

O. R. S. T. O. M.

SCIENCES HUMAINES

LES CENTRES DE PRODUCTIVITE

de

B O U N D A

et de

S A M I N I K R O

M. ANCEY Gérard

Bouaké, Décembre 1967

LES CENTRES DE PRODUCTIVITE
DE BOUNDA ET DE SAMINIKRO

Bilan - Limites et possibilités

x
x x

A la fin de l'année 1966 la C.I.D.R. procéda à la création de boutiques de brousse dites "Centres de productivité" dans le département du Centre. Deux furent créées dans la Sous-Préfecture de Béoumi, deux dans la Sous-Préfecture de Brobo.

Le but de ces "Centres", étant de faciliter l'approvisionnement d'une zone en produits manufacturés, denrées alimentaires, biens d'investissement tels que tôles et ciment dont la demande devait être théoriquement accrue à partir de Janvier-Février, période de traite ; il convenait de choisir les points d'implantation avec le plus grand soin.

Après avis des responsables locaux, les villages pressentis s'engageaient à participer à la construction de leur "Centre" en fournissant la main-d'oeuvre. Les pouvoirs publics se chargeant des tôles et du ciment.

Dans la zone de Brobo le choix de l'implantation était dicté par les critères : - démographie - éloignement du marché hebdomadaire - politiques "intégrées" de développement.

De toute évidence on devait, surtout pour ce dernier critère, se rapprocher des points déjà sensibilisés, i.e.

- le Secteur-pilote de BOKA-KOUAMEKRO et ses environs.
- le village de BOUNDA, "satellite" du secteur-pilote de BOKA et promis lui-même au rang de Secteur-Pilote à compter de 1968.

.../...

Ainsi furent choisis :

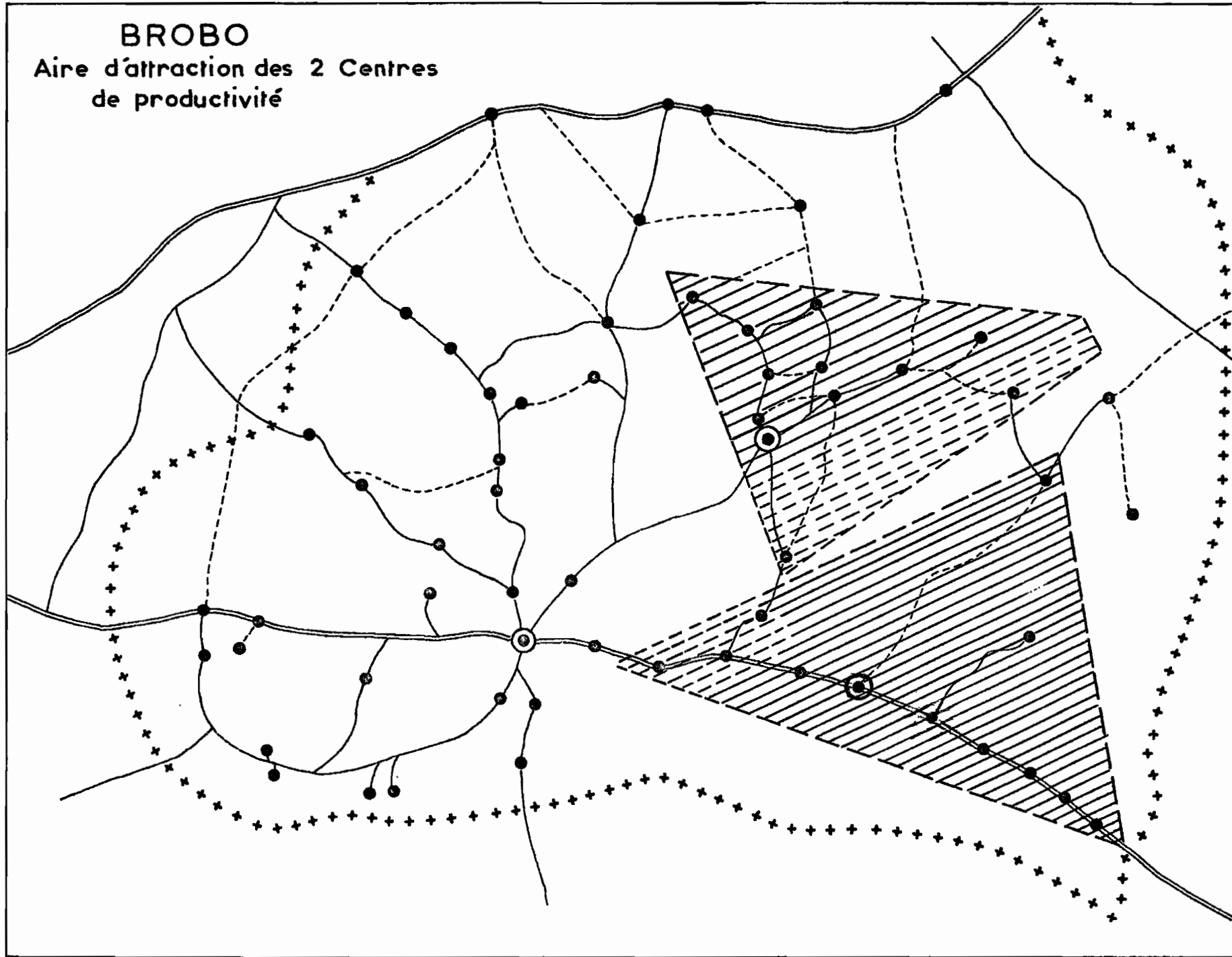
- 1°) SAMINIKRO, village Aoraye gros d'environ 550 habitants.
- 2°) BOUNDA, village Lasson de plus de 800 habitants.

Pour chaque centre de 10 à 12 villages étaient intéressés :

- | | |
|---|------------------------------|
| | SARAKAKRO (555 h) (Aor.) |
| | TAKIKRO (176 h) (Aor.) |
| | ZOUGBAN (679 h) (Aor.) |
| | TANO-BROUKRO (176 h) (Dro) |
| 1- SAMINIKRO | KPEKEKRO (441 h) (Dro) |
| (555 H.) | AHOUNZANKRO (339 h) (Dro) |
| (AORAYE) | BOBOKRO (522 h) (Dro) |
| | BOKASSI (149 h) (Dro) |
| | TAKASSOU (504 h) (Dro) |
| + BOKA-KOUAMEKRO (190 h.) + SOKOUAMEKRO (405 h.) exceptionnellement clients. <u>Soit environ 4.700 habitants</u> (chiffres : Recensement administratif 1965). Moyenne = <u>390 h./village</u> (moyenne générale de la Sous-Préfecture : 345). Pour les 10 villages habituellement "clients : 4.100 habitants (moyenne = 410/village). | |
| | LANGBABOKOHOU (187 h) (Las.) |
| | KOUADIANIKRO (588 h) (Las.) |
| | BOUAKRO (263 h) (Las.) |
| 2- BOUNDA (850 h) | YAPIKRO (180 h) (Las.) |
| (Lasson) | YENGUEBO (296 h) (Las.) |
| | PRONOU (242 h.) (Las.) |
| | KOUADIOKRO (175 h) (Las.) |
| | LANGUIRA (145 h.) (Faafouè) |
| + PINDIKRO-ASSEKRO (609 h) (Las.) + N'DOUMI-KOUASSIKRO (508 h) (Las.) villages exceptionnellement clients. | |

BROBO

Aire d'attraction des 2 Centres
de productivité



Soit environ 4.000 habitants : moyenne : 364 h./village ;
pour les 9 villages habituellement "clients" : 2.926 habitants
(moyenne = 325 h./village).

Au total 23 villages théoriquement intéressés totalisant près de 8.700 habitants : soit 40 % de la population de la Sous-Préfecture.

Voir carte de la Sous-Préfecture de Brobo : Les aires respectives de rayonnement de SAMINIKRO et BOUNDA.

x
x x

N.B.: Le Centre de Bounda sera étudié de façon beaucoup plus approfondie que celui de Saminikro dont la gestion a été irrégulière à partir du mois de Mai.

I°/ - LE CENTRE DE BOUNDA

La boutique fut ouverte dans la 2° ~~quinzaine~~ de Décembre 1966, fonctionna normalement jusque vers la fin Mai connut alors des difficultés d'approvisionnement notamment en pétrole, huile, riz, vin ... après le retrait de la C.I.D.R. ; avant d'entamer le quatrième trimestre de 1967 avec un chiffre d'affaires moyen guère supérieur à 1.000 Fr CFA par jour.

Actuellement, Septembre-Octobre, le C.A. remonté à 1.800 Fr par jour représente environ 25 achats quotidiennement, soit pour une journée de 8 h. un achat de 70 Fr toutes les 15 ou 20 minutes. Lors de sa plus haute activité (Février-Mars) le chiffre d'affaires atteignait ou dépassait 12.000 Fr par jour, ce qui représente près de 200 achats ou encore un achat de 50 Fr toutes les 2 minutes.

En Mars, en supposant un seul achat par personne il fallait 20 jours d'ouverture pour "épuiser" le potentiel-clients (4.000 individus) de la boutique. En Septembre il

faudrait 5 mois. En Mars, le "stock", environ 300.000 Fr CFA de marchandises, représentait 25 jours de vente. En Septembre, bien que ramené à 200.000 Fr CFA, il représente 3 ou 4 mois de vente. En Mars, en admettant une marge moyenne de 15 %, il fallait moins d'une semaine de ventes pour couvrir le salaire mensuel du gérant : 8.500 Fr. En Septembre, il faut 28 jours de vente !

