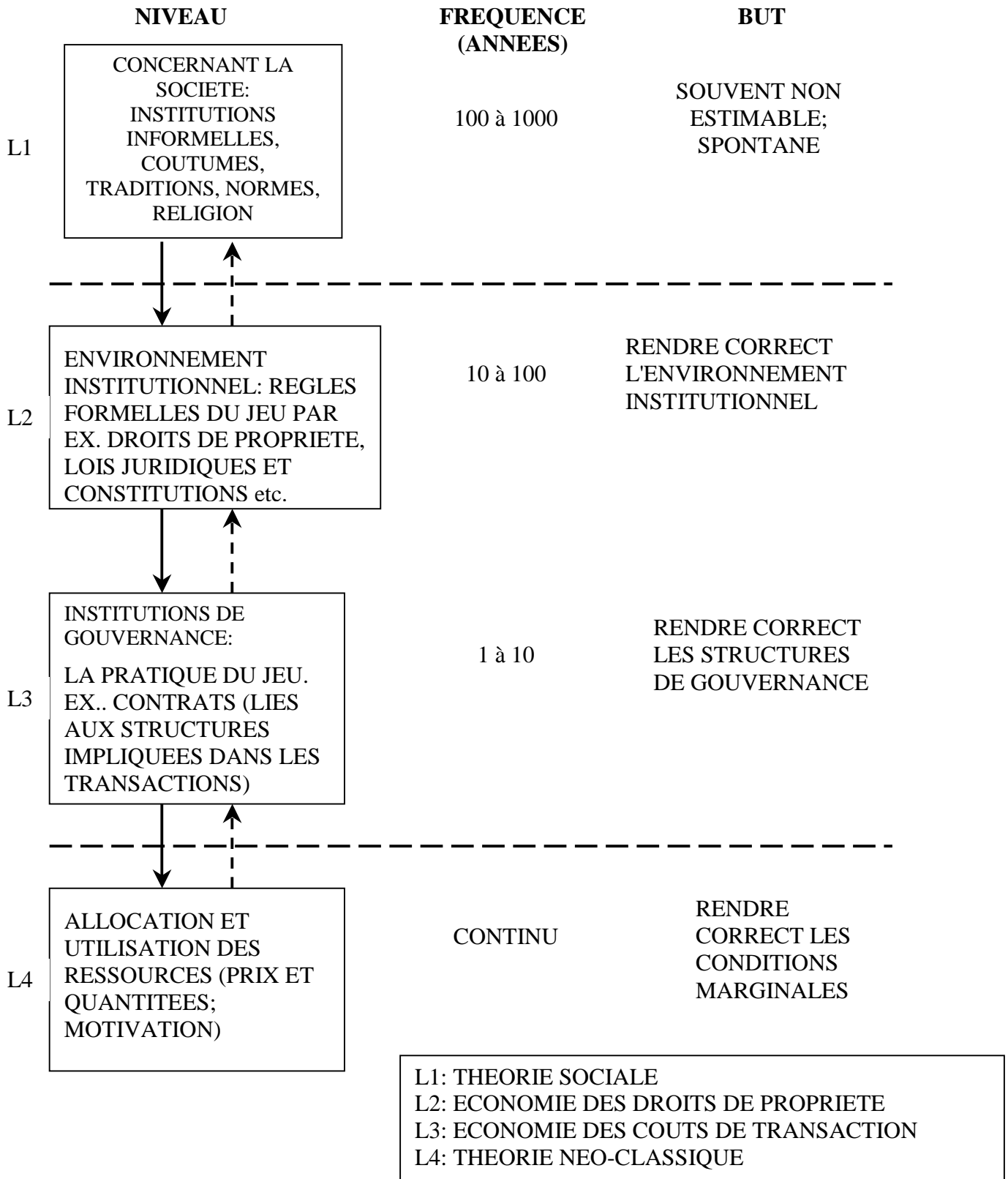
Nous pouvons conclure qu'une coordination réussie des échanges dans les circuits de commercialisation des produits vivriers, est handicapée par de nombreux problèmes enracinés dans l'environnement sub-saharien. Ce qui explique le niveau élevé des coûts de transaction et l'exécution de la plupart des échanges dans des circuits conventionnels de commercialisation.

Institutions et coûts de transaction

Les institutions peuvent résoudre certains des problèmes ci-dessus mentionnés et faciliter l'exécution des fonctions présentées dans la Figure 1.1. Bien que plusieurs définitions des "institutions" soient largement fournies par la littérature, le concept mérite qu'on s'y attarde. Les institutions sont des contraintes élaborées par les hommes et qui déterminent leurs interactions politique, économique et sociale (North, 1991). Ces contraintes sont à la fois informelles (sanctions, tabous, coutumes et mœurs, traditions et règles de conduites) et formelles (constitutions, lois, droits de propriété). En conséquence, la performance du marché des produits vivriers peut être interprétée comme le résultat de l'ensemble des institutions (règles formelles et informelles) qui coordonnent les échanges et les initiatives prises par les individus (commerçants, paysans), les organisations gouvernementales ou non-gouvernementales (banques de céréales, coopératives). Les institutions économiques constituent non seulement la base des déterminants de la performance économique, mais aussi façonnent les transactions du marché.

Suivant Williamson (2000), nous distinguons quatre niveaux d'institutions (Figure 1.2).

Figure 1.2: Economie des Institutions



Les institutions du niveau 4 déterminent l'allocation des ressources au sein des entreprises : c'est le niveau micro. L'accent sera beaucoup mis sur d'autres institutions économiques car nous sommes plus intéressés aux échanges entre les entreprises qui interviennent dans un même circuit de commercialisation.

Le niveau 1 regroupe les institutions déterminées par le tissu social, telles que les coutumes et la religion. Les économistes considèrent souvent ces règles comme des facteurs exogènes dans leurs analyses. Ces règles changent à un rythme très lent. Toutefois, elles sont importantes et influencent la nature des transactions économiques : ce sont des institutions à un niveau plus bas de la hiérarchie des institutions économiques.

Le niveau 2 concerne les institutions qui définissent les règles formelles du jeu imposées à tous les acteurs du marché et qui sont souvent mises en exécution par le gouvernement ou les autorités dudit marché. En particulier, l'économie des droits de propriété s'intéresse à ce type de règles. Les économistes sont fortement impliqués à ce niveau en ce sens que ces règles peuvent faciliter les transactions économiques et doivent être respectées par tous les acteurs du marché. La tâche la plus importante du gouvernement est de définir les règles et par la suite, de les faire respecter dans le souci de garantir le bon fonctionnement du marché.

Les institutions du niveau 3 définissent la pratique du jeu "the play of the game". Il s'agit des règles spécifiques fixées par les acteurs impliqués dans la transaction. Les institutions de ce niveau définissent la gouvernance des structures de transaction dans le marché en tenant compte des règles des niveaux supérieurs. Il s'agit concrètement des contrats qui précisent les conditions sur lesquelles doivent se baser les transactions le long des circuits de commercialisation et les responsabilités des partenaires impliqués. Dans les circuits conventionnels de commercialisation, ceci est relativement simple, mais des contrats plus complexes sont nécessaires pour les relations intégrées (verticales) de commercialisation. Par exemple, le contrat à terme entre le meunier et le paysan est plus complexe que le contrat de livraison immédiate et de paiement cash. Les circuits de commercialisation existants peuvent se révéler capables de coordonner efficacement ces types de contrats et peuvent être flexibles en ce sens qu'ils s'adaptent facilement aux nouvelles opportunités du marché. Ces règles peuvent se fonder sur les institutions informelles du niveau 1.

Dans le dernier rapport de la Banque Mondiale sur le développement (World Bank, 2001, p.3), un bon exemple est donné sur les commerçants maghrébins au 11^e siècle: les Maghrébins représentent leurs intérêts et les informations sur les marchés par des agents extérieurs. Etant de la même communauté, ces agents

sont considérés comme dignes de confiance. Ainsi, avec moins de problèmes contractuels, les commerçants maghrébins n'ont plus besoin de voyager pour s'assurer qu'ils ne peuvent pas être trompés. Toutefois, dans les marchés les plus développés, les transactions sont fondées sur les règles du niveau 2. Ces règles sont spécifiées dans des contrats écrits qui encouragent ainsi les échanges impersonnels. L'absence d'institutions du niveau 2, ou bien l'incapacité de renforcer ces institutions est généralement vue comme une barrière pour une organisation plus efficace des relations d'échanges (World Bank, 2001, p.3).

Le rôle des relations commerciales est une préoccupation importante dans la littérature sur le management stratégique, l'organisation industrielle et la commercialisation. Dans le marketing, la forme organisationnelle de la distribution est discutée et un accent particulier est mis sur l'interdépendance des entreprises (Coughlan et *al.*, 2001). Il est montré que des contrats relationnels et des relations commerciales permanentes peuvent réduire les coûts de transaction (Williamson, 2000). D'autres auteurs ont souligné aussi l'importance des réseaux commerciaux et des relations sociales pour des transactions efficaces (Hakansson et Snehota, 1995; Porter, 1985). Actuellement, un débat se développe sur l'importance du capital social pour le développement économique. Le développement de la société civile et par la suite, la création de nouveau capital social influenceront les règles et la pratique du jeu (Knack et Keefer, 2001; Fafchamp et Minten, 2001).

L'intérêt de cette littérature sur le thème étudié est qu'elle met l'accent sur l'efficacité des circuits de commercialisation: la quête de la réduction des coûts de transaction. Elle fournit un cadre conceptuel important pour comprendre l'organisation des circuits de commercialisation des produits vivriers et pour savoir comment les coûts de commercialisation peuvent être réduits. Particulièrement pour les économies en transition, ceci est très pertinent en ce sens que de nouvelles structures sont appelées à être développées.

Les institutions ne définissent pas que des règles mais déterminent aussi les coûts de transaction (Williamson, 2000). Trois types de coûts de transaction sont souvent identifiés. Les coûts d'information avant le contrat (contact), les coûts de négociation du contrat (contrat) et les coûts d'exécution du contrat (contrôle). Le résultat efficace escompté est de minimiser à la fois les coûts de production et les coûts de transaction d'un produit ou d'un service donné. Williamson réclame que ce processus soit opérationnel dans le monde du commerce, afin que les échanges soient efficacement organisés. Malheureusement une abondante littérature a montré la prévalence des imperfections sur les marchés ; elle a en particulier relevé la persistance des imperfections sur les marchés africains de produits vivriers. Le travail de North (1994) est intéressant à ce sujet parce qu'il a montré que les institutions ne sont pas nécessairement développées

dans le sens de faciliter une organisation optimale: "Créer les institutions qui changeront les ratios bénéfiques/coûts en faveur de la coopération dans les échanges impersonnels, est un processus complexe en ce sens qu'elle implique non seulement la création des institutions économiques, mais aussi exige qu'elle soit guidée par des institutions politiques appropriées" (North, 1994, p.365).

Dans la littérature, les coûts de commercialisation et les coûts de transaction sont régulièrement utilisés. Dans le souci d'éviter la confusion dans l'utilisation de ces concepts, il est important de préciser la différence entre les coûts de commercialisation, les coûts de transaction et les coûts de transformation. "Les coûts de transformation sont des coûts de terre, du travail, du capital et de la connaissance entrepreneuriale nécessaire pour transformer physiquement les inputs en outputs. Les coûts de transaction sont des coûts de terre, du travail, du capital et de la connaissance entrepreneuriale nécessaires pour transférer les droits de propriété d'un individu à un autre" (North, 1994, p.612). L'exécution des fonctions présentées dans la Figure 1.1 apporte des coûts de commercialisation qui incluent tous les coûts supportés dans le circuit de commercialisation depuis la production du bien jusqu'à sa livraison au consommateur. Suivant ces définitions, les coûts de transport, du stockage et du traitement sont considérés comme des coûts de transformation dans la mesure où ces types de coûts changent l'attribut physique du bien (emplacement, temps, forme). Les autres fonctions impliquent des coûts de transaction: la collecte, la distribution, la négociation des contrats, le transfert de droit de propriété et le paiement, la promotion du produit, la distribution des risques, le financement et l'exécution des échanges. Les dernières fonctions sont toutes relatives au transfert des droits de propriété.

1.3. Méthodologie

Cette section expose à la lumière des objectifs visés, les concepts utilisés, la stratégie adoptée pour la collecte des données, les outils et méthodes d'analyse des données. L'analyse descriptive du fonctionnement actuel des marchés de maïs sera faite dans une perspective organisationnelle, c'est à dire une approche de circuits de commercialisation centrée sur les institutions du marché (les règles du jeu et l'exécution du jeu).

Les concepts utilisés

Pour l'étude du fonctionnement des marchés, nous allons utiliser le paradigme Structure-Comportement-Performance (S-C-P). Cette méthode a été critiquée mais reste largement appliquée par beaucoup de chercheurs (voir Lutz, 1994). Dans le cadre de notre étude, ce paradigme servira de fil conducteur, ce qui nous

permet de structurer les différents aspects de la problématique. La méthode distingue trois volets dans l'analyse du marché (Clodius et Mueller, 1961) : la structure du marché, le comportement du marché et la performance du marché.

La structure du marché concerne les caractéristiques de l'organisation du marché qui semblent influencer, de façon stratégique, sur la nature de la compétition et le processus de formation des prix sur le marché. Il s'agit des caractéristiques du marché qui sont fixes à court terme pour les acteurs pris individuellement. Les types de circuits de commercialisation font partie de la structure ainsi que les institutions (cf. 1.2) qui définissent les règles du jeu (rules of the game).

Le comportement du marché est relatif aux modèles de comportement suivis par les entreprises (commerçants) afin de s'ajuster ou de pouvoir s'adapter aux conditions des marchés dans lesquels elles vendent ou achètent. La conduite montre comment les agents jouent le jeu (play of the game ; cf. 1.2). En d'autres termes, ce sont les stratégies utilisées par les acteurs qui opèrent dans le marché. Ces stratégies dépendent de la structure, où du pouvoir individuel des commerçants dans le marché.

La performance du marché s'intéresse aux résultats économiques de l'ensemble des entreprises de la filière. Toute société est concernée par l'efficacité avec laquelle la filière accomplit ses fonctions. C'est justement ici, que l'objectif de l'analyse se focalise sur l'efficacité du fonctionnement du marché. L'efficacité est analysée dans ce document par deux tests: une analyse statique qui concerne différences de prix, et une analyse dynamique qui concerne l'intégration des marchés.

Le tableau 1.1 résume les différents éléments de la structure, de la conduite et de la performance des circuits de commercialisation. Cette approche nous permet d'intégrer le cadre théorique discuté dans ce chapitre. Dans notre rapport, nous allons prendre la thèse de Lutz (1994) comme point de repère et centrer les discussions sur les changements intervenus depuis les dix dernières années. Ainsi nous n'allons pas refaire l'inventaire qu'il a fait, mais uniquement présenter les différences entre la période 1987-1989 et la période 2001.

Tableau 1.1: Éléments de la structure, de la conduite et de la performance des circuits de commercialisation.

Éléments de la structure	Éléments de la conduite	Éléments de la performance
- types d'intermédiaires	conduite par rapport :	- intégration des marchés
- circuits de commercialisation	- au transport	- analyse des différences de prix
- types de marchés	- au stockage	
- nombre des acteurs	- aux informations	
- instruments et qualité standards	- aux achats	
- infrastructures physiques	- aux ventes	
- réglementation à l'entrée	- au financement	
- institutions : les règles du jeu		

Source: Lutz (1994)

Intégration de marchés

L'intégration de deux ou de plusieurs marchés est un concept multidimensionnel qui implique à la fois l'intégration des prix, la standardisation des mesures et des habitudes commerciales. Ainsi, l'intégration des prix est l'une des conditions nécessaires pour l'intégration des marchés. Dans un marché compétitif, l'intégration des prix est le résultat des activités d'arbitrage : échanges entre les acteurs de différents marchés qui cherchent à profiter des avantages des différences de prix qui excèdent les coûts de commercialisation.

Sexton, Kling et Carman (1991) ont montré que le manque d'intégration des marchés résulte de l'un des trois facteurs suivants. Le premier facteur est relatif aux marchés en autarcie c'est-à-dire qu'aucun arbitrage n'est possible parce que les coûts de commercialisation sont très élevés en comparaison aux différences de prix, ou bien parce que les marchés sont publiquement protégés. Le deuxième facteur concerne les obstacles qui entravent l'efficacité des activités d'arbitrage : les barrières commerciales, l'information imparfaite sur le marché ou les aversions pour le risque. Le dernier facteur est lié à la compétition imparfaite, due par exemple à la collusion ou à l'accès préférentiel des ressources rares (transport, crédit), qui conduit à un excès important non justifié des différences de prix sur les coûts de commercialisation.

L'analyse de l'intégration des marchés est souvent réduite à l'étude d'intégration des prix sur les différents marchés. Mais pour l'analyse correcte des résultats de l'étude d'intégration des prix, des études sur la structure et la conduite des acteurs dans le marché sont nécessaires (Lutz et van Tilburg, 1992a,b ; van Tilburg et Lutz, 1992). En effet, la similarité des mouvements de prix entre les marchés pourrait être le résultat de l'arbitrage ou de collusion entre les grossistes. Lorsque les barrières à l'entrée pour les commerçants sont absentes, alors le degré de l'arbitrage entre les marchés dépend à la fois des différences de prix et des coûts de commercialisation. Quant au niveau des coûts de

commercialisation, il dépend entre autres, de la qualité physique et de l'accès aux infrastructures et informations sur les marchés. Si les coûts de commercialisation sont nuls, l'arbitrage sera toujours possible tant que les prix diffèrent sur les marchés. En réalité, les coûts de commercialisation constituent le principal facteur limitant des échanges et leur réduction peut améliorer toujours les opportunités d'échanges.

Tomek et Robinson (1981 :151) ont énuméré les conditions sous lesquelles doivent avoir lieu l'intégration spatiale des prix:

- les écarts de prix entre deux régions (ou marchés) qui font des échanges commerciaux sont égaux aux coûts de commercialisation ;
- les écarts de prix entre deux régions (ou marchés) qui ne réalisent pas d'échanges commerciaux sont inférieurs ou égaux aux coûts de commercialisation.

Les différences de prix qui sont plus importantes que les coûts de commercialisation sont supposées être dues aux imperfections du système de marché.

L'analyse de cointégration, présentée par Granger (1983) et Engle et Granger (1987), est considérée de nos jours comme la technique la plus utilisée dans l'analyse des séries temporelles. La méthode la plus utilisée est le modèle de cointégration multiple de Johansen (Full Information Maximum likelihood of Johansen). Dans cette étude, cette méthode sera utilisée car le test et l'analyse de cointégration dans un modèle VAR (Vecteur Auto-Régressif) est souvent apprécié comme étant supérieur aux méthodes d'équation unique de Engle-Granger. Les propriétés statistiques du modèle de Johansen sont en effet, généralement meilleures et la puissance du test de cointégration est grande (Charemza et Deadman, 1992).

Méthode de collecte des données

Les données de la période 1986-1990 sont disponibles et elles ont été déjà publiées par Lutz (1994), Lutz et al. (1996) et Kuiper et al. (1999). La disponibilité des informations sur cette période, fait de cette recherche, une étude exceptionnelle car la plupart des chercheurs n'ont pas accès aux données historiques sur la structure du marché, la conduite des acteurs et les types de contrats.

De nouvelles études de cas sont faites sur le fonctionnement actuel de neufs (9) marchés de maïs à savoir : Nikki, Parakou, Glazoué, Dassa, Bohicon, Azovè, Cotonou, Kétou et Pobè. Tous ces marchés ont été déjà étudiés dans Lutz (1994). Une même méthodologie est utilisée pour collecter les données sur la structure du marché et la conduite des acteurs. L'accent est surtout mis sur les

changements observés et perçus par les commerçants eux-mêmes après plus de dix ans de commercialisation de maïs dans un environnement de marché libre. Les données primaires sont donc beaucoup plus qualitatives que quantitatives. La collecte des données sur le terrain est donc essentiellement faite par les entretiens individuels et de groupe, non-structurés, semi-structurés appuyés par des observations participantes.

Les séries de prix de maïs en unités locales sur les 9 marchés à étudier sont collectées à l'ONASA. Il s'agit des prix de jours d'animation de ces marchés. Ces séries de prix aux consommateurs ou prix détaillants sont relatives à la période du Septembre 1998 à Septembre 2001, soit 282 observations par marché. Les données brutes seront par la suite transformées en FCFA par kilogramme avec les résultats d'étalonnage réalisées par l'ONASA au cours de cette période.

Chapitre 2: Politique agricole en matière de commercialisation des produits vivriers au Bénin

Ce chapitre abordera les différentes interventions de l'Etat dans l'environnement institutionnel du marché de produits vivriers en général, et du maïs en particulier. Ainsi après avoir un bref rappel de la politique de l'Etat béninois au regard du commerce des produits vivriers avant 1990, nous aborderons les nouvelles orientations relatives au contexte de la libéralisation. Pour ce faire, ce chapitre est organisé en deux sections. La première section sera consacrée aux rôles de l'Etat dans la commercialisation des produits vivriers avant la libéralisation. La deuxième section traitera des nouvelles orientations en matière de politique de commercialisation dans un contexte de libéralisation.

2.1. Rôles de l'Etat avant la libéralisation

L'intervention de l'Etat béninois dans la gestion des marchés de produits vivriers et donc du maïs, remonte à 1967 après l'indépendance avec la création de l'Office de Commercialisation Agricole du Dahomey (OCAD), devenu par la suite *Société de Commercialisation et de crédit Agricole du Dahomey* (SOCAD). Mais c'est à partir de 1975 que le contrôle effectif sur le marché a commencé à se manifester avec la création de plusieurs sociétés dont les missions étaient d'intervenir rigoureusement dans la commercialisation des denrées alimentaires afin de lutter contre la spéculation. Cette politique a visé essentiellement les deux objectifs suivants:

- assurer l'approvisionnement des villes en produits vivriers bon marché ;
- soutenir et encourager la production agricole.

Pour atteindre ces objectifs, l'Etat s'est donné les instruments de politique dont l'intervention directe de contrôle des prix sur les marchés au moment où les prix sont élevés et l'intervention indirecte par le biais de la stabilisation des prix découlant des importations de produits vivriers. De plus, l'Etat s'est attaché à fixer les prix des principaux produits vivriers sur les marchés domestiques.

La mise en œuvre de ces objectifs de politique de commercialisation de produits vivriers a été accompagnée d'innovations institutionnelles. En effet, plusieurs sociétés et régies ont été créées. Les premières structures d'intérêt sont les *Centres d'Action Régionale pour le Développement Rural* (CARDER) créés en 1975 pour assurer l'encadrement des producteurs et la commercialisation des produits agricoles. Les deuxièmes structures d'intérêt sont les *Régies d'Approvisionnement et de Commercialisation* (RAC) créées en 1976. En fait, la

réforme de l'administration territoriale intervenue dans le pays en février 1974 a donné aux collectivités locales la possibilité de créer et de gérer pour leur propre compte des unités économiques en vue de leur permettre d'avoir des ressources fiscales, d'autres sources de revenus susceptibles de favoriser leur développement et leur autonomie financière. C'est dans ce cadre que les régies provinciales ont vu le jour. Près de 60 sociétés régionales ont été créées. Elles ont pour missions : assurer le contrôle et la direction de l'économie au niveau provincial, assurer la stabilité des prix, promouvoir les structures coopératives, etc. Mais le manque de capitaux de départ, l'absence d'infrastructures et surtout la mauvaise gestion ont très tôt conduit ces régies à la faillite. Les *Sociétés Provinciales de Commercialisation des produits Agricoles* (SOPROCA) ont remplacé les régies. Mais les mêmes problèmes qui ont amené à la disparition des régies ont conduit également à la disparition des SOPROCA.

Une autre structure d'intérêt est la *Société d'Alimentation Générale du Bénin* (AGB) qui a pris la relève en 1976 d'une coopérative suisse et de la *Société Nationale d'Importation du Bénin* (SONIB). L'AGB a joui du monopole d'importation du riz, du blé, du maïs, et du sucre. Elle disposait de 17 magasins et super-marchés implantés dans la capitale et les principaux centres urbains.

Une structure importante à mentionner ici est la *Commission Nationale des Céréales* (CNC) créée en 1982 pour assurer la coordination des aides alimentaires. La dernière structure d'intérêt est l'*Office National des Céréales* (ONC) créé en 1983 en lieu et place de la CNC et ayant pour mission de réguler le marché national des céréales.

En dehors du CARDER et de l'ONC qui ont été restructurées, toutes les autres sociétés ont été dissoutes. En effet, ces différentes structures se sont montrées inefficaces vis-à-vis du système privé qui contrôlait la grande majorité de l'offre commerciale malgré la politique de l'Etat.

Selon Lutz (1994), le CARDER était confronté à la réticence des producteurs qui ne lui livraient que d'infimes quantités de leurs récoltes. Ceux-ci préféreraient livrer leurs produits aux acteurs des circuits privés qui pratiquaient des prix plus attractifs. En outre, les nombreuses attributions ne pourraient permettre au CARDER d'intervenir efficacement dans la commercialisation pendant cette période.

La Banque Mondiale a émis des réserves quant à la viabilité de l'ONC (Ahohankpanzon, 1988). En effet, elle a estimé que l'ONC pourrait avoir des influences négatives sur les paysans à cause du contrôle des prix, ce qui pourrait créer des distorsions de prix et donc favoriser des exportations clandestines. Cependant selon ONASA (1996), l'échec de l'ONC pourrait provenir de l'insuffisance des moyens matériels et humains pour gérer un programme aussi ambitieux, l'Etat n'ayant jamais mis à la disposition de l'office, des moyens

financiers à la hauteur des missions assignées. Par exemple, en 1987, sur un besoin de financement de l'ordre de 315 millions de FCFA, l'office n'a reçu au titre des allocations de l'Etat que 20 millions de FCFA, soit 6,34%. L'incohérence de la politique étatique a débouché sur la création ou le maintien de structures parallèles dotées de certaines prérogatives dévolues à l'ONC comme l'AGB et la SONIB. Ainsi, les réalisations de l'ONC ont été nettement et toujours en deçà des objectifs de départ. Alors que l'ONC devrait, au moyen de la collecte d'environ 25% du disponible céréalier domestique commercialisable, réguler le marché, il a rarement réussi à franchir le seuil de 3,30 % (chiffre record de 1985) du maïs (ONASA, 1996).

D'après Ellis (1992), l'échec de l'intervention des structures étatiques dans les pays en voie de développement se situe à quatre niveaux. Le premier niveau est celui du manque d'information sur les conditions réelles d'offre et de demande des marchés formels et informels dans lesquels les privés opèrent. Le second niveau concerne l'intervention de l'état qui consiste à réduire les prix aux consommateurs, entraînant des prix bas au niveau des producteurs ou parfois l'accroissement de déficits budgétaires. Le troisième niveau a trait au mauvais fonctionnement de la bureaucratie qui rend difficile la réalisation des politiques commerciales sur toute l'étendue du territoire national. Enfin, le quatrième niveau est celui de la corruption dans ces structures étatiques.

En somme, les faiblesses qui caractérisent les différentes structures créées par l'Etat ne leur ont pas permis d'atteindre les objectifs qui leur sont assignés. Au plus fort de la politique d'intervention de l'Etat sur les marchés de produits vivriers, les commerçants étaient qualifiés de "véreux". Les pénuries artificielles soigneusement occasionnées par eux avaient amené les consommateurs à troquer le terme "maïs" contre "nivaquine", tant le produit était rare. La non-pertinence de ces objectifs rend donc inévitable la mise en œuvre d'une nouvelle politique agricole dans le contexte de libéralisation des activités commerciales.

2.2. Nouvelle politique agricole

La nouvelle politique agricole a réorienté les interventions de l'Etat en matière de commercialisation des produits vivriers et les a concentrées au niveau de l'Office National d'Appui à la Sécurité Alimentaire (ONASA). De plus les différentes lois qui régulaient les activités commerciales en général ont été amendées. Cependant, doit-on faire remarquer que ces nouvelles lois ne sont pas encore adaptées au secteur des produits vivriers. Ainsi, cette section abordera successivement les nouvelles missions et acquis de l'ONASA et la réglementation officielle du commerce des produits vivriers.

Missions et instruments de politique de l'ONASA

Notre pays, alors confronté à d'énormes difficultés économiques vers la fin des années 1980s, s'est engagé depuis 1989 dans une série de Programmes d'Ajustement Structurel (PAS) qui s'accompagnent pour son efficacité d'un ensemble de réformes politiques et économiques profondes. Ces PAS intéressent un certain nombre de mesures de stabilisation macro-économique dont la libéralisation des marchés de produits vivriers. Les mesures relatives à ce secteur couvrent essentiellement les réformes institutionnelles devant rendre plus transparente la gestion des structures de commercialisation et les mesures de déréglementation pour assurer une grande flexibilité au fonctionnement du marché.

Désormais, la commercialisation des produits vivriers doit obéir au principe du marché. C'est dans ce contexte que la commercialisation des produits agricoles a été officiellement libéralisée après la *Conférence Nationale des Forces Vives de la Nation* de février 1990. Dès lors, convient-il de cibler l'intervention des parties prenantes à la commercialisation des produits vivriers pour ne plus retomber dans les incohérences du passé. Ainsi, la Lettre de Déclaration de Politique de Développement Rural du 31 mai 1991 a privilégié les aspects tant institutionnels que réglementaires suivants :

- l'ouverture et l'entretien des pistes rurales ;
- l'allègement des procédures douanières et d'exportation, puis la discipline au niveau des services de contrôles routiers ;
- le développement de techniques et d'instruments financiers favorisant le stockage à la ferme et à tous les stades de la commercialisation des produits agricoles vivriers ;
- l'intégration régionale des marchés agricoles et leur protection éventuelle des importations subventionnées à l'origine ;
- la mise en place d'un système d'appui aux exportations et aux commerçants locaux comportant en particulier un système d'information continue sur les prix et les conditions observées sur les marchés national et international;
- une politique nationale de promotion des petites et moyennes entreprises qui assurent la transformation des produits agricoles ou fournissent des services aux agriculteurs.

