

# LES ACTIVITES DU SECTEUR TERTIAIRE :

Les activités tertiaires comprennent :

- les transports (branche 24),
- les loyers (branche 25),
- les autres services (branche 26),
- le commerce (branche 27).

L'imbrication générale des branches « Transports » et « Commerce », tant du point de vue des agents producteurs qui souvent sont les mêmes, du moins pour les entreprises africaines, que du point de vue des services rendus aux

habitants de la région, nécessite une étude générale et globale. Les comptes d'exploitation, dont la structure sera analysée en cours d'étude, seront repris en conclusion, séparément pour chaque branche.

La première partie de ce chapitre traitera des Activités Commerciales et du Transport.

Une deuxième partie examinera rapidement les comptes des « Loyers » et « Autres Services ».

La troisième partie récapitulera les données du secteur tertiaire (toutes branches regroupées).



## **I. - LES ACTIVITÉS COMMERCIALES ET LE TRANSPORT**



Bien avant la pénétration coloniale en Côte d'Ivoire, il existait des courants d'échange entre les différents foyers de peuplement des régions. Ces échanges étaient essentiellement des trocs, car les monnaies employées n'avaient pas une valeur constante (1). De plus, ces échanges de biens s'effectuaient surtout dans une perspective située en dehors des besoins de subsistance. Il s'agissait d'obtenir des biens rares, pouvant exprimer ou renforcer la position sociale de celui qui les détenait.

Cette situation dura jusqu'au dix-septième siècle. Vint ensuite l'époque des convoitises coloniales. Les comptoirs européens, installés le long des côtes d'Afrique, conclurent des accords avec les Chefferies locales et firent des échanges avec les gens de la côte. Les Baoulé de toutes les « tribus » venaient y chercher du sel, des armes à feu, des perles, de la pacotille, du cuivre en échange d'or, d'ivoire et de pagnes (2).

Avec l'entrée de Samori dans le nord du pays, les circuits commerciaux s'agrandissent. L'introduction de « l'esclave » comme monnaie d'échange prend une très grande importance. Les Baoulé offraient à Samori de l'or, des fusils, des produits vivriers et obtenaient des quantités importantes d'esclaves.

La colonisation du pays à partir de la fin du dix-neuvième siècle (1893) stoppera assez rapidement ce mercantilisme. Le fait le plus marquant de la colonisation est la pénétration de la monnaie en tant qu'instrument d'échange à valeur constante. C'est ainsi que commença l'économie monétaire exprimée par le commerce et l'introduction des cultures d'exportation.

Les Sociétés commerciales, débarquées après le « coup de canon », suivirent de près les postes administratifs et constituèrent l'ossature du commerce, qui reste encore le noyau agissant du commerce moderne en Côte-d'Ivoire. Comme intermédiaire du commerce européen, les militaires utilisèrent les Dioula, négociants de la Cour Mandingue, et plus tard les Levantins (Syriens et Libanais). Les Ivoiriens ne s'insérèrent dans le circuit commercial que bien longtemps après la pénétration coloniale. L'hétérogénéité du commerce intérieur de la Côte-d'Ivoire à l'heure actuelle n'est que le reflet de ces conditions historiques et principalement des effets de la colonisation. On trouve une superposition d'entreprises de nationalités différentes, chacune

(1) Cauris, barettes de fer et or éventuellement.

(2) Voir « Essai de monographie d'un village de forêt ». Document 5.

d'elle représentant un degré de technicité qui lui est propre.

Pour la région de Bouaké, on peut grouper ces entreprises en deux grandes catégories.

#### 1. - COMMERCE MODERNE.

— Entreprises européennes : Sociétés à succursales multiples, Sociétés locales, Entreprises Individuelles dans le commerce de gros, de demi-gros et de détail.

— Entreprises libanaises, syriennes et nord-africaines : commerce individuel et familial de vente en demi-gros et au détail.

— Entreprises coopératives, nouvellement créées avec la participation de capitaux étrangers et Ivoiriens.

— Entreprises africaines dans le commerce spécialisé ; leur nombre est nettement limité.

#### 2. - « PETIT DETAIL » EXCLUSIVEMENT AFRICAIN :

— Colporteurs de brousse et des marchés hebdomadaires,

— Transporteurs-commerçants,

— Petites boutiques en villes,

— Tabliers,

— Petites boutiques de villages.

\*\*

Le commerce moderne s'installe dans les villes et le « petit détail » s'adresse aux consommateurs des campagnes et aux citadins à faible revenu.

La marge commerciale pratiquée par le « petit détail » est particulièrement élevée : 33 % contre 16 % dans le secteur moderne et 18 % pour l'ensemble des deux secteurs, et le coût de distribution dans le « petit détail » s'élève à 36 % du chiffre d'affaires.

En résumé, on peut dire que le commerce régional présente trois caractéristiques :

— l'hétérogénéité des entreprises dont la nationalité indique la place dans le commerce,

— le partage du commerce en deux secteurs nettement délimités,

— l'hypertrophie du « petit détail », notamment le commerce ambulant dominé par les Dioula.

## La place de Bouaké dans le commerce :

Bouaké, deuxième ville de Côte-d'Ivoire, est à la fois :

- le centre le plus important du commerce régional et inter-régional de marchandises,
- le marché de la production rurale le plus important de la région,
- la plaque tournante du commerce Intra-africain ou commerce Niger-Eburnéen (bétail, poisson, produits vivriers du Mali, de Haute-Volta et du Niger, contre cola et marchandises de Côte-d'Ivoire).

Presque toutes les Sociétés commerciales ont leurs succursales implantées à Bouaké, ville qui réalise le chiffre d'affaires le plus élevé en Côte-d'Ivoire après Abidjan.

On doit noter également l'existence à Bouaké-Ville, d'un secteur Industriel qui réalise un chiffre d'affaires de près de quatre milliards de francs CFA.

L'importance acquise par la région de Bouaké est le résultat d'une progression historique :

1) **Début du siècle** : Construction du chemin de fer Abidjan-Dimbokro (1910) - Bouaké (1913) et installation des succursales de Sociétés commerciales dans la région. Jusqu'en 1930, Bouaké reste le « terminus colonial ».

2) **Crise économique mondiale de 1929-1930** : la Métropole développe les cultures industrielles en Côte-d'Ivoire. La zone préforestière de la région (sud et berges du Bandama et du N'Zi) bénéficie du développement accéléré de la culture du café et du cacao.

Le chemin de fer est prolongé vers le nord. (Ferkessédougou 1930, Bobodioulasso 1934 et Ouagadougou 1954 seulement).

3) **Guerre 1939-1945 et après-guerre** : la Colonie doit contribuer à l'effort de guerre de la Métropole et à son redressement économique de l'après-guerre.

Les taxes, impôts et contributions diverses créent un besoin d'argent et provoquent une nouvelle impulsion du commerce. C'est également pendant cette étape que se développent les cultures industrielles : coton et tabac.

4) **Loi-Cadre 1956-1958 et Communauté 1958-1960** : c'est l'époque du F.I.D.E.S. qui a consacré une grande partie des dépenses d'équipement d'outre-mer à l'amélioration du réseau routier et au développement de la production agricole. Le bitumage de l'axe principal sud-nord s'effectue, pendant cette période, jusqu'à Yamoussokro.

5) **Indépendance depuis 1960** : l'étape actuelle se caractérise par une conjoncture commerciale redevenue en partie favorable pour les cultures d'exportation. Le problème du sous-développement est une réalité internationale et les aides financières et techniques de l'extérieur vers la Côte-d'Ivoire se sont accrues. De plus, des capitaux étrangers sont investis. Sur le plan régional, cette conjoncture engendre l'augmentation de la circulation des biens et des services.

**Autre fait important pour la région** : le développement momentané du marché intra-africain. Après l'éclatement de la Fédération du Mali, le chemin de fer Bamako-Dakar est fermé aux importations de la nouvelle République du Mali. Celle-ci se tourne vers Abidjan pour ses transactions avec l'extérieur. En même temps, elle limite et contrôle son Commerce Extérieur (sortie de devises et importation de marchandises). La création d'une monnaie nationale implicitement détachée de la zone franc et de l'union monétaire ouest-africain nécessite la rentrée de devises étrangères, surtout en francs CFA. Le développement de ce marché est exprimé essentiellement par la sortie du Mali de produits (bétail, poissons et vivres) en échange de la cola, des marchandises et des devises. Bouaké, qui était traditionnellement le point de redistribution de ce commerce, voit son rôle s'agrandir et devient une véritable plaque tournante et une base de transit des échanges. Mais c'est un développement conjoncturel.

## LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Les circuits de distribution de marchandises dans la région de Bouaké et, à un échelon plus large, dans l'ensemble de la Côte-d'Ivoire sont particulièrement complexes. Cette complexité est la résultante de plusieurs facteurs qui interviennent tant sur le plan de l'organisation existante du réseau commercial que sur le plan du fonctionnement des entreprises dans le commerce. En effet, on se trouve devant une superposition et une prolifération de différents types d'organisation des entreprises, chaque type d'organisation comportant un procédé spécifique d'exploitation et une forme juridique qui lui est propre.

### 1) Pour le commerce moderne.

a) les sociétés à succursales multiples dont la maison-mère, rattachée à un groupe financier étranger, est installée en Europe et qui possèdent une direction locale à Abidjan. Ce sont des firmes commerciales internationales qui font à la fois l'importation et la distribution de marchandises générales (1). Certaines d'entre elles sont également exportatrices des produits de la traite (café, cacao, palmiste). Ces firmes étrangères constituent le noyau agissant du commerce intérieur en Côte-d'Ivoire ;

b) les « sociétés locales » appartenant, comme les sociétés à succursales multiples, à des étran-

gers qui ont débuté en Côte-d'Ivoire, une affaire commerciale individuelle qui s'est transformée par la suite en société souvent à participation familiale. Les « sociétés locales » dont les sièges sociaux sont installés dans la région, sont organisées à l'image des sociétés à succursales multiples, mais ont un rayon d'action plus limité dans l'espace.

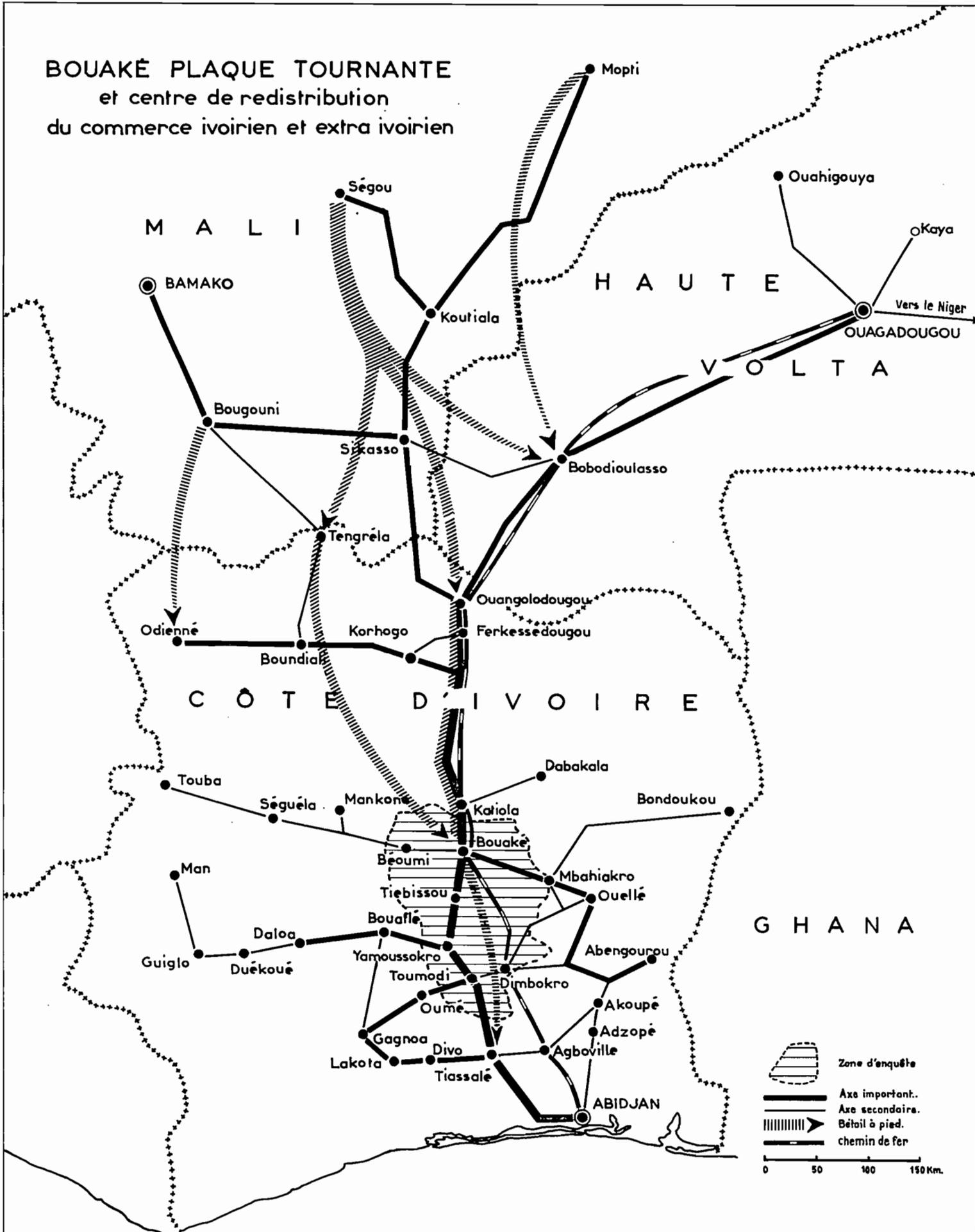
Elles se spécialisent dans la vente ou dans la représentation exclusive de produits (vin, voiture, tissus, par exemple) ou contrôlent quelques boutiques de vente au détail de marchandises générales installées également dans la région, à proximité du siège social (2) ;

c) une société coopérative de distribution, issue d'une participation conjointe de capitaux étrangers et ivoiriens. Une firme étrangère fournit l'assistance technique (cadres commerciaux et administration)

(1) Certaines firmes sont également concessionnaires de voitures automobiles, importatrices des biens d'équipement de l'industrie mécanique, des appareils électro-ménagers et possèdent des services après-vente (garages, ateliers, station-service, etc...).