Tous ces chiffres montrent :

1°- l'importance encore minime des achats effectués dans la boutique compte tenu de la clientèle potentielle (4.000 individus). En moyenne cela représente pour l'année un chiffre d'affaires par tête de 325 Fr ...

2°- la baisse sensible et régulière à partir de la 2^{ème} quinzaine de Mars (dans un rapport de 5 à 1 de Mars à Octobre), sans qu'il soit d'ailleurs toujours possible de faire la part entre la tendance conjoncturelle et les difficultés internes à la boutique : irrégularité des approvisionnements à partir de Mai : le pétrole par exemple, qui en temps normal participe pour environ 8 % du chiffre d'affaires, ne figure plus à la boutique du 22-4-1967 au 6-7-1967 ! D'autres produits de grande consommation tels que riz, vin, huile, farine, connaissent également des pénuries de plus ou moins longue durée.

Le creux enregistré entre la 2^{ème} quinzaine de Mai et Septembre relève, à l'évidence, de problèmes de gestion et non de conjoncture.

L'observation simultanée du marché hebdomadaire de Brobo, ne laisse aucun doute à ce sujet. Juillet et Août, grâce au maïs et à l'igname précoce, sont au contraire des mois de relative expansion dans un "trend" décroissant.

Aussi bien, l'intérêt de ces boutiques est-il moins pour l'instant dans leur chiffre d'affaires que dans les indications qu'elles sont susceptibles de fournir quant aux effets à court ou plus long terme, dus à leur création, sur

la propension à consommer et sur la structure de cette consommation d'une population jusqu'alors contrainte de se satisfaire du marché hebdomadaire distant d'une dizaine de kilomètres. On se trouve ainsi naturellement placé dans le cadre d'un raisonnement "marginal".

Connaissant pour l'ensemble d'une zone la propension moyenne à l'achat, et sa structure, sur le marché hebdomadaire on peut essayer de fixer un ordre de grandeur vraisemblable de l'accroissement de cette propension, et des modifications de la structure de consommation, du fait de l'ouverture d'une boutique dans un village de la zone, pour ce village et les villages voisins.

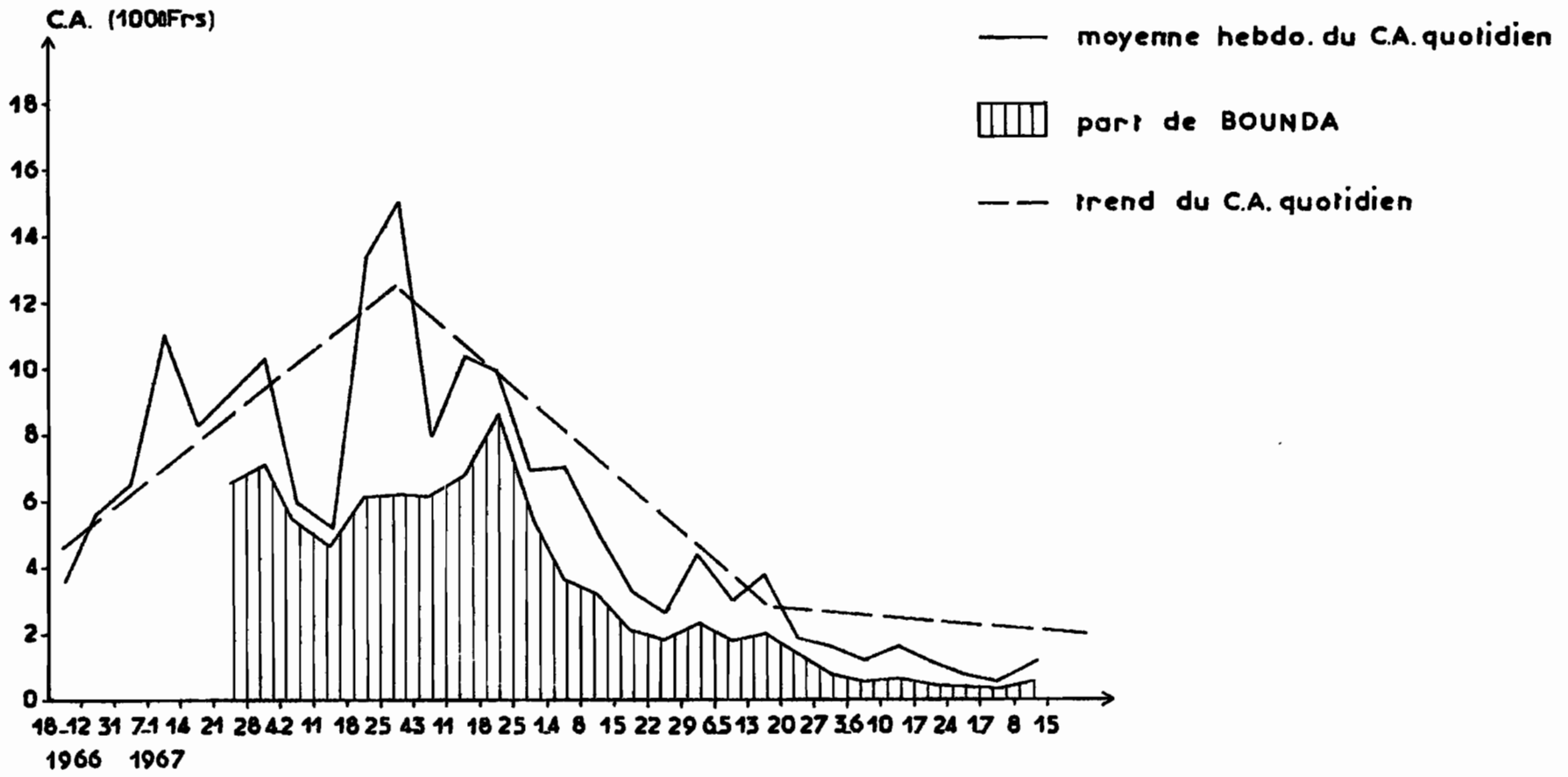
x
x x

- Nous proposerons d'étudier les points suivants :
- Evolution du chiffre d'affaires. Comparaison rapide avec le marché hebdomadaire.
 - Structure des achats
 - Concentration des achats par village
 - Effets sur la propension à consommer des villages "clients".

x
x x

A - LE CHIFFRE D'AFFAIRES ET SON EVOLUTION
DU 18 - 12 - 1966 au 5 - 08 - 1967

La période ainsi étudiée s'étend sur presque 8 mois (33 semaines). Nous avons reproduit graphiquement l'évolution de l'ouverture de la boutique jusqu'au 15-7-1967, soit 30 semaines. (Graph.: 1 C.A. quotidien : Décembre 1966 - Juillet 1967).



**BOUNDA_ Chiffre d'affaires quotidien
 de Décembre 1966 à Juillet 1967**

Graphique 1

On décèle trois périodes d'égales durées :

1°- Du 18-12-1966 au 4-3-1967

Durant cette première période de 11 semaines le trend indique une croissance sensible quoique assez peu régulière puisque interrompue par une forte baisse durant la première quinzaine de Février. (8 ème et 9 ème semaines).

Les chiffres d'affaires quotidiens (arrondis à la cinquantaine) sont les suivants :

Semaines	C.A. / jour	C.A./semaine (1)	C.A. cumulés
18-12	1°	3.500	24.500
	2°	5.600	63.700
	3°	6.500	109.200
	4°	11.050	186.550
	5°	8.300	244.650
	6°	9.300	309.750
	7°	10.400	382.550
	8°	5.900	423.850
	9°	5.250	460.600
	10°	13.300	553.700
4-3	11°	14.950	658.350

Notes (1) : Le C.A. par semaine ainsi calculé fait abstraction des jours de fermeture et se trouve donc légèrement surévalué.

- Le chiffre d'affaires moyen ressort à 8.550 Fr par jour soit l'équivalent du salaire mensuel du gérant. Rapporté au "stock" (300.000 Fr) il indique une vitesse de rotation de 2,2 dans le laps de 11 semaines, soit une rotation en 35 jours. On notera aussi la pointe de la 4° semaine coïncidant avec le premier tour de commercialisation du coton dans les environs de Bounda (9 - 10 - 11 Janvier).

2°- Du 5-3-1967 au 20-5-1967

Cette seconde phase marque une diminution importante et assez régulière du chiffre d'affaires, entrecoupée seulement d'une hausse entre le 11 et le 18-3 c'est à dire la période succédant au deuxième tour de commercialisation du coton dans la zone de Bounda (7 et 8-3-1967).

Pour chaque semaine on a la série suivante :

Semaines	C.A./ jour	C.A./semaine	C.A. cumulé
5-3	12°	7.900	55.300
	13°	10.450	128.450
	14°	9.900	197.750
	15°	6.850	245.700
	16°	7.050	295.050
	17°	5.100	330.750
	18°	3.350	354.200
	19°	2.600	372.400
	20°	4.400	403.200
	21°	3.050	424.550
20-5	22°	3.850	451.500

Le chiffre d'affaires quotidien = 5.860 Fr, soit - 31,4 % par rapport à la période précédente. Le stock (évalué à 250.000 Fr) a tourné 1,8 fois soit une rotation en 43 jours.

3°- Du 21-5-1967 au 5-8-1967

Cette période a été la plus troublée par les incertitudes pesant sur la gestion de la boutique et ne reflète pas la tendance purement conjoncturelle. Le chiffre d'affaires se stabilise à un niveau très déprimé, inférieur à 2.000 Fr par jour.