C'est dans cette logique que l'Office National des Céréales (ONC) et les Centres d'Action Régionale pour le Développement Rural (CARDER) ont été restructurés.

Dans le Programme de Restructuration des Services Agricoles (PRSA) mis en œuvre depuis 1992, le CARDER abandonne son intervention dans la commercialisation des produits agricoles et concentre actuellement son effort sur le suivi-appui-conseil en matière de techniques de production. Une autre

tâche du CARDER est le conseil aux organisations de producteurs en matière d'organisation, de gestion et de commercialisation du coton-graine dans les zones productrices. Des conseils allant dans le sens de la commercialisation du maïs comme ce fut le cas du coton, n'entrent pas pour le moment dans les stratégies d'intervention des CARDER.

L'ONC (Office National des Céréales) restructuré aussi en 1992 est devenu l'ONASA (Office National d'Appui à la Sécurité Alimentaire) dont le mandat est défini par le décret N°271 du 23 septembre 1992 et complété par le décret N°96 – 452 du 17 octobre 1996. Les orientations de l'ONASA abandonnent explicitement la mission de régulation à grande échelle au profit de celle d'aide à la prise de décision et d'appui au secteur privé (ONASA, 1996). Aux termes de l'article 3 des statuts portant création, objet social, siège social et fonds de dotation, l'ONASA est chargé du suivi de l'évolution de la production vivrière et des perspectives alimentaires, en s'appuyant sur les autres structures compétentes du Ministère du Développement Rural d'antan (actuellement Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche, MAEP) ou en liaison avec les autres ministères concernés, résultant de la campagne agricole ; de l'appui au secteur privé ; de la gestion et du suivi de l'information sur les marchés ; du suivi des prix et des flux des produits vivriers ; et du conseil au Gouvernement dans la conduite de sa politique en matière de sécurité alimentaire et d'aide alimentaire au Bénin.

De façon spécifique, l'office est chargé de participer à la promotion du stockage des produits vivriers ; d'assurer, en s'appuyant sur les structures nationales compétentes, l'information au gouvernement et au public sur la situation alimentaire des populations de même que celle des marchés et des prix des produits vivriers à l'intérieur du Bénin et dans la sous- région ; d'étudier, en liaison avec les services compétents du ministère chargé du commerce, les problèmes relatifs à la stabilisation des prix des produits vivriers à l'intérieur de la République du Bénin ; d'aider à une meilleure efficacité du commerce privé des produits vivriers ; de contribuer à la promotion des produits vivriers du Bénin sur les marchés régionaux et internationaux ; et enfin d'apporter un appui au secteur privé dans la commercialisation des produits vivriers.

Ces objectifs nécessitent une définition claire dans la mesure où l'on parle à la fois de la meilleure efficacité du commerce privé et de la stabilisation des prix. En effet, l'efficacité du commerce privé suppose un marché libre alors que la stabilisation rappelle des mesures d'interventions contraignantes. Mais en réalité, la stratégie de stabilisation des prix de l'ONASA consiste à acquérir du maïs sur le marché au moment où les prix sont bas pour le revendre à Cotonou pendant les périodes de rareté.

Dans la mise en œuvre de ces objectifs, le Gouvernement béninois a bénéficié de l'assistance allemande (à travers la GTZ), matérialisée par le projet "Assistance-conseil à l'ONASA en matière de stratégies commerciales". Ce projet a été orienté vers les insuffisances du secteur privé dans la commercialisation des produits vivriers. Il était planifié pour une durée de 8 ans après une phase d'orientation prévue pour deux ans. Mais cette phase d'orientation est finalement étendue sur trois ans (1989-1992). Cette vision stratégique à moyen terme du projet avait comme finalité principale d'aider les petits et moyens commerçants à résoudre leurs problèmes à travers le renforcement de leurs capacités professionnelles et la promotion d'une dynamique d'entreprise (Alapini,1999). Le projet avait été exécuté en coopération avec le Service Allemand de Développement (DED). En décembre 1993, la phase 1 (1993-1996) du projet a été élaborée. Cette phase, appelée "phase de promotion", a pour objectif d'augmenter le degré de libéralisation du commerce des produits vivriers de base. Les décideurs des organismes publics et parapublics chargés des questions de sécurité alimentaire et de commercialisation, le personnel de l'ONASA, les producteurs ainsi que les populations en insécurité alimentaire, les commerçants des produits vivriers ainsi que les collaborateurs des autorités publiques, communales ou privées régissant les marchés sont les groupes cibles visés directement ou indirectement au cours de cette phase.

L'évaluation à mi-parcours (Alapini,1999) a conclu que les objectifs de la phase 1 ont été atteints. Il s'agit de l'ébauche d'une politique claire de commercialisation des produits vivriers ; de l'exercice de la concurrence sur le marché des produits céréaliers (maïs) dans le cadre des opérations triangulaires d'aide alimentaire ; et de l'amélioration de la transparence du marché des produits vivriers à l'intérieur du pays. Même si on devrait s'accorder sur ces résultats, on pourrait s'interroger sur les indicateurs sur lesquels se fonde cette évaluation. Ce qui est sûr, une deuxième phase dite de "consolidation" a été initiée afin d'assurer de façon durable l'efficacité du marché des produits vivriers. Toutefois, les résultats de la première phase ont permis l'organisation d'un nouvel atelier en novembre 1995 pour formuler la deuxième phase du projet (juillet 1996 – juin 1999). L'objectif de cette phase 2 du projet dite de "consolidation" est d'améliorer la commercialisation des produits alimentaires de base en République du Bénin ou d'assurer de façon durable l'efficacité du marché des produits vivriers. Le renforcement de la capacité d'intervention de l'ONASA et l'auto-promotion des commerçants et autres utilisateurs des marchés sont les principaux résultats de cette phase. Ces résultats ont conduit à la formulation de la troisième phase (1999-2001) dont l'objectif était "le renforcement ou l'appui aux organisations d'auto-promotion dans le secteur de la commercialisation des produits vivriers".

En somme, de manière itérative, un cadre formel des missions des différents acteurs dans la commercialisation de produits vivriers a pu être élaboré. L'Etat béninois a bénéficié de l'appui de la coopération allemande pour doter chacun des groupes d'acteurs des capacités adéquates afin de garantir l'efficacité sur le marché de produits vivriers. Ce qui a permis à l'ONASA d'avoir un certain nombre d'acquis qui seront abordés dans la sous-section suivante.

Acquis de l'ONASA

Les acquis de l'ONASA plus de dix ans après la libéralisation des activités commerciales, peuvent être appréciés à travers huit aspects. Le premier aspect est relatif à l'ensemble des actions entreprises dans la perspective d'une meilleure connaissance de la situation alimentaire du pays. Ainsi, toute une série d'études monographiques et de filières d'un certain nombre de produits a été réalisée.

Le second aspect a trait aux opérations visant la connaissance, la formation et la promotion des acteurs intervenant sur le marché des produits vivriers. En effet, suite à une série d'études d'identification des principaux acteurs du marché des produits vivriers, l'office a entrepris de leur donner une formation sous forme de séminaires thématiques autour des préoccupations de gestion de stocks, de tenue de comptabilité, d'organisation, d'actualisation de la législation sur le commerce des produits vivriers et de la définition des normes de qualité. Dans ce contexte, un guide d'import / export des produits vivriers a été élaboré en Septembre 1995. Ce guide est une amélioration du manuel d'importation et d'exportation des produits vivriers de base déjà édité en Novembre 1992 par le projet GTZ-ONASA.

Plusieurs rencontres périodiques ont aussi servi de cadre de discussion et de partage pour les représentants des commerçants en ce qui concerne les efforts d'organisation. De même, la capacité d'intervention de l'ONASA s'est renforcée à travers la formation de son personnel. Par ailleurs, des voyages d'information à l'intention des commerçants ont été organisés. Ces voyages s'inscrivent dans le cadre d'un partenariat devant permettre aux commerçants sélectionnés de nouer des contacts avec leurs homologues des pays visités: France, Allemagne, Niger, Burkina-Faso, Zimbabwe, Afrique du Sud. Toutefois, seuls quelques commerçants ont pu bénéficier de ces formations dans la mesure où des restitutions sont rarement effectuées à la base. Au cours de nos enquêtes, certains commerçants ne sont même pas au courant de la tenue de ces formations.

Le troisième aspect concerne, outre l'élaboration d'un Programme National Complet de Sécurité Alimentaire (PNCSA), la formulation d'une ébauche de politique de sécurité alimentaire.

Le quatrième aspect est relatif à la création et la promotion des associations formelles de commerçants. Ainsi, trois organisations régionales de commerçants de produits vivriers ont été créées: le Groupement des Commerçants de Produits Vivriers du Borgou/Alibori (GCPV- Borgou/Alibori) créé en 1997 avec des antennes ou cellules de base déjà installées dans les différentes sous-préfectures, le Groupement des Commerçants de Produits Vivriers de l'Atacora/Donga (GCPV- Atacora/Donga) créé en 1998 avec ses cellules de base déjà installées et le Réseau des Commerçants de Produits Vivriers du Bénin (RECOPROV- Bénin) créé en 1998 et qui regroupe les acteurs résidant dans les départements de l'Atlantique et d'Alibori, du Mono et du Couffo, de l'Ouémé et des Plateaux, du Zou et des Collines avec des groupements de base installés dans quelques sous-préfectures.

Le cinquième aspect concerne la construction de magasins de stockage dans quelques marchés formels de produits vivriers. Les bénéficiaires, c'est à dire les commerçants ont contribué à hauteur de 10 à 20% du coût total de réalisation de ces infrastructures. Avant la cession des magasins, les bénéficiaires ont été formés dans la gestion comptable et financière, puis dans les stratégies d'entretien des magasins. C'est un acquis important à l'actif de l'ONASA.

Le sixième aspect est représenté par le stock tampon (400 à 500 tonnes par an) constitué en lieu et place de l'énigmatique stock de régulation qui n'a jamais bien fonctionné au temps de l'ONC. L'ONASA procède à la vente du maïs au moment où les prix sont exagérément élevés, (selon leur perception) mais avec l'objectif de réduire les prix sur le marché. La différence du prix de cession sur le prix d'achat du maïs de l'ONASA est destinée à compenser les différents coûts engagés dans cette opération. C'est ce que l'ONASA définit par *processus de stabilisation des prix*.

Le septième aspect concerne la participation à but lucratif de l'office aux opérations triangulaires d'aides alimentaires. Par l'intermédiaire de l'ONASA, beaucoup de commerçants ont déjà participé à ces opérations triangulaires d'aides alimentaires pour le PAM, le HCR au Bénin et en direction du Niger et du Cap Vert. Cette expérience constitue d'autant plus un acquis à consolider qu'elle apparaît comme une esquisse de recherche de débouchés extérieurs pour les produits vivriers béninois.

Le huitième aspect qui se veut être l'un des piliers de la nouvelle stratégie d'intervention de l'ONASA est le Système d'Information et d'Alerte Rapide (SIAR). Ce système mis en place par la FAO au Bénin, contrairement aux pays sahéliens, combine deux fonctions essentielles à savoir : le suivi de l'évolution de la campagne agricole et le suivi du fonctionnement des marchés (prix des produits et flux). Ce dispositif d'information utilise trois moyens principaux. Le

premier moyen visé est la diffusion hebdomadaire par la radio nationale des relevés de prix sur quelques marchés périodiques. Cette diffusion se fait dans les principales langues du pays. Mais depuis 2000, certaines radios rurales locales et régionales ont été impliquées dans ce processus d'information. On peut citer la "FM Noon-soria" de Bembéréké, la "Solidarité FM" de Djougou, "Ilema" de Dassa, la "FM Kouffé" de Bassila, la "Sa Tii Dera" de Nikki, la "Cité" de Savalou, la "Deeman" de Parakou, la radio "Carrefour" de Bohicon, la radio "Tokpa" de Cotonou, la radio "Wèkè" de Porto-Novo, les radios de Banikoara, de Tanguiéta, d'Ahémé, de Ouaké, de Ouessè et la radio régionale ORTB de Parakou. Toutefois, la diffusion dans le Sud du pays par les radios privées a seulement commencé en 2001.

Les tableaux d'affichage sur les places de quelques marchés périodiques constituent le deuxième moyen d'information mis en place par l'ONASA. Ces tableaux présentent les prix sur trois marchés importants pour la zone concernée dont Cotonou. Ces prix, exprimés en unité locale et en kilogramme, sont relatifs à quatre principaux produits vivriers de la zone abritant le marché.

Le dernier moyen d'information qui constitue incontestablement le plus important et le plus saisissable acquis du SIAR, est la Lettre d'Information sur la Sécurité Alimentaire du Système d'Alerte Rapide (LISA-SAR). C'est une note d'information mensuelle sur la situation alimentaire du pays. Elle est publiée de façon ininterrompue depuis février 1989. Le dispositif a été soutenu et renforcé dans le cadre du projet.

Ces différentes actions ont certainement eu d'impacts sur le fonctionnement du système de commercialisation des principaux produits vivriers. L'analyse de ces différents acquis nous permettra de voir en quoi ils ont contribué à réduire les différentes imperfections qui handicapaient le fonctionnement du système de commercialisation des produits vivriers. Cette analyse fera l'objet des chapitres ultérieurs. Mais comment les différentes réglementations qui régissaient le fonctionnement des produits vivriers avant le processus de la libéralisation dudit secteur ont-elles évolué ? Sont-elles actuellement adaptées aux conditions de vie des commerçants de produits vivriers locaux ? Ces questions constituent la préoccupation de la section suivante.

Réglementation officielle du commerce

Dans l'économie du marché, l'Etat est garant de la réglementation et joue le rôle d'arbitre. A cet effet, il définit le cadre, les conditions d'exercice et la gestion des contentieux liés aux activités commerciales (les règles du jeu). Dans cette sous section, nous allons discuter du cas précis de la commercialisation des produits agricoles. Il faudrait déjà signaler que les règles ne sont pas spécifiquement définies par rapport à la commercialisation des produits vivriers.

S'agissant du cadre d'exercice lié à la commercialisation des produits agricoles, tout individu désireux d'être commerçant de produits agricoles doit avoir le titre d'acheteur ou de négociant. L'article 9 du décret N°87-351 du 23 octobre 1987 et l'article 2 de l'arrêté N°029/MCT/D-CAB/DCI/SACPA du 31 mars 1994 définissent clairement ces deux concepts.

Est considérée comme acheteur de produits agricoles, toute personne physique ou morale de nationalité béninoise qui, ayant la qualité de commerçant, procède habituellement à la collecte primaire des produits agricoles auprès des producteurs pour son propre compte ou celui d'un négociant.

Est considérée comme négociant de produits agricoles, toute personne physique ou morale ayant la qualité de commerçant et qui, pour les besoins de ses activités, procède habituellement au commerce de gros des produits agricoles dans le but de les rétrocéder ou de les exporter en l'état ou après transformation.

A cet effet, l'exercice des activités commerciales est subordonné aux conditions suivantes : être inscrit au registre du commerce, être titulaire d'une carte professionnelle de commerçant, être inscrit à la chambre de commerce et d'industrie du Bénin.

Selon la loi N°90-005 du 15 mai 1990, en son article 1^{er}, l'exercice des activités commerciales et les prestations de services réputés commerciaux sont libres en République du Bénin. Mais en ce qui concerne les produits agricoles, le décret N°87-351 du 23 octobre 1987 stipule en son article 1^{er} que les opérations de commercialisation de ces produits ne peuvent être effectuées que sur les marchés officiels conformément aux textes définissant les conditions de déroulement des campagnes de commercialisation.

En ce qui concerne les conditions d'exercice du métier d'acheteur ou de négociant, les articles 17 et 18 du décret N°87-351 du 23 octobre 1987 stipulent respectivement que : "Tout négociant ou acheteur de produits agricoles doit disposer d'une bascule en parfait état portant le poinçon de vérification périodique. A toute réquisition des Représentants de l'Autorité, il doit présenter sa carte et justifier de la possession d'un ticket d'inspection ou d'un bulletin d'expertise des produits qu'il détient et que tout négociant ou acheteur de produits agricoles est tenu de délivrer à chaque opération d'achat un reçu extrait d'un carnet à souche numéroté portant son nom, et indiquant la nature, le poids, la qualité du produit acheté, ainsi que la somme payée et la date de l'opération. Ce reçu devra porter la signature de l'acheteur et celle du vendeur".

On constate que cette réglementation qui n'est d'ailleurs pas spécifique à la commercialisation des produits vivriers, n'a pas tenu compte de la segmentation existante dans la chaîne de commercialisation de produits vivriers. En effet, les détaillants, les grossistes, petits, moyens ou grands, les collecteurs et parfois les

producteurs sont les principaux acteurs de ce système. Ces petits commerçants (détaillants, collecteurs locaux, etc.) qui fonctionnent avec de faibles capitaux ou parfois avec le capital des grands grossistes peuvent-ils avoir des cartes professionnelles ? Pourquoi les qualifications requises pour l'exercice de la fonction de commerçant de produits vivriers ne peuvent-elles pas s'adapter à ces différentes catégories de commerçants ? Par ailleurs, les unités de mesure de produits vivriers utilisées sont le "togolo", le "yorogou", le "sogo", le "erêbè", etc. et aucun commerçant de ces produits n'utilise de bascule. On peut facilement comprendre que ces textes sont beaucoup plus orientés vers les produits agricoles de rente.

Par rapport aux activités d'import-export, l'article 30 de la loi N°93-007 du 29 mars 1993 portant amendement de la loi N°90-005 du 15 mai 1990 qui a fixé les conditions d'exercice des activités de commerce en République du Bénin vient préciser que l'importation de marchandises de toutes origines ou provenances avec ou sans transfert de devises est libre en République du Bénin. Mais suivant l'article 31 de ladite loi ces dispositions ne font pas obstacle aux interdictions ou restrictions d'importation, d'exportation ou de transit, justifiées par les raisons de moralité publique, de sauvegarde de l'économie nationale, de la protection de la santé et de la vie des personnes et des animaux ou de préservation des végétaux, de la protection d'éléments du patrimoine national ayant une valeur artistique, historique, ou archéologique et de la protection de la propriété industrielle et commerciale.

Mais selon l'article 35 de la loi N°90-005 du 15 mai 1990 fixant les conditions d'exercice des activités de commerce en République du Bénin, les exportations de marchandises réalisées à partir du territoire douanier national sont effectuées sur simple autorisation de la Direction chargée du Commerce Extérieur. Par ailleurs, l'article 3 de l'arrêté N°311/MCAT/D-CAB/DCI du 3 décembre 1990 fixant la liste des produits soumis à déclaration obligatoire des stocks précise que les industriels et les négociants de produits agricoles sont astreints à la déclaration des stocks des différents produits qui font l'objet de leur industrie ou de leur commerce.

Les infractions ou tentatives d'infraction aux dispositions des différentes lois, décrets ou arrêtés doivent être punies des peines prévues par les textes législatifs et réglementaires en vigueur. Ces textes définissent la nature des litiges et les modalités de leur résolution. En ce qui concerne le commerce intérieur, la promotion et l'arbitrage des activités commerciales sont assurés par la Direction de la Concurrence et du Commerce Interne (DCI). Les Directions Départementales de la Concurrence et du Commerce Interne sont des structures décentralisées qui doivent assurer ces tâches au niveau des départements. Cette direction est chargée entre autres, de permettre aux consommateurs d'avoir des

prix compétitifs sur les marchés et d'avoir accès aux produits en qualité et en quantité répondant aux normes requises. De plus, la DCI est chargée d'éviter aux acteurs commerciaux, des pratiques de concurrence déloyale qui conduisent à des monopoles ou à la sortie de certains acteurs du secteur formel. En conséquence, la DCI fait des contrôles spontanés ou des contrôles suite à des plaintes formulées par certains acteurs. Actuellement, cinq catégories de produits sont soumis à des prix réglementés. Il s'agit des produits pharmaceutiques, des produits pétroliers, l'eau et l'électricité, le pain, certaines fournitures scolaires et de bureau. Selon le Directeur de cette structure, la commercialisation des produits vivriers est totalement libéralisée et les prix ne sont soumis à aucune réglementation. Toutefois, des pratiques qui handicapent la compétition doivent être éradiquées. Les chapitres qui suivent vont mesurer et préciser l'utilité des services de la DCI sur le terrain.

En somme, l'Etat a effectivement réorienté ses interventions en ce qui concerne la commercialisation des produits vivriers. L'ONASA a explicitement abandonné la mission de régulation à grande échelle au profit de celle d'aide à la prise de décision et d'appui au secteur privé. Plusieurs acquis sont à l'actif de cette structure. Des règles ont été aussi revues. Toutefois, la réglementation n'a pas couvert tous les aspects de la commercialisation des produits vivriers et de ce fait, demeure complexe pour une bonne organisation de l'environnement institutionnel, garant de la concurrence et de la compétition. En conséquence, la majorité des commerçants n'évoluent que dans l'informel puisque le formel n'a pas tenu compte de leurs conditions. Mais, qu'est-ce qui a pu réellement changer dans la structure du marché de maïs plus de dix ans après la libéralisation effective des marchés de produits vivriers ? Telle est la préoccupation du chapitre qui va suivre.

Chapitre 3: Changements intervenus dans la structure du marché

La structure du marché concerne les caractéristiques de l'organisation du marché qui semblent influencer, de façon stratégique, sur la nature de la compétition et le processus de formation des prix sur le marché. Il s'agit des caractéristiques du marché qui sont fixes à court terme pour les acteurs pris individuellement (cf.1.3). Dans ce chapitre, il s'agira pour nous de faire ressortir les éléments de la structure du marché de maïs ayant subi des changements plus de dix ans après la libéralisation des marchés de produits vivriers. D'une manière générale, la mise en place d'un dispositif d'information sur les marchés, la construction de magasins de stockage et surtout l'organisation des commerçants en associations régionales sont les véritables changements dus aux réformes en cours dans le secteur des produits vivriers. Mais en réalité, on constatera peu de changements allant dans le sens de l'amélioration de la transparence et du renforcement de la compétition comparativement à la période avant 1990. Ainsi, nous aborderons successivement les différents acteurs du marché de maïs, les circuits de commercialisation du produit, les infrastructures de vente et de stockage, les unités de mesure, la structure des taxes et les associations de commerçants.

3.1. Intermédiaires dans la commercialisation du maïs

Les différents types d'acteurs intervenant dans la commercialisation du maïs demeurent presque les mêmes qu'avant 1990. Les producteurs, les collecteurs, les détaillants, les grossistes, les courtiers restent les principaux acteurs des circuits de commercialisation de maïs au Bénin. Toutefois, leurs rôles ont connu une évolution et la chaîne est devenue plus longue avec l'émergence ces dernières années, des mesureurs professionnels dans certains marchés. Cette activité est apparue pour répondre au souci d'améliorer la transparence dans les opérations de mesure. En effet, du fait de la variabilité des instruments de mesure, ces mesureurs sont beaucoup plus sollicités qu'avant, pour réaliser l'arbitrage entre le vendeur et l'acheteur.² Dans ce processus, il revient à l'acheteur de rémunérer le mesureur. A Pobè et Kétou, cette pratique est imposée par les bureaux des associations des commerçants et est régie par des règles. Par contre, à Bohicon, elle n'est pas prescrite par une quelconque association de commerçants mais, elle se pratique par certains petits grossistes. En fait, comme on le verra plus tard, l'association de Bohicon n'est pas suffisamment forte pour imposer une telle règle aux acteurs.

² La pratique consiste à bien remplir le récipient qui sert de mesure, parfois en s'y aidant du creux de la main ou du bras selon la taille du récipient. Cette activité exige du savoir-faire.

L'entrée dans certains marchés a connu d'évolution. La participation des producteurs est devenue beaucoup plus intense sur certains marchés comme Glazoué et Azovè rendant ainsi la chaîne plus courte. Mais, leur absence est quasi totale à Nikki, Kétou, Pobè (Cf. aussi, Tassou, 1995). La création d'organisations formelles de commerçants de produits vivriers suscitée par l'ONASA aurait renforcé le respect des restrictions imposées par les associations informelles de commerçants qui existaient sur ces marchés. Ces restrictions concernaient en effet, l'entrée des producteurs dans le marché et la possibilité pour les commerçants étrangers d'aller acheter le produit directement auprès des paysans dans les marchés primaires. Dejà à Azovè, il convient de signaler que le marché est actuellement fréquenté par les commerçantes togolaises qui étaient originellement d'anciennes collectrices des commerçantes béninoises. Toutefois, l'arbitrage dans les zones transfrontalières n'est pas un phénomène nouveau et existe partout où les différences de prix attirent l'intérêt des commerçants (voir Fanou et al., 1991). Tous ces changements à l'entrée du marché tendent tantôt, à proscrire ou tantôt, à stimuler la compétition.

La majorité des commerçants demeurent polyvalents c'est-à-dire peu de commerçants sont uniquement spécialisés dans la commercialisation du maïs. Mais, la commercialisation du maïs contribue à plus de 75% dans la formation du revenu des commerçants de produits vivriers. Les femmes qui commercialisent le maïs tout au long de l'année interviennent aussi dans la commercialisation des autres produits vivriers en particulier le niébé et l'arachide. Mais à Kétou, Pobè et Nikki, la plupart des commerçants sont spécialisés dans la commercialisation du maïs. Cela se comprend bien dans la mesure où ces régions sont presque toujours excédentaires en maïs. On constate aussi que les grossistes dotés de grands moyens financiers ont commencé à investir dans le transport et sont de ce fait occasionnellement transporteurs. C'est une forme d'intégration verticale qui réduit leurs coûts de transaction et accroît ainsi leur pouvoir par rapport aux autres grossistes. Cette situation leur donne encore un avantage comparatif dans le cas des contrats de fourniture de maïs de grande envergure.

Le changement majeur au niveau des acteurs est leur considérable et remarquable accroissement numérique justifiant le statut volatile des commerçants de maïs. Des femmes et des hommes, déscolarisés ou diplômés sans emplois ayant déjà des parents exerçant cette activité l'ont adoptée suite au gel de recrutement dans la fonction publique depuis 1989. Les fonctionnaires retraités l'ont également adoptée mais sont beaucoup plus intéressés par la fonction du stockage. Le nombre exact des commerçants est difficile à déterminer parce qu'ils ne sont pas tous enregistrés à la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin (CCIB). En même temps, nous observons qu'une

augmentation de leur nombre est tout à fait normal en tenant compte de l'accroissement considérable de la population durant les dix dernières années. De plus en plus, la fonction de collecte locale est professionnalisée sur les marchés de Pobé, Kétou, Nikki, Glazoué, Dassa-Zoumè et Parakou. En effet, beaucoup de petits commerçants se spécialisent dans la collecte primaire alors qu'avant, ce sont les apprentis et les parents proches du grossiste qui exerçaient le métier de collecte primaire (Tassou, 1995). La spécificité de cette fonction réside dans l'accroissement continu des commerçants, la compétition pour la recherche du produit devenant rude en période de rareté. Le recours aux collecteurs professionnels est donc devenu une stratégie alternative pour les grossistes locaux (Pede, 2001). De plus, cela montre que les paysans ne s'organisent pas pour exécuter cette fonction de collecte.

La catégorie des courtiers a survécu aux changements par rapport à l'accroissement des commerçants de maïs sur les marchés de Bohicon et Dantokpa. Cependant, la perte de confiance qu'ils ont engendrée ces dernières années et la création de nouveaux points de vente informels les ont contraint à varier leurs rôles. Ainsi, certains courtiers se sont émancipés pour devenir de véritables commerçants (cf. Chapitre 4).

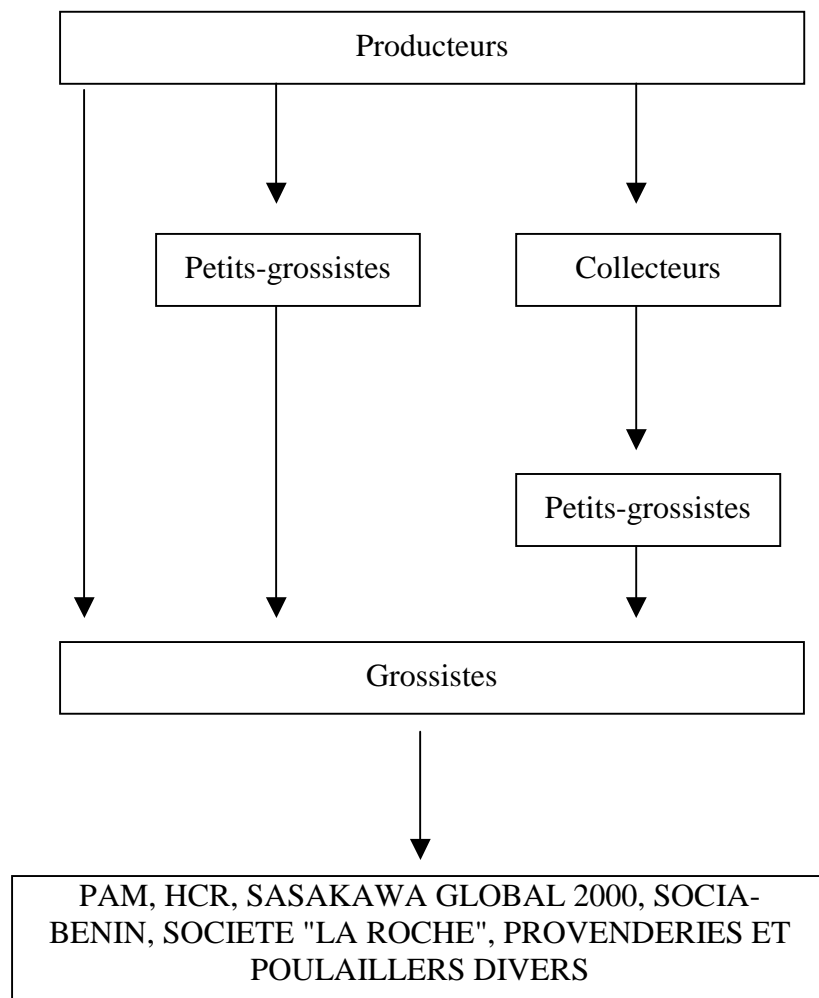
3.2. Le développement de nouveaux marchés.