(2) Quelques-unes des « sociétés locales » installées dans la capitale sont également importatrices de marchandises, mais leur rayon d'action ne dépasse pas les environs d'Abidjan.

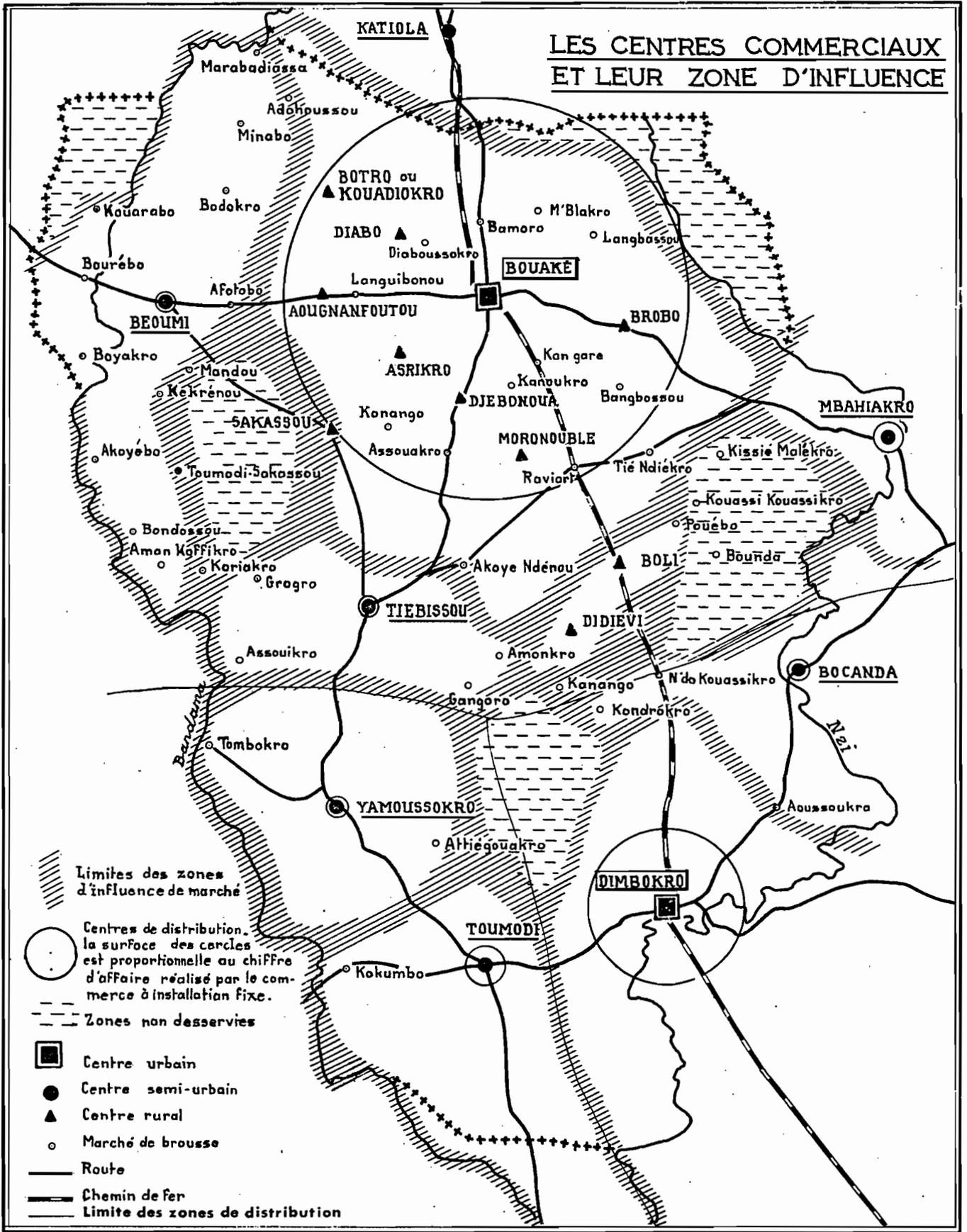
# BOUAKÉ PLAQUE TOURNANTE et centre de redistribution du commerce ivoirien et extra ivoirien



Zone d'enquête  
 Axe important.  
 Axe secondaire.  
 Bétail à pied.  
 chemin de fer

0 50 100 150 Km.

# LES CENTRES COMMERCIAUX ET LEUR ZONE D'INFLUENCE



-  Limites des zones d'influence de marché
-  Centres de distribution. la surface des cercles est proportionnelle au chiffre d'affaire réalisé par le commerce à installation fixe.
-  Zones non desservies
-  Centre urbain
-  Centre semi-urbain
-  Centre rural
-  Marché de brousse
-  Route
-  Chemin de fer
-  Limite des zones de distribution

pour le démarrage de la Société et assure son approvisionnement en marchandises ;

d) les entreprises individuelles et familiales appartenant également à des étrangers notamment à des Libanais, Syriens et Nord-Africains ; cette catégorie d'entreprises constitue le complément du commerce moderne. Elle est parfois l'intermédiaire entre les grandes firmes commerciales et le commerce du petit détail ou le consommateur final.

## 2) Le commerce de petit détail.

On peut grouper le commerce tenu par des entreprises individuelles ou familiales africaines telles que : boutiques en villes et dans les villages, tabliers (1), colporteurs, transporteurs commerçants ou « amateurs » (2).

A ce niveau du petit détail, le schéma du circuit de distribution est encore beaucoup plus complexe que celui du commerce moderne. Cette complexité est due à l'hyper-trophie du tout petit commerce africain ou « commerce à 5 francs » (petites boutiques, tabliers et certaines catégories de colporteurs) (3) et à l'importance du commerce ambulancier constitué par des colporteurs (marchés et brousse) et des transporteurs-commerçants.

### a) La géographie de distribution

Le réseau de distribution dans la région de Bouaké est divisé en trois zones :

1) Zone Sud-Est ou Boucle du Cacao ;

2) Zone Sud ou : quadrilatère de Toumodi, Yamoussoukro, Bouaké, Oumé ;

3) Zone Nord ou zone de Bouaké.

Prix au kg	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962
Café .....	154	130	100	130	125	100	95	95	80
		90 (*)					90 (*)	80 (*)	
Cacao .....	137	70	68	77	95	95	100	73	70
		75 (*)		85 (*)					

(\*) Prix de fin de campagne.

— en second lieu, la suppression des Cercles administratifs (1961) et la création de la sous-préfecture éliminent une bonne partie des fonctionnaires, qui sont des consommateurs appréciables pour le commerce. Ces événements ont provoqué la diminution de la demande de biens de consommation, de biens d'équipement ménager et de matériaux de construction ; le chiffre d'affaires du commerce a subi une chute très importante qui entraîna la fermeture de six des douze succursales des grandes sociétés installées à Dimbokro (deux boutiques de gros et demi-gros, quatre boutiques de demi-gros et de détail). Deux autres sociétés ont déjà prévu soit la fermeture de leur succursale

Chacune de ces zones de distribution est caractérisée par :

— le réseau de transport (routier ou ferroviaire) qui le relie à Abidjan, capitale de la distribution des marchandises, et aux villages ;

— la structure de production de la zone, le niveau des prix des produits, la densité de la population, son niveau de revenu et de consommation ;

— la situation géographique, commerciale, administrative et même politique des zones par rapport à la ville de Bouaké qui est à la fois le chef-lieu administratif de la région, le centre de redistribution des marchandises du commerce régional et la plaque tournante du commerce intra-africain (Côte-d'Ivoire, Mali, Niger, Haute-Volta).

## I. — ZONES DE DISTRIBUTION.

Les limites de ces zones de distribution dépassent largement celles de la région d'enquête.

### 1) Zone Sud-Est ou Boucle du Cacao.

C'est une zone de grande production de cacao, de café et de cola. Dimbokro (troisième ville de Côte-d'Ivoire avec près de 10.000 habitants) où se joignent le rail (4) et la route, joue le rôle du principal distributeur de marchandises dans cette zone qui dépasse largement la région enquêtée. Dans le passé, Dimbokro était le chef-lieu de Cercle et le centre commercial le plus important de la région après Bouaké. Les sociétés commerciales y installèrent leur chef de secteur qui rayonnait sur l'ensemble du Cercle. A présent, la ville est en nette régression.

Dimbokro a tendance à se replier actuellement vers l'est, dans la zone délimitée par la boucle du cacao. Les raisons de ce repli sont :

— en premier lieu et principalement la chute des cours du café et du cacao enregistrée depuis 1955, chute qui entraîna une forte baisse du revenu des consommateurs (5).

de Dimbokro, soit leur transformation en entreprise spécialisée dans la vente de quelques produits de grande consommation,

— et enfin, le bitumage de la route N'Douci-Yamoussoukro, qui facilite le transport routier à partir d'Abidjan vers la zone Toumodi-Yamoussoukro-Bouaké-Oumé, auparavant partie intégrante de la zone de la boucle du Cacao dont Dimbokro était le centre de redistribution. Comme conséquence de cette amélioration du réseau routier, le quadrilatère Toumodi-Yamoussoukro-Bouaké-Oumé, ou zone sud de distribution de la région de Bouaké, est devenu autonome.

détail est la pièce de 5 francs CFA. Leurs sous-multiples (pièces de 1 et 2 francs) ne sont pas utilisées. Aussi dans le petit commerce africain que nous appelons « Commerce à 5 francs » les marchandises sont conditionnées en unité de vente de 5 francs CFA.

(1) Les tabliers sont des stands ou des éventaires de vente : les marchandises sont présentées sur une table de petite dimension (en général moins d'un mètre carré de surface).

(2) Appellation employée par les transporteurs professionnels, « Amateurs » parce qu'ils ne sont ni transporteurs professionnels, ni commerçants de métier. Ils font du transport partout sans itinéraire précis ; ils achètent et vendent tout ce qui leur semble rentable. Dans la plupart des cas, ils ont un « port d'attache » qui est une boutique tenue par un membre de la famille ou par un parent (un « frère »). Sur les marchés de brousse, ils vendent des marchandises au même titre que les colporteurs, c'est pourquoi nous les classons soit avec les colporteurs-marché, soit avec les boutiques.

(3) La plus petite unité monétaire en circulation dans le commerce de

(4) Le transport par voie ferrée intéresse surtout les sociétés commerciales ayant des magasins de gros installés à Dimbokro et possédant un calendrier d'approvisionnement précis ; il revient à 37,5 % moins cher que le transport par la route. Toutefois, comme pour l'ensemble du commerce intérieur en Côte d'Ivoire et le commerce intra-africain, la route reste un moyen de transport spéculatif par excellence et auquel les commerçants « sans planning » peuvent recourir pour leur approvisionnement, selon la demande du moment.

(5) Depuis la récession américaine et après le « boom coréen », la chute des prix du café et du cacao enregistrée à Dimbokro a été respectivement de 48 et 49 % entre 1954 et 1962.

## 2) Zone Sud.

La zone Sud est caractérisée par l'axe dorsal médian qui traverse la Côte-d'Ivoire, des lagunes aux frontières du Nord. Le bitumage de cette route s'arrête à Yamoussoukro en passant par Toumodi, tronçon où aboutissent les axes secondaires de Bouaflé et d'Oumé. La région d'enquête ne couvre que la moitié de cette zone de distribution, dont l'importance va croissant grâce à l'infrastructure routière et à l'expansion de Yamoussoukro et de Toumodi. Outre leur rôle traditionnel de centres d'approvisionnement des villages situés à l'est du Bandama, ces deux villes constituent des postes de relais et de transit des produits agricoles provenant des localités situées à l'ouest du Bandama telles que Bouaflé et Oumé, et des centres de redistribution des marchandises destinées à ces dernières.

On doit noter également l'existence d'un réseau de pistes vers l'intérieur de la zone, praticables en toute saison, ce qui n'est pas le cas pour la zone de Dimbokro. Certaines sociétés, nouvellement implantées dans la région ou ayant réorganisé leur réseau de distribution, ont déjà installé leur chef-lieu de secteur commercial dans cette zone. Par ailleurs, le commerce africain, notamment la Société coopérative de distribution, se développe plus rapidement dans cette zone que dans le reste de la région. Avec une amélioration du réseau routier à l'ouest du Bandama, provoquant le désenclavement de nombreux villages, cette zone Sud verra son rôle de redistributeur et de transit s'accroître fortement.

## 3) Zone Nord ou Zone de Bouaké.

C'est la plus importante des zones de distribution de la région. Nous ne revenons pas sur l'importance de la place de Bouaké-Ville dans le commerce intérieur et intra-africain. La zone de Bouaké dessert non seulement ses propres villages et localités (1), mais également tout le Nord, le Nord-Ouest et le Nord-Est de la Côte-d'Ivoire. Point d'intersection du rail et de la route principale, elle achemine les marchandises reçues d'Abidjan ou fabriquées sur place, dans la moitié nord de la République et vers les pays voisins situés au nord et à l'ouest.