Semaines		C.A./ jour	C.A./semaine	C.A. cumulé
21-5	23°	1.900	13.300	13.300
	24°	1.650	11.550	24.850
	25°	1.150	8.050	32.900
	26°	1.550	10.850	43.750
	27°	1.100	7.700	51.450
	28°	750	5.250	56.700
	29°	550	3.850	60.550
	30°	1.150	8.050	68.600
	31°	1.900	13.300	81.900
	32°	2.000	14.000	95.900
	5-8	33°	1.950	13.650

Le chiffre d'affaires quotidien n'est plus que de 1.400 Fr (- 76,1 % par rapport à la période précédente, - 83,6 % par rapport à la première période). Le stock (200.000 Fr) n'a qu'une rotation de 0,54 soit une rotation en 210 jours.

Il est certain que la tendance montre ainsi une sensibilité conjoncturelle beaucoup plus vive que celle observée sur le marché de Brobo. Mais on a vu que d'une part le marché grâce à la présence de Bouaké gardait une certaine rigidité à la baisse, que d'autre part la baisse, enregistrée dans la boutique a été faussée par des éléments extérieurs.

Pour l'ensemble des trois périodes on obtient les résultats suivants :

Périodes	C.A./jour moyen	C.A. cumulé	Pourcenta.
1	8.550	658.350	54
2	5.860	1.109.850	91
3	1.400	1.219.400	100
TOTAL	5.275	1.219.400	100

Compte tenu des jours de fermeture le chiffre total peut être arrondi à 1.100.000 Fr pour les 8 mois et devrait avoisiner 1.300.000 Fr pour l'année entière.

Les 11 semaines initiales participent donc pour 50 % du chiffre d'affaires annuel. - Les 11 semaines suivantes pour 34,7 %. - Les 30 semaines restantes pour 15,3 %.

COMPARAISON RAPIDE AVEC LE MARCHÉ DE BROBO

Bounda et les villages environnants constituent ce que nous avons appelé la micro-zône "Est" dans notre étude du marché hebdomadaire.

Cette micro-zône effectuait en moyenne les achats suivants : - produits locaux : 22.380 Fr par mardi. - produits importés : 80.895 Fr par mardi. (cf. "marché hebdomadaire").

Seuls nous intéressent ici les produits importés ... En admettant pour la boutique un chiffre d'affaires : 1.300.000 Fr, c'est à 25.000 Fr par semaine que se montent les achats de produits importés.

Dans sa première année de création, en dépit des difficultés de gestion mentionnées, la boutique de Bounda écoule donc l'équivalent de 31,0 % des produits "importés" achetés sur le marché hebdomadaire par les villages de la micro-zône Est. Ce qui est loin d'être négligeable.

Chaque jour, la boutique équivaut donc, dans la catégorie des produits "importés", à 4 ou 5 % du marché. Est-ce à dire que trois ou quatre boutiques, pour les onze villages, remplaceraient valablement le marché ? Nous ne le pensons pas. Vu :

- 1°- la durée excessive des rotations de stok, notamment après Avril,
- 2°- l'irrégularité de l'approvisionnement,
- 3°- le rôle du marché hebdomadaire, irremplaçable actuellement pour tout ce qui a trait aux achats et ventes des produits locaux. Rien que la micro-zône Est achète en effet

pour plus de 20.000 Fr de produits locaux chaque mardi et vend pour près de 52.000 Fr (dont les $\frac{3}{4}$ à Bouaké et $\frac{1}{4}$ aux autres micro-zônes).

B - STRUCTURE DES ACHATS PAR PRODUITS

Nous avons distingué les grandes catégories suivantes :

- vin, bière
- ciment, tôle, outillage (limes, couteaux, machettes, daba, clous, matériel pour bicyclette).
- divers dont (riz) (observé à partir du 18-3-1967)
dont autres produits alimentaires et boissons diverses (observés à partir du 18-3-1967).

1°/ - Période du 18-12-1966 au 4-3-1967 -(chiffres arrondis)

Pour cette première période la répartition par poste est la suivante :

Semaines	C.A./semaine	Vin - Bière	C.T.O.	Divers
1°	24.500	7.000	7.000	10.500
2°	39.200	15.400	7.000	16.800
3°	45.500	20.300	7.000	18.200
4°	77.350	15.400	30.800	31.150
5°	58.100	22.400	12.600	23.100
6°	65.100	22.400	15.400	27.300
7°	72.800	21.000	15.400	36.400
8°	41.300	14.000	7.000	20.300
9°	36.750	11.200	9.800	15.750
10	93.100	16.800	56.000	20.300
11°	104.650	25.900	49.700	29.050
18-12/4-3	658.350	191.800	217.700	248.850
%	100	29,1	33,1	37,8

Les points à noter sont :

- la part importante des achats de ciment, tôles et outillage : 33,1 %.
- celle non négligeable de vin et de la bière : 29,1 %
- l'évolution entre le début de la période (semaines 1-2-3) et la fin de la période (semaines 9-10-11). Globalement le C.A. moyen des semaines 1-2-3 = 36.400 Fr.; le C.A. moyen des semaines 9-10-11 = 78.160 Fr soit + 114 %.

Vin + Bière	: C.A. moyen des semaines 1-2-3	=	14.100 Fr
	: C.A. moyen des semaines 9-10-11	=	17.630 Fr
			+ <u>25 %</u>
C. T. O.	: C.A. moyen des semaines 1-2-3	=	7.000 Fr
	: C.A. moyen des semaines 9-10-11	=	38.500 Fr
			+ <u>450%</u>
Divers	: C.A. moyen des semaines 1-2-3	=	15.150 Fr
	: C.A. moyen des semaines 9-10-11	=	21.700 Fr
			+ <u>43 %</u>

En fin de période c'est donc les achats de C.T.O. qui constituent le poste le plus important (environ 50 % du total). Ceci démontre la véritable "faim" d'investissement immobiliers sitôt perçus les gros revenus de Janvier et Février. A cette époque la rotation du stock des produits C.T.O. était extrêmement rapide (de l'ordre de quelques jours).

2° - Du 5-3 au 20-5

Semaines	CA/semaine	Vin-Bière	C.T.O.	Divers dont Riz	dont "Autres alimentaires et boissons"
12°	55.300	19.600	17.500	18.200	
13°	73.150	14.000	23.800	35.350	
14°	69.300	14.700	41.300	13.300 - 11.550	1.000
15°	47.950	8.400	9.800	29.750 - 6.650	8.400
16°	49.350	5.950	8.050	35.350 - 3.150	14.250
17°	35.700	1.400	1.050	33.250 - 5.250	11.100
18°	23.450	1.400	1.050	21.000 - 5.250	6.200
19°	18.200	700	2.800	14.700 - 4.200	4.400
20°	30.800	1.400	12.600	16.800 - 3.500	6.900
21°	21.350	2.100	3.850	15.400 - 3.850	5.900
22°	26.950	1.400	9.100	16.450 - 4.550	5.600
5/3-20/5	451.500	71.050	130.900	249.550 - 47.950	93.750
%	100	15,7	29	55,3 10,6	20,7

N.B. : Le poste "Divers" comprend outre le riz, et les "autres alimentaires et boissons diverses" : les articles :

- pétrole
- articles de ménage et toilette
- piles, torches, bougie, lampes tempêtes.
- vêtements, fil aiguilles ...
- cigarette, allumette
- crayon, papeterie.

On note - la chute très sensible du poste "vin et bière" (- 62,9 %). Cette baisse a été toutefois plus ou moins contrainte par des insuffisances d'approvisionnement à partir d'Avril.

- l'évolution du poste "C.T.O." en forte diminution absolue mais se maintenant à un assez haut niveau en valeur relative (29 % contre 33,1 %).

- la surprenante hausse relative (et absolue) du "Divers".

Les achats de Riz ont certainement joué un rôle non négligeable dans l'accroissement de ce poste. Ceci confirme d'ailleurs nos observations du marché hebdomadaire où la relative pénurie d'ignames tardives qui est apparue dans la zone de Brobo à partir de Mai a favorisé des achats d'ignames à l'extérieur mais aussi des "importations" de riz. Le même phénomène s'est produit dans les deux boutiques de Brobo ... En outre la réduction forcée du poste "vin et bière" a pu favoriser un transfert de dépenses en "autres boissons" (limonade, jus de fruits ...)

3°- Du 21-5 au 5-8

Semaines	CA/semaine	Vin -Bière	C.T.O.	Divers - dont Riz		Dont "Autres alimentaires et boissons"
23°	13.300	300	2.250	10.750	- 3.000	3.500
24°	11.550	0	3.300	8.250	- 0	3.000
25°	8.050	0	2.750	5.300	- 0	2.100
26°	10.850	0	4.750	6.100	- 0	2.050
27°	7.700	0	3.850	3.850	- 0	1.600
28°	5.250	0	2.150	3.100	- 0	1.300
29°	3.850	0	850	3.000	- 0	1.400
30°	8.050	0	300	7.750	- 0	1.250
31°	13.300	0	1.250	12.050	- 3.750	2.450
32°	14.000	1.850	450	11.700	- 4.150	2.050
33°	13.650	1.850	100	11.700	- 3.300	2.300
21/5-5/8	109.550	4.000	22.000	83.550	14.200	23.000
%	100	3,7	20	76,3	13	21
% Total	1219400	21	31,3	47,7		

On note :

- la chute du poste "vin + bière", boissons absentes de la boutique durant 2 mois.

.../...

- le nouveau recul du poste "C.T.O." qui ne participe plus que pour 20 % du C.A.. En valeur absolue, par rapport à la période, ce poste a diminué dans une proportion de 10 à 1.

- le poste "Divers" poursuit sa hausse relative et dépasse les $\frac{3}{4}$ du C.A.. (Il dépasse même 86 % pour les trois dernières semaines). Par contre le recul en valeur absolue est important : - 66,5 %.

L'essentiel du C.A. est alors le fait des produits tels que articles de toilette et ménage etc... produits dont la vitesse de rotation du stock est extrêmement faible.