Selon Lutz (1994), les circuits de commercialisation peuvent être regroupés en 3 grandes catégories. La première catégorie est relative aux circuits courts de commercialisation dans lesquels les acteurs finaux sont les consommateurs des villages de production. A ce niveau, il existe très peu ou pas d'intermédiaires. La deuxième catégorie est formée de circuits moyens de commercialisation où les acteurs finaux sont les consommateurs des chefs lieux des régions de production. A ce niveau, il y a plus d'intermédiaires que dans la catégorie précédente. Dans la dernière catégorie de circuits de commercialisation, les acteurs finaux sont les consommateurs des milieux urbains. C'est la catégorie où les circuits sont plus longs et comportent plus d'intermédiaires. Selon Lutz (1994), l'existence de ces circuits alternatifs, permet aux producteurs et aux consommateurs de choisir la prestation de commercialisation adéquate et nécessaire.

En dehors de ces types traditionnels de circuits de commercialisation, de nouveaux circuits se développent depuis quelques années (Figure 2.1). Il s'agit de la vente du maïs par soumission aux appels d'offre. En fait, le gel de recrutement et la promotion des petites et moyennes entreprises ont permis, la création de plusieurs fermes d'élevage qui utilisent des provendes à base du maïs, et la mise en place des usines de transformation du maïs. Pour le moment,

les entreprises ou organisations qui lancent ces appels d’offre ne sont pas encore très nombreuses. Nous pouvons citer : le Programme Alimentaire Mondial (PAM), le Haut Commissariat pour les Réfugiés (HCR) par le biais de l’ONASA, l’ONG Sassa-Kawa Global 2000, la SOCIA–Bénin (Maïserie de Bohicon), l’entreprise ‘‘JOJO Service’’, la Société ‘‘La Roche’’, le projet Songhaï. En l’an 2000, le PAM et le HCR avaient lancé des appels d’offres dans le cadre d’opérations triangulaires d’aide alimentaire en direction du Cap Vert et du Niger.

Figure 3.1 : Les nouveaux types de circuits de commercialisation de maïs



Source : Pede, 2001 et enquête terrain, 2001 .

La SOCIA–BENIN lance régulièrement chaque année des appels d’offre pour achat de maïs pour des quantités allant de 3000 à 5000 tonnes. Pour soumissionner aux appels d’offre, le commerçant doit être inscrit au registre du commerce et avoir sa carte de commerçant en cours de validité. En plus de ces

conditions, tout adjudicataire doit déposer à la signature du contrat, une caution bancaire de bonne exécution ou un chèque certifié de 2% du marché qui lui sera attribué. On comprend donc aisément que ces conditions constituent d'énormes barrières pour la participation de beaucoup de commerçants qui ne disposent même pas de carte professionnelle d'exercice du métier. La SOCIA-BENIN est en réalité une entreprise privée qui cherche à sauvegarder au maximum ses intérêts et joue sur les conditions du marché pour atteindre ses objectifs. L'entreprise sait que seuls les grands commerçants sont capables de respecter ce cahier de charge. Toutefois, certains petits-grossistes participent indirectement à ces transactions. En fait, ils sous-traitent avec les grands commerçants qui répondent aux conditions exigées et qui disposent de plus de moyens. La sous-traitance est encore basée sur les liens d'amitié entre les commerçants. Beaucoup de commerçants ne sont pas encore bien informés de ces débouchés. Il revient donc aux institutions (surtout s'il s'agit de l'ONASA) qui organisent les opérations d'appel, d'offre de définir non seulement les conditions de participation plus favorables mais aussi d'informer suffisamment afin d'inclure toutes les catégories de commerçants.

3.3. Information et infrastructures de vente et de stockage du maïs.

Dispositif d'information

L'information est l'élément fondamental dans la transparence du marché. Dans la commercialisation du maïs, l'information concerne les prix, l'offre et la demande, toutes variables qui conditionnent la bonne coordination des activités commerciales. L'un des plus importants acquis de l'Office National des Céréales (ONC), conservé et amélioré par l'Office National pour la Sécurité Alimentaire (ONASA), est le Système d'Information et d'Alerte Rapide (SIAR). Ce système a été mis en place par la FAO en février 1989, relayé plus tard par la GTZ. Sa mission est de suivre l'évolution de la campagne agricole et des prix, le niveau de l'offre des principaux produits vivriers sur les marchés périodiques, la stratégie des acteurs et l'évolution de la situation alimentaire de certaines zones dites à risque (ONASA, 1996). Avec un dispositif national de 15 marchés au début du processus, le nombre de marchés actuellement suivi est de 25, un échantillon représentatif des marchés de produits vivriers (cf. Tableau 3.1). L'augmentation de la taille de l'échantillon est en partie expliquée par l'implication de deux nouvelles structures qui s'intéressent plus ou moins aux activités commerciales. Il s'agit du Projet d'Activités Génératrices de Revenus (PAGER) au Sud et du Projet de Micro-crédit et de Commercialisation (PROMIC) au Nord du pays. Leur participation dans cette initiative de l'ONASA est liée à leur préoccupation d'informer suffisamment les producteurs et les consommateurs pour l'amélioration de la transparence dans les marchés.

Tableau 3.1: Marchés de produits vivriers du SIAR

Départements	Marchés régionaux ou locaux	Types de marchés	
		Marchés urbains de consommation	Marchés urbains de transit
Alibori/Borgou	Gamia, Nikki	Néant	Mallanville, Parakou
Atacora/Donga	Kassoua, Tanguiéta	Natitingou	Djougou
Collines/Zou	Covè, Zogbodomey, Glazoué, Ouessè	Bohicon, Houndjro	Néant
Atlantique/Littoral	Sèhouè	Dantokpa	Néant
Couffo/Mono	Azovè, Comè, Dogbo	Néant	Néant
Ouémé/Plateau	Kétou, Pobè, Dangbo, Ifangni, Azowilissè	Ouando	Néant

Source: Elaboré à partir de LISA-SAR No 150, octobre 2001, ONASA

La diffusion hebdomadaire par la radio des relevés de prix, des tableaux d'affichage sur les places de marchés et, la Lettre mensuelle d'Information sur la Sécurité Alimentaire du Système d'Alerte Rapide (LISA-SAR), sont les trois supports utilisés dans le Système d'Information sur les Marchés (SIM). La diffusion était assurée dans les principales langues du pays par la radio nationale. Elle est progressivement décentralisée par l'implication de certaines radios rurales locales mais cela n'a débuté qu'en 2000. Les tableaux d'affichage installés dans les marchés par l'ONASA permettent de reprendre les informations de prix diffusées à la radio. Il s'agit de tableaux qui présentent trois principaux produits avec leurs prix exprimés en unités locales et en kg, pour des derniers jours d'animation au niveau de trois marchés importants pour le marché concerné. La Lettre mensuelle d'Information sur la Sécurité Alimentaire du Système d'Alerte Rapide (LISA-SAR) est un document de 8 pages qui présente au niveau de chaque département, l'évolution de la campagne agricole et l'analyse du niveau de prix du maïs dans le Sud et le Centre du pays, du maïs et du sorgho dans le Nord. Ensuite, les prix mensuels de dix produits vivriers (maïs, mil/sorgho, riz local et importé, la farine de blé, tubercules d'igname, cossettes d'igname, cossette de manioc, gari, haricot, arachide graine et arachide coque) sont présentés en kg au niveau des 25 marchés sélectionnés et, en "Tongolo"³ au niveau des marchés dans lesquels cette unité locale est utilisée. Enfin, une brève analyse est faite sur l'évolution du commerce import-export des produits alimentaires, avec leurs cours internationaux à partir des statistiques du Port Autonome de Cotonou.

En dehors de ce dispositif de l'ONASA, la disponibilité des cabines téléphoniques et la promotion actuelle de la téléphonie mobile, sont des instruments importants qui participent au processus d'information des commerçants. Il convient de rappeler que ces technologies ne jouaient guère un

³ Le "Tongolo" est l'unité locale la plus connue dans tout le Bénin.

rôle dans le système de commercialisation de maïs que Lutz (1994) a étudié de 1987 à 1990. L'important pour nous, est d'apprécier ou de mesurer l'impact de ces dispositifs d'information sur la transparence du marché et l'amélioration de la compétition (cf. Chapitre 4 et 5). Il s'agit du système d'information de l'ONASA (diffusion des prix à la radio, bulletin d'information, tableaux d'affichage) et l'utilisation du téléphone par les acteurs.

Infrastructures de vente et de stockage du maïs

Le projet GTZ/ONASA a entrepris la construction de magasins de stockage dans quelques marchés de produits vivriers. Pour la construction de ces magasins, les bénéficiaires, c'est à dire les commerçants, ont contribué à hauteur de 10 à 20% du coût total de réalisation de ces infrastructures. Leur participation consiste à fournir le terrain (implantation du magasin), du sable, de graviers et de l'eau. Avant la cession de ces magasins aux bénéficiaires, ces derniers ont d'abord été formés dans la gestion comptable et financière, puis dans les stratégies d'entretien des magasins. Des neufs marchés étudiés, cinq ont bénéficié de cette bonne initiative. Il s'agit des marchés de Parakou, de Nikki, d'Azovè, de Kétou et de Pobè.

A Parakou, le magasin a été inauguré en février 1998 et mis en exploitation en mars 1999, soit un an plus tard. Ce magasin est situé à 1,5 km environ du magasin central et paraît a priori éloigné du marché. En conséquence, les commerçants ne reconnaissent pas leurs intérêts dans cette infrastructure qui est de ce fait vraiment sous-exploitée. N'eût été la volonté d'un groupe de responsables commerçants du GCPV-Borgou/Alibori, ce magasin serait un éléphant blanc. Le groupe a cotisé pour stocker du maïs afin de motiver les autres commerçants à exploiter ce bien commun. Pour cela, sa gestion est confiée à un Comité de Gestion du Magasin (COGEMAG), qui coiffé par un Comité de Contrôle du Magasin (COCOMAG). Un sac de 100 kg stocké coûte 100 FCFA (donc 1FCFA/Kg), comme dans les autres magasins de la ville. Les commerçants non-résidants à Parakou mettent à profit ce magasin. Néanmoins, il est largement sous utilisé. Par ailleurs, toute une multitude de magasins privés destinés au stockage et à la vente des produits vivriers existent à Parakou. Il est instructif de mentionner qu'aucun de ces magasins n'est sous le contrôle de la Société de Gestion des Marchés de Parakou (SOGEMA-Parakou). Sur plus de 14 magasins, un seul, avec une capacité de plus de 1000 sacs (sacs de 100 kg), remplit les conditions de magasin destiné au stockage des produits vivriers. Toutefois, tous ces entrepôts sont en matériaux définitifs. L'éloignement de ces magasins les uns des autres constitue une barrière pour les producteurs qui obtiendraient difficilement des informations, car les prix sont individuellement fixés par les magasiniers.

Par contre à Nikki, le magasin commun de stockage et de vente n'est pas encore construit. Les travaux vont bientôt démarrer. Il faudrait aussi remarquer que le marché est en pleine reconstruction, avec des magasins et des hangars déjà construits en matériaux définitifs. Il s'agit d'un financement du budget national dans le cadre du Programme d'Investissement Public (PIP). Cependant, les commerçants avaient l'habitude de stocker du maïs chez eux, les transactions n'ont généralement pas lieu dans le marché physique.

Sur les marchés de Pobè et Kétou, il existe de grands magasins qui servent à la fois pour les transactions et le stockage. L'association de Pobè dispose d'un espace d'environ 800 m², dont une aire couverte de plus de 550 m², à l'intérieur duquel chaque commerçant exerce son activité. Le marché de gros communément appelé « Parc à maïs », est aménagé de sorte que les véhicules puissent circuler à l'intérieur pour charger et décharger les sacs de maïs. A Kétou, l'aire d'entreposage est moins importante. Les véhicules peuvent aussi charger et décharger facilement les sacs de maïs. Il faut ajouter aussi que, ces deux marchés disposent chacun, d'une salle où se tiennent les réunions de l'association des commerçants. C'est dans cette salle que l'association décide, après concertation entre ses membres, du prix du maïs. Longtemps après la libéralisation, les infrastructures n'ont pas varié sur les deux marchés. Ce n'est qu'en 1999 et 2000, que Pobè et Kétou ont bénéficié respectivement d'un bâtiment de stockage construit dans le cadre du projet GTZ/ONASA. Sur les deux marchés, le bâtiment de stockage a été construit suivant le même plan avec les mêmes dimensions. Il a une longueur de 85 m environ, sur une largeur de 25 m et est doté d'installations électriques. On ne retrouve pas des compartiments spécifiques attribués à des vendeurs mais ils disposent tous, des mêmes droits pour stocker leur produit et les commercialiser. A Pobè, les frais d'entreposage dans le nouveau magasin de stockage s'élèvent à 100F (0,83 FCFA/kg) par jour de marché alors qu'ils ne sont que de 50F (0,42 FCFA/kg) dans l'ancien magasin. A Kétou, le nouveau bâtiment vient d'être inauguré mais les frais d'entreposage ne sont pas encore fixés. Au niveau des anciens hangars les frais d'entreposages n'ont pas varié. Ils sont demeurés à 50F par jour de marché.

A Azovè, Les commerçants qui bénéficient de cette infrastructure sont au nombre de 73. Il s'agit d'un bâtiment de 12 compartiments de 4 m sur 3 m de plancher. Chaque compartiment est partagé entre 6 à 7 commerçants. Les commerçants se plaignent de l'étroitesse de ces compartiments et souhaiteraient avoir de compartiments plus grands. A la question de savoir s'ils étaient associés à l'identification du projet, ils répondent unanimement non. Leur contribution a consisté à fournir de l'eau, du sable et du gravier, le tout chiffré à de 800 000 Fcfa alors que le bâtiment a coûté près de 12 millions de Fcfa. Le compartiment est loué à 6 000 Fcfa le mois. Il faut noter que ce bâtiment est électrifié. Par ailleurs, le groupement a installé un robinet d'eau potable. Cette eau est vendue

aux usagers du marché. Toutes ces infrastructures sont gérées par un comité qui a épargné près de 560 000 Fcfa en deux ans. On comprend aisément que les commerçants qui n'ont pas bénéficié d'un compartiment, n'auraient pas un accès facile au marché de vente. Toutefois, deux maisons très proches du marché sont transformées en un lieu d'achat et de vente du maïs. C'est cette situation qui a favorisé la fréquentation des commerçantes togolaises.

Les infrastructures sont relativement importantes dans le marché de Bohicon. Mais la plupart des magasins sont construits en matériaux précaires. Actuellement, avec le nombre de plus en plus croissant des commerçants de produits vivriers, plus de maisons d'habitation, aux abords immédiats du marché, celles-ci sont prises d'assaut pour servir d'entrepôts. Plus de 200 magasins individuels sont dénombrés. En dehors de leur taille relativement modeste, ces entrepôts ne peuvent contenir des produits de grandes quantités pour faire face à une demande urgente et au respect du délai contractuel de livraison. C'est pourquoi certains grands grossistes, conscients de cet enjeu, projettent de construire de grands magasins chez eux en matériaux définitifs. Tous les commerçants contactés ont loué leurs magasins dont les coûts varient entre 7 000 FCFA et 15 000 FCFA avec une capacité de 150 à 500 sacs de 130 kg, sacs de référence de Bohicon. Il y a 2 ans, l'ONASA devrait leur construire un magasin de stockage mais l'incapacité de ces commerçants à identifier un espace convenable a fait échouer le projet. En outre, certains commerçants n'ayant pas pu louer un magasin sont obligés de déposer leurs marchandises auprès des magasiniers qui jouent en même temps le rôle de courtiers. La même situation caractérise le marché de Glazoué. Toutefois, les commerçants de Glazoué ont bénéficié depuis 1998 d'un entrepôt de stockage de 3 unités construit dans le cadre du projet de territoire de la Sous-préfecture. Ces magasins de stockage sont loués à 10 000, 16 000 et 25 000 FCFA en fonction de leurs capacités de stockage. Ces infrastructures sont gérées par la Sous-préfecture de Glazoué.

A Dantokopa, il n'y a pas eu d'évolution en matière d'infrastructure. Dans ce marché, les infrastructures de stockage de maïs sont dans un état vieillissant. Pire, des sacs de maïs sont parfois disposés à même le sol. Cependant, certains courtiers, qui ont plus de moyens, ont aménagé leur magasin. Plusieurs points de vente ont été également créés. Des privés qui possèdent des maisons au bord de ces voies les ont transformées, pour la plupart, en lieu de stockage et de vente du maïs. De plus, il y a eu la création d'un nouveau point de vente de céréales appelé "Pakidji" ou encore "Parc Mawoulé". En conséquence, des efforts de construction d'infrastructures restent à déployer dans ce marché pour son adaptation aux flux importants de maïs qui le caractérisent.

En somme, des efforts ont été faits pour la construction d'infrastructures de stockage et de vente des produits vivriers en général et du maïs en particulier dans certains marchés. Leur importance sera appréciée dans le chapitre 4 de cette étude.

3.4. Changements intervenus dans les unités de mesure et dans la structure des taxes

La multitude des unités de mesure utilisées dans le circuit de commercialisation constitue une contrainte pour la transparence du marché. Lutz (1994) aurait souhaité l'introduction d'un sac standard qui va rendre le marché plus transparent et améliorer ainsi la concurrence. Au cours de ces dernières années, aucun sac n'est encore introduit par les commerçants ou autres institutions comme unités standard de mesure de maïs sur le plan national. Toutefois, des efforts ont été observés dans certains marchés.

A Bohicon, l'unité de vente dans le segment de gros demeure le sac d'environ 130 kg. Mais récemment, certains petits grossistes ont commencé la vente à la bassine dont le triple équivaut théoriquement à un sac. L'introduction de cette unité est due au fait que certains commerçants ne respectent pas le contenu du sac. Certains consommateurs n'ont plus confiance au contenu du sac de 130 kg. Cette innovation née de la suspicion vis à vis de l'unité de mesure qu'est le sac de 130 kg, est accompagnée de la floraison de l'activité des mesureuses professionnelles qui prennent 100 FCFA par mesure (bassine). Dans ce processus, la mesureuse est rémunérée par l'acheteur qui apprécie énormément le professionnalisme de ces acteurs. A ce niveau, deux éléments fondamentaux méritent qu'on s'y attarde. L'introduction d'une nouvelle unité de mesure et l'apparition d'une nouvelle catégorie d'intermédiaires pour rétablir et garantir la confiance entre le vendeur et l'acheteur. Ces acteurs se retrouvent aussi sur les marchés de Pobè et de Kétou. La transparence dans la mesure est ainsi améliorée par la présence de ces acteurs, mais à un coût supplémentaire de 300 FCFA le sac.

L'unité de mesure la plus utilisée avant 1990, qui était le panier à Glazoué et Dassa, est abandonnée au profit de "tchaga"⁴. De plus, la capacité de ce tchaga est plus importante que celle du panier autrefois utilisé. Si l'on sait que les coefficients de variation sont de plus en plus faibles au fur et à mesure que les capacités des unités de mesure augmentent (Lutz, 1994), on peut soupçonner que l'introduction de cette nouvelle unité de mesure a contribué à améliorer la transparence dans le marché. Mais du point de vue des acteurs, c'est le souci

⁴ Le "tchaga" est une bassine telle que 1 tchaga = 12 "sogo" et 1 sac d'environ 100 kg = 4 tchaga.

d'adapter les unités de mesure au volume important de maïs commercialisable qui justifie l'introduction de cette bassine.

Le changement le plus important est observé dans le marché d'Azovè. Avant 1990, "sogo" était la seule unité de mesure. Actuellement, dans le marché de gros, les commerçants n'utilisent qu'un grand sac de 210 kg comme unité de mesure. Les commerçants remplissent directement ces sacs en fonction de l'équivalence en « sogo ».

A Nikki, le "roba" qui était utilisé, a laissé place à "yorugu" au niveau des détaillants et "mangapo"⁵ au niveau des grossistes.

A Azovè, on peut affirmer que l'unité de mesure est standardisée dans la mesure où le sac est directement rempli. Autrement dit, le sac est devenu l'unité d'échange. Par ailleurs, on aurait pensé que l'introduction de nouvelles unités de mesure permettrait d'améliorer la transparence dans les opérations de mesure du maïs dans les marchés comme ceux de Bohicon, Kétou et Pobè. Mais, le problème peut se poser au niveau du contenu réel de ces unités. Par exemple, des bassines de même capacité peuvent être traficotées dans l'objectif de modifier leur capacité. Ce qui justifie la présence des mesureuses sur ces marchés dont le rôle est de garantir la transparence. Sur les marchés où la présence de ces acteurs n'est pas effective, il revient à tous les commerçants d'être vigilants. Les producteurs ou grossistes non résidents sont les plus dupés dans ces cas.

En ce qui concerne la structure des taxes, elle n'a pas été fondamentalement modifiée (cf. Tableau 3.2). Toutefois, on note la suppression de taxes à Bohicon, Glazoué et Dassa et la création de nouvelles taxes sur les marchés de Kétou, Pobè, Nikki et Parakou. En fait, depuis 1990 après la Conférence des Forces Vives de la Nation, les grossistes de produits vivriers de Bohicon ne payent plus de taxe de vente à la circonscription urbaine de Bohicon. Ils déclarent avoir profité de la liberté qui leur a été offerte par la démocratie pour arracher ce droit de la réglementation officielle. Le chef de la circonscription en ce temps était de la mouvance politique. Il avait accepté cet état des choses pour pouvoir garantir son poste politique. Cependant, les taxes sont toujours levés au niveau des détaillants. Un sac de 130 kg vendu est suivi d'un paiement de 100 FCFA comme taxe de vente. Des relations interpersonnelles jouent beaucoup dans cette opération. Des fois, 50 FCFA sont perçus par sac vendu. De même la taxe de contrôle de qualité est toujours levée, soit 100 FCFA par sac comme toujours.

⁵ Le "mangapo" est une bassine telle que 4 mangapo = 1 sac d'environ 100 à 130 kg.

Tableau 3.2: Structure des taxes de commercialisation de 1 kg de maïs

Marchés	Taxe d'achat	Taxe de contrôle qualité	Taxe d'enlèvement	Taxe de vente	Total
Azovè	1	1	0	1	3
Kétou/Pobè	2	1	1	0	4
Bohicon	1	1	0	0	2
Glazoué/Dassa	1	1	0	0	2
Parakou	1	1	1,5	0	3,5
Nikki	1	1	1,5	0	3,5

Source : Enquête terrain 2001

L'augmentation enregistrée au niveau des marchés de Nikki, Parakou, Pobè ou Kétou s'explique par la présence des associations de commerçants les mieux organisées sur ces marchés. En fait, les responsables de ces organisations ont institué d'autres taxes pour assurer leur fonctionnement. En somme, lorsqu'on sait que le taux d'inflation n'est pas nul durant ces dernières années, on peut conclure que le niveau réel des taxes a diminué.

3.5. Association des commerçants de produits vivriers

La création d'associations régionales de commerçants est le plus important changement dans l'environnement institutionnel du fonctionnement des marchés de produits vivriers. En effet, le projet bénino-allemand (assistance-conseil à l'ONASA en matière de stratégies commerciales) a visé dans sa troisième phase, le renforcement des organisations d'auto-promotion dans le secteur de la commercialisation des produits vivriers par la mise en place de trois organisations régionales. La première est le Réseau des Commerçants de Produits Vivriers du Bénin (RECOPROV-Bénin) créé en 1998 et qui regroupe les acteurs résidant dans le Sud et le Centre du pays avec des groupements de base installés dans 15 Sous-préfectures. La deuxième est le Groupement des Commerçants de Produits Vivriers du Borgou/Alibori (GCPV- Borgou/Alibori) créé en 1997 avec des antennes ou cellules de base déjà installées dans les différentes Sous-préfectures. La dernière organisation régionale est le Groupement des Commerçants de Produits Vivriers de l'Atacora/Donga (GCPV- Atacora/Donga) créé un an après celle du Borgou/Alibori. Nous allons discuter dans cette section des deux premières organisations qui couvrent notre zone d'étude. Mais cela n'entrave en rien la validité des conclusions qui seront tirées sur le plan national, dans la mesure où nous savons que les deux dernières organisations (celles du Nord du pays) ont des modes de fonctionnement semblables.

Réseau des Commerçants de Produits Vivriers du Bénin

Le RECOPROV-BENIN est une organisation qui regroupe les commerçants de produits vivriers locaux résidant dans les départements de l'Atlantique et du Littoral (ancien département de l'Atlantique), du Mono et du Couffo (ancien département du Mono), de l'Ouémé et du Plateau (ancien département de l'Ouémé), du Zou et des Collines (ancien département du Zou). Il a été suscité et promu de l'extérieur par la GTZ en collaboration avec l'ONASA. Cependant, une étude réalisée sur un échantillon de commerçants desdits départements, a montré que la mise en place de cette structure a reçu l'avis favorable de 90 % des commerçants enquêtés (RECOPROV, 1998). Cette étude a permis aussi de constater que 40 % des commerçants attendent de cette association un travail allant dans le sens de la facilitation de l'accès aux crédits. Mais, c'est seulement 25 % des commerçants qui pensent que cette association pourrait constituer un cadre de collaboration et de concertation (RECOPROV, 1998). Le Réseau des Commerçants de Produits Vivriers (RECOPROV) a effectivement vu le jour le 18 décembre 1998 suite à une assemblée générale. Il a été enregistré au Ministère de l'intérieur sous le N° 99/175/MISAT/DC/SG/DAI/SAAP-ASSOC le 8 septembre 1999. Le réseau s'est assigné de nombreux objectifs:

- défendre et protéger les intérêts de ses membres et assurer leur auto-promotion ;
- rechercher des débouchés pour ses membres;
- assurer leur formation et mettre à leur disposition un réseau d'informations fiables ;
- amener les commerçants de produits vivriers à quitter progressivement le secteur informel pour le secteur formel ;
- contribuer à la promotion des cultures vivrières et à l'amélioration de la sécurité alimentaire ;
- œuvrer à l'installation d'infrastructures de stockage et de vannage appropriées dans les différentes localités du pays et, améliorer les circuits de commercialisation des produits vivriers locaux.

On constate, à travers ces multiples objectifs, que les commerçants n'ont pas pensé à améliorer la transparence sur le marché, à réduire ou à éliminer des barrières d'entrée sur le marché et à renforcer la compétitivité sur les marchés (Cf. Chapitre 4).

Le réseau est administré par un Bureau Exécutif régional de sept membres. L'instance suprême de décision du réseau est l'Assemblée Générale qui se réunit une fois l'an, en session ordinaire. Toutefois, le Bureau Exécutif restreint composé du Président, du Secrétaire Général et du Trésorier Général gèrent les affaires courantes du réseau. En outre, le réseau est doté d'organes consultatifs et de contrôle qui jouent un rôle important dans le suivi de l'exécution des activités arrêtées au cours des sessions. Il y a aussi la Chambre des Représentants qui est chargée de l'évaluation des actions du Bureau Exécutif.

De même, le Comité de Crédit et d'épargne a pour mission, de rechercher auprès des institutions compétentes, les crédits nécessaires à la réalisation des buts et objectifs du réseau, de mobiliser l'épargne et d'accorder des prêts aux membres suivant des conditions définies par le Bureau Exécutif du réseau. Ces instances n'ont pas du tout fonctionné après leur mise en place par le congrès constitutif depuis 1998. En effet, de mémoire des membres de ces instances, les procès-verbaux qui devraient sanctionner les activités, n'ont jamais existé.

Pour une meilleure maîtrise des activités sur le terrain, le réseau s'est démembré au niveau des sous-préfectures et on compte à ce jour, quinze groupements de base dirigés chacun par un Bureau Exécutif local. Les Bureaux Exécutifs locaux sont seulement suivis par un comité de contrôle mais leur structure est la même que celle du Bureau Exécutif régional.

L'adhésion de tout commerçant au réseau est subordonnée au paiement de droit d'adhésion qui sert à confectionner la carte de membre, au versement de la cotisation annuelle qui s'élève à 5000 FCFA et à un engagement par écrit à respecter les statuts et règlements intérieurs du réseau. En outre, le commerçant doit s'engager à payer régulièrement le droit de chargement sur les produits vivriers locaux commercialisés. Celui-ci s'élève à 500 FCFA pour tout chargement inférieur à 10 tonnes ; à 1000 FCFA par camion de 10 tonnes et de 2000 FCFA par camion de 25 tonnes et plus. Le tableau 3.3 donne l'effectif des commerçants inscrits au RECOPROV sur les marchés étudiés. On constate que le nombre des inscrits à l'exception de Glazoué est beaucoup plus important au niveau des marchés de regroupement (Pobè, Kétou et Azovè). L'analyse suivante, qui porte sur le fonctionnement des organisations locales, fournira des éléments d'explication de l'intérêt que les commerçants de chaque marché accordent à cette association.

Tableau 3.3: Effectif des commerçants inscrits au RECOPROV

Marchés	Cotonou	Pobè	Kétou	Azovè	Bohicon	Glazoué
Nombre de commerçants	10	71	56	73	11	0

Source: Enquête terrain, 2001

A Bohicon, le groupement de base (qui regroupe des commerçants de Bohicon et d'Abomey) n'existe que de nom. Les réunions ne s'organisent pas et, la mobilisation des ressources intérieures demeure faible. Seuls onze commerçants, en majorité responsables du Bureau Exécutif local, ont pu libérer leurs cotisations. De plus, ces adhérents ne se sont pas engagés par écrit comme l'exige le règlement intérieur. Aucun programme d'activités n'est défini. La cohésion du groupe n'existe pas. Bref, le groupement fonctionne mal. La

viabilité organisationnelle, sociale et économique devient douteuse. De plus, beaucoup de commerçantes déclarent même ne pas être informées de l'existence d'un tel groupement. Ce qui n'est pas vrai en réalité, eu égard aux différentes séances de sensibilisation tenues avant l'installation dudit groupement. En réalité, ils ne voient pas en cette structure des intérêts communs à défendre (Olson, 1965). Pour les responsables du Bureau Exécutif, les échecs des tentatives d'organisations dans le passé constituent un handicap majeur à l'association. Pour eux, l'existence de débouchés actuels à travers l'achat par appel d'offre va constituer un atout pour intéresser les commerçants à vivement participer au fonctionnement du groupement.