Le réseau routier secondaire aboutit à Bouaké en forme d'étoile, lui accordant une place privilégiée dans le commerce. Bien qu'étant plus éloignée d'Abidjan que Dimbokro et Toumodi, Bouaké exerce une forte influence sur les deux zones précédentes en tant que centre redistributeur prépondérant. Il connaît une nouvelle expansion depuis le bitumage de Yamoussoukro à Bouaké.

L'importance de chacune des trois zones de distribution de la région peut être évaluée en examinant les pourcentages de chiffre d'affaires réalisés par le commerce fixe de chacune d'elles (marchandises générales, textiles et boissons) :

— Zone Nord ou Bouaké .....	78 %
— Zone de la Boucle du cacao ....	17 %
— Zone Sud .....	5 %
Total .....	100 %

## II. — PROBLEMES POSES A LA GEOGRAPHIE DE DISTRIBUTION.

Il s'agit essentiellement des problèmes posés par l'implantation des centres commerciaux et des marchés. L'analyse descriptive permettra de situer les micro-zones non ou mal desservies.

### 1) Centres commerciaux et marchés.

Ces localités sont au nombre de 61, composé de :

- 2 centres urbains (2) ;
- 6 centres semi-urbains (2) ;
- 10 centres ruraux ;
- et 43 marchés de brousse.

(1) Villes importantes de la zone : Béoumi, M'Bahiakro, Tiéblissou et Bouaké-ville.

(2) Voir chapitre « Implantation de la population ». Tome I « Le Peuplement ».

## LISTE DES MARCHES

MARCHES	Catégorie de marché	Périodicité	Jour du marché	Nombre de voitures
<b>Sous-Préfecture de Bouaké</b>				
1. Bouaké-ville .....	Urbain	Quotidien	Quotidien	120
2. Djebounoua ou Sâ .....	Rural	Hebdomadaire	Samedi	16
3. Assouakro .....	Brousse	Hebdomadaire	Lundi	3
4. Kanoukro .....	Brousse	Hebdomadaire	Lundi	7
5. Kan-gare (gare) .....	Brousse	Hebdomadaire	Dimanche	9
6. Diaboussokro ou Diabo-Sokoura ..	Brousse	Hebdomadaire	Dimanche	3
7. Bamoro .....	Brousse	Hebdomadaire	Lundi	9
8. Langbassou .....	Brousse	Hebdomadaire	Jeudi	11
9. M'Blakro .....	Brousse	Hebdomadaire	Samedi	3
<b>Sous-Préfecture de Brobo</b>				
10. Brobo .....	Rural	Hebdomadaire	Mardi	22
<b>Sous-Préfecture de Diabo</b>				
11. Diabo .....	Rural	Hebdomadaire	Vendredi	15
12. Aougnanfoutou .....	Rural	Hebdomadaire	Dimanche	21
13. Languibonou .....	Rural	Hebdomadaire	Mercredi	1
<b>Sous-Préfecture de Botro</b>				
14. Koidiokro .....	Rural	Hebdomadaire	Lundi	19
15. Adohoussou .....	Brousse	Hebdomadaire	Jeudi	2
16. Marabadiassa .....	Brousse	Hebdomadaire	Dimanche	7
17. Minabo .....	Brousse	Hebdomadaire	Mercredi	10
18. Bodokro .....	Brousse	Hebdomadaire	Samedi	15

**LISTE DES MARCHES**

MARCHES	Catégorie de marché	Périodicité	Jour du marché	Nombre de voitures
<b>Sous-Préfecture de Béoumi</b>				
19. Béoumi .....	Semi-urbain	Quotidien	Quotidien	17
20. Afotobo .....	Brousse	Hebdomadaire	Samedi	4
21. Kouarabo .....	Brousse	Hebdomadaire	Samedi	3
22. Bourebo .....	Brousse	Hebdomadaire	Lundi	1
23. Boyakro .....	Brousse	Hebdomadaire	Vendredi	3
24. Kekrenou .....	Brousse	Hebdomadaire	Samedi	9
25. Mandanou .....	Brousse	Hebdomadaire	Mercredi	4
<b>Sous-Préfecture de Sakassou</b>				
26. Sakassou .....	Rural	Hebdomadaire	Dimanche	28
27. Asrikro .....	Rural	Hebdomadaire	Mercredi	9
28. Kanango .....	Rural	Hebdomadaire	Vendredi	5
29. Toumodi Sakassou .....	Rural	Hebdomadaire	Lundi	2
30. Bondossou .....	Brousse	Hebdomadaire	Mercredi	4
31. Akoyebo .....	Brousse	Hebdomadaire	Lundi	6
<b>Sous-Préfecture de Tiébissou</b>				
32. Tiébissou .....	Semi-urbain	Quotidien	Quotidien	13
33. Grogro .....	Brousse	Hebdomadaire	Mercredi	1
34. Koriakro .....	Brousse	Hebdomadaire	Vendredi	6
35. Aman Koffikro .....	Brousse	Hebdomadaire	Lundi	0
36. Assouikro .....	Brousse	Hebdomadaire	Dimanche	0
37. Akoye N'dénou .....	Brousse	Hebdomadaire	Samedi	3
38. Amonkro ou Lomokankro .....	Brousse	Hebdomadaire	Vendredi	9
39. Gangoro .....	Brousse	Hebdomadaire	Lundi	6
40. Kanango .....	Brousse	Hebdomadaire	Vendredi	1
<b>Sous-Préfecture de Didiévi</b>				
41. Didiévi .....	Rural	Hebdomadaire	Dimanche	9
42. Boli (gare) .....	Rural	Tri-hebdomadaire	Lundi Mercredi Vendredi	2
43. Pouebo .....	Brousse	Hebdomadaire	Samedi	1
44. Tié N'diékkro .....	Brousse	Hebdomadaire	Lundi	6
45. Raviart (gare) .....	Brousse	Hebdomadaire	Vendredi	3
46. Moronou ou Moronoublé .....	Rural	Hebdomadaire	Mercredi	14
47. Kondokro ou Djassanou .....	Brousse	Hebdomadaire	Vendredi	4
48. Bangbossou .....	Brousse	Hebdomadaire	Dimanche	1
<b>Sous-Préfecture de Kouassi Kouassikro</b>				
49. Kouassi Kouassikro ou N'dri Kouadiokro .....	Brousse	Hebdomadaire	Mercredi	4
50. Kissié Malokro .....	Brousse	Hebdomadaire	Vendredi	0
51. Bounda .....	Brousse	Hebdomadaire	Vendredi	0
52. N'do Kouassikro (gare) .....	Brousse	Bi-hebdomadaire	Mercredi Dimanche	5
<b>Sous-Préfecture de Bocanda</b>				
53. Bocanda .....	Semi-urbain	Quotidien	Quotidien	14
54. Aoussoukro .....	Brousse	Hebdomadaire	Mercredi	5
<b>Sous-Préfecture de M'Bahiakro</b>				
55. M'Bahiakro .....	Semi-urbain	Quotidien	Quotidien	17
<b>Sous-Préfecture de Dimbokro</b>				
56. Dimbokro (gare) .....	Urbain	Quotidien	Quotidien	26
<b>Sous-Préfecture de Toumodi</b>				
57. Toumodi .....	Semi-urbain	Quotidien	Quotidien	28
58. Kokumbo .....	Brousse	Hebdomadaire	Mercredi	11
<b>Sous-Préfecture de Yamoussokro</b>				
59. Yamoussokro .....	Semi-urbain	Quotidien	Quotidien	16
60. Attiéguakro .....	Brousse	Hebdomadaire	Mercredi	4
61. Tombokro .....	Brousse	Hebdomadaire	Dimanche	4

Les marchés urbains et semi-urbains sont quotidiens avec un ou deux jours de grand marché par semaine (deux jours pour les deux marchés urbains et un jour pour les marchés semi-urbains) (1).

Les marchés ruraux et les marchés de brousse sont hebdomadaires à l'exception de Boli (trois fois par semaine) et N'do Kouassikro (deux fois par semaine).

Pour ces deux catégories de marché nous avons :

11 marchés le lundi ;  
1 marché le mardi ;  
13 marchés le mercredi ;  
2 marchés le jeudi ;  
11 marchés le vendredi ;  
8 marchés le samedi ;  
10 marchés le dimanche.

Si nous y ajoutons les jours de marchés sur les marchés urbains et semi-urbains nous aurons :

19 marchés le lundi ;  
9 marchés le mardi ;  
21 marchés le mercredi ;  
10 marchés le jeudi ;  
19 marchés le vendredi ;  
16 marchés le samedi ;  
18 marchés le dimanche.

Les jours dominants (lundi, mercredi, vendredi, dimanche) correspondent selon les régions aux jours de repos dans les villages (un à deux jours de repos par semaine en moyenne).

(1) Dimanche et lundi pour Bouaké, lundi et mercredi pour Dimbokro, mercredi pour les six marchés semi-urbains.

## REGION DE BOUAKE

Année 1962-1963

### PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DES DIFFERENTES CATEGORIES DE MARCHÉ

(Moyenne pondérée, par jour de marché)

Catégories de marchés	Caractéristiques	Jour de marché (1)	Surface (m <sup>2</sup> )		Vendeurs et Vendeuses (nb)						Voitures de transport en commun (nb)				
			Occupée	Couverte par des hangars (2)	Produits bruts d'origine végétale et aliments locaux	Aliments non agricoles et produits d'origine animale	Produits manufacturés	Artisans et produits artisanaux	Autres	Total	Voyageurs	Marché	Marchandises	Total	Nombre personnes empruntant les transports en commun
<b>I. - MARCHÉ URBAIN</b>															
1) Bouaké-ville															
Marché Central	.....	Q BH	49.965	2.300	2.019	352	43	112	54	2.580	95	8	9	112	
					2.351	463	59	210	51	3.134	102	6	13	121	
3 Marchés de quartier	.....	Q BH	1.416	—	193	40	15	14	1	263	—	—	—	—	
					250	44	14	19	—	327	—	—	—	—	
<b>Total Bouaké</b>	.....	Q BH	<b>51.381</b>	<b>2.300</b>	<b>2.212</b>	<b>392</b>	<b>58</b>	<b>126</b>	<b>55</b>	<b>2.843</b>	<b>95</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>112</b>	<b>1.706</b>
					<b>2.601</b>	<b>507</b>	<b>73</b>	<b>229</b>	<b>51</b>	<b>3.641</b>	<b>102</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>121</b>	<b>1.921</b>
2) Dimbokro															
Marché central	.....	Q BH	8.425	2.484	510	124	95	66	15	810	21	9	—	30	
					758	156	108	68	10	1.100	21	13	1	35	
1 marché de quartier (3)	....	Q BH	1.996	510	68	33	28	6	2	137	—	—	—	—	
					164	33	11	9	—	217	—	—	—	—	
<b>Total Dimbokro</b>	.....	Q BH	<b>4.750</b>	<b>858</b>	<b>578</b>	<b>157</b>	<b>123</b>	<b>72</b>	<b>17</b>	<b>947</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>—</b>	<b>30</b>	<b>387</b>
					<b>922</b>	<b>189</b>	<b>119</b>	<b>77</b>	<b>10</b>	<b>1.917</b>	<b>21</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>35</b>	<b>412</b>
<b>II. - MARCHÉ SEMI-URBAIN</b>															
		Q H	10.421	2.994	362	60	69	22	5	519	14	4	1	19	292
					655	84	80	34	2	875	17	4	1	22	465
<b>III. - MARCHÉ RURAL</b>															
		H (4)	5.178	335	688	107	110	49	15	969	8	9	1	18	348
<b>IV. - MARCHÉ DE BROUSSE</b>															
		H (5)	1.333	75	218	32	41	20	4	315	3	2	1	6	78

(1) Q = Quotidien ou jour de marché normal.  
BH = Bi-hebdomadaire ou jour de « grand marché ».

(2) Il s'agit ici seulement des hangars collectifs construits par l'administration ou par les collectivités locales. Les « apatams » construits par les marchands en matériaux traditionnels ne sont pas pris en compte.

(3) L'emplacement de vente du soir (beignets et alimentation locale) à Sokourajan n'est pas compté comme marché de quartier.

(4) Un seul marché a lieu trois fois par semaine (Boli, gare de la RAN).

(5) Un seul marché a lieu deux fois par semaine (N'Dokoiesikro, gare de la RAN).

Les marchés de brousse au nombre de 43 sont implantés principalement en zone de production vivrière. On n'en trouve que 4 (sur 43) en zone café-cacao. Ce sont donc essentiellement des marchés de produits vivriers. Les transactions sont de très faible valeur (de 30 à 200 francs par vendeuse de produits vivriers) et souvent de type « troc-différé » (1). Les produits manufacturés et marchandises d'importation vendus exclusivement par des colporteurs-marchés, constituent le minimum des articles de première nécessité (pétrole, savon, sucre, sel, poisson). Il est très rare de trouver une installation fixe de vente (boutique ou tablier permanent).

Il apparaît donc que l'indicateur principal du niveau de développement du réseau de distribution est exprimé par le nombre et l'implantation des centres urbains, semi-urbains et ruraux.

Les centres urbains et semi-urbains sont alignés le long de la route principale et des axes secondaires, mais ils sont mal répartis par rapport à l'ensemble des villages. C'est le point faible le plus marquant de la géographie de distribution régionale. Le nouveau découpage administratif et l'implantation de nouvelles sous-préfectures éloignées des principaux axes routiers, permettra de pallier cette insuffisance.

Dans le passé, les centres urbains et semi-urbains ont bénéficié d'un statut politique et administratif lié à l'administration coloniale (2). Ainsi les deux centres urbains ont été des chefs-lieux de Cercle et les cinq des six centres semi-urbains, des chefs-lieux de subdivision.