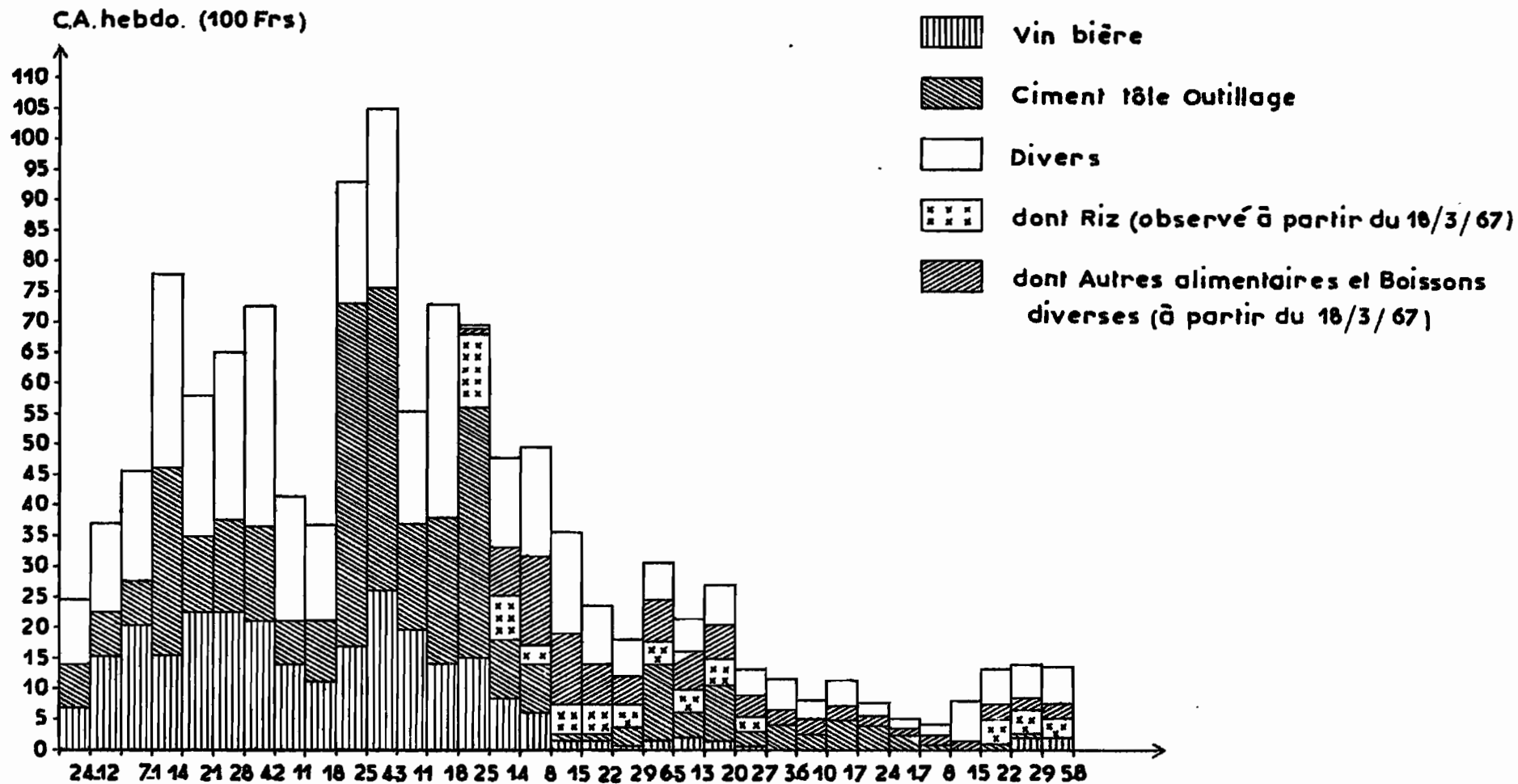
L'ensemble de ces résultats est présenté graphiquement ci-dessous. (Graph. 2 C.A. hebdo. par groupe de produits et Graph. 2 bis).

En résumé la structure de consommation est très instable d'une période à l'autre. Instabilité accrue du fait des difficultés de gestion de la boutique.

La première période semble caractéristique des phases de "vaches grasses" avec des achats massifs de ciment, tôles, vin, bière ... produits qui ne séjournent que quelques jours à la boutique, sinon quelques heures ... On s'oriente par la suite vers une structure plus classique, proche de celle observée sur le marché hebdomadaire avec ses mille habitudes stéréotypées aux antipodes de la "fièvre" et de l'agitation : 30 ou 40 Fr de pétrole, 25 Fr de savon ... de loin en loin 120 Fr d'huile ...

On notera cependant le poste "Ciment, Tôle, Outillage" qui en toutes périodes reste nettement plus important dans la boutique que sur le marché.

En ce sens il ne fait aucun doute que la boutique comporte un aspect novateur perceptible au moins jusqu'en Août. On aurait certainement intérêt, dans une zone comme Brobo, où le marché hebdomadaire suffit très amplement aux besoins traditionnels, poisson, pain, sel savon, pétrole etc... à davantage miser sur la vocation "ciment-tôle-outillage ..." des boutiques de brousse. Le stockage de ces produits, dans un simple local à l'abri des intempéries, même sommaire, ne pose pas de problèmes.



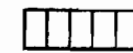
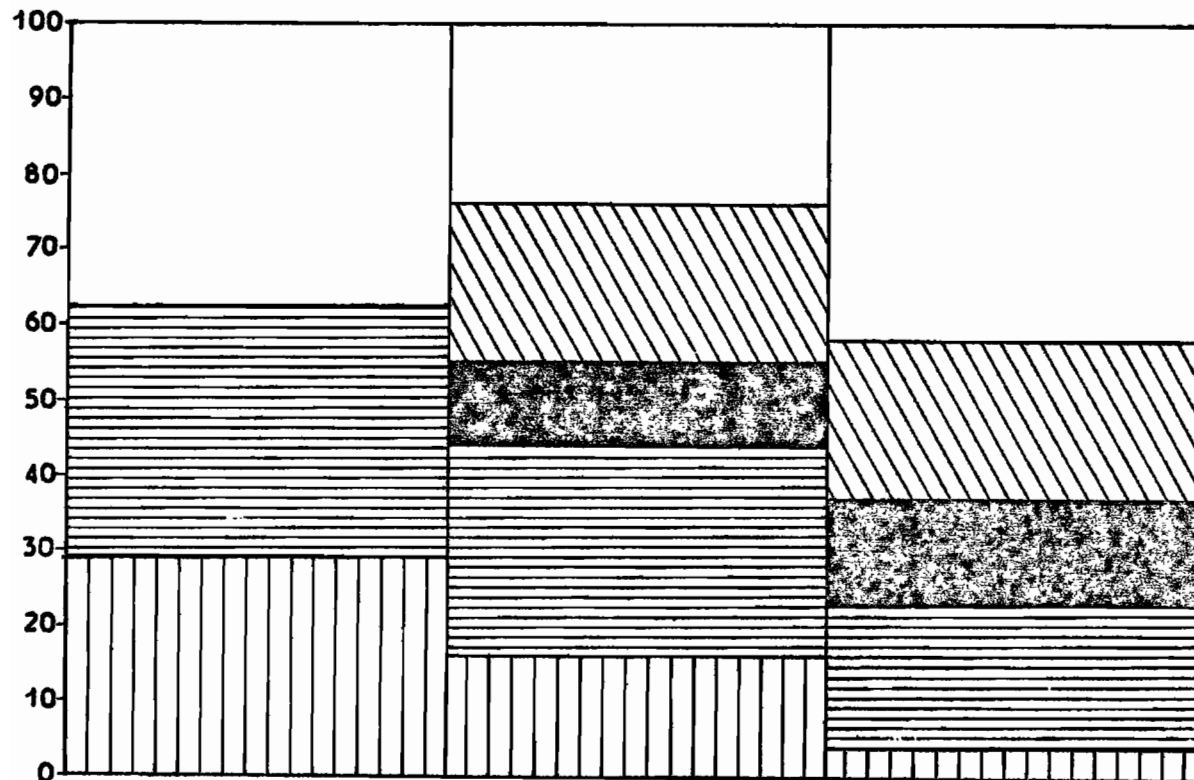
BOUNDA - CA hebdo par groupe de produits
du 18-12-66 au 5-8-67

Graphique 2

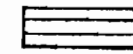
BOUNDA

Graphique 2 bis

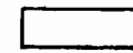
% dans C.A.



Vin et Bière



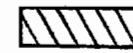
Ciment Tôle Outillage



Divers



dont Riz



dont Autres Alimentaires
et Boissons Diverses

18-12-1966 au

5-3-1967 au

21-5-1967 au

4-3-1967

20-5-1967

5-8-1967

C.A. 658350

C.A. 451550

C.A. 109550

Il est vrai que le facteur psychologique favorable qu'est la présence d'une boutique aux rayons régulièrement garnis à l'intérieur d'un village jusqu'alors isolé peut constituer un centre d'intérêt suffisant pour freiner l'exode rural. Mais alors faut-il que les rayons soient régulièrement garnis, qu'il ne s'écoule plus deux mois sans pétrole sans huile sans farine ou sans vin.

C - CONCENTRATION DES ACHATS PAR VILLAGE

Nous avons représenté sur le graphique retraçant l'évolution du chiffre d'affaires global la part de Bounda (en hachuré) et des autres villages (en blanc). Du 18/12/1966 au 5/02/1967 la part de Bounda aurait oscillé entre 95 et 100 %. Nous n'en avons pas tenu compte vu les incertitudes des notations du gérant pour cette période.