A Glazoué, la situation est pire. Les commerçants ne reconnaissent même pas l'existence d'un groupement RECOPROV dans leur sous-préfecture alors que le bureau a été officiellement installé par les responsables du Bureau Exécutif national. En fait, les acteurs n'ont aucune confiance en ce réseau dans la mesure où ils déclarent ne pas être associés à sa création. Mais, en réalité, il s'agit d'une crise de leadership. On peut ainsi comprendre pourquoi peu de commerçants sont inscrits sur la liste de RECOPROV à Glazoué.

A Cotonou, le nombre d'inscrits reflète presque la même situation observée à Bohicon. Plusieurs commerçants de cette région ont, en majorité, leurs cartes professionnelles et estiment que l'adhésion à RECOPROV est inutile. En réalité, l'inscription au registre de commerce est une obligation à laquelle doit se soumettre tout commerçant au niveau national. Le bénéficiaire de ce statut est astreint aux obligations dont le paiement annuel de patente et d'autres charges récurrentes au renouvellement de la carte professionnelle. L'adhésion à RECOPROV, par contre, est une initiative locale orientée uniquement vers les produits vivriers. L'opposition entre niveau national et niveau local peut donc expliquer le comportement des commerçants de Cotonou. L'inexistence d'une ancienne organisation informelle dans ce marché a aussi rendu difficiles les initiatives du projet GTZ/ONASA et donc du RECOPROV. L'importance en nombre des commerçants de ce marché constitue, entre autres, un handicap majeur. En fait, Cotonou est une ville cosmopolite où les liens d'associations ou de cohésion ne sont pas évidents. De plus, de manière claire, les commerçants de Cotonou, face à toutes les opportunités qu'ils ont, ne trouvent aucun intérêt à adhérer à ce réseau. Ce qui fait dire aux responsables du RECOPROV que les commerçants de Cotonou brillent par leur passivité et leur immobilisme (RECOPROV, 2000).

A Azovè, la situation est carrément différente. En effet, la construction et la mise en service d'une infrastructure commune de stockage ont initié et permis le renforcement de la cohésion au sein de l'association. Bien évidemment, cette infrastructure ne pouvait accueillir tous les stocks des commerçants. Ainsi, ceux

des commerçants qui ne peuvent stocker dans cette infrastructure, sont démotivés. Ce qui fait que le nombre d'inscrits au réseau se réduit au nombre des bénéficiaires de cette infrastructure. On peut donc conclure que la jouissance d'une infrastructure commune peut être à la fois un facteur d'unité et de division. L'intervention de la GTZ devrait permettre non seulement d'éviter la situation de division mais aussi de veiller à mettre en place un cadre qui puisse favoriser l'entrée de nouveaux acteurs dans le système, en vue de favoriser la concurrence. C'est peut-être ce qui explique pourquoi le groupement d'Azovè n'a pas de pratiques qui puissent empêcher l'entrée libre des commerçants non-résidents dans ce marché. En effet, les producteurs et même des commerçantes togolaises commercialisent leurs produits dans le marché. Ce qui a sans doute, amélioré la concurrence dans ce marché.

A Kétou et Pobè, l'idée d'organisation de la part du projet GTZ/ONASA est favorablement accueillie. En effet, cette initiative a permis de renforcer leur pouvoir de contrôle du marché de maïs. Ainsi, les règles informelles qui existaient avant la libéralisation et qui étaient orientées vers la protection des intérêts des commerçants membres, ont été formalisées. Contrairement aux commerçants de Dantokpa, les grossistes de ces marchés ont tendance à croire que la carte de membre de RECOPROV remplacent valablement la carte professionnelle de commerçants. Ce qui explique le nombre élevé de commerçants adhérents au RECOPROV dans ces marchés. Il importe donc de retracer l'historique des associations qui gouvernent ces deux marchés, pour mieux analyser leurs impacts sur le fonctionnement du marché de maïs.

A Kétou, la structure qui contrôle le marché de maïs est appelée "Abanische Oluwa". C'est une structure informelle qui existait depuis le début des années 1970. Les premiers membres étaient d'anciens commerçants d'huile de palme et de produits de la chasse, tous de l'aire culturelle "Yorouba". En effet, les échanges dans la région étaient organisés autour de quatre produits locaux: huile de palme, produits de chasse (agoutis, crocodiles, antilopes...), igname et maïs.

La naissance de l'association des commerçants du "parc à maïs" de Pobè remonterait aux années 1978. Inspirée de celle qui existe déjà à Kétou, l'organisation des grossistes de Pobè serait issue des discordes régulières entre commerçants résidents et commerçants non-résidents sur les marchés de collecte (les villages de production). L'association fut mise en place avec l'appui des autorités politiques locales qui y trouvaient la voie pour une emprise sur les marchés (par la création des Comités de Défense de la Révolution). En fait, il fallait des structures pour renforcer la lutte déclenchée contre les commerçants "véreux" de l'époque. L'association est dénommée "Afèrèbe Itchola" qui signifie littéralement "C'est dans l'unité de mesure que nous trouvons notre bonheur".

L'adhésion à l'une de ces associations est subordonnée au statut d'apprenti-commerçant auprès d'un ancien commerçant. En fait, c'est ce dernier qui introduit et apprécie la capacité de l'apprenti-commerçant à exercer de façon indépendante le métier de commerçant : c'est la libération qui s'accompagne d'une remise de diplôme. Il n'est donc pas facile aux commerçants-étrangers d'intégrer ce réseau.

Les deux associations fonctionnent sur les mêmes plans d'organisation. Leurs objectifs depuis leur création sont similaires:

- regrouper dans un seul et même creuset tous les jeunes commerçants de produits agricoles;
- développer en eux, l'esprit de fraternité, d'entraide et de solidarité ;
- contribuer à l'organisation du commerce;
- rester attentif aux débouchés extérieurs potentiels et s'organiser pour participer aux différentes consultations ;
- établir et entretenir avec toute autre organisation nationale et régionale poursuivant les mêmes objectifs, des relations d'amitié et de coopération ;
- contribuer à la promotion du stockage ;
- défendre de façon conséquente les intérêts matériels, professionnels et moraux de ses membres ;
- soutenir par tous les moyens les autorités politico-administratives dans l'œuvre de reconstruction nationale ;
- veiller à l'information et la formation de ses membres, en vue d'une contribution de qualité à la résolution des problèmes socio-économiques et culturels qui se posent à la corporation et à leurs milieux.

Ces objectifs n'ont pas été modifiés avec la création du réseau, ce qui justifie que ces associations ont seulement rendu formels leurs champs d'action avec le projet GTZ/ONASA. Ce qui est important sur ces marchés n'est même pas relatif aux objectifs, mais aux règles réellement pratiquées dans les échanges. En effet, les marchés villageois qui approvisionnent en maïs les marchés de Pobè et de Kétou sont rigoureusement protégés par les bureaux de leurs associations. Les membres des bureaux assurent cette protection en collaboration avec les autorités sous-préfectorales puisque qu'on a pris en compte les intérêts de ces autorités. Aucun commerçant externe à l'association ne peut se permettre d'aller s'approvisionner directement auprès des paysans. Le commerçant qui n'est pas membre ne peut acheter du maïs que sur la place du marché régional. De plus, aucun commerçant non-adhérent ne peut vendre du maïs directement sur le parc à maïs. On comprend donc que les producteurs ne peuvent donc venir dans le marché que pour vendre du maïs aux commerçants adhérents. Lorsqu'un commerçant externe est surpris en train de s'approvisionner directement chez un paysan, il encourt de graves sanctions. Ainsi, il est d'abord dépossédé de tous

ses produits et il est ensuite soumis au paiement d'une amende pouvant aller de 10 000 à 50 000 FCFA.

Ces actions de régulation de l'entrée sur le marché leur donnent la latitude d'agir sur la fixation des prix. Ils procèdent de la manière suivante: sur la base des informations qu'ils détiennent sur l'offre et les projections qu'ils font de la demande, ils fixent les prix. Ce prix est transmis de bouche à oreilles aux grossistes résidents, tôt le jour du marché, au moment des salutations d'usage. A l'arrivée des grossistes non-résidents, le prix leur est communiqué. C'est à partir de cet instant que les négociations commencent. Ceux qui pensent pouvoir acheter à ce prix, et pouvoir revendre en réalisant un bénéfice, commencent leurs achats. Dans le cas contraire, ces grossistes se concertent et proposent un prix, qu'ils communiquent à l'organe dirigeant qui l'examinera à une réunion "express". Tout ce scénario fait que parfois les opérations débutent tardivement ou alors, elles sont suspendues quand il n'y a pas un compromis sur le prix. Au cours de nos enquêtes, des situations de ce genre se sont régulièrement produites. Les grossistes venus de Cotonou et de Porto–Novo sont retournés du marché plusieurs fois, sans pouvoir acheter, puisque le prix que proposait l'organe dirigeant ne les arrangeait pas. Mais, il s'agit d'une situation conjoncturelle. En effet, pendant toute une bonne période, le marché de maïs de Pobè et de Kétou trouvait plus lucratif de vendre son produit aux commerçants venus du Nigeria.

En somme, eu égard à tout ce qui précède, on peut conclure que l'environnement institutionnel a été modifié ces dernières années dans le Sud-Bénin avec la création du RECOPROV-Bénin. Si, dans certains marchés comme Bohicon-Abomey, Glazoué, Cotonou, la mission de ce réseau trébuche, il a reçu par contre un écho favorable à Azovè, Kétou et Pobè. Particulièrement, à Kétou et Pobè, on peut retenir que, les activités quotidiennes menées par les associations qui coordonnent les échanges commerciaux dans ces milieux ont renforcé leur position: gestion des infrastructures de stockage, représentation des commerçants locaux vis à vis du pouvoir administratif local, participation aux actions de développement communautaire, fixation du prix d'achat aux producteurs et du prix de vente du maïs sur le marché et, protection du marché contre l'extérieur.

Groupement des Commerçants de Produits Vivriers du Borgou/Alibori

Tout comme le RECOPROV-Bénin, le GCPV-Borgou/Alibori a été suscité par le projet GTZ/ONASA ; il lui serait même antérieur. Théoriquement, le GCPV-Borgou/Alibori a été créé le 27 octobre 1995 mais il n'est devenu fonctionnel qu'à partir de 1997.

Déjà en 1993, l'exécution des activités de la première phase du projet GTZ/ONASA avait nécessité l'identification d'un certain nombre de commerçants de contact dans les départements du Borgou et de l'Alibori. Des formations ont été organisées à leur intention, dans l'objectif de les transformer en de véritables opérateurs économiques, du fait de l'existence de nouveaux débouchés tels que les Programmes Alimentaires Mondiaux. Mais pour mieux faciliter les activités de formation, un bureau provisoire a été créé. Les membres de ce bureau sont invités par les responsables du projet à expliquer aux autres commerçants, la nécessité de la création d'une organisation pour mieux défendre leurs intérêts communs. Ce travail de sensibilisation a abouti en octobre 1995, à la création de l'Association des Commerçants de Produits Vivriers du Borgou (ACPV-Borgou). Les responsables, élus au cours de l'Assemblée Générale, ont invité les représentants des sous-préfectures à créer leurs cellules de base. Seules 7 Sous-préfectures ont répondu à cet appel de 1995 à 1997. Pendant cette période, les activités du groupement étaient réduites aux activités de formation de certains commerçants. Ceux-ci, comme on pouvait s'y attendre, ne restituaient pas les savoir et savoir-faire reçus aux non bénéficiaires, contrairement à ce qui était prévu. Cette situation a résulté en une discrimination au sein du groupement: d'un côté le groupe de commerçants qui a bénéficié de formation et de l'autre, le groupe des laissez pour compte.

Face à cette léthargie dans laquelle s'enfonçait le groupement, des idées de l'ONASA telles que la construction de magasins de stockage, la formation de tous les commerçants et la recherche de financement ont permis aux responsables de dynamiser le groupement. Ces intérêts communs ont sans doute motivé la plupart des commerçants. Des cartes d'adhésion ont été confectionnées et distribuées à certains commerçants de la cellule de Parakou pour montrer le sérieux que les responsables accordent maintenant à cette association. Alors, il a été décidé de reprendre l'élection des responsables des cellules de base dans toutes les sous-préfectures du Borgou et de l'Alibori. Ainsi, du 17 au 24 novembre 1997, toutes les 14 cellules de base ont été installées par les responsables du bureau départemental. C'est à partir de ce moment, que le groupement est devenu opérationnel avec des statuts et règlements amendés et distribués au niveau de toutes les cellules. Le groupement a été officiellement enregistré sous le n° 98/225 MISAT/DC/SG/DAI/SAAP-ASSOC du 14 août 1998. Sa raison d'être est de réorganiser les circuits de distribution des produits vivriers, de manière à éviter les famines et les disettes, et d'unir leurs efforts pour lutter contre certaines pratiques illégales des commerçants occasionnels ou clandestins tendant à provoquer une inflation généralisée des prix des produits agricoles. Les objectifs visés sont entre autres: organiser les circuits d'approvisionnement et de distribution des produits vivriers; assurer l'éducation et la formation des

membres à tous les niveaux ; assurer un appui technique et de contrôle aux cellules ; transformer les produits agricoles.

Les structures du RECOPROV-Bénin et du GCPV-Borgou/Alibori sont semblables. Toutefois les organes de gestion et la composition des membres du bureau exécutif diffèrent. Le groupement est administré par un Bureau Exécutif de 15 membres mais la gestion des affaires courantes est confiée à un comité de gestion de cinq membres du Bureau Exécutif. Deux responsables à l'organisation et au suivi de la commercialisation ont pour rôles l'organisation de la collecte des produits, le suivi de l'évolution des prix, du programme de rotation (cf. le système de laissez-passer ci-après), de l'évaluation et du stockage des produits par les groupements. Par ailleurs, un Comité de Contrôle de 3 membres est chargé de veiller au bon fonctionnement du groupement. L'Assemblée Générale demeure l'instance suprême de décision du réseau. Elle se tient en séances ordinaires 2 fois par an, hormis les assemblées générales extraordinaires. Les cellules de base ont les mêmes attributions que celles du RECOPROV-Bénin.

Tout membre du groupement doit exercer ses activités selon le programme du groupement, sur le territoire des départements du Borgou et de l'Alibori, payer son épargne mutuelle de 1200 FCFA, payer ses droits d'adhésion de 1300 FCFA et accepter de payer régulièrement les frais de laissez-passer d'un montant de 1500 FCFA par camion de 10 tonnes et de 3000 FCFA par camion de 25 tonnes. Le laissez-passer est en effet un reçu délivré pour des transactions hors de la Sous-préfecture. Un barème a été élaboré pour fixer la répartition des recettes de ces laissez-passer entre les institutions impliquées dans la commercialisation des produits vivriers (cf. tableau 3.4). En fait l'idée de l'établissement de laissez-passer remonte à l'année 1997 au cours de laquelle il a été constaté une offre abondante du maïs sur le marché de Malanville, ce qui défavorisait les commerçants béninois par rapport aux prix proposés par les Nigériens qui sont mieux organisés, se concertant pour fixer les prix d'achat du maïs au Bénin. Dans ces conditions, le Bureau Exécutif a décidé d'instituer un système de tour pour mieux régulariser l'offre sur ce marché. En conséquence, deux groupes de commerçants fréquentant ce marché ont été formés. L'un des groupes est constitué des commerçants provenant des 4 sous-préfectures les plus productrices de maïs (Nikki, Kalalé, Pèrèrè et Segbana) du département et l'autre groupe est l'ensemble des commerçants des autres sous-préfectures auxquelles s'ajoutent éventuellement les commerçants venant d'autres départements. Dans ce système, un certain nombre de camions est autorisé pour chaque sous-préfecture. Le système consiste à fournir de laissez-passer aux commerçants qui doivent fréquenter le marché de Malanville, non plus hebdomadairement mais par quinzaine, les commerçants devant respecter leur tour de marché. Des sanctions sont prévues pour ceux qui vont enfreindre ces

règles. En effet, le non-respect des tours de marché selon l'article 13 du règlement intérieur du groupement entraîne une amende de 50 000 FCFA et la mise en fourrière du véhicule dans une brigade, en attendant le tour de sa sous-section. Par ailleurs, la non-acquisition du laissez-passer par le transporteur entraîne une amende suivant le tonnage chargé à raison de 6000 FCFA pour un camion de 10 tonnes et 9000 FCFA pour le camion de 25 tonnes.

Tableau 3.4: Répartition des recettes de laissez-passer entre les différentes institutions impliquées

Institutions	Pourcentages (%)
Bureau de la cellule	30
Sous-préfecture	20
Agent collecteur	10
Secteur CARDER	5
DDCAT ⁶	5
Force de l'ordre	5
Bureau Exécutif départemental	25

Source : GCPV-Borgou/Alibori, 2001

Cette opération a permis de réguler les prix, et de les maintenir à un niveau satisfaisant, à la joie des commerçants. Mais étant donné que cette action constitue un blocage pour certains grands commerçants qui ne sont pas acquis à cette cause, des chantages tels que le caractère informel du groupement ont été utilisés pour briser cette opération, qui n'avait pas reçu un appui ferme de la part des autorités. Ainsi l'initiative a-t-elle échoué. Ce qui a amené les responsables à élaborer un règlement adapté aux situations qu'ils vivent actuellement. Dès lors, ils ont procédé à l'enregistrement du groupement au Ministère de l'Intérieur, de la Sécurité et de l'Administration Territoriale (MISAT) pour pouvoir avoir tous les droits d'agir. Le 9 octobre 1999, un atelier de réflexion a été organisé sur la commercialisation des produits vivriers dans les marchés du Septentrion. C'est au cours de cet atelier, que le système de tour a été reconnu une fois encore, comme l'opération la plus objective et la plus efficace, compte tenu de la configuration du marché. L'échec de l'expérience passée a été imputé à l'indiscipline de certains acteurs. La diversification des sites de vente par exemple, la création d'un marché à Porga (Atacora) a aussi retenu l'attention des participants à cet atelier pour réduire la concentration des produits à Malanville.

A Nikki, l'existence d'une association informelle, le Comité des Commerçants et Transporteurs de Nikki, mise en place vers la fin des années 80 a ravivé la cellule de base de Nikki qui a su profiter d'un certain nombre d'acquis. En effet, un intérêt collectif existe déjà et est défendu par la majorité des acteurs. Il s'agit d'empêcher par tous les moyens, les commerçants non-résidents d'aller collecter

⁶DDCAT = Direction Départementale du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme

le maïs dans les fermes. Cette barrière est plus renforcée ces dernières années avec le cadre formel du groupement. Actuellement, les limites des prix d'achat aux producteurs sont fixés par les responsables. Ces derniers tiennent compte du prix de vente du produit à Malanville, le coût du transport des fermes au marché urbain (600 à 1000 FCFA du lieu le plus éloigné) et de la marge bénéficiaire fixée à 500 FCFA par sac. Un système de répression est mis en place pour décourager les contrevenants. En effet, un collecteur soupçonné d'avoir acquis le produit à un prix supérieur au prix fixé est invité à s'expliquer. Dans l'affirmatif, sa marchandise est saisie et on lui rembourse le prix de revient connu de tout le monde. Le problème majeur auquel les commerçants sont confrontés est la concurrence occasionnée par les commerçants nigériens dans des villages frontaliers de Nikki. En effet, ces derniers proposent des prix intéressants aux producteurs. Ce que les commerçants béninois n'apprécient pas du tout. Sakabassi, Fonbani, Alafiaru, Oroumon, Tchikandi, Tontaro, Angankinou, Chein-Tassou, Tannakpé, Gbabéré, Kpèbourobou sont les quelques villages concernés par ce phénomène. La conséquence qui résulte de cette situation est que le maïs coûte plus cher comparé aux autres années pendant les mêmes périodes. Devant ce phénomène qui inquiète les commerçants locaux, une table ronde a été organisée à l'issue de laquelle il a été décidé que les Nigériens doivent venir acquérir les produits vivriers dans le marché régional de Nikki mais ils peuvent vendre leurs produits manufacturés un peu partout. Pour mieux atteindre cet objectif, il a été recommandé que tous les collecteurs de Nikki aient leurs cartes d'adhésion. Ainsi, de 120 cartes en 1997 on est passé à 176 cartes distribuées en 2001.

En somme, comme dans le Sud-Bénin, l'environnement institutionnel a connu des modifications dans le Septentrion. Des règles ont été élaborées pour la coordination des interactions sociales et économiques en ce qui concerne la commercialisation des produits vivriers. Mais lorsqu'on considère les deux organisations régionales, on constate qu'elles ont permis aux associations informelles qui existaient sur les marchés de Kétou, Pobè et Nikki de rendre formelles leurs régulations des marchés. Mais, si les activités au niveau du RECOPROV-Bénin sont quelque peu ralenties, le GCPV-Borgou/Alibori paraît plus dynamique ; des programmes d'activités sont annuellement exécutés. La seule question qui reste est de chercher à savoir l'amélioration qu'ont apporté ces nouvelles institutions sur le fonctionnement des circuits de commercialisation des produits vivriers. Le chapitre suivant va aborder les modifications dans la conduite des acteurs.

Chapitre 4 : Changements intervenus dans la conduite des acteurs

La conduite est relative aux stratégies utilisées par les acteurs pour s'ajuster ou pour pouvoir s'adapter aux conditions des marchés dans lesquels ils vendent ou achètent. Ces stratégies dépendent évidemment, de la structure ou du pouvoir individuel des commerçants dans le marché. En d'autres termes, la conduite montre comment les agents jouent le jeu (play of the game ; cf. 1.2). L'objectif de ce chapitre est non seulement d'analyser le comportement actuel des commerçants dans le but d'identifier d'éventuels changements notables dus au processus de libéralisation du marché des produits vivriers en cours dans le pays, mais aussi de mesurer la perception des commerçants eux-mêmes à travers l'évolution des problèmes qu'ils rencontrent et par rapport aux changements qu'ils ont constatés ces dix dernières années dans le déroulement de leurs activités commerciales. D'une manière générale, le renforcement du pouvoir de régulation à l'entrée du marché et de fixation des prix par les organisations locales de commerçants et la participation des commerçants dans les Programmes Alimentaires Mondiaux constituent les stratégies les plus perceptibles au cours de ces dix dernières années. Nous discuterons successivement des stratégies des acteurs relatives à l'achat et à la vente du maïs, au transport, à l'information, au financement des activités commerciales et enfin, des problèmes et changements observés par les commerçants eux-mêmes plus de dix ans après la libéralisation du marché des produits vivriers.

4.1. Stratégies d'achat et de vente du maïs

Lieux d'achat et importance des intermédiaires

La lecture du Tableau 4.1 montre que 50% des commerçants-grossistes ne sortent pas du tout de l'environnement⁷ de leurs lieux de résidence pour acquérir du maïs et que seuls 21% de ces opérateurs économiques s'approvisionnent exclusivement en maïs hors de leur département de résidence. Gabre-Madhin et al. (2001:41) avaient aussi constaté que 59% des commerçants qu'ils ont interrogés achètent et revendent dans leurs lieux de résidence. Mais, aucun commerçant de Bohicon ou de Cotonou ne se ravitaille exclusivement dans son département. Par contre, dans les marchés comme Nikki, Kétou, Parakou, Pobè, Glazoué, Dassa, les commerçants vont rarement au-delà de leurs départements de résidence pour acquérir du maïs. Ils sont donc spécialisés dans la fonction de collecte locale de maïs. Cela veut dire qu'en période déficitaire, ces régions sont surtout approvisionnées par les commerçants non-résidents. Les commerçants de

⁷ Nous entendons par environnement du commerçant, le département dans lequel il vit.

Tableau 4.1 : Répartition des commerçants-grossistes selon l'estimation de la proportion de la quantité de maïs achetée dans leurs départements de résidence

Marchés	Estimation quantités achetées				
	X = 0%	0% < X ≤ 33%	33% < X ≤ 66%	66% < X ≤ 99%	X = 100%
Marchés urbains de Consommation					
Bohicon	0%	33	33%	34%	0%
Cotonou	90%	5%	5%	0%	0%
Marché urbain de transit					
Parakou	0%	0%	0%	0%	100%
Marchés régionaux					
Azovè	20%	40%	27%	7%	6%
Dassa/Glazoué	0%	0%	0%	27%	73%
Kétou/Pobè	0%	0%	0%	31%	69%
Nikki	0%	0%	0%	0%	100%
Total	21%	9%	8%	12%	50%
	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001

Pobè/Kétou vont toutefois au Nigéria acheter du maïs. Par ailleurs, une faible proportion des commerçants de Azovè (6% seulement) s'approvisionnent entièrement dans leur département. La majorité parmi eux, fréquentent régulièrement le Togo et 20% vont exclusivement dans ce pays pour s'approvisionner en maïs.

Tableau 4.2: Répartition des commerçants-grossistes selon l'estimation de la proportion de la quantité de maïs achetée directement chez les producteurs

Marchés	Estimation quantités achetées				
	X = 0%	0% < X ≤ 33%	33% < X ≤ 66%	66% < X ≤ 99%	X = 100%
Marchés urbains de consommation					
Bohicon	11%	67%	11%	11%	0%
Cotonou	38%	57%	5%	0%	0%
Marché urbain de transit					
Parakou	20%	33%	13%	27%	7%
Marchés régionaux					
Azovè	13%	27%	53%	7%	0%
Dassa/Glazoué	7%	33%	13%	20%	27%
Kétou/Pobè	19%	25%	6%	31%	19%
Nikki	20%	7%	13%	20%	40%
Total	20%	35%	16%	16%	13%
	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001

Cela explique pourquoi aucun commerçant de cette région ne s'approvisionne exclusivement auprès des producteurs comme c'est le cas dans les autres marchés régionaux (cf. Tableau 4.2). La majorité des commerçants de ce marché (93%) utilisent des collecteurs-prépayés une fois arrivée au Togo (cf. Tableau 4.3). D'autre part, peu de commerçants achètent toujours du maïs auprès des producteurs (13% des commerçants enquêtés) et 20% ne fréquentent pas ces acteurs (cf. Tableau 4.2). De plus, on constate, comme on pouvait s'y attendre, que les commerçants de Cotonou, de Bohicon et même de Parakou, achètent rarement du maïs directement chez les producteurs. En effet, il est quasi impossible aux commerçants non-résidants dans les marchés de Kétou, Pobè, Nikki et leurs environs d'aller dans les marchés primaires pour acquérir du maïs. D'où l'importance des collecteurs pré-financés. La lecture du tableau 4.3 montre que 77% des commerçants interrogés utilisent les collecteurs pré-financés pour acquérir du maïs. Toutefois, 6% seulement des commerçants utilisent exclusivement le service des collecteurs pour acheter du maïs. Par ailleurs, on constate, contrairement à ce qu'on pouvait s'y attendre, qu'il existe des commerçants à Bohicon et Cotonou qui n'utilisent pas du tout le service des collecteurs pré-financés. Mais, cela ne signifie pas qu'ils achètent directement chez les producteurs. Il s'agit tout simplement de très grands grossistes qui préfèrent acheter directement chez des collecteurs grossistes. 11% des commerçants de Bohicon et 14% des commerçants de Cotonou utilisent uniquement ce circuit de commercialisation (cf. Tableau 4.4).

Tableau 4.3: Répartition des commerçants-grossistes selon l'estimation de la proportion de la quantité de maïs achetée par l'intermédiaire des collecteurs pré-financés

Marchés	Estimation quantités achetées				
	X = 0%	0% < X ≤ 33%	33% < X ≤ 66%	66% < X ≤ 99%	X = 100%
Marchés urbains de consommation					
Bohicon	11%	22%	22%	44%	0%
Cotonou	24%	10%	19%	48%	0%
Marché urbain de transit					
Parakou	20%	67%	13%	0%	0%
Marchés régionaux					
Azovè	7%	13%	53%	20%	7%
Dassa/Glazoué	27%	20%	13%	33%	7%
Kétou/Pobè	25%	31%	13%	19%	13%
Nikki	40%	20%	13%	13%	13%
Total	23%	25%	21%	25%	6%
	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

Tableau 4.4: Répartition des commerçants-grossistes selon l'estimation de la proportion de la quantité de maïs achetée au niveau des collecteurs-grossistes

Marchés	Estimation quantités achetées				
	X = 0%	0% < X ≤ 33%	33% < X ≤ 66%	66% < X ≤ 99%	X = 100%
Marchés urbains de consommation					
Bohicon	56%	33%	0%	0%	11%
Cotonou	14%	52%	5%	14%	14%
Marché urbain de transit					
Parakou	53%	0%	33%	13%	0%
Marchés régionaux					
Azovè	87%	0%	7%	0%	7%
Dassa/Glazoué	100%	0%	0%	0%	0%
Kétou/Pobè	94%	6%	0%	0%	0%
Nikki	93%	7%	0%	0%	0%
Total	69%	15%	7%	5%	5%
	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

De plus, la participation des organisations de producteurs dans la chaîne de commercialisation demeure faible. Ces différentes stratégies ne sont pas nouvelles, mais elles ont certainement connu une évolution ; l'absence d'études quantitatives antérieures sur ces aspects ne nous a pas permis d'apprécier cette évolution. Mais, nos résultats apportent des précisions par rapport à ceux trouvés par Gabre-Madhin et *al.*, (2001). En effet, selon ces auteurs, 31% des commerçants au Bénin utilisent des intermédiaires dans l'achat des produits vivriers et c'est d'ailleurs la seule information chiffrée qu'ils ont fournie par rapport aux intermédiaires qui interviennent dans l'achat de produits vivriers. Les fonctions de collecte, telles que décrites ci-haut, montrent l'importance de l'utilisation des intermédiaires dans la chaîne de commercialisation du maïs au Bénin. Leur rôle s'explique par l'étroitesse du marché et l'asymétrie d'information dans le marché. Dans ces conditions, l'existence des réseaux de clients et de fournisseurs contribuent à diminuer les coûts de transaction.