L'élément moteur du réseau commercial (les succursales des Sociétés internationales) suivait donc de près l'implantation des postes administratifs et militaires.

Mais depuis quelques années et principalement à cause du nombre limité de centres urbains et semi-urbains, de leur répartition géographique irrationnelle en fonction de besoins dictés par l'écoulement de la production rurale, et face à la demande croissante des localités rurales en marchandises et produits manufacturés, un certain nombre de villages se sont transformés en centres ruraux. Nous désignons par centres ruraux (3) les localités rurales dotées d'un marché où est commercialisée toutes les semaines (marché hebdomadaire) une quantité importante de produits agricoles, vivres en particuliers, et où la distribution de marchandises générales se fait par l'intermédiaire des colporteurs et des transporteurs-commerçants. Situés soit à un point de passage obligatoire, soit au centre d'une zone à population dense, soit au chef-lieu de sous-préfecture, les centres ruraux servent de courroie de transmission entre la ville et la campagne.

A l'heure actuelle, on compte dix marchés qui peuvent être classés dans la catégorie des centres ruraux, mais seulement deux d'entre eux jouent pleinement leur rôle : distribution de marchandises, marchés importants de produits agricoles (Koidiokro et Sakassou).

Dans les huit autres centres ruraux, la commercialisation des produits agricoles l'emporte encore nettement sur la distribution des marchandises. Il n'y existe pas de point de vente fixe suffisamment important. D'autre part huit des dix centres (y compris les deux premiers) sont situés dans un rayon de 40 km de Bouaké-Ville. Ce sont en réalité des centres satellites qui gravitent autour de Bouaké. Leur rôle rural se trouve donc confiné dans la fourniture de produits agricoles à la ville principale, alors qu'il leur faudrait se

transformer en de véritables bourgs ruraux canalisant et orientant la distribution des biens et services destinés aux villages. Les deux autres centres, Didiévi et Boli, se trouvent à 60 km de Bouaké-Ville et doivent leur place, pour l'un, à l'installation effective d'un chef-lieu de sous-préfecture, pour l'autre aux courants du trafic ferroviaire (Boli).

## 2) Villages mal desservis.

Plusieurs parties de la région sont verrouillées dans leur enclave du fait de la mauvaise répartition des centres urbains, semi-urbains, ruraux, et de leur nombre insuffisant.

En premier lieu, tout la zone à l'est du chemin de fer, limitée par les localités : Raviart, Boli, Didiévi, N'do Kouassikro, Bocanda et M'bahiakro (ce qui correspond approximativement aux limites de la nouvelle sous-préfecture de Kouassi-Kouassikro) se trouve isolée du reste de la région pendant six mois de l'année, les pistes étant difficilement praticables. Cette enclave, avec ses cinq petits marchés de brousse (Bounda, Kouassi-Kouassikro, Pouébo, Kissié-Malékro et Tié-Ndiékro) où le « troc différé » est la pratique courante dans les transactions, n'est servi par aucun centre important. On ne trouve sur ces cinq marchés de brousse que quelques marchandises de première nécessité et des vivres locaux.

Les marchandises y sont apportées par les quelques rares colporteurs ayant leur boutique soit dans les villages de l'enclave, soit à proximité de ses limites. Mais il faut noter que cette enclave n'est guère peuplée (de l'ordre de 15 hab/km<sup>2</sup>) (1).

En second lieu, existe une zone englobant les frontières de quatre sous-préfectures : Tiébissou, Didiévi, Toumodi et Dimbokro. C'est l'enclave des quatre frontières. Elle est limitée par un parallèle Tiébissou-Bocanda (limite nord), une ligne partant de Yamoussoukro vers Dimbokro (limite sud), à l'ouest par le méridien Akoye-N'dénou-Attigouakro et à l'est par le chemin de fer Boli-Dimbokro. Deux voies longitudinales traversent cette enclave mais ne sont praticables que quelques mois par an, le pont situé sur la piste Dimbokro-Didiévi étant coupé durant la saison des pluies. Les trois marchés de brousse de l'enclave (Gangoro, Kanango et Kondroko, aucun marché dans la sous-préfecture de Dimbokro) sont analogues à ceux que nous venons de décrire, exception faite pour Kondroko qui est un peu mieux fourni que les autres.

En troisième lieu, une bande longitudinale située entre la roue Marabadiassa-Béoumi-Sakassou-Tiébissou et le Bandama (et à l'ouest du Bandama pour la partie nord), se trouve à peu près dans la même situation que les deux enclaves précédentes.

Le projet de construction d'un barrage hydro-électrique sur le Bandama prévoit le déplacement de la quasi-totalité des villages situés dans cette bande. Ce problème sera donc automatiquement résolu.

## b) Fonctionnement du réseau de distribution

Le fonctionnement du réseau de distribution dans la région de Bouaké est caractérisé par la prédominance du commerce en ville dont le commerce général (2), représentant 90 % du chiffre d'affaires total, intéresse tous les consommateurs. Le commerce spécialisé n'est, en général, à la portée que d'une certaine catégorie de consommateurs.

(1) Le producteur vend une faible quantité de produits dont la valeur dépasse légèrement la somme de ses achats de marchandises faits dans la même matinée sur le même marché : c'est un « troc différé ».

(2) Voir Tome I « Le Peuplement ».

(3) Voir chapitre « Implantation de la Population », Tome I « Le Peuplement ».

(1) Voir carte « Densité de population ». Tome I « Le Peuplement ».

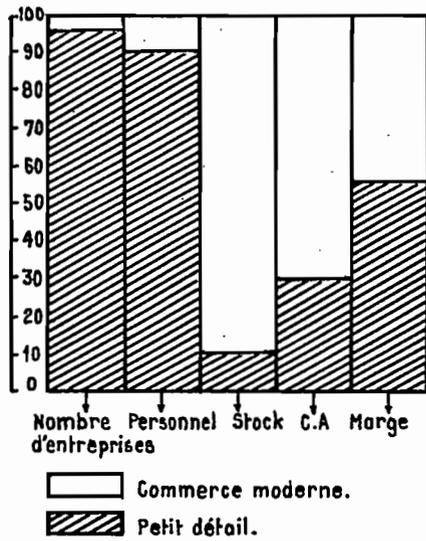
(2) Commerce général : commerce qui englobe les marchandises générales, les textiles et les boissons, c'est-à-dire toutes les marchandises de grande consommation que l'on trouve dans une succursale moyenne de société commerciale. A côté du commerce général, le commerce spécialisé groupe les magasins d'ameublement, librairies, pharmacies, quincailleries, peintures, pièces détachées, appareils électroménagers, alimentation générale...

**NOMBRE D'ENTREPRISES DU COMMERCE GENERAL DANS LES CENTRES URBAINS ET SEMI-URBAINS DE LA REGION DE BOUAKE**

Localité	Commerce	Européen				Libanais			Coopératif			Africain				Total général	% des Entreprises	% du C.A.
		Gros	Demi-gros	Détail	Total	Demi-gros	Détail	Total	Demi-gros	Détail	Total	Détail moderne	Petites Boutiques	Tabliers	Total			
Bouaké-ville .....		17	5	14	36	21	11	32	1	—	1	—	144	750	894	963	44	62
Dimbokro .....		6	5	4	15	2	3	5	1	1	2	—	17	252	269	291	14	20
Toumodi .....		—	6	1	7	1	3	4	1	2	3	1	9	154	164	178	8	5
M'Bahiakro .....		—	5	1	6	—	8	8	—	—	—	—	15	140	155	169	8	4
Bocanda .....		—	3	1	4	—	5	5	—	—	—	—	7	82	89	98	5	2,5
Yamoussokro .....		—	3	1	4	1	6	7	—	1	1	—	19	147	166	178	8	3
Béoumi .....		—	1	3	4	—	1	1	—	—	—	2	13	149	164	169	8	2
Tiébissou .....		—	2	1	3	—	3	3	—	—	—	—	5	84	89	95	5	1,5
<b>Total .....</b>		<b>23</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>79 (1)</b>	<b>25</b>	<b>40</b>	<b>65 (1)</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>229</b>	<b>1.758</b>	<b>1.990</b>	<b>2.141</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>% .....</b>					<b>3,7</b>			<b>3,0</b>			<b>0,3</b>				<b>93</b>			

(1) A ces chiffres il faut ajouter 2 boutiques de détail du commerce européen et 3 du commerce libanais qui sont installées à Sakassou et à Botro (les deux plus importants des centres ruraux).

**COMPARAISON DES SECTEURS DU COMMERCE**  
(en pourcentage)



## I. — LES AGENTS DE DISTRIBUTION ET LEUR IMPORTANCE.

Le commerce général en ville est le noyau agissant de la distribution ; il est nettement dominé par le commerce européen dont les succursales de sociétés commerciales constituent l'armature de base, bien que le nombre des entreprises du commerce européen (seulement 3,7 %) soit limité. Le commerce libanais n'est qu'un complément du commerce européen. Les entreprises coopératives sont encore à l'état embryonnaire. Ces trois catégories de commerce s'installent uniquement en ville, exception faite pour cinq boutiques de détail (deux européennes et trois libanaises) qui viennent de s'établir dans les deux plus importants centres ruraux à proximité de Bouaké. Les villes ne représentent cependant que 13 % de la population totale de la région.

A l'autre bout de l'échelle du commerce général, on constate un nombre important d'entreprises africaines, dont la quasi-totalité vend au petit détail. Elles sont 93 % contre 0,3 % pour les entreprises coopératives, 3,0 % pour les Libanais et 3,7 % pour les Européens.

Ceci concerne le commerce général en ville.

Plaçons maintenant ce commerce général en ville dans l'ensemble du réseau de distribution de marchandises dans toute la région et pour tous genres de commerce (commerce

général plus commerce spécialisé, en ville et à la campagne). Le nombre des entreprises s'élève alors à 5.686 (96,5 %) dans le petit détail et seulement 202 (3,5 %) dans le commerce moderne. Le nombre de personnes travaillant dans le commerce représente respectivement 89,4 % et 10,6 %. Par contre, dans le domaine de la commercialisation, les rapports sont renversés en faveur du commerce moderne qui assure pour sa part :

- 89 % des stocks ;
- 70 % du chiffre d'affaires ;
- 44 % des marges commerciales.

Avec 96,5 % des entreprises et 89,4 % du personnel, ce petit détail ne réalise que 30 % du chiffre d'affaires total. C'est le commerce le moins rentable de toutes les catégories d'entreprises, mais il procure le taux net d'efficacité du capital le plus élevé grâce à la rotation rapide des stocks (22 fois par an) et à la pratique d'une marge très élevée (33 %). Or, près de 7.000 personnes vivent de ce commerce qui intéresse la majorité des consommateurs finaux. Les commerçants devant vivre de leur travail, les consommateurs payent cher leurs achats ; le problème se situe donc au niveau de la politique économique et pas seulement à celui du commerce. C'est la conséquence de l'hypertrophie des entreprises individuelles possédant un capital d'exploitation nettement limité.

### COMPARAISON DES DIFFERENTES ENTREPRISES COMMERCIALES (en pourcentage)

Désignation	Entreprise	Personnel	Stock	Chiffre d'affaires	Marge
<b>Par secteur du commerce</b>					
Commerce moderne .....	3,5	10,6	89,2	70,0	44,2
Petit détail .....	96,5	89,4	10,8	30,0	55,8
<b>Total .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Par nationalité des entreprises</b>					
Commerce européen .....	2,0	7,2	81,0	64,0	37,6
Commerce libanais .....	1,2	2,8	7,3	5,0	5,5
Commerce coopératif .....	0,1	0,3	0,7	0,6	0,5
Commerce africain moderne .....	0,2	0,3	0,2	0,4	0,6
Petit détail africain .....	96,5	89,4	10,8	30,0	55,8
<b>Total .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### NOMBRE DE PERSONNES EMPLOYEES DANS LE COMMERCE

Catégorie de commerce	Effectifs		Africains			Total général	%
	Européens	Libanais	Commerçants et salariés	Aide familiale et travailleurs saisonniers	Total Africains		
Commerce européen .....	112 (1)	—	340 (2)	101	441	553	7,2
Commerce libanais .....	—	138	58 (2)	20	78	216	2,8
Commerce coopératif .....	—	—	14 (3)	7	21	21	0,3
Commerce moderne africain .....	—	—	15 (4)	9	24	24	0,3
Petit détail africain .....	—	—	5.484	1.368	6.852	6.852	89,4
<b>Total .....</b>	<b>112</b>	<b>138</b>	<b>5.911</b>	<b>1.505</b>	<b>7.416</b>	<b>7.666</b>	<b>100,0</b>
<b>% .....</b>	<b>1,5</b>	<b>1,8</b>			<b>96,7</b>	<b>100</b>	

(\*) Il s'agit d'un ordre de grandeur

(1) Dont 72 salariés. }  
 (2) Salariés. } Soit 483 salariés dont 72 Européens et 411 Africains.  
 (3) Dont 7 salariés. }  
 (4) Dont 6 salariés. }