Par contre du 5/02/1967 au 5/08/1967, soit six mois, les parts respectives des villages dans le C.A. global sont les suivantes :

VILLAGES	Achats (Fr).	%	(1) et (2) exclus	%
Bounda	529.000	63,6	529.000	69,2
Langba	73.250	8,8	73.250	9,5
(1) N'D-Kouassikro	44.000	5,3	-	-
Yenguebo	39.400	4,7	39.400	5,2
Bouakro	32.700	3,9	32.700	4,3
Kouadianikro	30.000	3,6	30.000	3,9
Yapikro	23.200	2,8	23.200	3
Languira	16.900	2	16.900	2,2
Pronou	14.600	1,7	14.600	1,9
Kouadiokro	6.200	0,8	6.200	0,8
(2) Divers et N.P.	23.000	2,8	-	-
T O T A L	832.250	100	765.250	100

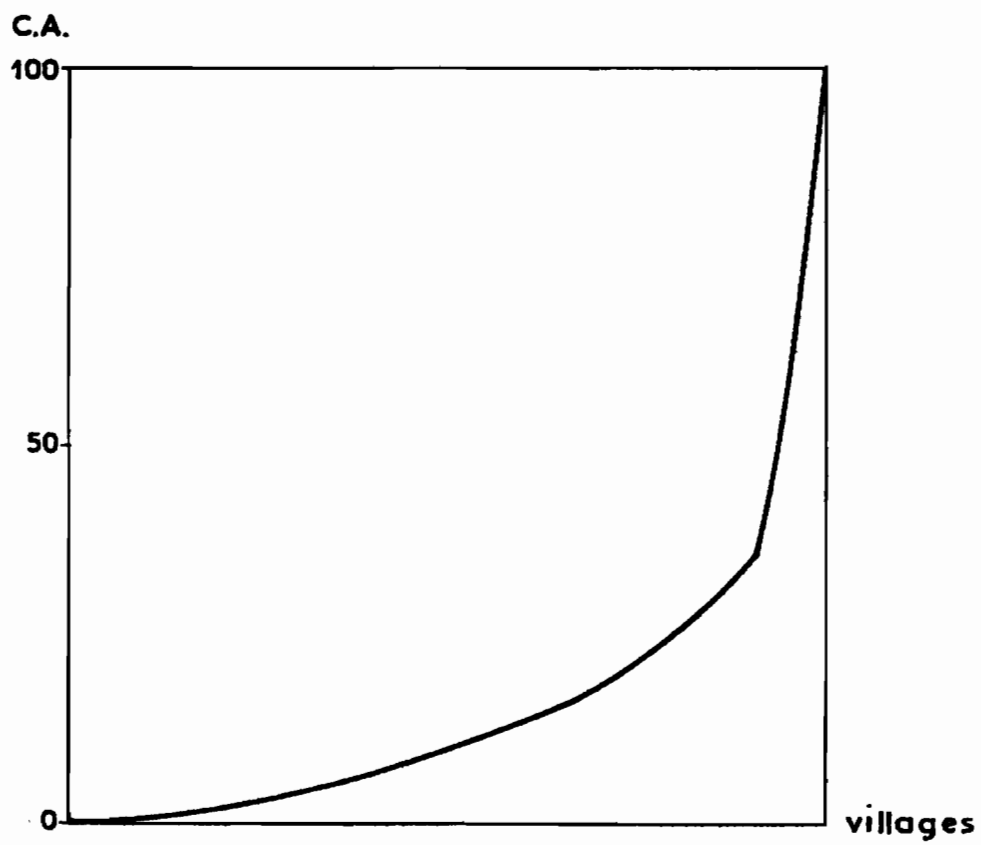
(Voir graphique 3 : Concentration)

.../...

CONCENTRATION DES ACHATS

Centre de Bounda

Graphique 3



Notes : (1) N'D-Kouassikro, en dépit de son chiffre d'achats important aurait pu être classé parmi les Divers et Non Précisés car ce n'est pas à proprement parler un village "client". Ses achats (Tôle et Ciment) ont en effet été effectués en deux occasions seulement.

(2) Divers et Non précisé :

Ce poste recouvre essentiellement les "passages", accessoirement certains village connus (Sokouamékro, Pindikro, Bopri, Tiébissou ...) mais dont la rareté des achats et leur faible montant les situent en dehors des villages "clients".

En excluant (1) et (2) Bounda réalise plus de 69 % des achats et les 8 autres villages "habituellement clients" moins de 31 %. (Bounda : 69,2 % ; Langba : 9,5 % ; Yenguebo : 5,2 % ; Bouakro : 4,3 % etc...) "Bounda" est donc incontestablement un centre d'achat déséquilibré. Plusieurs raisons rendent compte de ce phénomène :

1°- raisons géographiques

Si l'on considère autour de Bounda un cercle de 4 kms de rayon, 3 villages seulement entrent dans la zone ainsi délimitée. (BOUNDA, KOUADIANIKRO, YENGUEBO). Au total environ 42 % du potentiel-clients concentré dans 25 % de l'aire d'attraction théorique de la boutique. La majeure partie de la population se trouve ainsi relativement éloignée de la boutique, presque autant que le sont en moyenne les villages de la Sous-Préfecture du marché hebdomadaire de Brobo.

Comme la boutique fait par ailleurs double emploi avec le marché pour 47,7 % de son chiffre d'affaires on ne voit pas pourquoi les villageois iraient de préférence à la boutique où ils risquent en outre de trouver des rayons dégarnis....

Le pourcentage de Bounda ne diminue sensiblement qu'après les arrivages en stocks du ciment ou des tôles (par exemple : entre le 18/02 et le 4/03 ; entre le 29/04 et le 6/05 ; entre le 10 et le 17/06 ...) comme il est aisé de le vérifier en confrontant les graphiques 1 et 2.

2°- raisons économiques

Y-a-t-il une corrélation entre le chiffre d'affaires de chaque village (par tête) et les revenus monétaires (par tête) ?

Faute d'une connaissance exhaustive des revenus on ne peut répondre de façon certaine. Cependant on peut confronter les achats et les revenus tirés à la dernière campagne du coton.

Villages	Revenus coton	%	Achats boutique	%	Distance de la Boutique
Bounda	790.000	30,6	529.000	69,2	0 ^{km}
Langba	524.000	20,3	73.250	9,5	7,5
(1) Kouadianik.	395.000	15,3	30.000	3,9	2
Bouakro	314.000	12,2	32.700	4,3	4,5
Yapikro	183.000	7	23.200	3	5
Languira	122.000	4,7	16.900	2,2	10
(2) Yenguebo	89.000	3,4	39.400	5,2	2,5
Pronou	85.000	3,3	14.600	1,9	8
Kouadiokro	64.000	3,2	6.250	0,8	9,5
T O T A L	2.586.000	100	765.250	100	

Ainsi présentés on observe déjà une certaine relation entre le Revenu-Coton et les Achats. Les deux villages Kouadianikro et Yenguebo sont très intéressants à observer :

Kouadianikro, le plus riche (15,3 % du Revenu-coton) quoique situé à égale distance de la boutique que Yenguebo (2 kms), et deux fois plus peuplé a un chiffre d'achat inférieur (3,9 % contre 5,2 %). C'est qu'il se trouve à l'Ouest de Bounda, du côté de Brobo, alors que Yenguebo est à l'Est vers M'Bahiakro.

A distance égale, le revenu par tête du village de l'Ouest, double du revenu par tête du village de l'Est, n'entraîne une dépense par tête que de l'ordre du $\frac{1}{3}$ de celle du village de l'Est.

Autrement dit dans le sens Bounda-Brobo 1 kilomètre est l'équivalent de 5 ou 6 kms dans l'autre sens. Ceci montre le poids du marché traditionnel de Brobo face à une petite boutique de brousse...

En rapportant les revenus-coton et les achats à la population on obtient :

Villages	Population	Revenu/hab (Fr)	Achats/hab (Fr)	Distance (kms)
Bounda	800	987	660	0
Langba	187	2.802	390	7,5
Kouadianikro	588	671	50	2
Bouakro	263	1.194	125	4,5
Yapikro	180	1.016	130	5
Languira	145	841	115	10
Yenguebo	296	300	135	2,5
Pronou	242	351	60	8
Kouadiokro	175	480	53	9,5
T O T A L	2.876	Moy. = 900	Moy. = 265	

Il est incontestable que les deux facteurs } - Revenu
- Distance réagissent sur le volume d'achats selon une fonction du type.

$$Y_i = f \frac{R/N_i}{d} + b$$

Y_i = Dépense par tête du village $i = \frac{D}{N_i}$

N_i = population du village i

R = ~~indice de Revenu~~ **indice de Revenu**

d = indice de distance

b = un facteur résiduel positif ou négatif lié à la situation géographique du village

Exp. : Si le village est enclavé mais à l'Est de Bounda : $b > 0$

Si le village est enclavé ou non mais à l'Ouest : $b < 0$

Langba et Languira' répondent au premier cas. Kouadianikro répond au second cas.

Nous avons ainsi tenté d'ajuster une droite en portant en ordonnées la dépense D/Ni (sous forme d'indice), et en abscisse le rapport $\frac{R/Ni}{d}$ (sous forme d'indice), à partir des résultats suivants : (voir graphique 4 : Ajustement).