Tableau 4.5: Répartition des commerçants-grossistes selon l'estimation de la proportion de la quantité de maïs achetée ou vendue au niveau des réseaux fixes ou variables de clients et fournisseurs.

Proportions estimées	Groupe fixe ⁸		Groupe variable	
	Achat	Vente	achat	vente
X = 0%	14%	7%	13%	6%
0% < X ≤ 33%	16%	28%	45%	45%
33% < X ≤ 66%	12%	14%	12%	14%
66% < X ≤ 99%	45%	45%	16%	28%
X = 100%	13%	6%	14%	7%
	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

Le Tableau 4.5 montre l'importance des réseaux de clients au niveau des grossistes. 14% de commerçants-grossistes contre 18% vers les années 90 (Lutz, 1994) n'ont pas de réseaux fixes de fournisseurs. De même, 58% contre 46% de la période précédente (Lutz, 1994) de ces commerçants estiment acheter plus de 66% de leurs stocks dans des réseaux de fournisseurs déjà établis. Par ailleurs, 7% seulement contre 32% vers les années 90 (Lutz, 1994) estiment ne pas avoir de réseaux de clients déterminés pour vendre du maïs. Bien plus, plus de la moitié des commerçants (51%) contre 30% seulement vers la fin des années 1980s (Lutz, 1994) possèdent de réseaux de clients pour faire écouler le produit. Tous ces résultats montrent qu'il y a une intensification dans les relations des commerçants avec leurs clients et fournisseurs, ce qui témoigne de la nécessité pour les commerçants d'établir des relations pour acquérir ou vendre du maïs. En effet, selon Fafchamps et Minten (1999), les relations interpersonnelles constituent le facteur le plus important dans le succès des commerçants. Pour ces auteurs, les commerçants les plus efficaces sont ceux ayant qualitativement et quantitativement de bonnes relations avec les fournisseurs et les clients. Mais ces auteurs n'ont pas pu établir une relation de causalité entre l'importance du commerçant et celle du capital détenu, qui l'oblige à beaucoup investir et donc, à intervenir dans plusieurs segments du marché. Ce qui permet évidemment d'accroître leur nombre de contacts et donc d'améliorer leurs relations interpersonnelles. De plus, ces relations sont beaucoup plus verticales qu'horizontales. Toutefois, nous constatons avec eux, que les relations interpersonnelles peuvent servir à améliorer la circulation de l'information concernant les prix et les conditions du marché, à prévenir et résoudre les conflits contractuels, à réduire les risques commerciaux et à améliorer le flux des produits vivriers.

⁸ Le groupe fixe de clients ou de fournisseurs d'un commerçant est l'ensemble de ses clients et fournisseurs fidèles auprès de qui, il achète ou vend toujours du maïs. Cela est dû aux relations de confiance établies entre eux.

Lieux de vente et importance des intermédiaires

Le Tableau 4.6 montre que 83% des commerçants-grossistes cèdent plus de 66% de leurs marchandises dans leur lieu de résidence. Par ailleurs, 71% des commerçants préfèrent ne pas du tout quitter leur lieu de résidence pour la distribution du maïs. Dans les zones de production, la plupart des commerçants se spécialisent dans l'activité de collecte locale. Les grossistes urbains arrivent chez eux pour acheter du maïs. Seulement une minorité des grossistes sortent de leur zone de résidence pour la distribution du maïs. Ainsi, les commerçants du Nord, de Glazoué et de Bohicon fréquentent régulièrement le marché de Malanville. Les grossistes de Nikki, une grande région excédentaire en maïs, fréquentent préférentiellement le marché de Malanville, non pas parce que les prix proposés sont plus intéressants que ceux de Cotonou ou Bohicon, mais parce que leurs liens commerciaux sont beaucoup plus intenses avec les clients de ce marché. On constate aussi, que seuls 11% des commerçants de Bohicon vendent la totalité de leurs stocks dans leur département de résidence. Les grands grossistes de ce marché vont un peu partout au Bénin pour distribuer leur marchandise. Cela confirme le titre du "marché carrefour" que l'on attribue à Bohicon. Les commerçants de ce milieu sont très actifs dans l'arbitrage spatial du maïs. L'analyse de la cointégration nous permettra de savoir si Bohicon constitue vraiment un marché leader. Contrairement à Bohicon, les commerçants de Cotonou vendent exclusivement à Cotonou qui demeure le plus grand marché de consommation.

Tableau 4.6: Répartition des commerçants-grossistes selon l'estimation de la proportion de la quantité de maïs vendue dans l'environnement de leurs lieux de résidence.

Marchés	Estimation quantités vendues				
	X = 0%	0% < X ≤ 33%	33% < X ≤ 66%	66% < X ≤ 99%	X = 100%
Marchés urbains de consommation					
Bohicon	0%	11%	22%	56%	11%
Cotonou	0%	0%	0%	0%	100%
Marché urbain de transit					
Parakou	0%	33%	0%	13%	54%
Marchés régionaux					
Azovè	0%	0%	7%	7%	86%
Dassa/Glazoué	0%	13%	13%	13%	61%
Kétou/Pobè	0%	6%	13%	13%	68%
Nikki	7%	7%	0%	7%	79%
Total	1%	9%	7%	12%	71%
	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

La lecture du Tableau 4.7 montre que près de 26% des commerçants-grossistes ne vendent pas du tout du maïs aux détaillants et près de 86% estiment qu'ils cèdent moins de 33% de leurs flux aux détaillants. Pour eux, les détaillants n'achètent pas de grandes quantités et cherchent toujours à acheter à crédit. Mais les détaillants constituent un marché important pour les commerçants de Cotonou. En effet, près de 53% des commerçants-grossistes de Cotonou cèdent entre 33 et 66% de leurs marchandises aux détaillants. En fait, il y a beaucoup de consommateurs qui achètent de petites quantités de maïs, ce qui n'arrange pas les grossistes. Ils préfèrent donc livrer leurs marchandises aux détaillants afin que ces derniers puissent vendre en détail aux nombreux consommateurs de Cotonou.

Par ailleurs, aucun commerçant n'utilise exclusivement le service des courtiers pour vendre du maïs (cf. Tableau 4.8). En effet, selon Lutz (1994), 16% des grossistes interrogés à Cotonou vers la fin des années 1980s utilisent uniquement le service des courtiers et 38% de ces grossistes collaboraient avec les courtiers. Mais actuellement, près de 80% des commerçants-grossistes se passent des services des courtiers. Ces faits nouveaux témoignent du rôle moins important que jouent actuellement les courtiers dans la fonction d'échange du maïs au Bénin. Pour eux, la vente dans le marché Dantokpa devient plus facile car elle échappe progressivement aux courtiers suite à la création de nouveaux points de vente privés. Beaucoup de commerçants locaux estiment qu'il leur est plus rentable de vendre dans leurs lieux de résidence. D'autres estiment que leur capital n'est pas suffisant pour justifier un déplacement vers Cotonou.

Tableau 4.7: Répartition des commerçants-grossistes selon l'estimation de la proportion de la quantité de maïs vendue aux détaillants.

Marchés	Estimation quantités achetées				
	X = 0%	0% < X ≤ 33%	33% < X ≤ 66%	66% < X ≤ 99%	X = 100%
Marchés urbains de consommation					
Bohicon	44%	56%	0%	0%	0%
Cotonou	10%	38%	48%	5%	0%
Marché urbain de transit					
Parakou	20%	73%	7%	0%	0%
Marchés régionaux					
Azovè	20%	80%	0%	0%	0%
Dassa/Glazoué	20%	73%	7%	0%	0%
Kétou/Pobè	25%	75%	0%	0%	0%
Nikki	60%	33%	7%	0%	0%
Total	26%	60%	12%	1%	0%
	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

Tableau 4.8: Répartition des commerçants-grossistes selon l'estimation de la proportion de la quantité de maïs vendue par l'intermédiaire des courtiers.

Marchés	Estimation quantités achetées				
	X = 0%	0% < X ≤ 33%	33% < X ≤ 66%	66% < X ≤ 99%	X = 100%
Marchés urbains de consommation					
Bohicon	67%	22%	0%	11%	0%
Cotonou	80%	10%	10%	0%	0%
Marché urbain de transit					
Parakou	93%	0%	0%	7%	0%
Marchés régionaux					
Azovè	100%	0%	0%	0%	0%
Dassa/Glazoué	100%	0%	0%	0%	0%
Kétou/Pobè	88%	6%	0%	6%	0%
Nikki	93%	0%	0%	7%	0%
Total	90%	5%	2%	3%	0%
	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

La prise en compte du social fait partie intégrante dans la prise de décision de quelques commerçants comme l'exprime cette déclaration d'une commerçante de Glazoué : "Des commerçants viennent de Cotonou, Bohicon, Porto-Novo et même de Parakou, je ne vois plus la nécessité d'aller vendre dans ces lieux, tout le monde n'a qu'à manger un peu un peu et on aura tous la paix". D'autres pensent encore qu'ils ne maîtrisent pas le système de vente par les courtiers à Cotonou ou à Bohicon. Les commerçants qui ont déjà exploité le réseau des courtiers pour la vente du maïs, estiment que ceux-ci ne respectent plus leurs contrats comme avant, parce qu'ils ont la possibilité de recevoir du maïs de plusieurs commerçants. Ces commissionnaires réalisent ainsi la vente sélective et n'honorent plus leurs engagements. En conséquence, certains commerçants n'ont plus confiance en eux. Cette perte de confiance a créé la catégorie des courtiers-commerçants surtout à Dantokpa. Cette dernière opère donc sur deux segments du marché. Il est rare de trouver actuellement de véritables courtiers.

4.2. Accès à l'information, financement et transport.

Accès à l'information

La collecte des prix et leur diffusion à travers divers canaux de communication ont bien accompagné les réformes en cours au Bénin. La question fondamentale qui nous préoccupe est de savoir comment le dispositif d'information mis en place par l'ONASA, et les autres moyens d'information discutés dans le chapitre

3, ont contribué à améliorer l'accès à l'information au niveau des différents acteurs des circuits de commercialisation.

De nos différents entretiens, aucun commerçant n'a fait allusion à la radio comme moyen d'information. Néanmoins, on est surpris de constater que 97% de ces opérateurs économiques sont informés de l'existence et du fonctionnement de cette source d'information. Selon eux les prix diffusés sont des prix artificiels, pré-fixés qui ne reflètent pas la réalité (cf. ONASA, 1996). Les commerçants n'ont aucune idée sur le bulletin mensuel d'information. Quant aux tableaux d'affichage, les commerçants n'y attachent aucune confiance parce qu'ils ne sont pas régulièrement actualisés, et sur certains marchés, c'est eux qui fournissent des données aux agents chargés de remplir ces tableaux. Curieusement, les commerçants ne se manifestent pas spontanément sur l'existence de ces sources d'information, lorsque nous leur avons demandé d'exprimer les changements observés dans le fonctionnement du marché de produits vivriers ces dix dernières années. Aucun d'eux n'a fait allusion au dispositif d'information de l'ONASA. Mais cela ne veut pas du tout signifier que le processus n'a pas d'impact sur le marchandage entre les différents acteurs. Les commerçants sont seulement beaucoup plus intéressés aux débouchés qu'aux prix diffusés. Il va falloir que la réforme dépasse la diffusion des niveaux de prix pour introduire l'identification et la diffusion de grands débouchés qui peuvent être intéressants pour les commerçants. Mais, nous pensons que cette initiative doit provenir des commerçants eux-mêmes. En réalité, la diffusion des prix à la radio menace les intérêts des commerçants, en ce sens que les producteurs et les consommateurs peuvent désormais intégrer les informations émises, dans les négociations qu'ils ont avec les commerçants. Ce qui faisait défaut avant la libéralisation des activités commerciales.

Par ailleurs, il ressort de nos entretiens que la transmission orale de l'information concernant les prix, l'offre et la demande demeure le système prépondérant dans les transactions commerciales. Les commerçants s'informent auprès de leurs amis commerçants ou transporteurs. De plus, la maîtrise des offres est basée sur le capital d'expériences de ces commerçants. Mais ce qui est actuellement très important, c'est que de grands commerçants font de plus en plus, usage du téléphone. Par exemple, les bureaux des associations de Pobè et Kétou disposent chacun, de téléphone qu'ils utilisent pour s'informer sur leurs principaux marchés de consommation dont Cotonou et Porto-Novo. Mais les commerçants ne sont pas encore amplement informés, des débouchés de grande importance par le biais des bureaux de leurs associations. La diffusion de ces genres d'information est encore sélective et suit la loi des réseaux. Ce qui prouve en partie que les associations actuelles de commerçants ne fonctionnent pas comme un réseau souhaité par leurs membres. Certains grands-grossistes cherchent toujours à conserver les informations à leur niveau au détriment de

tous les commerçants. C'est une asymétrie d'information consciemment créée pour mieux exploiter les opportunités du marché.

Par contre, la diffusion des prix des produits agricoles à la radio a amélioré le processus de marchandage au niveau des producteurs avec les grossistes-assembleurs, même à Nikki où les prix d'achat et de vente sont pré-déterminés par les commerçants. Les producteurs sont mieux informés des prix auxquels les commerçants revendent les produits au niveau des marchés régionaux. L'impact est d'autant plus important lorsque le système est mieux articulé sur les jours d'animation des marchés. A Nikki par exemple, le système de diffusion paraît mieux adapté dans la mesure où, les centres de collecte autour de Nikki comme un peu partout dans le Nord du pays, s'animent une fois par semaine. Les producteurs sont donc informés du prix pratiqué sur le marché de Nikki, avant le jour suivant d'animation du marché. En effet, le marché de Nikki s'anime tous les 4 jours. Dans ces conditions, les commerçants-locaux, qui cherchent toujours à rendre le marché moins transparent vis-à-vis des producteurs, trouvent désormais beaucoup plus leur satisfaction dans la déformation des unités de mesure. Ce phénomène réduit l'impact de l'initiative de diffusion des prix surtout à Pobè et Kétou dans lesquels, la force des commerçants se trouve surtout dans la déformation des unités de mesures. En effet, le prix d'achat au niveau des producteurs et le prix de vente sont les mêmes dans ces régions.

L'analyse de prix va nous permettre de savoir au-delà de la perception des acteurs, si toutefois les marchés sont mieux intégrés qu'ils l'étaient vers la fin des années 1980s, c'est-à-dire si le processus d'ajustement est devenu plus rapide (cf. Chapitre 5). Mais, en tout état de cause, la diffusion à la radio des prix pratiqués sur les marchés est une initiative indispensable dans le processus d'amélioration de la transparence et de la compétitivité sur le marché de produits vivriers. Il importe donc que le système soit amélioré et fonctionnel tout au long de l'année.

Financement des activités commerciales

Le financement constitue un autre élément très important dans les activités commerciales. Le financement peut constituer une barrière à l'entrée dans la profession lorsqu'il n'existe pas des possibilités d'obtention de crédits ou des débouchés convenables. Lutz (1994) avait constaté qu'avant les réformes, les commerçants financent les transactions avec leur propre capital, et supportent ainsi les risques qui résultent de l'arbitrage. Ils n'avaient pratiquement pas accès aux crédits du système bancaire formel pour accroître leur fonds de roulement.

Dans tous les marchés où nous avons conduit cette étude, le manque de crédit a été l'un des principaux problèmes soulevés par les commerçants. Le contexte demeure donc caractérisé par l'inexistence d'un système de crédit formel adapté

au commerce des produits vivriers locaux. Et pourtant, il y a plus d'institutions de micro-crédits, avec la floraison des Organisations non Gouvernementales (ONG) et autres structures, qui ont développé des systèmes novateurs d'octroi de crédits aux populations rurales depuis le début des années 1990s. On peut citer l'Association pour la Promotion et l'Appui au Développement de Micro-Entreprises (PADME), le Projet d'Appui à la Promotion des Petites et Moyennes Entreprises (PAPME), le Projet de Microfinance et Commercialisation (PROMIC), le Projet d'Activités Génératrices de Revenu (PAGER), etc. et, beaucoup de Banques implantées dans les principales villes du pays. D'après les commerçants, les conditions exigées par ces institutions de finance sont généralement trop contraignantes (taux d'intérêts élevés, importantes cautions obligatoires, délais de remboursement non adaptés à leurs activités, etc.). Gabre-Madhin et *al.* (2001) ont eux aussi, constaté que la majeure partie du capital de roulement provient des sources internes, et que l'accès au financement externe est très limité au niveau des commerçants. En fait, les différentes formes de tontines constituent toujours des sources importantes de financement des activités commerciales.

Toutefois, notre étude a révélé que seuls les plus petits commerçants se plaignent de l'accès difficile au crédit. L'une des plus importantes tâches des organisations de commerçants serait donc de permettre à tous les commerçants d'avoir accès au crédit et aux débouchés. Des efforts dans ce sens sont entrain d'être développés au niveau du GCPV-Borgou/Alibori. En effet, un micro-projet a été élaboré par les responsables de cette institution pour mettre des fonds de roulement au niveau des femmes commerçantes des différentes sous-préfectures de ces départements. Ce projet a été soutenu et financé par la DED. Mais, la question qui se pose est que deviendrait ce projet en absence de la DED? Il importe que les commerçants réfléchissent à cet aspect.

Une autre expérience allant dans le sens de financement des activités des commerçants mérite qu'on s'y attarde. Il s'agit de la mutuelle communautaire dénommée Cercle Consulaire Mutuel (2CM) qui est une initiative de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin. C'est une structure d'épargne et de crédit destinée aux commerçants. Malheureusement, cette institution n'existe que dans quelques régions du Bénin. La région de Dassa abrite cette structure. Cette dernière a été installée à Dassa le 11 juin 1998. Le capital de 2CM est constitué par les actions réunies par les actionnaires. L'action vaut 100 000 FCFA. L'ouverture de compte est obligatoire avec 5 000 FCFA. Pour bénéficier de crédit, il faudrait que l'action ait une vie minimale de 6 mois, que l'épargne représente au moins 10 % du montant sollicité et que la garantie ait au moins deux fois la valeur du montant sollicité. La convention d'un terrain acheté est la garantie exigée. De 1998 à 2001 le nombre d'actionnaires a passé de 27 à 80. Trois types de crédits sont proposés aux actionnaires. Le premier type est un

crédit ordinaire, dont le montant maximum est fixé à 200 000 FCFA. Il s'agit d'un crédit d'un an remboursable par mois à un taux annuel de 12%. Le deuxième type est un crédit ponctuel remboursable au bout d'un mois au taux de 1%. Le dernier type et le plus apprécié est le crédit campagne remboursable à la fin d'une période de trois mois, au taux de 4%.

En somme, l'accès des petits commerçants aux crédits formels reste limité malgré l'existence de plusieurs structures de financement. L'existence de mutuelles communautaires et des initiatives fructueuses en cours au niveau du GCPV-Borgou/Alibori montre que les associations de commerçants ont la possibilité de mettre au point des systèmes de crédits adaptés à leurs conditions. Les organisations régionales constituent un cadre qui peut permettre de combler cette attente.

Organisation du transport

Selon Gabre-Madhin et *al.*(2001), 81% des voies d'accès aux marchés ont été réhabilitées après les réformes et en conséquence, le nombre de véhicules qui fréquentent quotidiennement 85% des marchés du Bénin a considérablement accru. Les véhicules utilisés pour le transport sont des 404 bâchées et des camions. Il existe des camions pouvant transporter 15 tonnes de maïs (100 à 150 sacs) et des camions de 30 tonnes (250 à 300 sacs). Tous les commerçants, que nous avons enquêtés sur les marchés, ont reconnu que par rapport aux années 1980, il y a plus de moyens de transport pour les transactions et le transport est mieux organisé. Il devient de plus en plus facile aux commerçants d'acquérir des camions pour le transport, à cause du commerce florissant au port de Cotonou, des véhicules d'occasion importés de l'Europe. A en croire les commerçants eux-mêmes, certains parmi eux possèdent de nos jours, leurs propres moyens de transport. Ainsi, pour les commerçants, le transport ne constitue pas tellement un goulot d'étranglement comparativement à la période pré-libéralisation. Toutefois, l'aménagement des pistes de desserte rurale est à poursuivre. Par ailleurs, les coûts du transport sont parfois réduits sur certains tronçons. Cela est dû au fait que le Nord est relié au Sud par une route goudronnée; ceci n'existait pas avant 1990. Les coûts de transport varient suivant le type de commerçant. En effet, on rencontre couramment deux types de grossistes. Le type 1 est l'ensemble des grossistes qui achètent et vendent environ 10 000 kg (100 sacs de 100 kg) de maïs par jour de marché. Le type 2 représente les grossistes qui achètent et vendent environ 1000 kg (10 sacs de 100 kg) de maïs par jour de marché. Les grossistes de type 1 arrivent à négocier la réduction de 10% sur les frais de transport des sacs de maïs. De plus, ces derniers grossistes ne payent pas leurs propres frais de transport au retour du lieu d'achat du maïs. Mais, cette stratégie dans la réduction des coûts de transport n'est pas nouvelle.

4.3. Analyse des règles et pratiques des associations de commerçants.

L'existence d'associations de commerçants mérite une analyse approfondie. Dans son étude sur le rôle des associations de commerçants, dans le système de commercialisation du maïs au Bénin, Tassou (1995) conclut que ces organisations n'handicapent pas le fonctionnement des marchés. Mais, cette conclusion nous paraît ambiguë dans la prise en compte d'un certain nombre d'aspects que l'auteur lui-même a abordé dans son document. En effet, selon cet auteur à la page 107 de son document, *les associations de commerçants, à travers leurs règles et pratiques, empêchent l'accumulation du profit par quelques commerçants nantis et permettent le maintien des autres catégories de commerçants en garantissant le profit minimum*. Il est vrai que le système de fixation des prix permet de garantir à tous les commerçants un certain profit. Mais l'auteur n'a pas pu montrer l'importance relative de ce profit minimum dans la mesure où il n'est pas arrivé à collecter les prix de cession des producteurs aux commerçants afin de pouvoir comparer les différences de prix entre les marchés primaires et les marchés régionaux. Par ailleurs, l'auteur, toujours à la page 107, affirme que *l'existence des associations favorise la production par l'octroi de crédits aux producteurs*, alors que les crédits ne sont pas octroyés aux producteurs au nom des associations mais de façon individuelle et ceci dépend uniquement des relations entre le producteur et le commerçant. En conséquence, les producteurs peuvent bien bénéficier de crédits sans l'existence de ces associations. Bien plus, l'auteur lui-même a fait remarquer que les associations de commerçants fixent les prix d'achat et de vente qui n'avantagent ni les producteurs, ni les commerçants étrangers, puisque les acheteurs (grossistes-assembleurs, collecteurs) arrivent presque ensemble et très tôt sur le lieu des échanges, avec un prix de collecte déjà arrêté et les producteurs n'arrivent jamais au même moment parce que dispersés. Certains producteurs se présentent sur le marché sans avoir une idée sur le prix moyen qui a cours de l'unité de mesure, toutes choses qui n'améliorent pas le fonctionnement efficace du marché (capacités de marchandage du producteur).

Il est vrai que l'organisation des commerçants au sein des associations peut leur permettre de mieux partager les informations nécessaires à leurs activités, de contribuer à résoudre le problème de l'inadéquation des systèmes de crédit officiels à leurs besoins, de mieux gérer leurs conflits, d'avoir un porte-parole auprès du Gouvernement et de l'administration pour la négociation de réalisation d'un certain nombre d'infrastructures et autres avantages. Mais il est aussi vrai qu'il ne revient pas aux associations de commerçants de fixer les prix d'achats et de vente du maïs, de créer des barrières d'entrée aux marchés pour les producteurs et les commerçants non-résidents ou non-adhérents à des fins de réduction de la compétitivité. Ce phénomène s'observe surtout dans les milieux où existaient des associations informelles avant la libéralisation officielle du

marché des produits vivriers (cf. 3.5). Il s'agit des marchés de Kétou, Pobé et Nikki. C'est à ce niveau qu'on ne comprend pas la politique de l'ONASA qui a suscité la création d'associations de commerçants sans une définition préalable, des règles du jeu qui garantissent la transparence et la compétition ou tout simplement de ce que c'est que la libéralisation de marchés. Et pourtant, Lutz (1994) avait révélé que la réglementation à l'entrée du marché, par les organisations informelles, était une entrave au fonctionnement du marché. Il a donc suggéré à cette époque, que toute nouvelle politique agricole devrait viser la suppression de ces barrières, pour attirer les acteurs potentiels dans les marchés formels. Par exemple, les paysans devraient avoir des occasions pour approvisionner directement les grossistes non-résidents. Mais la réalité est que l'Etat a voulu se retirer de la commercialisation des produits vivriers sans une politique claire sur la promotion de la concurrence sachant que les commerçants locaux cherchent souvent à protéger leurs intérêts, en créant des barrières aux producteurs et aux commerçants étrangers. Cette situation tend à confirmer l'idée de Thorbecke (2000) qui pense que la politique de l'Etat, qui consiste en la mise en exécution de mesures structurales visant à améliorer la compétitivité et la transparence dans le fonctionnement du marché, constitue la meilleure voie de politique de libéralisation. Dans ces conditions, l'Etat doit significativement démissionner dans la fixation des prix domestiques et dans les activités d'importation.

Mais, nous constatons au Bénin que le niveau de compréhension de la politique de l'Etat par les organisations de commerçants constitue un handicap majeur pour l'amélioration de l'environnement institutionnel. Les barrières sont en effet, plus renforcées qu'avant les réformes, chaque association développe des stratégies pour protéger les intérêts de ses membres, intérêts qui nuisent parfois au bon fonctionnement du marché. La démission de l'Etat dans la fixation des prix ne doit pas être transférée à une quelconque organisation privée. Avec le processus de la décentralisation, on risque d'être totalement dépendant des associations locales des commerçants alors qu'on sait que les régions de Nikki, Kétou, Pobè et leurs environs sont des greniers importants pour les grandes villes du pays. L'importance de ces régions pour la sécurité alimentaire est donc évidente. La construction/constitution d'un capital social (l'association des commerçants) ne doit pas constituer un handicap au fonctionnement du marché mais doit contribuer à l'améliorer et à réduire les coûts de transaction. Actuellement, une politique étatique anti-collusion s'impose et le plus tôt serait le mieux. Cette situation met à nu la non application des règles dans le Pays. En effet, il y a une Direction de la Concurrence et du Commerce Interne (DCI), chargée entre autres, de permettre aux consommateurs d'avoir des prix compétitifs sur les marchés et d'avoir accès aux produits en qualité et en quantité répondant aux normes requises. Pourtant, dans la pratique actuelle, les activités de ce service se centrent sur le contrôle des prix de certains produits

non-vivriers. Aucune activité n'est exécutée pour vérifier si la compétition est effective. Dans aucun marché, nous n'avons pu observer des activités de contrôle de l'existence des barrières à l'accès du marché.

4.3. Problèmes et changements observés par les commerçants.

Problèmes observés

Le Tableau 4.9 montre que quatre problèmes importants handicapent le fonctionnement du marché de maïs selon les commerçants-grossistes. En fait, la faiblesse du capital de roulement due en partie à l'accès difficile au crédit, constatée avant la libéralisation des marchés de produits vivriers, demeure la principale préoccupation des acteurs. 20% des commerçants pensent que le nombre important d'acteurs dans la profession, constitue un véritable problème pour eux en matière de compétition dans les activités de collecte et de distribution de maïs. D'autre part L'état défectueux de certaines pistes de desserte rurale constitue un obstacle à l'entrée des marchés villageois de collecte de maïs surtout pour les grossistes non-résidents. Toutefois, en plus de ces types communs de problèmes, la difficulté de transfert de la marchandise (maïs) du Togo vers le Bénin est la principale préoccupation des commerçants d'Azovè. En effet, la corruption au niveau des agents de contrôle s'est amplifiée et les commerçants sont obligés de payer d'importantes rentes qui accroissent fatalement les coûts de transaction. Les commerçants payent jusqu'à 2000 FCFA par sac de 210 kg comme pots de vin. Le manque d'infrastructure de stockage constitue un autre problème. C'est pourquoi les commerçants apprécient positivement l'initiative de l'ONASA/GTZ de contribuer à la construction de magasins de stockage dans certains marchés. La sous-information sur les nouveaux marchés de vente par soumission à l'appel d'offre préoccupe surtout les commerçants de Bohicon qui n'acceptent pas toujours de sous-traiter avec d'autres commerçants.

Les problèmes relatifs aux taxes, aux contrôles routiers à l'intérieur du pays, à l'entrée dans les marchés d'achat et de vente, aux systèmes d'information, préoccupent peu les commerçants non pas parce qu'ils ne rencontrent pas ces problèmes mais parce qu'ils y sont habitués ou parce qu'ils ont développé des stratégies pour les contourner. Et pourtant, ce sont des facteurs sur lesquels il faudrait aussi agir pour réduire les coûts de transaction et améliorer le degré d'efficacité du marché.

Tableau 4.9: Importance des problèmes rencontrés par les commerçants-grossistes

Problèmes	% commerçants-grossistes
Faible capital de roulement	52%
Trop de commerçants	20%
Accès difficile aux crédits	14%
Etat défectueux des pistes d'achat	12%
Transfert difficile	9%
Manque d'infrastructure de stockage	8%
Sous-information débouchés	8%
Manque d'organisation	6%
Vente difficile	6%
Faible production	5%
Trop de contrôles	2%
Trop de taxes	3%
Crise de confiance	2%
Aucun problème	3%
	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

Tableau 4.10: Importance de certains problèmes des commerçants-grossistes relatifs à des aspects particuliers du marché de produits vivriers.