Petites boutiques en ville	Commerce général	—	—	—	—	—	—	102	111	—	—	—	213	213	—		
	Boissons	—	—	—	—	25	—	—	—	—	—	—	25	25	—		
	Total	—	—	—	—	25	—	—	102	111	—	—	—	238	238		—
Boutiques Villages	Commerce général	—	—	—	—	—	—	45	515	—	—	—	560	560	—	(3) Dont 313 boutiques ne vendent que du vin.	
	Boissons	—	—	—	—	411 (3)	—	—	—	—	—	—	411	411	—		
	Total	—	—	—	—	411	—	—	45	515	—	—	—	971	971		—
Colporteurs Villages	Commerce général	—	—	—	—	—	—	—	150	—	56	390	596	596	—	(4) Dont 602 marchands de pagnes.	
	Textiles	—	—	—	—	—	—	—	—	1.052 (4)	—	—	1.052	1.052	—		
	Total	—	—	—	—	—	—	—	150	1.052	56	390	1.648	1.648	—		
Colporteurs Marchés	Commerce général	—	—	—	—	—	104	66	199	151	—	26	117	663	663	—	(5) Dont 62 marchands de pagnes.
	Textiles	—	—	—	—	—	—	—	—	—	206(5)	—	—	206	206	—	
	Total	—	—	—	—	—	104	66	199	151	206	26	117	869	869	—	
Tabliers	Commerce général	—	—	—	—	—	178	262	650	211	—	56	44	1.401	1.401	—	(6) Dont 74 marchands de pagnes.
	Textiles	—	—	—	—	—	—	—	—	—	256 (6)	—	—	256	256	—	
	Boissons	—	—	—	—	101	—	—	—	—	—	—	—	101	101	—	
	Total	—	—	—	—	101	178	262	650	211	256	56	44	1.758	1.758	—	
TOTAL GENERAL	Commerce général	11	51	65	127	—	282	328	996	—	1.138	138	551	3.433	3.560	—	(7) Dont 738 marchands de pagnes et de tissus.
	Textiles	3	7	13	23	—	—	—	—	—	1.514	—	—	1.514	1.537	—	
	Boissons	9	—	—	9	537	—	—	—	—	—	—	—	537	546	—	
	TOTAUX	23	58	78	159	537	282	328	996	1.138	1.514	138	551	5.484	5.643	100	
%	—	—	—	3,0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	97,0	100	—	

**STRUCTURE DU COMMERCE**  
**IMPORTANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES, DU STOCK ET DE LA MARGE COMMERCIALE DE L'ENSEMBLE**  
**DES ENTREPRISES COMMERCIALES PAR NATIONALITE DES ENTREPRISES**  
**ET PAR STADE DE COMMERCIALISATION (commerce général + commerce spécialisé)**

Désignation	Entreprises	Européennes				Libanaises			Coopératives			Africaines							Total général	
		Gros	Demi-gros	Détail	Total	Demi-gros	Détail	Total	Demi-gros	Détail	Total	Petit détail						Total commerce africain		
												Commerce moderne	Boutique ville	Boutique village	Colporteur village	Colporteur marché	Tabliers			Total
Entreprises	Nombre	23	30	63	116	25	45	70	3	4	7	9	238	971	1.648	869	1.758	5.484	5.493	5.686
	%	0,4	0,5	1,1	2,0	0,4	0,8	1,2	0,1	0,1	0,1	0,2	9,2	17,1	29,0	15,3	30,9	96,5	96,7	100
Stock	%	42,9	21,2	16,9	81,0	3,7	3,5	7,2	10,5	0,2	0,7	0,3	3,3	2,7	1,6	0,9	2,3	10,8	11,1	100
Chiffre d'affaires	%	39,6	11,7	12,8	64,1	2,6	2,4	5,0	0,4	0,2	0,6	0,4	2,4	3,0	5,4	8,3	10,8	29,9	30,3	100
Marge	%	18,2	7,9	11,5	37,6	2,4	3,1	5,5	0,2	0,3	0,5	0,6	4,3	6,2	10,7	14,5	20,1	55,8	56,4	100
Marge/C.A.	%	8	12	16	10	16	23	20	13	20	16	29	32	37	35	31	33	33	33	18
Rotation stock		8	5	6	6	6	6	6	6	10	7	9	6	9	28	73	37	23	22	8

Les tableaux précédents font apparaître les différences fondamentales entre les procédés d'exploitation des entreprises commerciales européennes et africaines :

— Pour le commerce européen : un stock et un chiffre d'affaires importants, donc une économie de personnel et d'installation de vente, l'ensemble des conditions aboutissant à une marge commerciale pour le détail de l'ordre de 16 %.

— Pour le petit détail : un stock très faible mais une rotation rapide de celui-ci, un nombre important d'entreprises individuelles et finalement une marge commerciale de l'ordre de 33 %.

Le premier secteur fait fructifier son gros capital par l'organisation, alors que le second secteur avec son faible capital possède un nombre d'unités important et effectue une rotation rapide des stocks. Pour obtenir le maximum de bénéfice, le premier s'installe dans un centre qui attire les acheteurs et les revendeurs, alors que le second va vers le consommateur à faible revenu qui doit, de surcroît, lui payer cher ses services.

D'ailleurs, la distorsion entre la ville et la campagne, pour le domaine de la distribution, apparaît dans les chiffres suivants :

	Ville	Cam- pagne	Total
Pourcentage de la population .....	13 %	87 %	100 %
Chiffre d'affaires annuel réalisé sur place .....	83 %	17 %	100 %
Marge commerciale .....	69 %	31 %	100 %
% de marge .....	15 %	33 %	18 %

## II. — FONCTIONNEMENT DES ENTREPRISES COMMERCIALES.

### 1) Le secteur moderne.

Nous avons vu que les Sociétés commerciales à succursales multiples constituent l'ossature de la distribution. Elles ont leur système d'organisation, qui obéit au schéma de la domination coloniale (1). La Société divise le pays en « secteurs commerciaux » et implante ses succursales dans les différentes villes ; l'une d'elles constitue le « noyau » principal de distribution. Ce « noyau » est le redistributeur des marchandises, provenant de la maison-mère (2) installée à Abidjan, vers les autres succursales.

C'est l'organisation classique qui régit encore, à l'heure actuelle, le système de distribution de la majorité des sociétés. Quelques-unes d'entre elles ont réorganisé leur système en centralisant la distribution. Chaque succursale est approvisionnée directement par la maison-mère d'Abidjan à date fixe (une fois par semaine) et selon la commande de la succursale (3).

Le commerce individuel du secteur moderne n'est qu'un complément du réseau de distribution mis en place par les Sociétés.

Les entreprises individuelles européennes font surtout du commerce spécialisé tel que : alimentation générale, habillement, boissons, appareils électro-ménagers. Quant au commerce libanais, certaines entreprises font du commerce spécialisé comme les entreprises européennes individuelles (surtout dans les textiles), d'autres du commerce général de détail et demi-gros. Celles-ci s'approvisionnent chez les grossistes européens de la région, ou directement à Abidjan, chez leurs compatriotes ; les entreprises libanaises, dans l'ensemble, accordent encore le « crédit » à leur clientèle habituelle du milieu africain. Ce « crédit » sans aval et dont le remboursement n'est garanti que par la confiance, permet aux entreprises libanaises de subsister. Il semble qu'il y ait eu beaucoup de pertes au début, mais grâce à une « sélection » très poussée, le remboursement est à peu près satisfaisant à l'heure actuelle.

Les entreprises africaines, dans le commerce moderne, en sont encore au stade embryonnaire. Outre une société coopérative de demi-gros et de détail, quelques entreprises individuelles se spécialisent dans les textiles et habillement ou dans les appareils électro-ménagers.

La société coopérative est une forme d'association du capital ivoirien avec le capital étranger ; ce dernier fournit également l'assistance technique et l'approvisionnement en marchandises. Les prix de vente sont fixés par le centre d'Abidjan sur le modèle d'une Société qui détient la plus grande partie du chiffre d'affaires commercial, au niveau du détail, en Côte-d'Ivoire. Actuellement cette Société coopérative, encore à ses débuts, constitue probablement le pionnier du commerce africain moderne. Le chiffre d'affaires de cette société coopérative africaine ne représente qu'un peu plus d'un pour cent du chiffre d'affaires de la totalité des entreprises dans le commerce moderne et moins de 2 % du chiffre d'affaires des entreprises africaines dans le petit détail.

### 2) Secteur du petit détail.

a) Le secteur du petit détail est dominé par les entreprises Dioula (4) qui détiennent la quasi-exclusivité du colportage, des tabliers et une bonne partie des boutiques en ville. Ce commerce Dioula est particulièrement complexe car :

L'organisation des entreprises comme leur forme juridique, ne correspondent à aucune notion de droit commercial occidental. Apparemment, ces entreprises sont exploitées par des individus ou des familles (élargies ou restreintes). Cependant, la formation du capital d'exploitation, le système d'approvisionnement, les crédits commerciaux, l'organisation de la vente et de la revente (sans parler du partage éventuel de bénéfices commerciaux entre le bailleur de fonds et le commerçant sans capital) sont coiffés par un « ensemble social » (4) structuré qui dépasse largement le cadre des entreprises familiales au sens moderne ou traditionnel de ce terme.

(1) A l'heure actuelle, seulement quelques sociétés font à la fois la vente de marchandises et l'achat de produits de la traite, mais avec des agences différentes, alors qu'auparavant, dans la même succursale on pratiquait le troc différé : échange de produits contre marchandises.

(2) Il ne s'agit plus précisément de Siège Social d'Outre-Mer et d'entrepôts, car les véritables maisons-mères des sociétés sont installées en Europe où se trouvent les groupes financiers qui dirigent indirectement le commerce en Côte d'Ivoire. Les Sociétés Commerciales sont également importatrices de marchandises et certaines d'entre elles exportatrices de produits de la traite (café, cacao, palmistes).

(3) Ce système comporte des avantages appréciables : éviter la rupture de charge, les frais de stockage et de manutention ; il permet une régularité du trafic, mais suppose en contrepartie, une implantation géographique de boutiques bien réparties selon les axes et les centres, un roulement de stocks suffisamment important et un calendrier bien ajusté. Les prix sont les mêmes que ceux pratiqués dans la capitale, avec une majoration de quelques francs par unité de vente pour le transport. C'est, probablement, l'organisation la mieux adaptée à la Côte d'Ivoire.

(4) En Côte d'Ivoire on appelle communément « Dioula » tout africain, généralement musulman, parlant un dialecte mandingue et portant le boubou. Le groupe « Dioula » comprend des ethnies parfois très différentes : Malinké, Bambara, Mossi, Haoussa, Djerna, Sénoufo, Sénégalais, Peulh et même des originaires d'autres ethnies de Côte d'Ivoire convertis à l'Islam. Il se trouve que la majorité des commerçants et des transporteurs sont Dioula et que les Dioula non salariés sont commerçants ou transporteurs. Par conséquent, pour la masse ivoirienne, les Dioula sont des commerçants ou des transporteurs musulmans. Ces faits nous amènent à employer le terme « ensemble » qui désigne un conglomérat d'individus d'origines différentes formant une organisation non institutionnalisée mais dépassant largement les limites du groupe ethnique, social, linguistique et national. Selon Maurice DELAFOSSE (cf. « La langue mandingue », tome I, Paris 1929, page 13) les Dioula « étaient les courtiers des princes mandingues pour le commerce de la poudre d'or et les autres négoce. Ils constituent la fraction la plus évoluée du peuple mandingue, plus exclusivement adonnée au commerce... N'habitait que dans des villes ou des bourgs, aussi bien étrangers à la chasse qu'à l'agriculture, ils n'ont point de territoire leur appartenant en propre. On les rencontre également partout où il y a quelque négoce à entreprendre... On rencontre également, sur toutes les routes, leurs caravanes de colportage qui ont fait prendre leur nom comme synonyme de marchand ambulant ». Au Mali, pays du mandingue, le nom Dioula s'applique au groupe des commerçants.

Les entreprises Dioula représentent 67 % de l'ensemble du secteur du petit détail. Si l'on élimine les boutiques-villages de ce secteur (du fait de leur implantation permanente), les Dioula comptent pour 81 % des entreprises. Les pourcentages de Dioula dans chaque catégorie d'entreprises sont les suivants :

Colporteurs-village .....	93 %
Colporteurs-marché .....	80 %
Tabliers .....	82 %
Boutiques-ville .....	55 %
Boutiques-village .....	12 %

b) La prolifération d'un « petit commerce à 5 francs », notamment du commerce ambulancier, est la seconde caractéristique du petit détail. Seuls les colporteurs (44 % du total des entreprises et 46 % du commerce africain) réalisent un chiffre d'affaires annuel égal à 15 % du chiffre d'affaires total de toutes les entreprises et 46 % du chiffre d'affaires du commerce africain au sein duquel ils occupent une place dominante.

Le secteur du petit détail comprend : les petites boutiques en ville, les boutiques dans les villages, les colporteurs-marché, les colporteurs de brousse et les tabliers. Leur nombre, comme nous l'avons vu précédemment, s'élève à 5.484 entreprises, soit 97 % du total des entreprises commerciales dans le commerce général. Ce chiffre de 5.484 comprend :

— 238 petites boutiques-ville .....	( 4 %)
— 971 petites boutiques-village .....	(18 %)
— 1.648 colporteurs-village .....	(30 %)
— 869 colporteurs-marché .....	(16 %)
— 1.758 tabliers (1) .....	(32 %)

Ainsi pour la campagne, il existe une entreprise commerciale (boutique-village ou colporteur) pour 160 habitants environ.

Notons que ces 160 villageois achètent également de la marchandise vendue par le commerce installé en ville.

En moyenne, chaque village possède 0,8 boutique ; il est visité par plus de 5 colporteurs par semaine (5,4 passages de colporteurs). En outre, par village, il y a 3 colporteurs sur les marchés de brousse par semaine. Il y a donc par village 8 colporteurs par semaine et 0,8 boutique. Si les villages sont mal servis, c'est principalement un problème d'organisation des circuits de distribution.

En ville, malgré l'importance du commerce moderne, on compte néanmoins près de 13 entreprises de petit détail pour une entreprise moderne.