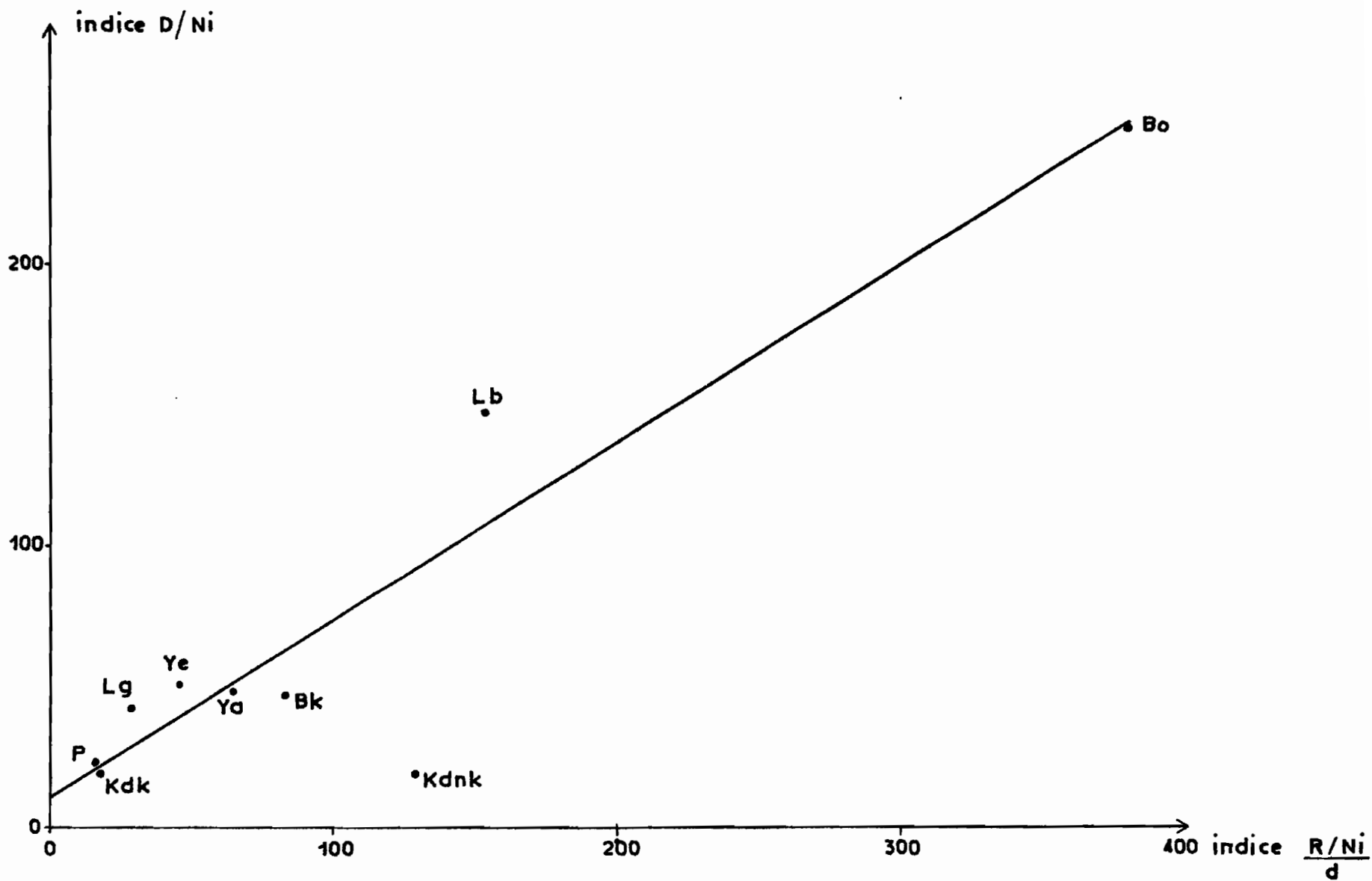
Villages	R/Ni (Fr)	$\frac{R/Ni}{d}$ (1)	Indices	D/Ni (Fr)	Indices
Bounda	987	987	380	660	249
Langba	2.802	350	134	390	147
Kouadianikro	671	335	129	50	19
Bouakro	1.194	217	83	125	47
Yapikro	1.016	169	65	130	49
Languira	841	76	29	115	43
Yenguebo	300	120	46	135	51
Pronou	351	44	17	60	23
Kouadiokro	480	48	18	53	20
T O T A L	Moy.= 900	Moy.= 260	100	Moy.= 265	100

Note : (1) On applique à chaque village une échelle-distance telle que :

Bounda	d :	1
Langba	:	8
Kouadianikro	:	2
Bouakro	:	5,5
Yapikro	:	6
Languira	:	11
Yenguebo	:	2,5
Pronou	:	8
Kouadiokro	:	10

D - EVALUATION DES EFFETS DE LA BOUTIQUE SUR LA PROPEN-
SION A CONSOMMER DES VILLAGES LIMITROPHES.

N.B. : Nous ne considérons évidemment que la propension à consommer des produits "importés".



BOUNDA Ajustement D et $\frac{R}{d}$

Graphique 4

L'étude du marché hebdomadaire de Brobo nous fournira l'élément de référence pour l'achat moyen d'une Unité-Budgétaire quelconque de la Sous-Préfecture ... Selon nos estimations, la dépenses par U.B. en produits "importés" s'élevait en moyenne dans la zone à :

- 220 Fr / mardi en Janvier-Février-Mars
- 185 Fr / mardi en Avril-Mai
- 125 Fr / mardi en Juillet-Août

Nous savons d'autre part, grâce à une enquête budget effectuée dans 25 U.B. de Bounda, que l'achat moyen sur le marché de Brobo est légèrement inférieur pour les U.B. de ce village que pour l'U.B. moyenne de la zone (environ - 20 %).

Muni de ces divers renseignements, nous pouvons essayer d'évaluer le surcroît global de dépenses pour les villages habituellement "clients" de la boutique, par rapport au village moyen de la zone.

N.B. : Les résultats ainsi obtenus ne prétendent pas fournir autre chose qu'un ordre de grandeur vraisemblable, vu le faible nombre des villages "sondés", la courte période observée, sans parler des problèmes de gestion de la boutique qui faussent quelque peu notre étude.

Période	Achats/U.B. "mardi" (1)	Achats/U.B. "bouti."(2)	dont Bounda (3)	dont "Autres clients (4)
Janv. Fév. Mars	220	149	383	63
Avril-Mai	185	61	158	25
Juillet-Août	125	24	61	10

Tableau : Dépenses par U.B./hebdoma. (Unités : Fr).

Notes (1) : Achats/U.B. "mardi" = moyenne de tous les villages de la Sous-Préfecture, produits "importés" exclusivement, sur le marché hebdomadaire de Brobo.

- (2) : Achats/U.B. "boutique" = moyenne hebdomadaire, pour l'une des 410 U.B. des 9 villages "habituellement clients".
- (3) : dont Bounda = moyenne hebdomadaire pour l'une des 110 U.B. de Bounda...

Ex.: en Janvier-Février-Mars C.A. total de la boutique = 66.000 /hebdo.
 dont Divers et Non précisés = 8 % = 5.000/hebdo.
 dont Bounda = 69 % × 61.000 = 42.100
soit 383/U.B./hebdo.

- (4) dont autres villages "clients" = moyenne hebdomadaire pour l'une des 300 U.B. des 8 autres villages "habituellement clients".

Ex.: en Janvier-Février-Mars : $\frac{18.900}{300} = 63/\text{UB}/\text{hebdo.}$

Le tableau montre :

1°- En Janvier-Février-Mars

- a) Pour BOUNDA

Incontestablement un très fort accroissement de la propension moyenne à consommer apparait du fait de la création d'une boutique dans le village. Même en tenant compte de la réduction, d'environ 20 % observée dans les achats à Brobo, un surplus de dépenses pour les villageois se dégage :

Soit : 220 - (20 % 220) + 383
 : 176 + 383 = 559 Fr/UB/hebdo.

L'accroissement est de + 154 % !

- b) les autres villages "clients".

Nous ne savons pas si ces villages réduisent ou non leurs achats à Brobo. Admettons comme hypothèse une réduction de 5 % ... Le "gain" se chiffre alors à :

: 220 - (5 % 220) + 63
 210 + 63 = 273 Fr/UB/hebdo.

.../...

On voit, pour cette période, un accroissement de 24,0 % presque six fois moindre que pour Bounda. Il semble donc que dans cette phase de hauts revenus, l'accroissement de la consommation reste sensible pour les villages limitrophes, mais le phénomène, n'est pas net, et probablement faux pour certains villages tels : Kouadianikro, Pronou, Kouadiokro. L'influence de la boutique n'est vraiment décisive que pour Bounda, accessoirement et beaucoup plus faiblement pour : Langba, Yenguebo, Yapikro ...

2°- En Avril-Mai

a) pour BOUNDA

A cette époque l'achat moyen des villages sur le marché de Brobo, en produits "importés" est de 185 Fr/UB.

$$\begin{aligned} \text{Achats de Bounda} &= 185 - (20 \% 185) + 158 \\ &= 148 \qquad \qquad \qquad + 158 = \underline{306 \text{ Fr/UB/heb.}} \end{aligned}$$

L'accroissement de la consommation est de 65 %. Le gain reste donc évident pour Bounda.

b) autres villages "clients"

$$\begin{aligned} \text{Achats :} &= 185 - (5 \% 185) + 25 \\ &= 175 \qquad \qquad \qquad + 25 \\ &= 200 \end{aligned}$$

L'accroissement n'est plus que de 8,1 %, autant dire nul et non significatif. Même à supposer que ces villages ne réduisent plus de 5 % leurs achats sur le marché, le gain n'est que de 13,5 %. Tout au plus l'accroissement est-il encore sensible pour Langba ?

3°- En Juillet-Août.