Facteurs considérés	% commerçants-grossistes	
	Oui	Non
Crédit	72%	28%
Concurrence	47%	53%
Transport	34%	66%
Contrôles routiers	23%	77%
Taxes	21%	79%
Stockage	20%	80%
Barrière à l'entrée	12%	88%
Information sur les marchés d'achat	8%	92%
Information sur les marchés de vente	7%	93%
Barrière à la sortie	3%	97%
	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

Des questions spécifiques, relatives aux activités des commerçants, ont permis de constater que près des trois-quarts des commerçants estiment avoir de problèmes d'accès au crédit, alors qu'ils étaient seulement 52% lorsque la question était très ouverte (cf. Tableau 4.10). Ils constatent avec amertume, que les taux pratiqués par les institutions en place sont trop élevés. De plus, aucune institution n'est spécialisée dans l'octroi de crédits aux commerçants. Mais pourquoi les commerçants ne peuvent-ils pas créer eux-mêmes des caisses mutuelles de crédits puisqu'ils réalisent déjà des tontines ? La recherche de

solution à cette question a permis de constater que, la suspicion et le manque de confiance réciproque, sont des facteurs contraignants. Ils ont alors besoin nécessairement d'un facilitateur mais les actions de l'ONASA ces dernières années, n'ont pas du tout abordé cet aspect. Ils ont cru qu'il suffit de susciter la formation des commerçants en groupements pour espérer résoudre la plupart des problèmes qui handicapaient le fonctionnement du marché de maïs, avant la libéralisation du marché des produits vivriers.

Tableau 4.11: Répartition des commerçants-grossistes selon leurs possibilités de recourir aux institutions compétentes pour résoudre éventuellement certains problèmes importants.

Problèmes	% commerçants-grossistes	
	Oui	Non
Barrière entrée	86%	14%
Barrière sortie	85%	15%
Transporteurs	79%	21%
Taxes	75%	25%
Contrôles routiers	61%	39%
	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

Le recours des commerçants aux organisations au cas où ils sont (ou seront) confrontés à des problèmes (que nous avons indiqués), n'est pas systématique (cf. Tableau 4.11). Les commerçants pensent d'abord à un règlement à l'amiable, avant de poser le problème devant une organisation. La plupart des commerçants des régions dans lesquelles les associations de commerçants fonctionnent, telles que Kétou, Pobè et Nikki, préfèrent se confier aux responsables de ces associations auxquelles ils font totalement confiance, dans la résolution du problème posé. Ce qui prouve encore que les associations de commerçants, peuvent constituer un important capital social qui puisse permettre de résoudre les conflits. Par contre, d'autres commerçants, les plus grands en général préfèrent, ne pas du tout poser le problème devant la justice pour ne pas créer trop d'ennemis. Ce qui pourrait nuire à leur réputation.

Changements observés

La perception des commerçants par rapport aux changements qu'ils ont constatés ces dix dernières années dans la commercialisation du maïs a été mesurée. La lecture du Tableau 4.12 fait remarquer que plus de la moitié des commerçants interrogés (53%) affirment que la vente du maïs devient de plus en plus difficile. En réalité, ils sont en train de faire allusion à l'entrée de nouveaux commerçants sur le marché de maïs. La cherté du maïs, l'amélioration des infrastructures de stockage, la réduction de la marge brute ainsi que l'existence

des associations formelles de commerçants sont les autres plus importants changements qu'ont fait remarquer les commerçants. Le constat général que nous avons fait, est que même dans les marchés dans lesquels l'ONASA a construit de magasins, les commerçants n'y font pas référence spontanément comme un changement dans leur environnement. Les changements relatifs à la réduction des barrières à l'entrée des marchés, à l'accès facile aux crédits, à la réduction des taxes et des contrôles routiers ne sont pas mentionnés, toutes choses espérées dans le contexte de la libéralisation. Ainsi, avons-nous considéré aspect par aspect pour mieux saisir les changements éventuellement omis ou négligés par les commerçants.

Tableau 4.12: Importance des changements observés par les commerçants-grossistes dix ans après la libéralisation des activités commerciales.

Changements observés	% commerçants-grossistes
Vente difficile	53%
Cherté du maïs	17%
Infrastructure améliorée	17%
Marge réduite	16%
Commerçants formés	13%
Existence association formelle	13%
Collecte difficile	8%
Marge améliorée	1%
Nouveau débouché	6%
Plus de taxes et contrôles	3%
Nouvelles unités de mesure	3%
Aucun changement	6%
	(N=106)

Source : Enquête terrain, 2001.

Cette méthode a révélé que certains changements n'étaient pas pris en compte pas les commerçants. En effet, 57% des commerçants ont reconnu l'existence de nouveaux produits de conservation de maïs qui améliorent les conditions de stockage. Certains admettent l'existence de plus d'institutions de financement. Tous les commerçants interrogés ont trouvé que les commerçants de maïs sont trop nombreux. 47% des commerçants considèrent que les contrôles routiers sont moindres mais, le nombre de postes de contrôle des véhicules des transporteurs est élevé, ce qui leur fait perdre assez de temps et augmente les coûts.

Tableau 4.13: Répartition des commerçants selon des changements observés par rapport à certains aspects relatifs aux activités commerciales.

Facteurs considérés	% commerçants-grossistes	
	Oui	Non
Transport	41%	59%
Stockage	57%	43%
Stock important	42%	58%
Vente à crédit	36%	64%
Préfinancement	23%	77%
Accès au crédit	45%	55%
Nombre acteurs	100%	0%
Barrière marche achat	22%	78%
Barrière marche de vente	11%	89%
Taxes	24%	76%
Contrôles routiers	47%	53%
Information sur marches d'achat	28%	72%
Information sur marches de vente	22%	78%
	(N=106)	(N=106)

Source : Enquête, terrain 2001

Par ailleurs, au sein de l'ensemble des commerçants qui ont pu constater des changements dans le fonctionnement du marché de maïs, nous avons cherché à mesurer l'importance de ces changements sur leurs activités. Ainsi, avons-nous décelé l'existence de commerçants qui ont pu bien percevoir les changements, et qui affirment que ces derniers n'ont pas d'importantes influences sur leurs activités (cf. Tableau 4.14). Néanmoins, plus de 60% pensent que ces changements ont un impact important sur leurs activités commerciales.

En résumé, ce chapitre nous a montré qu'il y a peu de changements au niveau des stratégies utilisées à l'achat comme à la vente du maïs. En fait, ces stratégies étaient mises en place avant la libéralisation quand bien même l'Etat se disait organisateur de la commercialisation de ce produit. Le contrôle de la filière lui a échappé, malgré la multiplicité des structures créées à cette époque (cf. Chapitre 2). Les fonctions de collecte et de distribution sont certainement dynamiques, mais l'inexistence d'une analyse quantitative antérieure pour estimer les quantités de maïs cédées au niveau des différents acteurs de la chaîne de commercialisation ne nous a pas permis de bien apprécier l'importance de chaque acteur dans le temps. Toutefois, l'extension des marchés de consommation, a fragilisé les services rendus par les courtiers. Ce qui a conduit ces derniers à modifier leurs services pour se maintenir dans la chaîne. Ils sont devenus pour la plupart des courtiers-commerçants. Par ailleurs, nous avons noté un renforcement dans les réseaux d'achat et de vente des commerçants. Les réseaux sont donc très indispensables pour les commerçants dans l'optimisation

Tableau 4.14: Répartition des commerçants selon l'importance de l'influence du changement observé sur leurs activités commerciales.

Facteurs considérés	Niveaux d'influence du changement			
	Aucune	Moins important	Important	Très important
Transport (n = 43)	7%	0%	21%	72%
Stockage (n = 60)	0%	0%	0%	100%
Stock important (n = 44)	0%	0%	0%	100%
Vente à crédit (n = 38)	3%	3%	53%	42%
Préfinancement (n = 24)	0%	0%	0%	100%
Accès au crédit (n = 47)	0%	0%	0%	100%
Nombre acteurs (n = 106)	27%	12%	35%	25%
Barrière marche achat (n = 23)	9%	17%	48%	26%
Barrière marche de vente (n = 11)	17%	0%	42%	42%
Taxes (n = 25)	16%	8%	52%	24%
Contrôles routiers (n = 49)	10%	8%	52%	30%
Information sur marche achat (n = 29)	7%	0%	27%	67%
Information sur marche de vente (n = 23)	0%	0%	26%	74%

Source : Enquête terrain, 2001.

de leurs opérations commerciales. L'existence de nombreuses fermes d'élevage, d'usine de transformation du maïs et des opérations triangulaires d'aide alimentaire a ouvert de nouveaux circuits de commercialisation surtout exploités par certains commerçants des marchés de consommation. Le système d'information sur les marchés, la construction des cabines téléphoniques sont des actions qui contribuent à l'amélioration de la transparence dans le marché de maïs. Malgré l'existence de nombreuses institutions de micro-crédits, les commerçants ont toujours des difficultés à avoir accès facile aux crédits, dans la mesure où le système en place n'est pas adapté à leurs conditions, problèmes déjà abordés avant 1990. La création des associations de commerçants est une bonne initiative, mais l'ONASA n'a pas pris en compte un certain nombre d'aspects, qui défavorisaient le fonctionnement du marché des produits vivriers. L'organisation actuelle des commerçants qui s'est effectuée sans un certain nombre de préalables, constitue un handicap majeur pour l'amélioration de l'environnement institutionnel. La régulation de l'entrée dans les marchés et de fixation des prix sont renforcées dans les zones dans lesquelles existaient des associations informelles de commerçants avant l'auto-promotion des commerçants de l'ONASA. Il importe donc que les règles de transparence, de compétitivité soient vulgarisées au sein de ces associations pour qu'elles puissent valablement jouer le rôle souhaité par le Gouvernement et l'Etat béninois. Il importe surtout que les producteurs desdites zones soient aussi formés et regroupés, afin qu'ils puissent défendre leurs droits sur leurs produits.

Chapitre 5 : Performance du marché de maïs au Bénin

La performance du marché se fonde sur les résultats économiques de l'ensemble des entreprises de la filière. Ce chapitre s'intéressera particulièrement à l'efficacité des services rendus par les différents acteurs du système de commercialisation. Cette efficacité sera analysée sous les deux angles suivants: l'analyse des différences de prix et l'analyse de l'intégration des marchés. Ainsi, le chapitre est organisé autour de deux sections. La première section analysera les coûts de commercialisation et les différences de prix entre les marchés excédentaires et ceux de consommation. La deuxième section fournira des éléments sur le processus d'ajustement des prix entre les différents marchés par l'analyse de cointégration multiple de Johansen (1988).

5.1. Coûts de commercialisation et différences de prix entre les marchés

Coûts de commercialisation de maïs

Dans cette sous-section, nous mettons dans les coûts de commercialisation, les taxes, les coûts de transport de la marchandise et du commerçant, les coûts d'ensachage, du chargement des sacs de maïs dans le véhicule et du déchargement de ces sacs du véhicule, les frais de collecte, de stockage et de courtage puis la marge brute. En fait, les coûts fixes, quelques coûts de transaction et le profit net sont inclus par la marge brute⁹. La marge brute des commerçants a été estimée par eux-mêmes. Avant donc de présenter la structure complète des coûts de commercialisation, il importe de discuter de l'estimation des marges brutes par les commerçants. Les Tableaux 5.1 et 5.2 présentent les résultats de cette estimation en période de disponibilité relative et en période de rareté du maïs. Cette estimation est évidemment grossière dans la mesure où la marge brute dépend à la fois des conditions du marché et des stratégies d'achat et de vente. Toutefois, cette marge brute est quand même un indicateur important dans l'estimation de leur rémunération.

La lecture de ces tableaux montre qu'en période de disponibilité relative du maïs, la plupart des commerçants interrogés gagne moins de 12 FCFA sur un kg de maïs vendu. Par contre, en période de rareté, près de la moitié de ces commerçants a une marge brute supérieure à 12 FCFA au kg de maïs vendu. Evidemment, en période de rareté, la collecte du produit devient difficile et le nombre de commerçants actifs diminue. Avant la libéralisation des produits vivriers, les commerçants gagnaient rarement plus de 10 FCFA sur le kg de maïs vendu (5 % seulement) (voir Lutz, 1994). On peut donc constater que les marges

⁹ La marge brute telle que définie, a été bien expliquée aux commerçants lors des enquêtes.

brutes ont évolué avec le temps. Par ailleurs, on constate que les marges brutes, réalisées par les commerçants-grossistes des marchés régionaux à Glazoué, Dassa et Azovè, sont beaucoup plus importantes que celles de leurs collègues des marchés urbains de consommation. Ce constat pourrait expliquer le choix des grossistes locaux à se spécialiser dans la collecte et dans l'écoulement de leurs marchandises uniquement vers les commerçants étrangers au lieu d'aller vendre eux-mêmes dans les marchés de consommation les plus éloignés (cas de Nikki ou Parakou par rapport à Cotonou et Bohicon). Il permet aussi de comprendre l'acharnement au maintien des barrières d'entrée sur les marchés de collecte (cf. 3.5).

Tableau 5.1: Répartition des commerçants-grossistes selon leur propre estimation de la marge brute X (en FCFA) réalisée sur un kg de maïs vendu en période de disponibilité relative du maïs (période1)

Marchés	Marges brutes estimées					Total
	X ≤ 4	4 < X ≤ 8	8 < X ≤ 12	12 < X ≤ 16	X ≥ 16	
Marchés urbains de Consommation						
Bohicon	22%	44%	34%	0%	0%	100%
Cotonou	14%	57%	29%	0%	0%	100%
Marché urbain de transit						
Parakou	0%	53%	47%	0%	0%	100%
Marchés régionaux						
Azovè	0%	66%	27%	7%	0%	100%
Dassa/Glazoué	0%	33%	33%	20%	14%	100%
Kétou/Pobè	81%	13%	6%	0%	0%	100%
Nikki	7%	80%	13%	0%	0%	100%
Total	18%	50%	26%	4%	2%	100%

Source : Enquête terrain, 2001.

Particulièrement à Kétou, Pobè et Nikki, on constate que les marges brutes déclarées sont toujours plus faibles comparativement à ce qui est observé au niveau des autres marchés. En effet, 94% des commerçants de Kétou\Pobè et 87% de ceux de Nikki, contre une moyenne de 68% de commerçants sur l'ensemble des marchés étudiés, estiment gagner moins de 8 FCFA par kg de maïs vendu en période de disponibilité relative du produit.

De même, en période de rareté du maïs, moins de 21% des commerçants de ces marchés gagnent plus de 12 FCFA par kg de maïs vendu contre une moyenne de 43% sur l'ensemble des marchés. Mais, ce qui est sûr au niveau des marchés de Kétou, Pobè et Nikki, est que les associations de commerçants sont les mieux

Tableau 5.2: Répartition des commerçants-grossistes selon leur propre estimation de la marge brute réalisée sur un kg de maïs vendu en période de rareté du maïs (période 2).

Marchés	Marges brutes estimées					Total
	$X \leq 4$	$4 < X \leq 8$	$8 < X \leq 12$	$12 < X \leq 16$	$X > 16$	
Marchés urbains de Consommation						
Bohicon	0%	11%	33%	44%	11%	100%
Cotonou	0%	10%	48%	33%	10%	100%
Marché urbain de transit						
Parakou	0%	7%	47%	47%	0%	100%
Marchés régionaux						
Azovè	0%	0%	33%	27%	40%	100%
Dassa/Glazoué	0%	7%	27%	20%	47%	100%
Kétou/Pobè	6%	81%	0%	13%	0%	100%
Nikki	0%	0%	80%	20%	0%	100%
Total	1%	17%	39%	28%	15%	100%

Source : Enquête terrain, 2001.

organisées. On pourrait facilement expliquer les marges brutes déclarées par les commerçants de ces régions comme étant des marges collectivement pensées et convenues, marges brutes que l'on doit administrer à toute personne extérieure au réseau. La fiabilité de ces données paraît douteuse spécifiquement dans ces zones, et seule la collecte des données de prix simultanément sur les marchés primaires et régionaux, peut permettre de mieux apprécier les marges brutes réalisées par les commerçants de ces localités.

En conséquence, nous avons considéré la moyenne des marges estimées au niveau de tous les marchés étudiés pour pouvoir avoir une idée sur les coûts fixes et le profit net des commerçants. On constate ainsi qu'après dix ans de libéralisation, la marge brute moyenne des commerçants est de 10 FCFA/kg contre une moyenne de 5 FCFA/kg avant la libéralisation. Donc la marge brute est doublée. Mais, sachant que l'indice de prix à la consommation de Cotonou, à la même période est de 1,97 après la dévaluation du janvier 1994, cette augmentation des marges, en valeur réelle, est faible.

Dans le calcul des coûts de commercialisation, nous avons distingué essentiellement deux types de commerçants-grossistes comme ce fut le cas dans Lutz (1994). Le type 1 est l'ensemble des grossistes qui achètent et vendent environ 10 000 kg (100 sacs de 100 kg) de maïs par jour de marché. Le type 2 représente les grossistes qui achètent et vendent environ 1000 kg (10 sacs de 100 kg) de maïs par jour de marché. Les taxes sont officiellement identiques aux deux groupes de commerçants mais les grossistes de type 1 arrivent à négocier la réduction de 10% sur les frais de transport des sacs de maïs. De plus, ces

derniers ne payent pas leurs propres frais de transport au retour du lieu d'achat du maïs. En conséquence, les grossistes de type 1 sont plus efficaces que ceux de type 2. Toutefois, à cause de l'étroitesse de la plupart des marchés, ils sont peu nombreux et ne sont que temporairement actifs dans la chaîne de commercialisation. Par contre, les grossistes de type 2 sont les plus actifs, les plus nombreux et les plus réguliers dans la chaîne de commercialisation.

Le Tableau 5.3 résume les coûts de commercialisation des circuits de commercialisation dans lesquels sont actifs les commerçants-grossistes qui achètent du maïs dans un marché régional pour l'écouler dans un marché de consommation (Cotonou, Bohicon, Parakou). Le Tableau 5.4 apporte plus d'informations, en ce sens, qu'il compare les coûts de transaction entre la période de 1990 et la période de dix ans après les réformes. On constate après lecture de ce dernier tableau, que les coûts de transaction du lieu d'achat aux consommateurs varient de 32,4 (Azovè-Bohicon) à 46,3 (Pobè-Parakou) pour les commerçants de type 1 et de 34,1 (Azovè-Bohicon) à 54,3 (Pobè-Parakou) pour les commerçants de type 2 contre 14,2 (Nikki-Parakou) à 25 (Pobè-Parakou) et 16,7 (Nikki-Parakou) à 31,6 (Pobè-Parakou) respectivement avant la libéralisation du marché des produits vivriers. Les coûts de commercialisation sont donc presque doublés plus de dix ans après la libéralisation du marché des produits vivriers. Mais, en valeur réelle, les deux types de coûts sont presque similaires. Cela montre que les réformes n'ont pas pu réduire fondamentalement les coûts de transaction. Par ailleurs, les taxes constituent une moindre partie des marges des commerçants. En effet, pour les commerçants-grossistes, ces taxes ne représentent que 20 à 40% de leurs marges brutes alors que ces taxes variaient entre 60 et 80% avant la libéralisation.

Tableau 5.3: Coûts de commercialisation en FCFA entre deux marchés formels

Paramètres	Bohicon	Parakou	Azovè	Glazoué	Kétou	Pobé	Nikki	
Taxes par kg	2	3,5	2	2	4	4	3,5	
Transport des sacs de maïs								
Poids des sacs en kg	130	130	210	100	180	135	130	
Cotonou	1000	1300	2000	800	2000	1700	1800	
Par kg	7,7	10	9,5	8	11,1	12,6	13,8	
Bohicon	-	-	1000	500	1500	1300	1500	
Par kg	-	-	4,7	5	8,3	9,6	11,5	
Parakou	1000	-	2500	800	2500	2300	700	
Par kg	7,7	-	11,9	8	13,9	17,0	5,4	
Transport des commerçants								
Cotonou	1500	7000	1800	3500	2000	1200	9500	
Bohicon	-	-	1300	2000	1300	1500	8000	
Parakou	5500	-	6500	3000	6500	7000	2500	
Intermédiaires								
Ensachage et chargement	1,6	1,6	2,9	2	3,5	3,5	1,6	
Collecte	-	-	-	2	-	-	2	
Déchargement								
Cotonou	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	
Bohicon	-	-	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	
Parakou	0,8	-	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	
Stockage et Courtage								
Cotonou	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	
Bohicon	-	-	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	
Parakou	1,2	-	1	1	1	1	1	
Marge brute des grossistes	10	10	10	10	10	10	10	
Coûts assumés par les détaillants ¹	11	11	11	11	11	11	11	
Coûts assumés par les grossistes	Type 1²							
	Cotonou	26,2	30,3	29,1	28,1	33,2	33,7	34,0
	Bohicon	-	33,1	21,4	22,7	27,1	28,3	30,3
	Parakou	-	-	28,1	25,3	32,5	35,3	23,2
	Type 2³							
	Cotonou	28,3	37,6	31,7	32,1	36,1	36,0	44,9
Bohicon	-	38,8	23,1	23,9	29,1	30,6	38,7	
Parakou	-	-	35,1	28,8	39,7	43,3	26,0	
Total coûts de commercialisation ⁴	Type 1							
	Cotonou	37,2	41,3	40,1	39,1	44,2	44,7	45,0
	Bohicon	-	45,1	32,4	33,7	38,1	39,3	41,3
	Parakou	-	-	39,1	36,3	43,5	46,3	34,2
	Type 2							
	Cotonou	40,3	48,6	43,7	43,1	47,1	47,0	55,9
Bohicon	-	49,8	34,1	34,9	40,1	41,6	49,7	
Parakou	-	-	46,1	39,8	50,7	54,3	37,0	

Note : 1. Les coûts assumés par les détaillants incluent à la fois les taxes (1 FCFA/kg) et leur marge brute (10 FCFA/kg). L'estimation de leur marge brute est basée sur l'interview avec quelques détaillants et aussi en comparaison avec Lutz (1994). En effet, on constate que les coûts ont presque doublé, de même que les marges au niveau des grossistes. La marge brute des détaillants était 5 FCFA avant 1990.

2. Type 1 = grossiste qui achète et vend +/- 10 000 kg de maïs par jour de marché. Ils payent 90% des coûts de transport des sacs de maïs et ne payent pas leur propre frais de transport au retour.

3. Type 2 = grossiste qui achète et vend +/- 1 000 kg de maïs par jour de marché. Ils sont les grossistes les plus nombreux. Ils payent intégralement les coûts de transport.

4. Ces coûts prennent en compte les coûts assumés par les détaillants qui se ravitaillent auprès des grossistes de type 1 ou 2.

Source : Enquête terrain, 2001.

Tableau 5.4: Comparaison des coûts de commercialisation avant et après les réformes

Marchés de surplus	Cotonou				Bohicon				Parakou			
	T1*	T1**	T2*	T2**	T1*	T1**	T2*	T2**	T1*	T1**	T2*	T2**
Bohicon	16,8	37,2	19,3	40,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Parakou	20,4	41,3	26,4	48,6	16,9	45,1	21,7	49,8	-	-	-	-
Azovè	19,4	40,1	22,0	43,7	14,4	32,4	16,4	34,1	21,4	39,1	27,6	46,1
Glazoué	19,4	39,1	22,9	43,1	15,0	33,7	17,2	34,9	18,0	36,3	20,8	39,8
Kétou	19,4	44,2	22,5	47,1	16,6	38,1	19,2	40,1	23,9	43,5	30,2	50,7
Pobé	18,7	44,7	21,2	47,0	17,9	39,3	20,6	41,6	25,0	46,3	31,6	54,3
Nikki	21,8	45,0	28,9	55,9	19,0	41,3	25,0	49,7	14,2	34,2	16,7	37,0

Note : T1* et T2* sont respectivement les coûts de commercialisation avant 1990 des commerçants de types 1 et 2. T1** et T2** sont respectivement les coûts de commercialisation des commerçants de types 1 et 2 dix ans après la libéralisation du marché des produits vivriers.

Source: Elaboré à partir de Lutz (1994) et des résultats d'enquête, 2001

Mais, il est surtout important pour nous, de comparer ces coûts aux différences de prix entre les marchés de surplus et les marchés de consommation pour mieux conclure par rapport aux effets de la libéralisation sur les coûts de commercialisation et sur l'intégration des marchés. Cette analyse fera l'objet de la sous-section suivante, consacrée à l'analyse des différences des prix entre deux marchés formels.

Différences de prix entre des marchés formels de maïs

Le Tableau 5.5 présente les caractéristiques des différences de prix de maïs entre les marchés de consommation (marchés déficitaires) et les marchés régionaux (marchés de surplus). Les différences moyennes de prix varient entre 17,1 et 60,9 FCFA par kg de maïs. Comparées aux données avant la libéralisation, on constate que ces différences de prix sont, en général, multipliés par 1,93. Lorsqu'on compare les coefficients de variation d'avant la dévaluation à ceux actuels, on constate qu'ils sont plus faibles par rapport à Cotonou (moins de 50%). Si l'on interprète les coefficients de variation comme des indicateurs de prise de risques par les commerçants et des changements de relations entre les marchés déficitaires et les marchés de surplus, on peut dire qu'il est devenu moins risqué aux commerçants de vendre à Cotonou. Toutefois, le coefficient demeure élevé. De plus, les pourcentages des valeurs négatives des différences de prix sont plus faibles par rapport à Cotonou. Il importe donc que tous les acteurs de la chaîne de commercialisation soient informés sur cet état des choses pour agir au bon moment afin de mieux exploiter les opportunités qu'offre le marché de Cotonou. Par contre, le risque demeure plus grand par rapport à Parakou et Bohicon (de 50 à 102%). De même, la valeur élevée du pourcentage des valeurs négatives des différences de prix entre ces deux marchés (60%), indique qu'il est parfois plus intéressant que les commerçants de Bohicon aillent

écouler leurs produits à Parakou. Cette situation s'explique surtout par les différences entre les saisons dans le Nord et le Sud et amplifie le besoin des acteurs d'être mieux informés pour pouvoir minimiser les échecs et tirer avantages des différences de prix qui existent entre les marchés de surplus et les marchés de consommation. Par ailleurs, la différence moyenne de prix dépasse parfois la marge commerciale; ce qui est un mauvais indicateur pour l'efficacité du marché. Cette situation n'existait même pas avant la libéralisation (Lutz,1994).

Tableau 5.5: Différences de prix (en FCFA) aux consommateurs entre deux marchés formels

Marchés de surplus ($P_{j,t-1}$)	Marchés déficitaires		
	Cotonou ($P_{i,t}$)	Bohicon ($P_{i,t}$)	Parakou ($P_{i,t}$)
Bohicon			-
nombre d'observations*	281	-	-
moyenne des différences de prix**	38,4	-	-
coefficient de variation***	48,7%	-	-
minimum des différences de prix	1,7	-	-
maximum des différences de prix	113,9	-	-
valeurs négatives des différences de prix ****	0%	-	-
Parakou			
nombre d'observations	281	281	-
moyenne des différences de prix	28,1	20,2	-
coefficient de variation	48,9%	92,0%	-
minimum des différences de prix	-38,2	-90,7	-
maximum des différences de prix	65,1	52,8	-
valeurs négatives des différences de prix	5%	60%	-
Azovè			
nombre d'observations	281	281	281
moyenne des différences de prix	58,1	20,5	31,3
coefficient de variation	38,1%	49,8%	85,7%
minimum des différences de prix	17,3	-30,0	-8,16
maximum des différences de prix	141,6	50,1	118,4
valeurs négatives des différences de prix	0%	6%	5%
Glazoué			
nombre d'observations	281	281	281
moyenne des différences de prix	53,6	17,1	27,7
coefficient de variation	35,5%	53,5%	79,7%
minimum des différences de prix	19,4	-20,7	-18,2
maximum des différences de prix	141,8	44,9	118,6
valeurs négatives des différences de prix	0%	8%	8%
Kétou			
nombre d'observations	281	281	281
moyenne des différences de prix	50,9	20,2	26,1
coefficient de variation	38,3%	60,0%	62,0%
minimum des différences de prix	-10,32	-71,35	-52,5
maximum des différences de prix	98,8	56,4	91,6
valeurs négatives des différences de prix	1%	15%	11%
Pobè			
nombre d'observations	281	281	281
moyenne des différences de prix	49,1	14,3	23,4
coefficient de variation	47,4%	74,0%	101,5%
minimum des différences de prix	9,3	-10,4	-14,9
maximum des différences de prix	118,5	51,2	95,3
valeurs négatives des différences de prix	0%	22%	22%
Nikki			
nombre d'observations	281	281	281
moyenne des différences de prix	60,9	26,3	33,9
coefficient de variation	38,3%	68,3%	54,0%
minimum des différences de prix	-17,44	-44,6	-16,0
maximum des différences de prix	135,9	67,5	112,7
valeurs négatives des différences de prix	2%	14%	2%

Note : * Il s'agit du nombre de paires de prix ($P_{i,t}; P_{j,t-1}$) observés.

** Il s'agit de la moyenne des différences absolues $|P_{i,t} - P_{j,t-1}|$, $P_{i,t}$ = marché urbain déficitaire, $P_{j,t-1}$ = marché dégageant de surplus.

*** Le coefficient de variation est calculé sur la base de la valeur absolue des différences de prix (écart-type divisé par la moyenne).

**** Le pourcentage exprime le nombre de valeurs négatives des différences de prix.

Source : Elaboré à partir des séries de prix de ONASA (1998, 1999, 2000 et 2001).

Le Tableau 5.6 présente en proportion relative le nombre de fois que les différences de prix excèdent les coûts de commercialisation entre les différentes paires de marchés. En fait, selon Tomek et Robinson (1981, P.151), on peut définir les conditions d'intégration des prix au plan inter-régional comme suit :

- les écarts de prix entre deux régions (ou marchés) qui font des échanges commerciaux sont égaux aux coûts de commercialisation ;
- les écarts de prix entre deux régions (ou marchés) qui ne réalisent pas d'échanges commerciaux sont inférieurs ou égaux aux coûts de commercialisation.

Le calcul étant fait sur les prix effectifs alors que les commerçants prennent leurs décisions sur les prix espérés, un nombre limité des différences de prix qui excèdent les coûts de commercialisation, est acceptable. A cause de l'incertitude, une prédiction parfaite est impossible et une flexibilité doit être accordée au système.

Tableau 5.6: Nombre de fois que les différences de prix excèdent les coûts de transaction

	Cotonou		Bohicon		Parakou	
	Type 1	Type 2	Type 1	Type 2	Type 1	Type 2
Bohicon	27%	35%	-	-	-	-
Parakou	14%	1%	7%	6%	-	-
Azovè	90%	72%	11%	10%	27%	14%
Glazoué	82%	76%	4%	1%	20%	17%
Kétou	61%	53%	23%	21%	12%	7%
Nikki	68%	61%	19%	10%	32%	27%

Source : Elaboré à partir des séries de prix de ONASA (1998, 1999, 2000, 2001) et des données de terrain, 2001.