Cependant, la prolifération des entreprises de petit détail n'élimine pratiquement pas la concurrence dans ce secteur commercial. En règle générale chaque catégorie d'entreprises, souvent spécialisée dans la vente d'un groupe de marchandises déterminées ou ayant une zone d'action habituelle, possède sa clientèle.

Les tabliers « bazar » (alimentation non agricole comme sucre, sardine en boîte, etc..., produits d'entretien ménager, fil, aiguilles et articles chaussants) ne sont pas les concurrents des boutiques africaines mais au contraire, il arrive que le vendeur sur tablier soit un « frère » ou une « sœur » (2) du boutiquier « bazar » et s'installe sur la place du marché, alors que la boutique « bazar » se trouve dans les quartiers de la ville. Le tablier de boissons ne vend pas de vin ni de boissons alcoolisées, alors qu'on en trouve dans les boutiques dites « boissons » qui font également bars. Ce sont là quelques exemples parmi tant d'autres.

A la campagne, les colporteurs de village se spécialisent dans le textile et seulement moins de 10 % d'entre eux font du « bazar » (domaine des boutiques-villages) (3).

Mais le bazar des colporteurs présente en général d'autres marchandises que les boutiques : des bijoux de fantaisie, des objets ménagers (ciseaux, couteaux, etc...). S'il s'agit d'articles analogues à ceux offerts par les boutiques, les prix pratiqués sont les mêmes.

Les colporteurs-marché, dont la plupart vendent des textiles et des articles de « bazar », sont comparables aux tabliers en ville.

Il convient de signaler qu'il n'y a pas non plus de concurrence entre la ville et la brousse dans le secteur du petit détail. La différence de prix pratiqués est considérée par les acheteurs comme le fruit du travail des commerçants en brousse ou le labeur de leur parcours.

On peut penser enfin qu'il n'y a pas de concurrence entre le secteur du petit détail et le secteur moderne, celui-ci étant le fournisseur de celui-là. La concurrence ne se manifeste qu'à l'intérieur du commerce moderne (entre sociétés, ou entreprises individuelles et sociétés).

Les entreprises du petit détail se ravitaillent généralement chez les demi-grossistes et, pour les entreprises ayant un faible stock, chez les détaillants du commerce moderne. La vente se fait par petits tas, par cope ou par tine à 5 francs pour les marchandises qui permettent un tel morcellement (sucre, sel, pétrole, riz...). Pour le vin, il est vendu généralement par bouteille, mais certains commerçants pratiquent la vente par demi-bouteille. Les cigarettes se vendent par deux pièces à 5 francs (35 francs le paquet de 20 cigarettes « Olympic » dans le détail moderne) et les textiles par pagne de 2 yards (1/2 pièce de 3 pagnes à 6 yards dans le détail moderne). On ne peut imaginer un morcellement plus poussé de la marchandise. Ce phénomène résulte de plusieurs facteurs :

- le faible revenu des consommateurs ;
- leur habitude d'acheter au jour le jour ;
- la carence des moyens de conservation pour certains produits périssables ;
- la crainte de susciter la jalousie des gens de la même communauté familiale ou villageoise qui peut également « emprunter » la marchandise si elle est achetée en « grande quantité » ;
- et enfin les conditions historiques de l'introduction de la monnaie.

Les installations du commerce de petit détail sont très élémentaires puisque les stocks sont réduits au strict minimum.

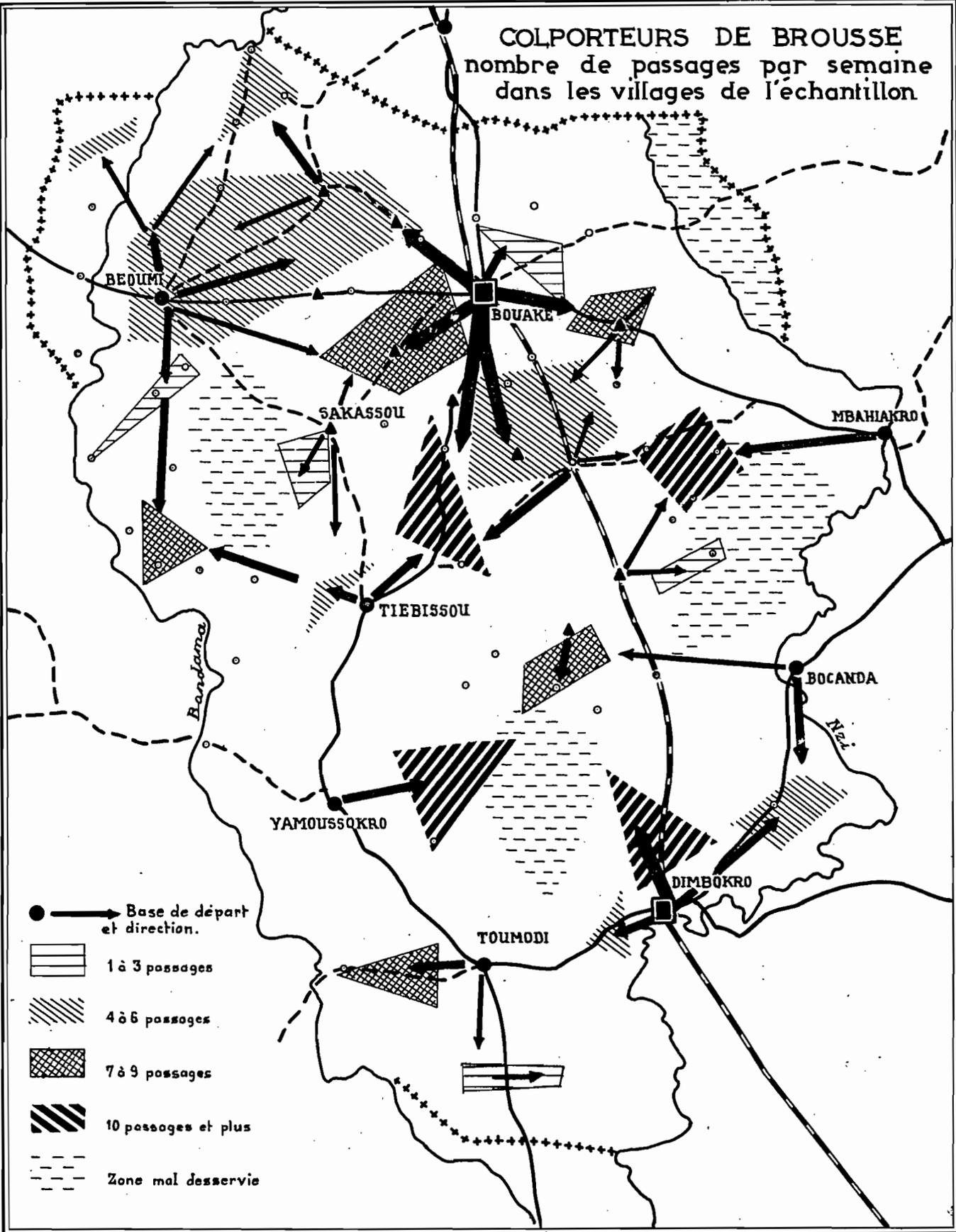
- Pour les boutiques : vente dans la maison d'habitation.
- Pour les colporteurs : vente par terre.
- Pour les tabliers : vente sur une petite table de moins d'un mètre carré, sauf en ce qui concerne le « bazar » et certains stands de textiles.

(1) Il s'agit de tabliers en ville. Ceux des villages sont rattachés à une boutique ; nous les considérons ainsi comme une seule entreprise : boutique-village.

(2) Les appellations « frère » et « sœur » désignent à la fois les frères et sœurs germains ou utérins, les cousins, cousines et parents proches ou lointains, des gens qui habitent le même village, voire même ceux du même groupe ethnique.

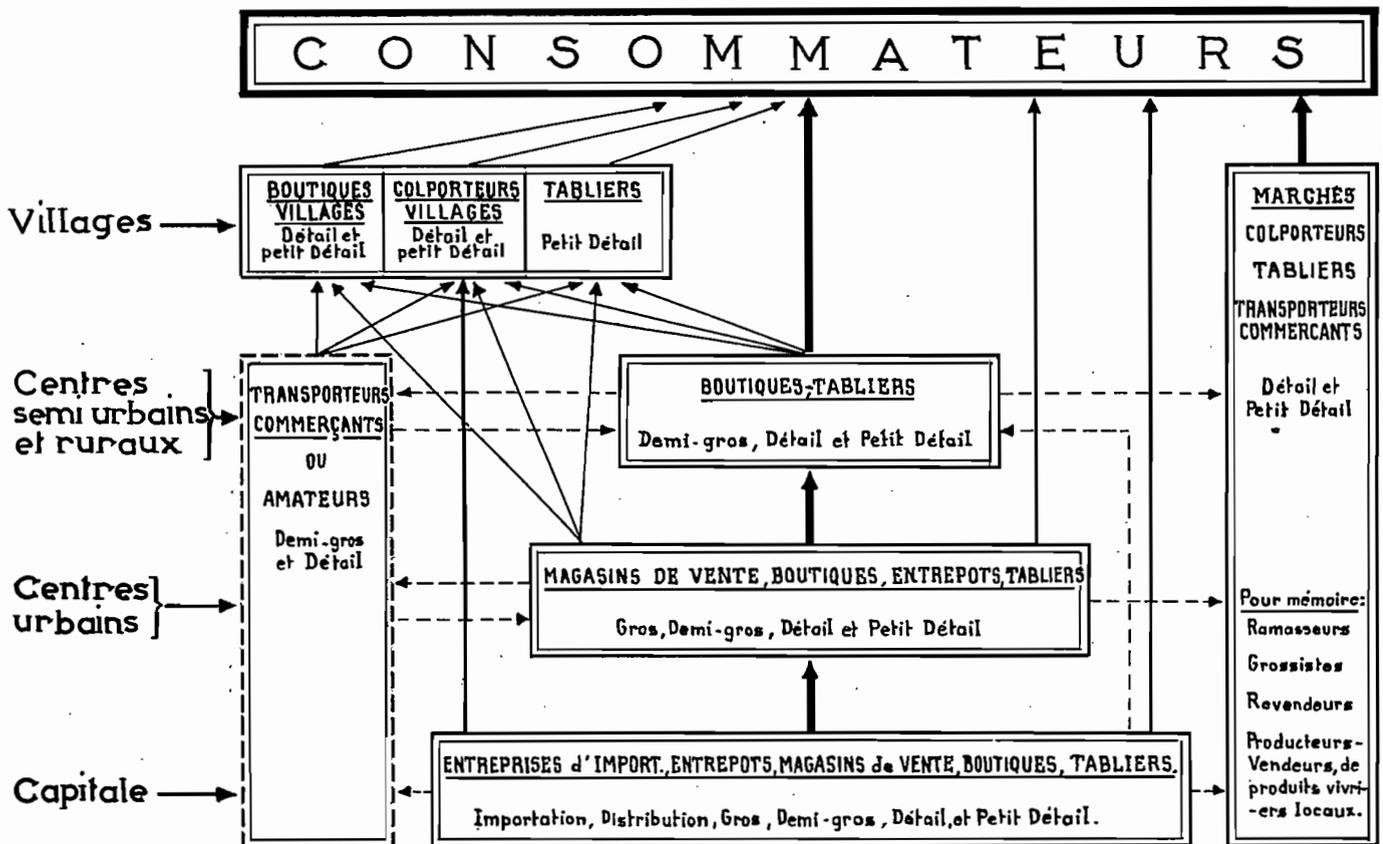
(3) Sur 971 boutiques-village, 411 soit 42 % vendent du vin et de la bière.

**COLPORTEURS DE BROUSSE**  
 nombre de passages par semaine  
 dans les villages de l'échantillon



- → Base de départ et direction.
- ▬ 1 à 3 passages
- ▨ 4 à 6 passages
- ▩ 7 à 9 passages
- ▮ 10 passages et plus
- - - Zone mal desservie

## CIRCUIT DE DISTRIBUTION DES MARCHANDISES



**FRACTIONNEMENT DES PRINCIPALES MARCHANDISES DE GRANDE CONSOMMATION**

Marchandises	Stade de commercialisation	Réception par les grossistes	Vente en gros	Vente en demi-gros	Vente détail en ville (consommateurs à revenu élevé)	Vente au détail par les boutiques, villages, tabliers, colporteurs
	1	2	3	4	5	6
Sucre .....	Carton de 25 kg	Carton de 25 kg	Carton de 25 kg	Carton de 5 kg	Paquet de 1 kg	Tas de 5 F
Sel .....	Sac de 25 kg de 18 kg et de 9 kg	Sac de 25 kg, de 18 kg et de 9 kg	Sac de 25 kg, de 18 kg et de 9 kg	Sac de 18 kg, et de 9 kg	Sac de 25 kg, de 18 kg et de 9 kg ou au kg	Tas de 5 F
Pétrole .....	Citerne de 5.000 l. à 30.000 l.	Fûts de 200 litres	Fûts de 200 litres	Tine de 20 litres et de 10 litres	Le litre	Mesure de 5 F
Vin .....	Caisse de 15 ou de 10 bouteilles d'un litre	Caisse de 15 ou de 10 bouteilles d'un litre	Caisse de 15 ou de 10 bouteilles d'un litre	Caisse de 15 ou de 10 bouteilles d'un litre	Bouteille d'un litre	Bouteille d'un litre ou verre de 20 cl dans les bars restaurants
Pagne .....	Balles de 50 pièces de 12 yards	Balles de 50 pièces ou par nombre de pièces	Balles de 50 pièces ou par nombre de pièces	Pièce de 12 yards	1/2 pièce de 6 yards	1/2 pièce de 6 yards ou pagne de 2 yards
Pile électrique ....	Caisse de 300 piles	Caisse de 300 piles	Caisse de 300 piles	Carton de 50 pièces ou la douzaine	Unité	Unité
Allumettes .....	Carton de 1.200 boîtes	Carton de 1.200 boîtes	Carton de 1.200 boîtes	Cartouche de 100 boîtes ou de 10 boîtes	Paquet de 10 boîtes ou la boîte	Unité
Cigarettes .....	Caisse de 40 cartouches	Caisse	Caisse	Cartouche de 25 paquets	Paquet	2 cigarettes à 5 F

**LA COMMERCIALISATION  
DES MARCHANDISES**

**a) Les flux de marchandises (1)**

La complexité du réseau de distribution et la prolifération du secteur de petit détail se répercutent directement sur la vente des marchandises. Certaines d'entre elles comme les articles de grande consommation, divisibles par petites portions (sucre, sel, pétrole, cigarette, riz, voire même les cachets d'Aspro...), passent par tous les stades de commercialisation avant d'arriver aux consommateurs :

- le grossiste de la région ;
- le demi-grossiste de la région ;
- le détaillant moderne en ville ;
- le petit détaillant de la localité.