L'achat moyen sur le marché de Brobo en produits "importés" tombe à 125 Fr/U.B.

a) pour BOUNDA

$$\begin{aligned} \text{Achats :} &= 125 - (20 \% 125) + 61 \\ &= 100 \qquad \qquad \qquad + 61 \\ &= \underline{161 \text{ Fr/U.B./hebdo.}} \end{aligned}$$

L'accroissement de consommation serait encore de 29 %.

b) autres villages "clients".

Achats : = 125 - (e) + 10
 = 135 F/UB/hebdo. soit + 8 %

Comme en Avril-Mai le gain n'est plus significatif pour aucun de ces villages.

En résumé il ne fait aucun doute que la présence d'une boutique dans un village accroît sensiblement et durablement, au moins jusqu'au 4ème mois après la "traite" l'achat moyen des UB de ce village. Très vite par contre l'effet n'est plus significatif pour les villages limitrophes.

On peut cependant espérer un accroissement plus sensible et plus durable à condition - que la boutique reste constamment approvisionnée - qu'elle se spécialise peut-être davantage dans les catégories de produits absents du marché ; ciment, tôles etc ... - plus généralement, et ceci vaudra pour les boutiques créées ultérieurement, qu'elles réduisent davantage que ne fait celle de Bounda, les distances moyennes à parcourir pour les villages limitrophes.

En ce sens la boutique ouverte à Saminikro aurait pu être plus riche encore d'enseignement, que celle de Bounda, n'eût été sa gestion totalement délaissée à partir de Mai 1967.

Aussi bien ne ferons-nous de Saminikro qu'un bref survol à partir des données très fragmentaires que nous avons pu recueillir.

x
 x x
 x

S A M I N I K R O

Cette boutique, ouverte en Janvier 1967, ne fonctionna normalement que jusque vers la fin d'Avril. Elle connut par la suite des problèmes de gestion tels que les résultats ne présentent guère d'intérêt.

A partir du mois de Juin le chiffre d'affaires moyen est nettement et durablement inférieur à 1.000 Fr CFA par jour. Les rares "pointes observées (ex.: entre le 26/07 et 2/08 ; entre le 16/08 et le 30/08) sont dues à l'arrivée d'un produit longtemps attendu (tôles, vin, pétrole ...) dont les ventes se réalisent en une seule journée...

ex.: Tôle :	le 29/07	11.350 Fr
	le 30/08	7.450 "
	le 2/09	4.200 "
Pétrole :		
	le 22/08	8.700 Fr
Vin :		
	le 24/09	9.350 "

Entre ces jours fastes de longues périodes absolument vierges de tout achat. Ainsi, pour les 3 premières semaines d'Octobre, le chiffre d'affaires est d'environ 400 Fr/jour, grâce essentiellement aux journées du 6, du 9, et du 11 où 6000Fr de vin ont été écoulés. (Le vin fait plus de 80 % du chiffre d'affaires durant ces 3 semaines).

A la même époque (18/10/67) un inventaire de la boutique nous a permis de chiffrer la valeur du stock-marchandises à 81.500 Fr :

Soit - produits alimentaires	36.500 Fr
- produits ménagers-toilette et divers	26.700 Fr
- petit outillage-grillage	18.300 Fr

Ce stock, extrêmement faible ne représente pas moins de 200 jours de vente au rythme actuel !

En Octobre, le chiffre d'affaires de 3 semaines couvre à peine le salaire mensuel du gérant. Avec une marge de 15 % il faut 4 mois et demi pour dégager un gain égal au salaire mensuel ...

A - EVOLUTION DU C.A. QUOTIDIEN DU 21/1/67 au 20/10/67

(voir graphique 5 : Saminikro C.A. quotidien)

On distingue 3 périodes :

1°- Une période de hausse : 21/01 - 10/03

Semaines	C.A./Jour	C.A./semaine	C.A. cumulé
1°	6.350	47.850	47.850
2°	11.100	77.750	125.600
3°	7.400	51.750	177.350
4°	10.550	73.900	251.250
5°	10.050	70.200	321.450
6°	8.900	61.150	382.600
7°	14.450	101.150	483.750

C.A. moyen = 9.870 Fr/jour

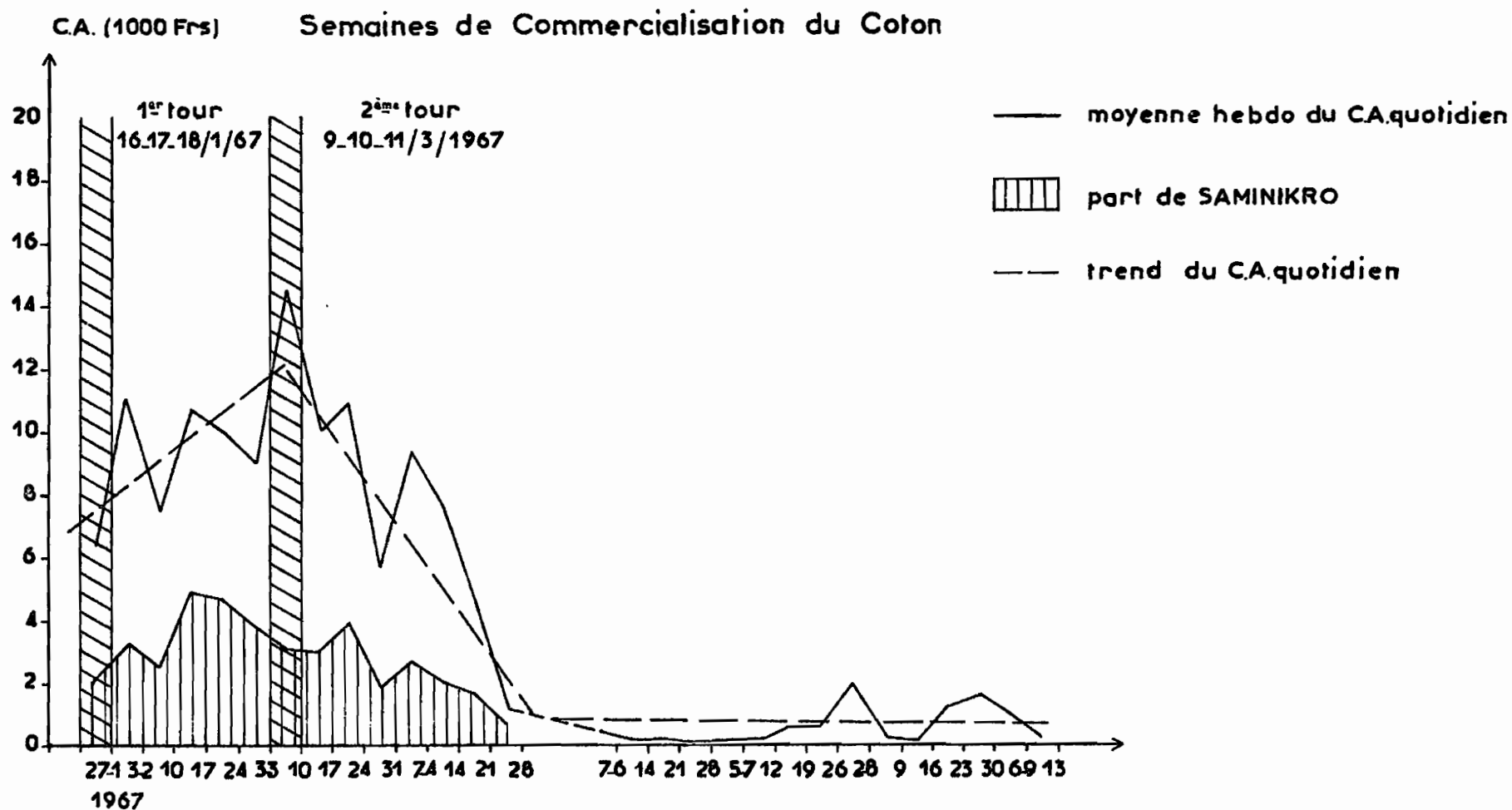
Cette phase de hausse est à la fois plus brève (la boutique a été ouverte après) et plus sèche que celle de Bounda. La courbe est d'autre part décalée avec un retard d'une semaine par rapport à celle de Bounda. L'explication doit en être, outre ce retard d'ouverture, les dates de commercialisation du coton, tant au premier qu'au second tour, succédant de quelques jours dans la zone de Saminikro la commercialisation autour de Bounda. La rotation du stock est de l'ordre de 1 mois ...

2°- Une période de baisse : 11/03 - 28/04

Semaines	C.A./jour	C.A./semaine	C.A. Cumulé
8°	9.900	69.350	69.350
9°	10.750	75.350	144.700
10°	5.550	38.750	183.450
11°	9.300	65.000	248.450
12°	7.650	53.600	302.050
13°	4.700	32.950	335.000
14°	1.150	7.950	342.950

C.A. moyen = 7.000 Fr/jour

.../...



SAMINIKRO - Chiffre d'affaires quotidien
 de Janvier 1967 à Septembre 1967

Graphique 5

La phase de baisse est également plus brève et plus sèche que celle de Bounda.

3°- A partir du 29/04

Le C.A. moyen = 660 Fr/jour

= 4.600 Fr/semaine

Du 29/04 au 20/10 : C.A. cumulé = 113.000 Fr

Du 29/04 au 31/12 : C.A. cumulé probable = 155.000 Fr

Tableau résumé :

Périodes	CA/jour	CA. cumulé	%
21/01-10/03	9.870	483.750	49,2 en 7 semaines
11/03-28/04	7.000	342.950	34,9 en 7 semaines
29/04-31/12	660	155.000	15,9 en 35 semaines
T O T A L	2.850	981.700	100

Comparaison avec les achats hebdomadaires à Brobo

Saminikro et les villages environnants font partie de la micro-zone "Nord-Est" de Brobo, dont les achats hebdomadaire sur le marché étaient estimés :

- en produits locaux : 14.945 Fr/mardi
- en produits "importés" : 54.060 Fr/mardi.

