

Orientations bibliographiques en matière  
de commercialisation

par Ph. Couty.

-----

1) Ouvrages ou articles généraux.

Mentionnons d'emblée deux livres fondamentaux, les seuls qui soient à la fois systématiques et spécialisés dans les problèmes commerciaux des pays pauvres :

ABBOTT J.C. - Les problèmes de la commercialisation et leurs solutions. FAO, Rome, 1958.

ABBOTT J.C. et divers auteurs - La commercialisation : son rôle dans l'accroissement de la productivité. FAO, Rome, 1962.

Le premier de ces ouvrages comporte une bibliographie. On pourra consulter par ailleurs :

FAO - Organisation coopérative de la commercialisation par les producteurs agricoles, Rome, 1955.

HOLTON R.H. - Marketing structure and economic development, quaterly journal of Economics, n° 3, Août 1953.

MEHREN G.L. - Résumé des conférences sur la commercialisation données en 1956 au centre international de formation en matière d'économie et de statistique agricole de la FAO. FAO, Rome, 1956.

MEHREN G.L. - Market organization and economic development, Journal of Farm Economics, Dec. 1959.

Il serait facile de découvrir nombre d'articles ou ouvrages théoriques consacrés aux problèmes commerciaux. La plupart offrent peu d'intérêt parce qu'ils font généralement référence à l'expérience des pays industriels. Bornons-nous à citer quelques titres, en guise d'exemples :

CHAMBERLIN E.H. - The definition of selling costs, Rev. of Econ. Stud., 1/1964.

HALL M. & KNAPP J. - Gross margin and efficiency measurement in retail trade, Oxford Economic Papers, 10/1955.

HOLTON R. - On the measurement of excess capacity in retailing, Rev. of Econ. Stud. 1956/1957, n° 63.

KRIER J. & H.- Eléments pour une théorie de la distribution, Revue Economique, 5/1954.

TRIOLAIRE G. - Coût de la distribution et formation des prix. Sirey, Paris, 1965.

Ce dernier ouvrage comporte une copieuse bibliographie.

2) Ouvrages ou articles descriptifs.

La bibliographie sera naturellement plus abondante si l'on recherche des renseignements d'ordre descriptif, par exemple dans le but de tenter des comparaisons. Il convient de rappeler que dans la plupart des monographies ethnologiques, on trouvera un passage, voire même un chapitre, sur les échanges effectués dans la tribu ou le village étudiés. Ces renseignements sont d'ailleurs généralement difficiles à utiliser, à cause de leur caractère partiel.

D'autres travaux sont consacrés exclusivement aux questions commerciales, et sont l'oeuvre d'économistes. En voici quelques exemples :

BALDWIN K.D.S.-The marketing of cocoa in Western Nigeria, with special reference to Middlemen. Oxford University Press, 1954.

BAUER P.T. & YAMEY B.S. - Competition and prices : a study of groundnut buying in Nigeria.  
Economica, Février 1962.

BAUER P.T. - West African Trade, Cambridge, 1954.

BINET J. - Marchés Africains, Cahiers ISEA (Humanités) n° 95 Nov. 1959.

BINET J. - Marchés en pays Soussou, Cahiers d'Et. Africaines, n° 9, 1962.

BOHANNAN P. & DALTON G. - Markets in Africa, Northwestern Univ. Press, 1962.

CRUTCHFIELD J.A. - Report to the Government of Uganda on fish marketing in Uganda, FAO Rapport n° 998, Rome, 1959.

FRECHOU H. - l'élevage et le commerce du bétail dans le Nord du Cameroun, IRCAM, Yaoundé, 1963.

KULKARNI K.R.- Agricultural marketing in India, Cooperators Book depot, Fort-Bombay 1956.

LEMBEZAT B. - Marchés du Nord-Cameroun, Cahiers ISEA (Humanités Nov. 1962, n° 5.

MIRACLE M.P. - Aboriginal trade among the Senga and Nsenga of Northern Rhodesia, Ethnology, Avril 1962.

NICOLAS G. - Circulation des biens et échanges monétaires au Nord-Niger, Cahiers ISEA (Humanités), Sept. 1962, n° 4.

Bien entendu, toute étude de commercialisation doit reposer sur des observations de première main : observations statistiques d'abord, observations linguistiques également (par exemple en ce qui concerne la classification des produits, les techniques commerciales, les habitudes juridiques...). C'est dire qu'en ce domaine la bibliographie n'apporte qu'une aide mineure, à

moins qu'on n'y fasse entrer les rapports administratifs ou techniques que l'on peut consulter dans les archives locales.

### 3) Divers.

Rappelons pour conclure que l'étude de la commercialisation, pour être intéressante sur le plan scientifique, doit s'entendre en un sens très large. Elle inclura nécessairement des recherches sur la formation des prix, et il convient de renvoyer ici aux ouvrages économiques généraux, en signalant que le plus utile de tous reste l'inépuisable livre d'A. MARSHALL (Principes d'Economie Politique), celui-là même dont Keynes disait qu'il suffisait de l'assimiler pour devenir économiste, à condition de le compléter par la lecture quotidienne du Times... On pourra y joindre le précieux cours de M. FRIEDMAN (Price Theory, a provisional text, Aldine, Chicago, 1962).

En ce qui concerne les recherches sur la demande et la psychologie des consommateurs, on peut penser que l'intéressant ouvrage de Daniel ADAM, Les réactions du consommateur devant les prix, Paris, SEDES, 1958, offre l'exemple de méthodes d'investigation qu'il serait sans doute fructueux de transposer outre-mer.

Enfin deux ouvrages rassemblent à peu près tout ce qu'il importe de savoir pour maîtriser la partie statistique des enquêtes ; ce sont :

DELENS A.H.R.- Les principes de l'étude des marchés, Paris, Dunod, 1955.

PIN H. - Premières applications de statistique commerciale, Paris, Dunod, 1962.

Ce dernier volume est particulièrement clair et complet ; il contient des abaques d'un emploi commode, qui permettent d'éviter des calculs trop longs.

Philippe COUTY