Cet acheminement pyramidal de la marchandise vers le consommateur oblige ce dernier à payer une dime à chaque étage. Elle représente plus du tiers de sa consommation (36 % de marge et de transport dans le petit détail et 26 % en moyenne sur l'ensemble des ventes des deux secteurs, moderne et petit détail). C'est un des aspects du problème économique de la distribution.

Ce système de distribution constitue un obstacle à l'expansion du commerce. La demande finale en marchandises ne se situe qu'au niveau de 16.000 francs (2) environ par personne et par an (11.500 francs environ pour les dépenses des ménages). Les dimensions du marché, déjà limitées, sont encore amputées de près de 15 % par les marges commerciales excessives du « petit détail ».

D'autre part, une conséquence indirecte sur les possibilités de développement économique de la région découle du fait que le peu de capital disponible et une partie de la force de travail productive sont orientés vers le secteur commercial, où l'efficacité du capital et le rendement du travail sont nettement supérieurs à ceux du secteur de la production des biens (3).

**I. — VALEURS DES MARCHANDISES.**

La structure du commerce existant nous oblige à distinguer dans l'analyse les différents secteurs de commercialisation et les nationalités des entreprises. Par stade de commercialisation, on ne peut guère différencier que les marchandises vendues en gros et demi-gros de celles vendues au détail et à la consommation finale.

Il est nécessaire de distinguer aussi le chiffre d'affaires afférent aux marchandises achetées par les consommateurs et le chiffre d'affaires global réalisé par les entreprises commerciales à tous les stades de commercialisation.

L'analyse qui suit comporte des chiffres pour l'ensemble des marchandises du commerce général et du commerce spécialisé.

(1) Les chiffres concernant ce chapitre résultent des équilibres entre les enquêtes « distribution » et « budgets de famille » effectuées dans le cadre de l'établissement du Tableau des Ressources et Emplois.

(2) Exportations et réexportations exclues.

(3) Le taux d'efficacité du capital (capital OUTPUT ratio) dans le secteur du petit détail est de 3,75. Un franc de fond peut produire 3,75 francs de marge nette par an.

### 1) Le chiffre d'affaires.

Le chiffre d'affaires global de toutes les entreprises commerciales de la région s'élève à 14.450 (1) millions de francs CFA, dont 10.100 millions pour le secteur moderne (70 %) et seulement 4.350, soit 30 % pour le secteur du petit détail. Rappelons que ce dernier représente 97 % des entreprises dans le commerce en général et 96,5 % de toutes les entreprises commerciales.

### 2) Les ventes en gros et demi-gros.

L'étude sur le flux de marchandises (enquête transport) indique que la valeur des marchandises (au prix de détail) destinées aux commerçants de détail, s'élève à 26 % du montant total.

A ce chiffre, il faut ajouter :

1) les achats en gros et demi-gros effectués directement à Abidjan par le commerce de détail ; ils représentent environ 20 % du chiffre d'affaires global ;

2) la production de l'artisanat local, achetée directement au producteur pour être revendue au consommateur par le petit détail ;

3) la production industrielle de la région, qui est commercialisée par l'intermédiaire du petit détail.

Ces deux dernières catégories représentent environ 10 % du chiffre d'affaires global.

Donc, le chiffre d'affaires passant par le commerce de gros et de demi-gros peut être estimé à 56 % du chiffre d'affaires total. C'est le niveau « visible ». Mais, il ne faut pas oublier que la presque totalité des grossistes vendent aussi en demi-gros et au détail et que toutes les boutiques de demi-gros vendent au détail.

Finalement, on peut estimer que près de 90 % de la valeur des marchandises traversent tous les stades de commercialisation.

Les coûts de distribution, pour l'ensemble des marchandises, sont donc obligatoirement élevés (26 % en moyenne).

## II. — QUANTITES DE MARCHANDISES.

Nous avons jusqu'à présent employé les valeurs comme instrument de mesure.

Néanmoins, la quantité peut donner un aspect de la circulation des biens afférents à un niveau de consommation donnée et elle sert de base de calcul pour la détermination des coûts de distribution par tonne de marchandises, notamment en ce qui concerne les frais de transport. Le tonnage global commercialisé par la région à tous les stades de commercialisation se situe entre 75.000 et 90.000 tonnes, les matériaux de construction, les boissons, les farines et les produits des industries mécaniques et électriques occupant 65 % environ du volume global.

Il s'agit principalement, pour les produits mécaniques, de ferrures destinées à la construction, l'outillage agricole ne représentant que 60 tonnes environ.

Ces quatre groupes de produits pondéreux représentent une valeur moyenne de 33.000 F la tonne, alors que la moyenne générale se situe entre 80.000 et 90.000 F la tonne.

Ceci montre une fois de plus les prix très élevés à la consommation courante. La tonne de marchandises vendue par le petit détail s'élève à 110.000 F.

(1) Y compris le montant des exportations et des réexportations. Non compris les achats des gros équipements des entreprises non commerciales qui sont effectués directement auprès des importateurs d'Abidjan, évalués à 1.300 millions.

### b) Les coûts de la distribution

L'analyse des coûts de distribution peut être faite sous deux aspects :

— le coût global,

— le coût par catégorie de service ayant assuré la circulation de la marchandise (commerce et transport).

#### I. — COUT GLOBAL.

Le coût global de la distribution est constitué par l'ensemble des services fournis par le commerce et par le transport pour la distribution d'une quantité donnée de marchandises.

Ce coût s'élève à 20 % du chiffre d'affaires global et à 25 % du chiffre d'affaires des ventes finales. Pour la consommation, il représente en moyenne 26 %, dont 19 % pour les marchandises vendues par le commerce moderne et 36 % par le petit détail. Ce dernier secteur intéresse la quasi-totalité de la population rurale. Chaque habitant dont la consommation moyenne annuelle des marchandises s'élève à 11.500 F paie pour 4.000 F les services afférents à la distribution, soit l'équivalent de plus de quatre mois de sa consommation de marchandises.

Le coût de distribution s'élève à plus de la moitié de la valeur des marchandises au prix de vente en gros à Abidjan (380 km), lequel comprend déjà les marges, droits et taxes.

Le taux est encore plus élevé si l'on prend seulement les marchandises de grande consommation (pétrole, sel, riz, sucre, pagnes, boissons, piles électriques et huile de table importée par la région) dont la presque totalité est distribuée par le petit détail. Le coût de la distribution à ce stade s'élève à presque la moitié des ventes, soit près de 100 % de la valeur des marchandises au prix de gros à Abidjan. C'est un poids énorme supporté par les populations rurales.

#### POURCENTAGE DES VALEURS ET DU COUT DE DISTRIBUTION DES MARCHANDISES

Désignation	Prix gros	Coût		Total
		Transport	Marge	
Chiffre d'affaires global	80	2	18	20
Valeurs des ventes finales des marchandises	75	3	22	25
Par destination et provenance				
Consommation totale..	74	3	23	26
dont :				
Marchandis. importées	75	3	22	25
Marchandis. provenant des indus. régionales	67	2	31	33
Produits artisanaux ..	80	1,6	19,4	20
Réexportation .....	85	2	13	15
Par stade de commercialisation des marchandises destinées à la consommation.				
Détail moderne .....	81	3	16	19
Petit détail .....	64	3	33	36
Moyenne .....	74	3	23	26

**POURCENTAGE DES VALEURS ET DU COUT  
DE DISTRIBUTION DES MARCHANDISES  
A GRANDE CONSOMMATION**

Désignation	Mar- chan- dises	Coût		
		Trans- port	Marge	Total
Pétrole .....	59	7	36	41
Commerce moderne ..	84	6	10	16
Petit détail .....	55	8	37	45 (1)
Sel .....	65	20	15	35
Commerce moderne ..	69	21	10	31
Petit détail .....	45	15	40	55
Riz .....	79	6	15	21
Commerce moderne ..	87	5	8	13
Petit détail .....	69	7	24	31
Sucre .....	65	5	30	35
Commerce moderne ..	87	4	9	13
Petit détail .....	50	6	44	50
Pagnes et tissus d'imp.	69	0,4	31	31
Commerce moderne ..	86	0,3	14	14
Petit détail .....	67	0,5	32,5	33
Boissons .....	68	4	28	32
Commerce moderne ..	79	3,5	18	21
Petit détail .....	61	4,5	34,5	39
Piles électriques ....	60	2	38	40
Commerce moderne ..	71	0,5	28,5	29
Petit détail .....	68	2	40	42
Huile de table d'imp.	89	2	19	21
Commerce moderne ..	82	2	16	18
Petit détail .....	60	2	38	40

(1) Les colporteurs, tabliers et certaines boutiques de village, transportent eux-mêmes la marchandise, soit à bicyclette, soit à pied.

**II. — COUT PAR CATEGORIE DE SERVICE.**

Le coût élevé de la distribution des marchandises est dû essentiellement aux marges commerciales. Celles-ci représentent en moyenne 23 % de la consommation des marchandises (16 % dans le commerce moderne et 33 % dans le secteur du petit détail). Les transports ne figurent que pour 3 % de la valeur des marchandises distribuées. La plupart des commerçants du petit détail, notamment les colporteurs, les boutiques en ville et les tabliers n'ont rien à dépenser pour le transport ; une partie de la marge réalisée par eux peut donc être imputée aux frais de transport.

**1) Les marges commerciales.**

Les marges commerciales se composent de :

— celles supportées par les consommateurs = marge des ventes à la consommation ;

— celles payées par les « étrangers » sur les marchandises réexportées.

Par nationalité des entreprises et par secteur commercial, cette marge globale se répartit comme suit :

**Répartition des marges commerciales par nationalité  
des entreprises et par secteur du commerce**

Par nationalité des entreprises	Pourcentage
Commerce européen .....	37,6
Commerce libanais .....	5,5
Commerce coopératif .....	0,5
Commerce africain moderne .....	0,6
Petit détail africain .....	55,8
<b>Total .....</b>	<b>100,0</b>
<b>Par secteur commercial</b>	
Commerce moderne .....	44,2
Petit détail .....	55,8

**STRUCTURES DES COMPTES DES ENTREPRISES COMMERCIALES**

(Montant des recettes et du capital pour 100 de dépenses)

Comptes	DEPENSES					RECETTES		CAPITAL			Taux d'efficiency du capital par an (1)	Importance du capital (indice) (2)
	Salaires et charges sociales	Loyers et frais d'entreprise	Impôts et taxes	Autres frais de fonctionnement	Total des dépenses	Brutes	Nettes	Fonds fixe	Fonds de roulement	Total du capital		
Catégorie d'entreprise												
Commerce européen ..	88,2	6,3	4,9	0,6	100	330	230	420	145	565	40 %	100
Commerce libanais ..	29,2	41,9	26,4	1,5	100	375	275	450	80	530	52 %	20
Commerce coopératif.	42,8	50,7	5,0	1,5	100	540	440	550	100	650	68 %	15
Commerce africain moderne .....	51,8	22,2	22,2	3,8	100	815	715	740	300	1.040	69 %	16
Petit détail africain ..	9,1	5,6	38,1	47,2	100	810	710	80	110	190	375 %	0,5

(1) Avant amortissement.

(2) Commerce Européen = 100.

Le fonctionnement des entreprises commerciales est tel que le taux d'efficiency du capital est inversement proportionnel :

- au capital d'exploitation,
- au degré technique de l'entreprise.

Chaque consommateur contribue pour 3.600 F par an au revenu brut d'exploitation du secteur commercial. Cette somme représente plus de 3,5 mois de ses dépenses en achats de marchandises. Le revenu brut d'exploitation est principalement utilisé à rémunérer les entrepreneurs individuels et à constituer le « provisoire » des sociétés européennes.

Du point de vue des emplois, on compte un chiffre d'affaires de 12,6 millions par salarié permanent, alors que dans les entreprises industrielles installées dans la région, on enregistre 1,7 million.

## 2) Les coûts du transport :

Nous avons vu dans les pages précédentes que le coût du transport des marchandises représente :

- 2 % du chiffre d'affaires global,
- 3 % du chiffre d'affaires des ventes finales.

Ce coût est relativement bas : 8 F la tonne kilométrique (1).

— la voie ferrée achemine en poids 35 % des marchandises dans la région ; or le transport par fer coûte 25 % moins cher que celui effectué par la route ;

— les petits commerçants, notamment les colporteurs, les tabliers et les boutiques des villes, n'ont pratiquement

pas de frais afférents au transport de leurs marchandises. Certains d'entre eux ne paient que le coût du transport de leur personne ;

— l'importance des moyens de transport. Il y a environ 1.500 voitures de transport (2) en commun dans la région (taxis de ville non compris).