L'achat hebdomadaire, en produits "importés", à la boutique ressort à : 29.230 Fr - soit 37,0 % de ce qui s'écoule sur le marché hebdomadaire ; pourcentage supérieur à celui de Bounda (31,0 %).

B - CONCENTRATION DES ACHATS PAR VILLAGE

L'examen de la carte de la Sous-Préfecture montre la différence du rayonnement de Bounda et de Saminikro. La densité de l'habitat est beaucoup plus élevée à Saminikro, les distances à parcourir moindres (encore que la piste partant au Nord de Saminikro ne soit pas en parfait état).

On ne devrait donc pas avoir la même concentration qu'à Bounda. En fait le phénomène suivant apparait : Saminikro, au moins pour la période où les chiffres sont exploitables (Janvier-Avril) n'a pas la majorité dans le chiffre d'affaires de la boutique.

N.B.: Les chiffres fournis ci-dessous ne sont pas totalement probants. Des périodes plus ou moins longues s'écoulent sans que la ventilation des achats par village soit effectuée par le gérant.

Pour les journées de ventes exploitables on obtient les pourcentages suivants :

Villages	Achats (1)	%	Achats(2) annuels	Ni	D/Ni (Fr)
Saminikro	180.700	32,9	323.000	555	580
Zougban	170.250	31	304.350	679	445
Bobokro	61.000	11,1	108.950	522	210
Sarakakro	33.100	6	58.900	555	105
Takassou	30.000	5,5	54.000	504	105
Kpékékro	14.300	2,6	25.500	441	60
Bokassi	13.450	2,5	24.550	149	165
Ahounzankro	8.400	1,5	14.750	339	45
Sokouamékro(3)	6.950	1,1	10.800	405	25
Tano-Broukro	5.500	1	9.800	176	55
Takikro	5.000	0,9	8.850	176	50
Boka-K. (4)	2.600	ε	6.850	190	45
Divers et N.P.	17.400	3,2	31,400	-	-
T O T A L	548.650	100	981.700	-	-

Notes : (1) Achats : Ils ne recouvrent, de Janvier à Mai, que la partie des achats où la ventilation par village acheteur semble avoir été correctement établie ...

(2) Achats annuels : obtenus,
1°) en supposant valables les pourcentages calculés sur 548.650 Fr.

2°) en supposant ces pourcentages constants de Mai à Décembre. (Ce qui favorise les villages faiblement clients au détriment des plus gros acheteurs puisque l'aire de rayonnement de la boutique se resserre à mesure que le C.A. quotidien diminue et que les marchandises se raréfient ...).

(3)-(4) : Ces deux villages sont très rarement ou très faiblement clients. Compte tenu des seuls villages "habituellement clients", les pourcentages respectifs deviennent : 34,6 - 32,6 - 11,7 - 6,3 - 5,8 - 2,7 - 2,6 - 1,6 - 1,1 - 1.

(Voir graphique 6 "Concentration".) La courbe diffère de celle de Bounda par un bi-polarisme (Saminikro et Zougban) très prononcé

Mais dans les deux cas les 5 ou 6 plus petits villages clients participent pour moins de 15 % du chiffre d'affaires.

On doit donc admettre que dans la situation actuelle de Brobo, caractérisée par un marché hebdomadaire prépondérant, des boutiques de brousse ne peuvent guère espérer attirer la population des villages distants de plus de 2 ou 3 kms, ce qui est faible. Certainement beaucoup plus faible que n'avaient prévu les promoteurs de ces boutiques. Cette distance réduite est très contraignante dans une région où la densité est de 16 habitants au km².

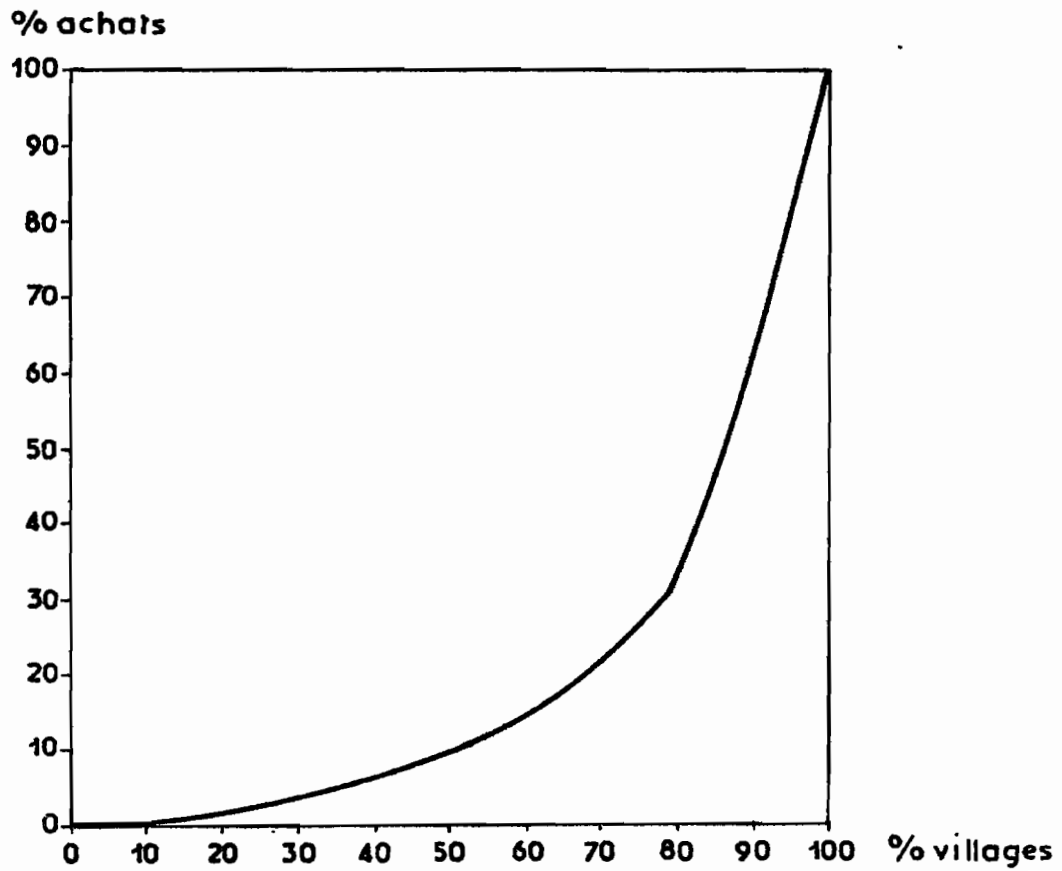
Par contre, pour les villages réellement intéressés, il semble que l'accroissement de la propension à consommer ne soit pas négligeable, plus important sans doute qu'il n'était prévu, et perceptible au minimum durant quatre ou cinq mois pour le village-centre et durant deux ou trois mois pour les villages immédiatement limitrophes.

De ce point de vue on peut donc se montrer optimiste. Cependant 60 % environ de la population que l'on espérait toucher restent peu ou pas concernés. Dans ces conditions l'économiste doit être conscient des difficultés, des limites comme des possibilités de telles boutiques. A savoir :

- Existe-t-il ou non un marché quotidien ou hebdomadaire important ?
- Quelle est la distance moyenne, et le coût, pour se rendre à ce marché ?

CONCENTRATION ACHATS des villages habituellement clients à Saminikro

Graphique 6



(N'oublions pas qu'à Brobo c'est environ 12 Fr/UB/mardi qui sont consacrés au transport ...)

- Quelle est la distance moyenne villages-boutique ?
- A partir de quel niveau de revenu par tête la création d'une boutique augmente sensiblement et durablement la propension à consommer ? (1)
- Quelle est la fraction de la population réellement touchée par la boutique ?
- Dès lors faut-il multiplier ces boutiques si les conditions suivantes sont remplies ?
 - 1°) Distance villages-boutique \leq 3 kms
 - 2°) Distance villages-marché \geq 5 kms
 - 3°) Population Ni réellement touchée $> N$ (=1.200 ?)
 - 4°) Revenu/Ni $>$ "X" (à déterminer ...)

Toutes ces conditions sont autant de facteurs contraignants. Ainsi, pour Brobo, sans même poser le problème du coût d'une telle opération (coût d'autant plus élevé que la gestion reste aléatoire) il n'y aurait guère que 4 ou 5 points d'implantation possibles.

- le groupe BOUNDA. YENGUEBO-LANGBA-KOUADIANIKRO
(environ 1.860 habitants)

- le groupe SAMINIKRO. ZOUGBAN-BOBOKRO
(environ 1.750 habitants)

- le groupe SINANVESSOU. AOKOKRO-ATIOUAKRO-KOYAKRO
(environ 1.750 habitants)

- le groupe MAMINI. KPEKEKRO-ALLOUKRO-KOUBEKRO
(environ 1.470 habitants)

- le groupe SOMELASSOU. ADIKRO-FONDI-ABOUOKRO-AYABO
(environ 1.200 habitants).

Au total moins du $\frac{1}{3}$ de la population serait intéressé.

Notes : (1) Il n'est pas encore possible, à Brobo, d'escompter un quelconque accroissement du Revenu par tête à partir de la création d'une boutique.

En ce sens les boutiques ne sont pas encore de véritables "CENTRES et PRODUCTIVITE" contrairement à leur appellation. Elles ne sont pour l'instant, et seulement pour les villages où elles se créent (Bounda ... Saminikro ... Zougban ...), que des "(CENTRES de CONSOMMATIVITE)".