Toutefois, la lecture du Tableau 5.6 montre surtout que, les différences de prix avec Cotonou, excèdent plus régulièrement les coûts de commercialisation, même avec les commerçants de type 2. De plus, si l'on compare ces chiffres avec la situation avant 1990, on constate une dégradation de la situation. Cela montre qu'il y a quelque chose qui ne va dans le système de commercialisation du maïs. On peut expliquer ce résultat par l'information asymétrique, les problèmes des marchés incomplets, le manque de crédit et l'accès préférentiel à des ressources pour certains commerçants, etc. Pourtant, on s'attendait à ce que la politique de libéralisation conduise à une amélioration de la situation, déjà déficiente en 1990, au lieu d'une dégradation. Toutefois, on observe en même temps, que Bohicon paraît mieux intégré aux marchés de Glazoué, Azovè, Nikki et Parakou. Au moins, nous pouvons constater que la situation de Bohicon n'a pas dégradé par rapport à la situation qui existait en 1990. Cotonou est mieux intégré à Parakou. En général, on observe une intégration plus intensive qu'en 1990 de Parakou aux marchés du Sud. Pourtant, la relation entre ce marché et

Nikki semble être moins bonne. L'analyse de l'intégration des prix par la méthode de cointégration multiple de Johansen permettra de confirmer ou d'infirmer ces hypothèses d'intégration des marchés.

5.2. Etude de l'intégration des marchés par la méthode de Johansen

L'intégration des marchés est une caractéristique essentielle de la performance du fonctionnement du marché d'un produit. Lorsque les marchés sont intégrés pour un produit, les processus de formation des prix de ce produit ne sont plus indépendants sur ces marchés. Dans cette section, l'étude de l'intégration des prix va suivre trois étapes. La première étape va aborder l'étude de la stationnarité des séries de prix. La deuxième étape sera consacrée à l'analyse de cointégration pour vérifier s'il existe des relations stables de long-terme. Enfin, le modèle à correction d'erreur sera estimé pour analyser les dynamiques de court-terme sur le processus de formation des prix.

Les séries de prix et étude de leurs stationnarités

Les séries de prix sont ceux des marchés de Cotonou, Bohicon, Azovè, Kétou, Glazoué, Parakou et Nikki. Ces marchés s'animent tous les quatre jours sauf les marchés de Glazoué et Parakou qui s'animent une fois par semaine. Mais étant donné que le prix du maïs connu lors d'un jour d'animation de l'un quelconque de ces marchés demeure le même jusqu'au prochain jour d'animation du marché, ces deux séries de prix hebdomadaires sont transformées en séries de prix de quatre jours pour des raisons statistiques. En effet, la cointégration des marchés mesure l'influence de la vitesse de circulation de l'information sur le processus de la formation des prix sur ces marchés.

Les prix, collectés en unités de mesure locales, couvrent la période de Septembre 1998 à Septembre 2001, soit 282 observations par marché. Au cours de cette période, les taux d'inflation des céréales étant faibles (entre -4,8% et 8,8%), les séries de prix ne sont pas déflatées au risque d'introduire un facteur qui déterminerait le mouvement commun des prix sur les marchés étudiés. Dans la suite, X_c , X_b , X_a , X_k , X_g , X_p , X_n représenteront respectivement les séries de prix des marchés de Cotonou, Bohicon, Azovè, Kétou, Glazoué, Parakou et Nikki.

Dans cette étude, l'ordre d'intégration des séries sera déterminé par les tests de racine unitaire de Dickey-Fuller Augmenté (ADF-test = Augmented Dickey-Fuller test). Ces tests permettent en effet, de mettre en évidence le caractère stationnaire ou non d'une chronique (série de prix dans notre cas). Les tests ADF sont fondés sur l'estimation par les moindres carrés ordinaires des trois modèles suivants (k =nombre de retards ou lags):

1. $\Delta Y_t = \mu + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \delta_i \cdot \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t$, modèle 1 : sans tendance mais avec terme constant
2. $\Delta Y_t = \mu + \alpha t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \delta_i \cdot \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t$, modèle 2 : avec tendance et terme constant
3. $\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \delta_i \cdot \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t$, modèle 3 : sans tendance et sans terme constant.

Les tests de Dickey-Fuller consistent à tester l'hypothèse $H_0 : \delta = 0$ contre l'hypothèse alternative $H_1 : \delta < 0$. Toutefois, sous H_0 les règles habituelles de l'inférence statistique ne peuvent pas être appliquées pour tester cette hypothèse, en particulier la distribution de Student du paramètre δ ; les valeurs critiques sont tabulées par différents auteurs par simulation sous l'hypothèse d'existence de racine unitaire (Fuller, 1976 ; Guilkey et Schmidt, 1989 et Mackinnon, 1991). Les tables élaborées sont des tables analogues au t-Student. Si $|t_\delta| > |t_{\text{tabulé}}|$, alors l'hypothèse de racine unitaire est rejetée et le processus est dit stationnaire. Le test peut être fait sur les variables à niveau, en première différence, en seconde différence, etc., mais il est rare que les séries en économie soient intégrées à un ordre supérieur à 2 (Charemza et Deadman, 1992). L'un des résultats importants obtenus par Fuller, est que la distribution asymptotique de la statistique-t sur δ , est indépendante du nombre de retards inclus dans la régression de ADF.

Dans les modèles ci-dessus mentionnés, k est le nombre de retards (lags) qui doit permettre de rendre ε_t en un processus de bruit blanc¹⁰. La statistique Q de Ljung-Box et le test Multiple de Breusch-Godfrey Lagrange (LM test) permettent de tester le bruit blanc. Les trois modèles sont estimés et les résultats sont présentés dans le Tableau 5.7.

Tableau 5.7: Test de racine unitaire sur les séries de prix en niveau

Type de modèle	Marchés						
	Azovè	Bohicon	Cotonou	Glazoué	Kétou	Nikki	Parakou
Modèle1	-2,729	-1,981	-1,107	-2,296	-0,469	-3,06	-0,497
Modèle2	-2,762	-2,147	-2,354	-2,280	-1,056	-3,269	-1,320
Modèle3	-0,448	-0,184	-0,574	-0,333	-0,959	-1,247	-0,740

Source : Elaboré à partir des séries de prix de ONASA (1998, 1999, 2000 et 2001).

¹⁰ Lorsque ε_t est identiquement et indépendamment distribuée, on dit est un "Bruit Blanc" (White noise), noté $\varepsilon_t \sim \text{iidN}(0, \sigma^2)$.

Le test de Dickey-Fuller réalisé sur toutes les séries de prix à niveau montre qu'on ne peut pas rejeter l'existence de racine unitaire dans ces séries et ceci pour les trois spécifications possibles : sans tendance mais avec terme constant, avec tendance et terme constant, sans tendance et sans terme constant. Les résultats de ce test sont présentés dans le Tableau 5.7. Les valeurs critiques sont $-3,4556$; $-3,9946$; $-2,5730$ respectivement pour les modèles 1, 2, 3. On constate aisément que quelque soit le modèle ou la série, les valeurs calculées sont supérieures aux valeurs critiques. Par suite, on peut conclure qu'aucune série n'est stationnaire en niveau ou que toutes les séries de prix sont non-stationnaires. Ce qui confirme les résultats généralement trouvés dans la littérature. En effet, il est rare qu'une série temporelle soit stationnaire en niveau. En conséquence, toutes les séries de prix sont non-stationnaires. Nous devons donc réaliser le test de Dickey-Fuller sur les séries en première différence afin de déterminer l'ordre de l'intégration. Les résultats du test, en première différence, sont présentés dans le tableau 5.8. Ici encore, tous les trois modèles ont été estimés. Les résultats ont montré que le modèle 3 sans constante ni tendance est la meilleure spécification pour toutes les séries de prix hormis celle du marché de Parakou. En effet, pour ce marché, le coefficient de la tendance est significatif à 5%. Les résultats montrent le rejet de racine unitaire dans les séries en première différence. En effet, toutes les statistiques-t calculées sont inférieures aux valeurs critiques, au seuil de 1%. Le bruit blanc est obtenu avec le nombre de retard égal à 1, comme le confirment les tests Q de Ljung-Box et de Breusch-Godfrey. En effet, ces tests montrent qu'on ne peut pas rejeter l'hypothèse de "White Noise" (bruit blanc) des erreurs même au seuil de 10% (cf. Tableau 5.8). En conséquence, toutes les séries de prix sont intégrés d'ordre 1. Autrement dit, les séries de prix de tous les marchés sont stationnaires en première différence. On peut donc procéder à l'analyse de cointégration par la méthode de Johansen.

Tableau 5.8: Test de racine unitaire sur les séries de prix en première différence (k =1)

Marchés	Azovè	Bohicon	Cotonou	Glazoué	Kétou	Nikki	Parakou
ADF	-12,5984*	-11,6259*	-12,7763*	-15,6325*	-13,8182*	-12,9239*	-11,5771*
Q-stat ¹¹	1,000	0,988	0,891	0,951	0,979	0,912	0,906
LM test ¹²	0,6272	0,7178	0,3044	0,6054	0,4882	0,4161	0,0600

Note : * test significatif à 1%. Valeur critique à 1% de la statistique t est $-2,57$ pour le modèle 3 avec $k=1$. Valeur critique à 1% de la statistique t est $-3,45$ pour le modèle 1 avec $k=1$.

Source: Elaboré à partir des séries de prix de ONASA (1998, 1999, 2000 et 2001).

¹¹ Il s'agit des probabilités du test d'autocorrélation de la statistique Q de Ljung-Box

¹² Il s'agit des probabilités du test d'autocorrélation multiple de Breusch-Godfrey Lagrange

Test de cointégration de Johansen (1988)

Considérons le Vecteur Autoregressif (VAR) d'ordre p suivant :

(1) $Y_t = A_1 Y_{t-1} + \dots + A_p Y_{t-p} + B X_t + \varepsilon_t$ ou $Y_t = \sum_{i=1}^p A_i Y_{t-i} + B X_t + \varepsilon_t$ où Y_t est un vecteur de k variables $I(1)$, X_t un vecteur de d variables déterministes, A_i matrice $k \times k$ et ε_t le vecteur de n perturbations indépendantes et identiquement distribuées suivant une loi normale. Dans notre cas, les k variables sont des séries de prix de maïs. Le second membre de l'équation (1) peut être spécifié sans constante (comme ce cas), avec constante seule ou avec constante et tendance déterministe. Ce VAR peut être réécrit sous la forme de l'équation (2).

$$(2) \Delta Y_t = \Pi Y_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \Gamma_i \Delta Y_{t-i} + B X_t + \varepsilon_t \text{ où } \Pi = \sum_{i=1}^p A_i - I, \Gamma_i = - \sum_{j=i+1}^p A_j$$

et $\Delta Y_t = Y_t - Y_{t-1}$.

Dans cette équation, seule la matrice Π de type $k \times k$ contient des informations au sujet de la ou des relation(s) de long terme pouvant exister entre les composantes du vecteur Y_t . Le rang r de la matrice Π étant au plus égal à k , Si $r = k$, alors toutes les variables de Y_t seraient stationnaires et le problème de cointégration ne se pose plus. Ce cas est en réalité impossible à rencontrer dans l'étude dans la mesure où l'analyse de cointégration n'est envisagée que lorsque les variables ne sont pas stationnaires en niveau avec les conditions déjà énumérées ci-haut.

Si $r = 0$ c'est-à-dire que $\Pi = 0$, alors aucune des combinaisons linéaires des variables de Y_t n'est stationnaire. Dans ce cas, on doit respécifier le système en différence pour le rendre stationnaire.

En dehors de ces deux cas extrêmes, si la matrice Π a un rang r tel que $0 < r < k$, alors il existe r relations de cointégration et donc r relations de long terme.

Dans ce cas, selon le Théorème de Représentation de Granger, il existera deux matrices α et β de type $k \times r$ telles que $\Pi = \alpha \beta'$ et $\beta' Y_t$ stationnaire. La matrice β dont les éléments sont les coefficients des relations de long terme des variables est appelée matrice de cointégration. Dans ces conditions, l'équation (2) devenue équation (3) est appelée représentation vectorielle à correction d'erreur (vector error correction model, VECM). Le modèle à correction d'erreur s'écrit donc sous la forme :

$$(3) \Delta Y_t = \alpha * (\beta' Y_{t-1}) + \sum_{i=1}^{p-1} \Gamma_i \Delta Y_{t-i} + B X_t + \varepsilon_t$$

On comprend alors que le modèle à correction d'erreur est un VAR restreint. La spécification VECM restreint le comportement à long-terme des variables endogènes à converger vers leurs relations de cointégration tout en permettant des dynamiques de court-terme.

Les éléments du vecteur α sont connus sous le nom de paramètres d'ajustement. Ils mesurent la vitesse d'ajustement. En d'autres termes, le vecteur α est la force

de rappel vers l'équilibre. $\alpha\beta'Y_{t-1}$ est le terme à correction d'erreur. A long terme, il est nul. Mais, si chaque variable endogène s'écarte de la relation d'équilibre à long terme dans la dernière période, le terme à correction d'erreur n'est plus nul et la déviation de chaque variable de l'état d'équilibre à long-terme est graduellement restaurée sous une série d'ajustements partiels de court terme. Supposons que $(\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_r)$ est le vecteur de cointégration. Pour tout réel non nul λ , $(\lambda\beta_1, \lambda\beta_2, \dots, \lambda\beta_r)$ est aussi un vecteur de cointégration. Dans ces conditions, il convient de normaliser le vecteur de cointégration par le choix d'une variable dont le coefficient sera fixé à 1 (Enders, 1995)

En général, selon Stock et Watson (1988), dans un système de k séries de prix avec r relations de cointégration, il existera $k-r$ différentes tendances stochastiques. Si les k séries de prix présentent donc une seule tendance stochastique commune, alors toutes les séries de prix doivent être cointégrées par paire (Asche et *al.*, 1999), autrement dit, il y aura $k-1$ vecteurs de cointégration.

La préoccupation actuelle est de déterminer le nombre r . Deux statistiques de test sont couramment utilisés à cet effet. Il s'agit de la statistique fondée sur le ratio de vraisemblance (likelihood ratio test statistic) connu sous le nom Trace test (λ_r) et celle fondée sur des valeurs propres maximum (maximum eigenvalue test) connu sous le nom de λ_{\max} test :

$\lambda_r = -T \sum_{i=r+1}^k \log(1 - \lambda_i)$ et $\lambda_{\max} = -T \log(1 - \lambda_i)$ avec $n =$ nombre d'observations et $\lambda_i = i^{\text{ème}}$ valeur propre de la matrice Π . La statistique Trace teste l'hypothèse $H_0 : r = a$ ($0 \leq a \leq k - 1$) contre l'hypothèse alternative $H_1 : r = k$ alors que l'hypothèse alternative du test λ_{\max} est qu'il y a exactement $a + 1$ relations de cointégration. Les valeurs critiques de ces deux tests sont tabulées par Johansen et Juselius (1990). Il est aisé de montrer que $\lambda_{\max} = \lambda_r - \lambda_{r+1}$. Dans les deux types de test, lorsque la valeur calculée de chaque statistique est supérieure à la valeur critique, on rejette l'hypothèse H_0 au profit de H_1 . La détermination du nombre de relations de cointégration se fait par une procédure séquentielle. On part de $r = 0$ à $r = k-1$ jusqu'à ce qu'on ne peut plus rejeter.

Une étape importante, avant la réalisation du test de Johansen proprement dit, est la détermination du nombre de retards admissibles dans le VAR. A cet effet, trois critères sont généralement utilisés. Il s'agit des critères de Akaike (Akaike Information criterion (AIC)), de Schwarz (Schwarz Information Criterion (SIC)) et de Hannan-Quinn (HQ) (Sin et White, 1996). La procédure de sélection de l'ordre de la représentation consiste à estimer tous les modèles VAR pour un ordre allant de 0 à h (h étant le retard maximum admissible par la théorie économique ou par les données disponibles). Le retard p ($0 \leq p \leq h$) qui

minimise les critères AIC, SIC ou HQ est retenu. C'est-à-dire qu'un modèle VAR(3) qui a un AIC et/ou SC plus petit par exemple qu'un modèle VAR(2) sera choisi au détriment du VAR(2) ($p=3$ dans ce cas).

Tableau 5.9: Critères de choix du nombre de retard(s) k admissible(s)

k	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
AIC	44,40	44,32	44,08	43,90	43,93	43,86	43,98	44,08	44,02	44,06
SC	45,12	45,68	46,08	46,55	47,22	47,80	48,58	449,35	49,94	50,65

Source: Elaboré à partir des séries de prix de ONASA (1998, 1999, 2000 et 2001).

Le Tableau 5.9 présente les valeurs des critères d'information de Akaike (AIC) et de Schwarz (SC) suivant dix valeurs successives de k (nombre de retards). On constate qu'avec le critère d'information de Akaike, le VAR(6) serait sélectionné alors que le VAR(1) est sélectionné par le critère d'information de Schwarz. Or selon Reimers cité par Banerjee et al. (1993, p.286), le critère d'information de Schwarz paraît le mieux dans l'exercice de sélection du nombre de retards admissibles d'un modèle. Bien plus, dans le VAR (1), l'erreur est bien un bruit blanc. En conséquence, nous allons procéder au test de Johansen avec $k=1$. La deuxième étape de cette méthode de Johansen consiste à déterminer le nombre de relations de cointégration.

Le Tableau 5.10 présente les résultats du test de cointégration. Sachant que la statistique Trace teste l'hypothèse $H_0 : r = a$ ($0 \leq a \leq k - 1$) contre l'hypothèse alternative $H_1 : r = k$, ce test ne rejette pas l'hypothèse d'existence de 5 indépendantes relations de cointégration. De même, avec la statistique λ_{\max} , nous ne pouvons pas rejeter l'hypothèse d'existence de 5 indépendantes relations de cointégration au seuil de 5%. Nous pouvons donc conclure que le nombre de relations de cointégration est égal à 5. Il est donc clair que des relations d'équilibre de long terme, qui traduisent des co-mouvements des séries de prix des différents marchés existent. Par conséquent, les marchés sont, sans doute, cointégrés à long terme dix ans après la libéralisation du marché des produits vivriers.

Tableau 5.10: Résultats du test de cointégration des séries de prix de maïs

Ho: rang = r	Trace test (λ_r)	Valeurs critiques à 5%	λ_{\max} test	Valeurs critiques à 5% ¹³
r = 0	260,67	124,24	108,55	45,28
r ≤ 1	152,12	94,15	69,19	39,37
r ≤ 2	82,93	68,52	30,74	33,46
r ≤ 3	52,18	47,21	22,45	27,07
r ≤ 4	29,74	29,68	18,92	20,97
r ≤ 5	10,82	15,41	10,11	14,07
r ≤ 6	0,72	3,76	0,72	3,76

Source: Elaboré à partir des séries de prix de ONASA (1998, 1999, 2000 et 2001).

Tableau 5.11: Coefficients de cointégration normalisés

Xa	Xg	Xk	Xn	Xp	Xb	Xc	C
1	0	0	0	0	-0,900876 ¹⁴ (0,26795) (-3,36212)	0,061125 (0,14846) ¹⁵ (0,41171) ¹⁶	-0,020075
0	1	0	0	0	-0,894713 (0,23188) (-3,85851)	-0,050196 (0,12848) (-0,39069)	11,27567
0	0	1	0	0	2,174752 (0,77469) (2,80724)	-1,637914 (0,42924) (-3,81484)	-91,32967
0	0	0	1	0	0,930515 (0,71451) (1,30231)	-0,471846 (0,39589) (-1,19185)	-117,8232
0	0	0	0	1	1,009256 (0,40382) (2,49930)	-1,288583 (0,22375) (-5,75915)	-39,64944

Note : Exemple: $X_a = 0,900876X_b - 0,061125X_c + 0,020075$

Source: Elaboré à partir des séries de prix de ONASA (1998, 1999, 2000 et 2001).

L'existence des cinq relations de cointégration montre qu'il y aurait deux marchés qui conduisent tout le système. Autrement dit, ces deux marchés déterminent la formation des prix de maïs sur tout le réseau de marchés considérés. S'inspirant des travaux de Lutz (1994), de Kuiper et *al.* (1999), on peut soupçonner que ces deux marchés ne peuvent être que Cotonou et Bohicon.

¹³ Les valeurs critiques de λ_{\max} test sont tirées de Osterwald-lenun (1992) cité par Banerjee et *al.* 1993. C'est d'ailleurs la même source qui est utilisée dans Eviews concernant les valeurs critiques de la statistique trace.

¹⁴ Les coefficients en gras sont ceux qui sont significatifs à 5%.

¹⁵ Le premier nombre entre parenthèses est l'Erreur-type ou l'écart-type

¹⁶ Le deuxième nombre entre parenthèses est La statistique "t"

Cela signifie que les marchés de Kétou, Azovè, Glazoué, Parakou et Nikki, sont cointégrés avec les marchés de Cotonou ou/et de Bohicon. Le tableau 5.11 présente les coefficients normalisés des cinq équations de cointégration. On peut constater que Azovè, Glazoué, Kétou et Parakou sont bien cointégrés à long terme à Bohicon. Mais, seuls Kétou et Parakou sont cointégrés à long terme à Cotonou. La cointégration de Glazoué à Bohicon et celle de Parakou à Cotonou sont des relations nouvelles. En effet, cette relation de long terme n'existait pas avant 1990 (Lutz, 1994). Toutefois, ces résultats ne permettent pas encore de conclure valablement sur l'amélioration qu'a apporté le système d'information mis en place par l'ONASA. L'estimation du modèle vectoriel à correction d'erreur va nous permettre d'apprécier la dynamique de court terme.

Le Tableau 5.12 présente les résultats de ce modèle dynamique. On peut constater, après lecture minutieuse du tableau, qu'au moins un terme à correction d'erreur est significatif au seuil de 5% pour chacune des 5 équations de cointégration. Cela confirme l'existence réelle de relations de cointégration de long terme au niveau du réseau des marchés considérés. Toutefois, les vitesses d'ajustement demeurent faibles dans la première période (4 jours). En effet, ces vitesses varient de 0,05 à 0,43. Les prix de Glazoué sont beaucoup plus ajustés, mais les autres marchés s'adaptent beaucoup plus lentement à l'équilibre de long terme. On s'attendait à ce que les valeurs de ces coefficients correspondent plus à une situation d'intégration à court terme avec des valeurs plus proches de 1. Mais ce n'est pas le cas. Les résultats correspondent à la conclusion tirée par Lutz en 1994 : *les marchés sont cointégrés mais ils s'adaptent avec un retard important*. Par ailleurs, ce modèle permet de confirmer que les marchés de Glazoué et d'Azovè sont relativement bien cointégrés à Bohicon et que Kétou est cointégré à Cotonou et Bohicon. Cependant, aucun marché du Nord du Bénin (Parakou et Nikki) n'est fortement cointégré à Cotonou ou à Bohicon. Cela s'explique en partie, par le fait que les commerçants de Nikki et de Parakou préfèrent beaucoup plus aller distribuer leurs marchandises dans le marché de Malanville malgré les différences de prix entre Cotonou et Nikki qui excèdent largement les coûts de commercialisation. En fait, les commerçants de cette région tiennent beaucoup plus compte des prix d'achat et de vente à Malanville dans leur processus de prise de décision sur le choix du marché à fréquenter. Aussi, ce résultat a été observé par Lutz (1994).

En somme, nous constatons que ces résultats confirment ceux déjà obtenus dans l'analyse des différences de prix (cf. 5.1.2). Sur la base de toutes ces analyses sur les séries de prix, nous pouvons tirer les conclusions suivantes. Les marchés du Nord ne sont guère intégrés aux marchés du Sud. Même, l'intégration des marchés du Sud est caractérisée par une lenteur d'ajustement. Du fait que Lutz a utilisé une autre approche pour mesurer l'intégration, on doit être prudent dans la comparaison des résultats. Cependant, ces résultats constituent un indice

probant qu'il n'y a point eu d'amélioration dans l'intégration des marchés de maïs au Bénin depuis la libéralisation du marché. Le problème de l'évaluation des actions entreprises depuis 1990 pour la libéralisation des marchés des produits agricoles, se pose alors avec acuité.

Tableau 5.12: Le modèle vectoriel à correction d'erreur des prix de maïs

Variabes	D(XA)	D(XG)	D(XK)	D(XN)	D(XP)	D(XB)	D(XC)
CointEq1	-0,152¹⁷ (0,046) (-3,276)	0,316 (0,046) (6,784)	0,031 (0,049) (0,637)	-0,020 (0,055) (-0,373)	-0,013 (0,038) (-0,331)	0,083 (0,037) (2,274)	-0,081 (0,042) (-1,927)
CointEq2	0,040 (0,045) (0,906)	-0,430 (0,045) (-9,598)	-0,115 (0,047) (-2,427)	0,057 (0,053) (1,082)	0,023 (0,036) (0,621)	-0,031 (0,035) (-0,867)	0,007 (0,040) (0,163)
CointEq3	0,022 (0,018) (1,209)	0,029 (0,018) (1,621)	-0,002 (0,019) (-0,105)	0,101 (0,021) (4,812)	0,053 (0,015) (3,642)	0,000 (0,014) (0,023)	0,065 (0,016) (4,014)
CointEq4	-0,037 (0,028) (-1,342)	-0,040 (0,028) (-1,430)	-0,007 (0,030) (-0,241)	-0,175 (0,033) (-5,309)	0,026 (0,023) (1,138)	0,002 (0,022) (0,094)	-0,093 (0,025) (-3,686)
CointEq5	-0,045 (0,035) (-1,287)	0,022 (0,035) (0,611)	0,038 (0,037) (1,022)	0,087 (0,042) (2,088)	-0,122 (0,029) (-4,257)	-0,052 (0,028) (-1,857)	0,098 (0,032) (3,060)
D(XA(-1))	-0,089 (0,065) (-1,364)	-0,101 (0,066) (-1,530)	-0,037 (0,069) (-0,529)	0,029 (0,077) (0,376)	-0,015 (0,053) (-0,287)	0,017 (0,052) (0,337)	0,008 (0,059) (0,133)
D(XG(-1))	0,052 (0,055) (0,943)	0,110 (0,055) (1,996)	0,186 (0,058) (3,195)	0,048 (0,065) (0,742)	0,237 (0,045) (5,281)	0,079 (0,043) (1,818)	0,038 (0,050) (0,763)
D(XK(-1))	0,094 (0,058) (1,630)	0,057 (0,058) (0,987)	-0,160 (0,061) (-2,613)	-0,107 (0,068) (-1,572)	0,037 (0,047) (0,780)	0,107 (0,046) (2,344)	-0,050 (0,052) (-0,953)
D(XN(-1))	-0,008 (0,051) (-0,162)	-0,039 (0,051) (-0,765)	0,014 (0,054) (0,269)	-0,007 (0,060) (-0,120)	-0,024 (0,041) (-0,572)	0,001 (0,040) (0,035)	0,037 (0,046) (0,811)
D(XP(-1))	0,0267 (0,069) (0,389)	0,018 (0,069) (0,252)	-0,038 (0,073) (-0,525)	-0,012 (0,082) (-0,151)	-0,025 (0,056) (-0,442)	0,063 (0,054) (1,155)	-0,072 (0,062) (-1,151)
D(XB(-1))	0,248 (0,082) (3,034)	-0,228 (0,082) (-2,780)	-0,055 (0,087) (-0,631)	-0,022 (0,097) (-0,231)	0,095 (0,067) (1,422)	0,053 (0,064) (0,818)	-0,066 (0,074) (-0,887)
D(XC(-1))	0,116 (0,068) (1,720)	0,087 (0,068) (1,285)	-0,1659 (0,072) (-2,316)	0,043 (0,080) (0,541)	0,067 (0,055) (1,221)	-0,067 (0,053) (-1,246)	-0,007 (0,061) (-0,122)
C	-0,0336 (0,353) (-0,095)	-0,124 (0,355) (-0,349)	0,469 (0,374) (1,253)	-0,169 (0,418) (-0,405)	0,080 (0,288) (0,277)	-0,011 (0,279) (-0,041)	0,229 (0,320) (0,714)
R ² adusté	0,135	0,303	0,058	0,109	0,244	0,066	0,112
Statistique F	4,619	11,121	2,428	3,845	8,494	2,647	3,918

Source: Elaboré à partir des séries de prix de ONASA (1998, 1999, 2000 et 2001).

¹⁷ Les coefficients en gras sont ceux qui sont significatifs à 5%.

Chapitre 6: Synthèse des résultats de l'analyse

Cette étude a analysé le fonctionnement du marché de maïs dix ans après la mise en œuvre des réformes dans le secteur de la commercialisation des produits vivriers au Bénin. L'objectif de cette étude est de mesurer en quoi les différentes interventions du gouvernement ont contribué à réduire ou éliminer les contraintes majeures qui handicapaient la commercialisation des produits vivriers avant ces réformes (cf. Chapitre 1)

1) Les objectifs spécifiques de la recherche sont:

1. Analyser les règles et les pratiques des associations de commerçants dans l'amélioration de l'environnement institutionnel du marché de maïs ;
2. Analyser les modifications que la libéralisation a apportées aux unités et techniques de mesure du maïs dans la perspective de l'amélioration de la transparence du marché ;
3. Analyser les changements au niveau des systèmes de financement, de transport et de stockage au cours de cette période de réforme ;
4. Analyser les systèmes d'information des acteurs ;
5. Mesurer les impacts des changements sur les coûts de commercialisation et l'intégration spatiale des marchés.

La recherche a été conduite sur un échantillon représentatif des marchés importants pour la commercialisation du maïs: Nikki, Parakou, Glazoué, Dassa, Bohicon, Azovè, Cotonou, Kétou et Pobè.

Il faudrait remarquer que, les nombreuses structures créées par l'Etat avant 1990, se sont montrées inefficaces vis-à-vis du système privé qui contrôlait la grande majorité de l'offre commerciale malgré la politique restrictive de l'Etat. La non-pertinence de ces objectifs a rendu donc inévitable la mise en œuvre d'une nouvelle politique agricole dans le cadre des Programmes d'Ajustement Structurel (PAS). Ainsi, en dehors du Centre d'Action Régional pour le Développement Rural (CARDER) et de l'Office National des Céréales (ONC) qui ont été restructurées, toutes les autres sociétés étatiques ont été dissoutes. Le CARDER a abandonné son intervention dans la commercialisation des produits agricoles et concentre actuellement son effort sur le suivi-appui-conseil en matière de techniques de production. Une autre tâche du CARDER est le conseil aux organisations de producteurs en matière d'organisation, de gestion et de commercialisation du coton-graine dans les zones productrices. Des conseils allant dans le sens de la commercialisation du maïs comme ce fut le cas du coton, ne font pas partie, pour le moment, des stratégies d'intervention des CARDER. L'ONC (Office National des Céréales),

restructuré en 1992, est devenu ONASA (Office National d'Appui à la Sécurité Alimentaire). Cette structure est chargée du suivi de l'évolution de la production vivrière et des perspectives alimentaires, résultant de la campagne agricole ; de l'appui au secteur privé; de la gestion et du suivi de l'information sur les marchés ; du suivi des prix et des flux des produits vivriers ; et du conseil au Gouvernement dans la conduite de sa politique en matière de sécurité alimentaire et d'aide alimentaire au Bénin. Dans l'exécution de ses tâches, elle s'appuie sur les autres structures compétentes du Ministère du Développement Rural d'antan (actuellement Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche, MAEP) ou en liaison avec les autres ministères concernés. Au cours de ces dix dernières années, l'Etat béninois a bénéficié de l'appui de la coopération allemande pour appuyer les activités de l'ONASA dans le souci de garantir l'efficacité du marché des produits vivriers. De même, des règles du jeu ont été aussi revues. Toutefois, la réglementation n'a pas couvert tous les aspects de la commercialisation des produits vivriers et de ce fait, demeure complexe pour une bonne organisation de l'environnement institutionnel, garant de la concurrence et de la compétition. En conséquence, la majorité des petits commerçants demeurent dans le secteur informel (cf. Chapitre 2). A cause de cela, les règles du jeu pour ces commerçants ne sont pas transparents et les rends vulnérables vis-a-vis des autorités du marché et de leurs concurrents (cf. Chapitre 2).

La mise en place d'un dispositif d'information sur les marchés, la construction de magasins de stockage et surtout l'organisation des commerçants en associations régionales sont les véritables changements dus aux réformes en cours dans le secteur des produits vivriers.

Analyse des règles et pratiques des associations de commerçants

Concernant la première question de recherche nous avons constaté que la création d'associations régionales de commerçants a été le plus important changement dans l'environnement institutionnel du fonctionnement des marchés de produits vivriers. En effet, trois organisations régionales ont été mises en place par le projet ONASA/GTZ. La première est le Réseau des Commerçants de Produits Vivriers du Bénin (RECOPROV-Bénin) créé en 1998 et qui regroupe les acteurs résidant dans le Sud et le Centre du pays avec des groupements de base installés dans 15 Sous-préfectures. La deuxième est le Groupement des Commerçants de Produits Vivriers du Borgou/Alibori (GCPV- Borgou/Alibori) créé en 1997 avec des antennes ou cellules de base déjà installées dans les différentes Sous-préfectures. La dernière organisation régionale est le Groupement des

Commerçants de Produits Vivriers de l'Atacora/Donga (GCPV-Atacora/Donga) créé un an après celle du Borgou/Alibori. L'idée derrière cette politique était que les associations des commerçants peuvent leur permettre de mieux partager les informations nécessaires à leurs activités, de contribuer à résoudre le problème de l'inadéquation des systèmes de crédit officiels à leurs besoins, de mieux gérer leurs conflits, d'avoir un porte-parole auprès du Gouvernement et de l'administration pour la négociation d'un certain nombre d'infrastructures et autres avantages. Mais, il faut nécessairement un certain nombre de préalables. En effet, Lutz (1994) avait révélé que la réglementation à l'entrée du marché, par les organisations informelles, était une entrave au fonctionnement du marché. Il a donc suggéré à cette époque, que toute nouvelle politique agricole devrait viser la suppression de ces barrières, pour attirer les acteurs potentiels dans les marchés formels. Par exemple, les paysans devraient avoir des occasions pour approvisionner directement les grossistes non-résidents. Mais, la réalité au Bénin est que l'Etat a voulu se retirer de la commercialisation des produits vivriers sans une politique claire sur la promotion de la concurrence. Or, on sait bien que les commerçants locaux cherchent souvent à protéger leurs intérêts, et créent ainsi des barrières à l'entrée aux producteurs et aux commerçants étrangers. En fait, nous constatons au Bénin, que le niveau de compréhension de la politique de l'Etat par les organisations de commerçants constitue un handicap majeur pour l'amélioration de l'environnement institutionnel. Les barrières sont devenues plus renforcées qu'avant la réforme, chaque association développe des stratégies pour protéger les intérêts de ses membres, intérêts qui nuisent parfois au bon fonctionnement du marché. Le retrait de l'Etat dans la fixation des prix ne doit pas être transférée à une quelconque organisation privée. Avec le processus de la décentralisation, on risque d'être totalement dépendant des associations locales des commerçants alors qu'on sait que les régions de Nikki, Kétou, Pobè et leurs environs sont des greniers importants pour les grandes villes du pays. L'importance de ces régions pour la sécurité alimentaire est donc évidente. La création des associations ne doit pas constituer un handicap au fonctionnement du marché mais doit contribuer à l'améliorer et à réduire les coûts de transaction. On peut donc retenir que l'organisation des commerçants en des associations n'a pas permis d'améliorer la transparence dans le marché de maïs. Au contraire, ces organisations ont renforcé leur collusion et érigent ainsi des barrières pour les producteurs et les commerçants non-adhérents ou non résidents. Du fait donc de l'absence de la libre entreprise, la concurrence est faible. Il en découle des contre-performances non anticipées par les initiateurs des réformes. Les marchés sont pris en otage par quelques groupuscules de commerçants. La

résistante tacite aux réformes se trouve ainsi renforcée avec des effets négatifs sur la performance. En conséquence, une politique anti-collusion s'impose et le plus tôt serait le mieux. Cette situation met à nu la non application des règles dans le Pays. En effet, il y a une Direction de la Concurrence et du Commerce Interne (DCI), chargée entre autres, de permettre aux consommateurs d'avoir des prix compétitifs sur les marchés et d'avoir accès aux produits en qualité et en quantité répondant aux normes requises. Cependant, dans la pratique actuelle, les activités de ce service sont concentrées sur le contrôle des prix de certains produits non-vivriers. Aucune activité n'est exécutée pour vérifier si le processus de compétition est opérationnel. Dans aucun marché, nous n'avons pu observer des activités de contrôle des barrières à l'accès du marché (cf. Chapitres 3 et 4) .

Analyse des modifications et changements

Concernant les questions 2 et 3, nous avons observé que les stratégies des acteurs à l'achat comme à la vente du maïs ont connu peu de modifications. En fait, ces stratégies étaient mises en place avant la libéralisation quand bien même l'Etat se disait organisateur de la commercialisation de ce produit. Le contrôle de la filière lui a échappé, malgré la multiplicité de structures créées à cette époque (cf. chapitre 2). Les unités de mesure utilisées dans le circuit de commercialisation demeurent nombreuses. Aucune tentative n'est observée quant à l'introduction d'une unité standard de mesure dans les échanges commerciaux par les commerçants eux-mêmes ou par l'ONASA. Cette multitude d'unités de mesure constitue toujours une contrainte pour la transparence du marché. Même, la présence beaucoup plus intense des mesureuses sur certains marchés c'est-à-dire ceux de Bohicon, Kétou et Pobè n'a guère amélioré la transparence des échanges entre acheteurs et vendeurs. Toutefois, il est instructif de signaler que celles-ci ont permis de restaurer la confiance entre ces deux types d'acteurs. Cependant, doit-on faire remarquer que les mesureuses ne constituent pas le gage de satisfaction, ni pour l'un, ni pour l'autre des acteurs. C'est un rôle d'arbitrage qui renvoie parfois dos à dos le perdant et le gagnant, chacun se promettant de recourir au service de mesureuses plus professionnelles, et plus impartiales à la prochaine occasion. Par ailleurs, les velléités de reconversion des mesureuses en commerçantes n'ont guère rendu la tâche facile aux partisans du commerce de maïs en tant qu'activités formelles. De même, on peut se poser la question de savoir si l'augmentation des coûts de transaction (2,3 FCFA par kg) que cela implique peut être considérée comme une solution acceptable. Les marchés sur lesquels il n'y a pas de mesureuses n'ont pas aussi amélioré leur transparence.

L'utilisation des mesures reste des points d'achoppement entre les acteurs. Les gagnants sont ceux des commerçants qui détiennent des informations sur la conduite des marchés de maïs. Toutefois, il y a un début de transparence à Azovè où la transaction se fait dans des sacs standard.

L'existence de nombreuses fermes d'élevage, d'usine de transformation du maïs et des opérations triangulaires d'aide alimentaire ont développé de nouveaux circuits de commercialisation avec la vente du maïs par soumission aux appels d'offre. Mais, ces circuits sont surtout exploités par certains commerçants des marchés urbains de consommation. L'accroissement normal des commerçants, l'extension des marchés urbains de consommation par la création de nouveaux points de vente informels et la perte de confiance que les courtiers de Bohicon et Dantokpa ont engendrée ces dernières années, les ont contraint à varier leurs rôles. Ainsi, certains courtiers se sont émancipés pour devenir de véritables commerçants. En plus donc du courtage, ils réalisent aussi la fonction de collecte du maïs dans les régions excédentaires. La construction d'infrastructures de stockage et de vente des produits vivriers en général et du maïs en particulier dans certains marchés est favorablement appréciée par les bénéficiaires. L'accès des petits commerçants aux crédits formels demeure limité malgré l'existence de plusieurs structures de financement. L'existence de mutuelles communautaires et des initiatives fructueuses en cours au niveau du GCPV-Borgou/Alibori montrent que les associations de commerçants ont la possibilité de mettre au point des systèmes de crédits adaptés à leurs conditions. Les organisations régionales constituent un cadre qui peut permettre de combler cette attente. Pour les commerçants, le transport ne constitue pas tellement un goulot d'étranglement comparativement à la période pré-libéralisation. Toutefois, l'aménagement des pistes de desserte rurale est à poursuivre. Par ailleurs, les coûts du transport sont parfois réduites sur certains tronçons.

Analyse des systèmes d'information

Concernant la quatrième question de cette recherche, nous avons observé que la diffusion hebdomadaire par la radio des relevés de prix, les tableaux d'affichage sur les places de marchés et la Lettre mensuelle d'Information sur la Sécurité Alimentaire du Système d'Alerte Rapide (LISA-SAR) de l'ONASA, sont les trois supports utilisés dans le Système d'Information sur les Marchés (SIM). La diffusion des prix à la radio est progressivement décentralisée par l'implication de certaines radios rurales locales mais cela n'a commencé qu'en l'an 2000. Toutefois, la diffusion n'est pas encore opérationnelle à Kétou et Pobé. Bien plus, ces radios locales ne diffusent que des prix au niveau local, ce qui ne facilite

pas l'arbitrage national mais contribue beaucoup plus à l'arbitrage local. Il importe donc que la diffusion des prix par les radios locales tiennent nécessairement compte des prix des produits vivriers des grands marchés du Sud (Bohicon, Dantokpa) et ceux du Nord du Bénin (Parakou, Nikki et Malanville). L'information des commerçants du sud sur les marchés du Nord demeure donc asymétrique. Il est ressorti de nos entretiens que la transmission orale de l'information concernant les prix, l'offre et la demande demeure le système prépondérant dans les transactions commerciales. Aucun commerçant n'a fait allusion à la radio comme moyen d'information. Toutefois, ce qui est même important, est que presque tous les commerçants sont informés de l'existence et du fonctionnement de cette source d'information dans les milieux dans lesquels elle est opérationnelle. La diffusion de grands débouchés à la radio peut être intéressante aux commerçants. Par contre, la diffusion des prix des produits agricoles à la radio a amélioré le processus de marchandage au niveau des producteurs avec les grossistes-assembleurs, même à Nikki où les prix d'achat et de vente sont pré-déterminés par les commerçants. Les producteurs sont mieux informés des prix auxquels les commerçants revendent les produits au niveau des marchés régionaux. L'impact est d'autant plus important lorsque le système est mieux adapté aux jours d'animation des marchés. Par ailleurs, le bulletin mensuel d'information n'est réellement exploité ni par les commerçants, ni par les producteurs ou consommateurs. Ce bulletin est beaucoup plus utile pour les décideurs politiques en ce sens qu'il analyse les tendances mensuelles et annuelles des produits vivriers. Peut-être sera-t-il nécessaire de former chacun des types d'acteurs qui participent au marché, à l'exploitation des informations qui se trouvent dans lesdits bulletins.

Mesurer les impacts sur l'intégration

Enfin, en ce qui concerne la cinquième question, nous constatons que les réformes n'ont pas fondamentalement réduit les coûts de commercialisation. De même, l'analyse des différences de prix entre les marchés urbains et les marchés régionaux a montré que les acteurs ont un réel besoin en information pour pouvoir minimiser les échecs et tirer avantages des différences de prix qui existent entre les marchés de surplus et les marchés de consommation. En outre, les différences de prix excèdent plus régulièrement les coûts de commercialisation. Bien plus, la différence moyenne de prix dépasse parfois la marge commerciale, ce qui n'existait même pas avant la libéralisation (Lutz, 1994). Tous ces constats montrent donc qu'il y a quelque chose qui ne va pas dans le système de commercialisation du maïs. Autrement dit, le marché est encore caractérisé par des imperfections. Par ailleurs, par l'intermédiaire de

l'analyse multiple de cointégration de Johansen, nous avons montré que les marchés sont effectivement cointégrés à long terme. Les marchés de Glazoué et d'Azovè sont relativement bien cointégrés à Bohicon et Kétou est cointégré à Cotonou et Bohicon. Cependant, aucun marché du Nord du Bénin (Parakou et Nikki) n'est fortement cointégré à Cotonou ou à Bohicon. Bien plus, les vitesses d'ajustement demeurent faibles dans la première période (4 jours). Ces résultats ne peuvent être expliqués que par les imperfections relevées par l'analyse de la structure du marché et de la conduite des acteurs. On peut citer l'asymétrie d'information, le renforcement des barrières au niveau des régions les plus excédentaires en maïs: Nikki, Kétou et Pobè (cf. Chapitre 5).

On peut finalement retenir qu'il y a peu de changements, dix ans après les réformes, en ce qui concerne le degré d'efficacité du fonctionnement du marché des produits vivriers. Ces réformes ont laissé des creux dont a profité le groupe des commerçants sur les marchés de maïs. Il est remarquable que le débat sur la libéralisation au Bénin durant les dernières 15 années, n'a pas abouti à des changements plus fondamentaux. On s'attendait à observer des changements institutionnels au niveau des règles du jeu et la pratique du jeu. Les résultats sont décevants et par conséquent, il est logique qu'on n'arrive pas à observer des améliorations concernant les coûts de commercialisation et l'intégration des marchés. Il semble qu'on trouve ici un autre cas de résistance contre des changements (*Resisting Reforms*, Dedehouanou, H., 2002). Nous devons même douter si les résultats de libéralisation du marché de maïs au Bénin sont conformes à l'expression optimiste qui résume la situation concernant les réformes dans le secteur agricole en Afrique au Sud du Sahara : *The road half traveled* (Kherallah et *al.*, 2000). On est même loin de réaliser les 50% des mesures nécessaires à la libéralisation au Bénin.

Ainsi, la poursuite des activités de construction des structures de stockage, la diffusion hebdomadaire continue des prix du maïs des grands marchés de consommation et de collecte dans les radios locales sur toute l'étendue du Bénin, et la mise en œuvre imminente d'une politique anti-collusion sont des actions complémentaires nécessaires pour assurer le bon fonctionnement du marché des produits vivriers. En outre, des actions spécifiques à l'endroit des producteurs doivent être initiées pour les aider à aussi profiter des opportunités du marché, ce qui renforcera davantage la compétition.

Références bibliographiques

- AHOHOUNKPANZO, M (1992), *Analyse Economique des Circuits de Commercialisation du Maïs dans le Département de l'Atlantique (Sud-Bénin)*, Thèse de doctorat de 3ème cycle en Sciences Economiques, Abidjan, CIRES.
- ALAPINI, C. (1999), *Réflexion sur un Parcours vers l'Autopromotion des Commerçants de Produits Vivriers*, ONASA, Cotonou.
- ASCHE, F., H. BREMNES, and C. R. WESSELLS (1999), Product Aggregation, Market Integration, and relationships between Prices: An Application to World Salmon Markets, *American Journal of Agricultural Economics* (81), pp. 568-581.
- BADIANE, O., F. GOLETTI, M. KHERALLAH, P. BERRY, K. GOVINDAN, P. GRUHN, et M. MENDOZA (1997), *Agricultural Input and Output Marketing Reforms In African Countries*, Final Donor Report, Washington, D.C.: International Food Policy Research Institute (IFPRI).
- BADIANE, O. (1997), The Effect of Liberalisation on Food Markets in Africa. In A. Van Tilburg, H. Moll, A. Kuyvenhoven: *Agricultural Market beyond Liberalisation*, Kluwer Academic publishers, Boston, USA, pp.147-158.
- BANERJEE, A. J., J. DOLADO, J. W. GALBRAITH, and D. F. HENDRY (1993), *Cointegration, error-correction, and the econometric analysis of non-stationary Data*, Oxford university press, New-York.
- BAUMOL, W. J., J. C. PANZAR and R. D. WILLIG (1988), *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*, HBJ Publishers, San Diego.
- BOURBONNAIS, R. (1998), *Econométrie*, 2e édition, Dunod, Paris.
- CHAREMZA, W. W. and DEADMAN (1992), *New Direction in Econometric Practice: General to specific modelling, cointegration and vector autoregression*, Edward Elgar, Aldershot.
- CLODIUS, R. L. and W. F. MUELLER (1961), Market Structure Analysis as an Orientation of Research in Agricultural Economics, *Journal of Farm Economics*, 43, 3, pp. 515-553.
- COUGHLAN, A.T., E. ANDERSON, L.W. STERN and A.I. EL-ANSARY, (2001), *Marketing Channels*, Prentice Hall, New Jersey.
- DEDEHOUANOU, H., (2003), *Resisting Reforms. A Resource-Based Perspective of Collective Action in the Distribution of*

- Agricultural Input and Primary Health Services in the Couffo Region, Benin.* African Studies Centre, Leiden.
- DERCON, S. (1995), On Market Integration and Liberalisation: Method and Application to Ethiopia, *Journal of Development Studies*, Vol. 32, No1, pp. 112-143, Frank Cass, London.
- DISSOU, M. (1991), *La Commercialisation du Maïs dans le Département de l'Ouémé, l'Efficacité de la Formation des Prix*, Thèse de Doctorat de 3ème Cycle, CIRES/FSE, Université Nationale de Côte d'Ivoire.
- DOSSOUHOUI, C. (2001), *Rapport d'évaluation des activités des Organisations Régionales de commerçants de produits vivriers*, Cotonou.
- ELLIS, F. (1992), *Agricultural Policies in Developing Countries*, Cambridge University Press, Cambridge.
- ENDERS, W. (1995), *Applied econometric time series*, Wiley series in probability and mathematical statistics, John Wiley and Sons, Inc, USA.
- ENGLE, R. and C. W. J. GRANGER (1987), Co-integration and Error Correction: Representation, estimation and testing, *Econometrica*, Vol. 55, pp. 251-276.
- FAFCHAMPS M., B. MINTEN (1999), Relationships and traders in Madagascar, *Journal of Development Studies*, Vol.35, pp. 1-35.
- FAFCHAMPS, M. and B. MINTEN (2001a), Social Capital and Agricultural Trade, *American Journal of Agricultural Economics*, vol 83, pp. 680-685.
- FAFCHAMPS, M. and B. MINTEN (2001b), Property Rights in a Flea Market, *Economic Development and Cultural Change*, pp. 229-267.
- FANOUE, K. L (1994), *Analyse des Performances du Système de Commercialisation des Produits Vivriers au Bénin : Le cas de la Commercialisation Primaire de Maïs et du Gari sur le Plateau Adja au Mono*, Thèse de Doctorat 3ème cycle, 177p.
- FANOUE L. K., C. LUTZ, S. SALAMI (1991), *Les Relations entre les Marchés de Maïs du Bénin et les Marchés des Espaces Avoisinants au Togo, au Niger et au Nigéria*, FSA, Cotonou/Amsterdam.
- FAO-Bénin (1993), *Développement d'un système d'information et d'alerte rapide sur la sécurité alimentaire: conclusion et recommandations du projet*, Cotonou.
- GEBRE-MADHIN, E., M. FAFCHAMPS, R. KACHULE, B. G. SOULE and Z. KAHN (2001), *Impact of Agricultural Market Reforms on Smallholder Farmers in Benin and Malaw*,. IFPRI, Washington D.C.

- GONZALO, J. and C. W. J. Granger (1995), Estimation of Common Long-Memory Components in Cointegrated Systems, *Journal of Business & Economic Statistics*, 13, pp. 27-35.
- GORDEN, D. V., J. E. HOBBS and W. A. KERR (1990), A test for Price Integration in the EC Lamb Market, *Journal of Agricultural Economics*, 44 (1), pp. 126-134.
- GRANGER, C. W. J. (1983), *Co-integrated variables and Error-Correcting models*, Document de travail, University de San Diego.
- HAKANSSON, H. and SNEHOTA, I. (1995), *Developing Relationships in Business Networks*. London, Routledge.
- HALL, S. G. and A. MILNE (1994), The of P-star Analysis to UK Monetary Policy, *The Economic Journal*, 104, pp. 597-604.
- HONFOGA, B. (1988), *Analyse économétrique et économique des prix de la commercialisation des produits vivriers dans la province de l'Atlantique. Etude de cas des districts de Toffo et Zê*, Thèse d'Ingénieur Agronome, FSA / UNB, Abomey-Calavi.
- INSAE (1999), *Bulletin mensuel de l'indice harmonisé des prix à la consommation dans les pays membres de l'UEMOA*, Cotonou, Bénin.
- INSAE (2000), *Bulletin mensuel de l'indice harmonisé des prix à la consommation dans les pays membres de l'UEMOA*, Cotonou, Bénin.
- INSAE (2001), *Bulletin mensuel de l'indice harmonisé des prix à la consommation dans les pays membres de l'UEMOA*, Cotonou, Bénin.
- JANVRY, A. de, M, FAFCHAMPS and SADOULET (1991), Peasant Household Behaviour with Missing Markets: some paradoxes explained, *The Economic Journal*, Vol 101, pp. 1400-1417.
- JOHANSEN, S., 1992a. Cointegration in partial Systems and the efficiency of Single-Equation Analysis. *Journal of Econometrics*, 52, pp. 389-402.
- JOHANSEN, S., 1992b. Determination of Cointégration Rank in the presence of a Linear Trend. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 54, pp. 383-97.
- KHERALLAH, M., C. DELGADO, E. GEBRE-MADHIN, N. MINOT and M. JOHNSON (2000). *The Road Half Travelled: Agricultural Market Reform in Sub-Saharan Africa*. IFPRI, Washington D.C.
- KNACK, S. and P. KEEFER (2001) Does Social Capital have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, pp. 1251-1288.

- KUIPER, E., C. LUTZ, A. van TILBURG (1999). Identifying Price-Leading Markets: An Application to Corn Markets in Benin, *Journal of Regional Science*, pp. 713-738.
- LUTZ, C. (1994). *The Functioning of the Maize Market in Benin: Spatial and Temporal Arbitrage on the Market of a Staple Food Crop*, University of Amsterdam, Dept. of Regional Economics.
- LUTZ, C. H. M., A. van TILBURG and B. van der Kamp (1995). The Process of Short and Long-Term Price Integration in the Benin Maize Market, *European Review of Agricultural Economics*, 22 (2), pp. 191-212.
- MATTHEWS, R. C. O. (1986). The Economics of Institutions and the Sources of Growth, *The Economic Journal*, pp. 903-918.
- NORTH, D. C. (1994). Economic Performance Through Time, *The American Economic Review*, Vol 84, pp. 359-368.
- NORTH, D. C. (1991). Institutions, *Journal of Economic Perspectives*, vol 5, pp. 97-112.
- ONASA (1996). *Evaluation technique du Système d'Information et d'Alerte Rapide de l'ONASA*, Bénin.
- ONASA/GTZ (1998). *Séminaire Atelier sur la Promotion des Cultures Vivrières et l'Amélioration de leur commercialisation dans le cadre d'une Sécurité Alimentaire Durable*. Cotonou, Bénin.
- PEDE, O. V. (2001). *Etude des changements intervenus dans le fonctionnement de quelques marchés de maïs du Sud-Bénin après la libéralisation officielle du commerce des produits vivriers: cas des marchés de Dantokpa, Ouando, Pobè et Kétou*, Thèse d'Ingénieur Agronome, FSA/UAC, Bénin.
- PORTER M. E., (1985). *Competitive Advantage: Creating and sustaining Superior Performance*, New York, The Free Press
- RECOPROV (2000). *Première Assemblée Générale Ordinaire du Réseau des Commerçants de Produits Vivriers du Bénin, tenue à Cotonou le 20 décembre 2000, Rapport du RECOPROV*, Cotonou, Bénin.
- SEXTON, R. J., KLING, C. L. and CARMAN, H. F. (1991), Market integration, efficiency of arbitrage, and imperfect competition: methodology and application to US Celery, *American Journal of Agricultural Economics*, 73, pp. 568-580.
- SILVAPULLE, P. and S. JAYARURIYA (1994). Testing for Philippines Rice Market Integration. A multiple cointegration approach, *Journal of Agricultural Economics* 45 (3), pp. 369-380.
- SIN, C. and H. WHITE (1996). Information criteria for selection possibly misspecified parametric models, *Journal of Econometrics*, 71, pp. 207-225

- SOULE, S. (1992). *La Commercialisation du Maïs au cours de la Période de Soudure au Bénin : Organisation et Efficacité du Secteur Privé. Etude de cas des districts de Pobè et Djougou*, Thèse d'ingénieur agronome, Abomey-Calavi FSA/UNB, pp. 118.
- STOCK, J. H., and M. W. WATSON (1988), Testing for Common Trends, *Journal of the American Statistical Association*, 83, pp. 1097-1107.
- TASSOU, Z. K. (1995). *Le Système de Commercialisation du Maïs au Bénin : le Rôle des Associations de Commerçants*, CIHEAM, Montpellier.
- THORBECKE, E., (2000). Agricultural Markets Beyond Liberalization: The Role of the State. In: A. van TILBURG, H. MOLL, A. van KUYVENHOVEN, *Agricultural Markets Beyond Liberalization*, Kluwer Academic Publishers, Boston.
- TOMEK, W. G. and ROBINSON, K. L. (1981), *Agricultural Product Prices*, 2nd ed. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- WILLIAMSON, O., (2000), The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead, *Journal of Economic Literature*, pp 595-613.
- The WORLD BANK, (2001), *World Development Report 2002*, Building Institutions for Markets, Washington.
- The WORLD BANK, (2000), *World Development Report 2000/2001*, Attacking Poverty, Washington.
- ZELLER, M, G. SCHRIEDER, J. von BRAUN & F, HEIDHUESS (1997), Rural Finance for Food Security for the Poor. Implications for research and policy, *Food Policy Review*, No. 4, IFPRI, Washington.

CDS Research Reports

R. Lensink, N. Hermes, *Regulatory Change and the Allocation of Finance: the Role of Business Conglomerates in the Case of Chili, 1983-1992*, No 1

A. Maatman, C. Schweigman, A. Ruys, *Synopsis of a Linear Programming Study of Farmers' Strategies on the Central Plateau in Burkina Faso*, No 2

N.Hermes, *New Explanations of the Economic Success of East Asia: Lessons for Developing and Eastern European Countries*, No 3

State, Society and Ethnicity in Developing Countries: Lessons from the 1990s; Lectures by Naomi Chazan, Martin Doornbos, Jan Pronk and Caspar Schweigman at the occasion of the festive opening of the Centre for Development Studies, February 1997, No 4

M. Thissen, P. Kerkhof, *The Dynamics of Reform Policy: a new political economy model with an application to Egypt*, No 5

R. Lensink, O. Morrissey, *Aid Instability as a Measure of Uncertainty and the Positive Impact of Aid on Growth*, No 6

N. Hermes, W.Salverda (eds.), *State, Society and Development: Lessons for Africa*, No 7

T. Thiombiano, *La Loi de Pareto: une loi sur l'inégalité ou sur la pauvreté? Réponses théorique et empirique*, No 8

E. Sterken, *Demand for Money and Shortages in Ethiopia*, No 9

C. Lutz (ed.), *Food Markets in Burkina Faso*, No 10

ZhongXiang Zhang, *Why has the Energy Intensity fallen in China's Industrial Sector in the 1990s ?*, No 11

P. Boele van Hensbroek (ed), *African Renaissance and Ubuntu Philosophy*, No 12

R. Lensink and O. Morrissey, *The Volatility of FDI, not the Level, affects Growth in Developing Countries*, No 13

F. K. Hien, *L'Entrepreneuriat Feminin au Burkina Faso : Une Etude Exploratoire*, No 14

C. Lutz, *Food Markets and Food Security in West Africa*, No 15

C. Schweigman, *Developmental Research in Africa : Some Lessons*, No 16

M. Kamminga, *On Global Justice*, No. 17

P. Weesie en J. van Andel, *On Biodiversity and its Valuation*, No 18

C. Schweigman, *Food Security: Opportunities and Responsibilities, Or: the Illusion of the Exclusive Actor*, No 19

C. Schweigman, *La Sécurité Alimentaire: Opportunité et Responsabilité. Ou: l'Illusion de l'Acteur Exclusif*, No 19a