La route réalise 80 % du chiffre d'affaires de la branche « transport ».

Par voiture de transport en commun de la région, le chiffre d'affaires réalisé sur les marchandises s'élève à 100.000 F environ, soit vingt jours de travail d'un taxi à Abidjan. Si on exclut les voitures légères (taxis de brousse), ce chiffre d'affaires atteint 110.000 F.

(1) Route : 10 F par T/km - Fer : 7,5 F par T/km.

(2) On peut considérer que toutes les voitures sont susceptibles de transporter à la fois des voyageurs et des marchandises.

## STRUCTURE DES COMPTES D'EXPLOITATION DES ENTREPRISES DANS LE TRANSPORT ROUTIER

(Montant des recettes et du capital pour 100 de dépenses par type de transport)

Catégorie	Nombre	DEPENSES							RECETTES		CAPITAL			Taux d'efficience du capital (3)
		Carburants	Entretien (1)	Syndicat et « Coxeurs »	Patente, vignettes, assurance, visite technique	Salaire	Divers	Total des Dépenses	Brutes	Nettes (2)	Fonds fixes	Fonds de roulement	Total capital	
Taxis de ville .....	320	67,5	4,9	5,5	11,2	10,3	0,6	100	140	40	71	7	78	51 %
Voitures légères ou « taxis de brousse » .....	381	41,9	5,5	16,4	16,5	14,0	5,7	100	157	57	112	5	117	49 %
Cars .....	866	45,0	5,2	8,0	17,4	13,7	10,7	100	164	64	93	6	99	65 %
Camions .....	234	53,5	5,1	2,6	17,5	17,6	3,7	100	293	193	105	6	111	174 %
<b>Total .....</b>	<b>1.801</b>	<b>49,6</b>	<b>5,2</b>	<b>7,9</b>	<b>16,3</b>	<b>13,9</b>	<b>7,1</b>	<b>100</b>	<b>175</b>	<b>75</b>	<b>95</b>	<b>6</b>	<b>101</b>	<b>74 %</b>

(1) Grosses réparations exclues.

(2) Non compris amortissement, intérêts afférents aux crédits et

capiteux, y compris le travail fourni par le propriétaire de la voiture en qualité de chauffeur ou de « patron ».

(3) Avant amortissement et frais financiers.

Les transports en commun de la région font essentiellement du transport de voyageurs et de produits agricoles vers les centres urbains et semi-urbains. Par ailleurs, la plupart des sociétés commerciales font livrer leurs marchandises par la voie ferrée, par leur propre parc de voitures ou par une compagnie de transport domiciliée à Abidjan avec laquelle elles concluent un contrat.

De plus, tous les produits provenant du Mali, de la Haute-Volta et du Niger, comme les marchandises et produits de la région qui sont vendus à ces pays, sont transportés par des véhicules appartenant à des transporteurs étrangers à la région. Ainsi on enregistre un déficit de la région, en ce qui concerne le transport des marchandises, de l'ordre de 130 millions.

Des recettes, il faut retrancher l'amortissement et les intérêts payés (crédit auto) ; en général, les transporteurs n'en tiennent pas compte.

De cette recette annuelle (75 % de dépenses d'exploitation) il faut déduire :

- les amortissements : 18,9 (3),
- les intérêts de crédit-auto : 5,6 (4),
- le taux d'escompte officiellement pratiqué en Côte-d'Ivoire à 6 % : 5,0.

Total : 29,5 % d'amortissement et de frais financiers.

Les recettes sont donc ramenées à 45,5 % des dépenses d'exploitation.

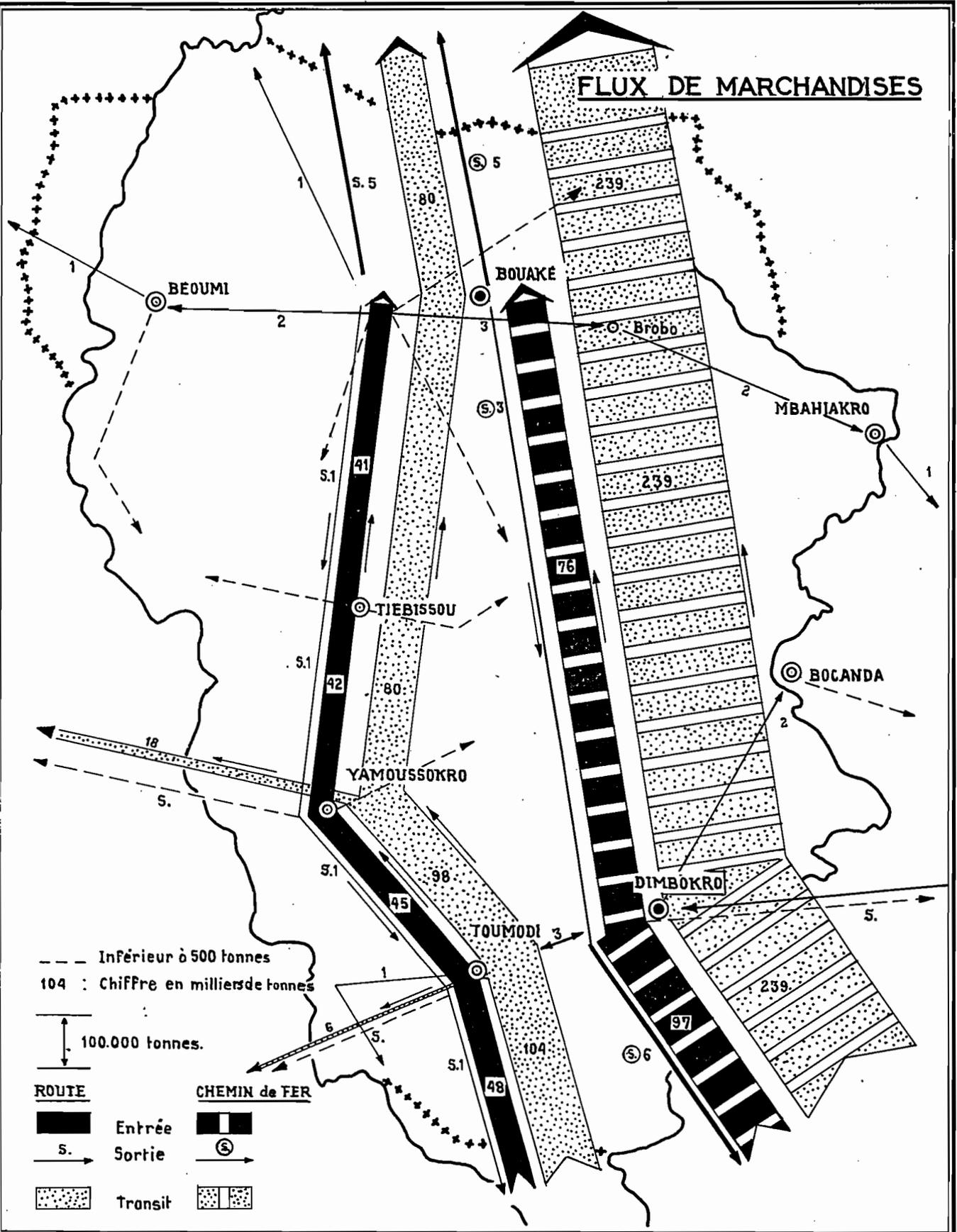
Dans la presque totalité des voitures enquêtées, le propriétaire ou son « frère » de confiance conduit le véhicule. La recette nette représente son salaire mensuel.

Le taux net d'efficience du capital après amortissement sera de 45 % seulement.

(3) Après 4 ans d'utilisation, la voiture est revendue à 10 % de son prix d'achat.

(4) A l'achat d'une voiture, on verse seulement le tiers provisionnel et le reste est réglé par traites (6 et 9 mois) ; un intérêt de 10 % en moyenne s'ajoute au prix du véhicule.

# FLUX DE MARCHANDISES





## LA COMMERCIALISATION DE LA PRODUCTION RURALE

---

Nous appelons **production rurale** l'ensemble des produits provenant des cultures, de la cueillette, de la chasse, de la pêche, de l'élevage et de l'artisanat de transformation des produits végétaux (1). Cette classification correspond à la fonction économique de ces produits.

La commercialisation de la production rurale ne repose sur aucune organisation (2) semblable à celle existant pour l'écoulement des marchandises, dont l'infrastructure est due principalement aux sociétés à succursales multiples.

Si les Centres de Coordination et de Coopération Agricole (1959-1963) ont joué un certain rôle (3), ils n'ont jamais commercialisé un volume de produits suffisant pour leur permettre d'intervenir en tant que régulateur du marché.

Cette situation se traduit dans les faits par le partage du marché en plusieurs fractions dont la plus importante, les produits vivriers, est délaissée au profit des produits « riches » :

— d'abord un monopole sur les cultures industrielles et d'exportation détenu par les sociétés européennes et les Libanais (36 % des ventes de la production rurale),

— ensuite un monopole Dioula sur le commerce spécial du bétail, des poissons fumés et séchés, de la cola (18 % des ventes de la production rurale),

— enfin une carence quasi-totale de l'organisation commerciale du reste de la production rurale (46 % des ventes de la production rurale).

Ce fractionnement des circuits et des agents de la commercialisation ne permet pas à l'économie rurale d'échapper aux effets de l'économie de traite : les produits « riches » (café, cacao) seuls intéressent les organisations commerciales, la commercialisation des autres produits (à l'exception du coton et du tabac) obéissant au principe du « laisser faire - laisser passer ».

(1) Les instruments aratoires (Daba, hache) de fabrication artisanale et les pagnes Baoulé ont été considérés comme marchandises dans la première partie. Ces produits sont commercialisés par les entreprises commerciales = colporteurs et tabliers.

(2) Depuis 1964, la SOCIACI possède des ramifications dans la zone.

(3) Voir document « Histoire de l'Agriculture en zone Baoulé ».

### a) Les types de marchés

#### I. — MARCHES DE LA PRODUCTION VIVRIERE ET ARTISANALE.

Les marchés des produits vivriers et artisanaux de la région de Bouaké peuvent être divisés en plusieurs catégories :

- marchés permanents,
- marchés de fournisseurs,
- marchés intermittents et occasionnels.

##### 1) Marchés permanents.

On peut distinguer :

a) un marché régional et inter-régional : Bouaké-Ville et ses environs,

b) des marchés locaux : les centres semi-urbains.

**Marché de Bouaké.** — C'est le seul et véritable marché de la production vivrière et artisanale, dont le centre est Bouaké-Ville. Ce marché est limité par le quadrilatère Botro-Langbassou-Sakassou-Raviart, mais son rayon d'action dépasse largement les limites géographiques et administratives de la région. Sa fonction commerciale englobe tous les principaux aspects de la commercialisation des vivres allant du producteur au consommateur : ramassage, entreposage, stockage, transformation et redistribution.

Les commerçants font le ramassage des produits vivriers présentés sur les marchés du quadrilatère, les acheminent à Bouaké par « cars rapides » (Renault/1.000 kg). Les artisans et certains producteurs de vivres, résidant à proximité de Bouaké-Ville, y amènent leurs produits. En période de haute conjoncture ou de récolte dans les autres régions, les grossistes de vivres envoient des « ramasseurs » à Korhogo, à Katiola et à Dabakala pour y acheter des Ignames, du riz, du maïs, de l'arachide et des volailles. Ces grossistes disposent d'entrepôts de vivres servant également de magasins de vente :

- Céréales et tubercules : 46.
- Oignons : 2.
- Bananes : 1.
- Beurre de karité : 3.

Par ailleurs, les C.C.C.A. jusqu'en 1963 participaient également d'une façon plus ou moins permanente à la commercialisation de produits vivriers comme de produits de la traite.

Les destinations finales des produits amenés à Bouaké sont très variés :

— revente au détail par petits tas sur le marché de la ville par des revendeuses ;

— envoi dans d'autres régions notamment à Abidjan, Abengourou, Daola et Gagnoa, soit par un acheteur-revendeur de ces régions, soit par le grossiste lui-même par l'intermédiaire d'un « frère » ou d'une « sœur » dont il est le bailleur de fonds ;

— transformation et revente au détail, ou expédition hors de la région (farine de maïs, de riz, de manioc, piment en poudre, etc...).

Bouaké-Ville est donc le centre de commercialisation et de transformation de la production vivrière. Les marchés satellites qui l'entourent sont ses principaux fournisseurs. C'est le seul marché permanent, donc celui où les produits bénéficient des prix les plus avantageux.

**Marchés locaux.** — Les autres centres urbains et semi-urbains, au nombre de sept, ont aussi des marchés quotidiens, mais la commercialisation de la production vivrière est fonction de la consommation de ces centres. Il s'agit donc de marchés locaux. Exception faite de Yamoussokro et Toumodi, qui se situent sur l'axe principal bitumé le plus fréquenté de la Côte-d'Ivoire, une partie peu importante de produits est achetée par les voyageurs en transit. La fonction commerciale de ces marchés est donc limitée au niveau de la demande des populations qui y vivent. Il n'y existe ni grossistes ni entrepôts. La transformation en farine de certains produits vivriers est faite exclusivement par les artisans-commerçants de détail et en quantités qui ne dépassent pas la demande du moment.

## 2) Marchés de fournisseurs.

Il s'agit des marchés hebdomadaires de la région : marchés ruraux et marchés de brousse. Comme nous l'avons souligné, les marchés ruraux sont essentiellement des satellites du marché de la ville de Bouaké. Quant aux marchés de brousse, ils permettent aux villageois d'échanger, par l'intermédiaire de la monnaie, des produits ruraux contre des marchandises de première nécessité : ce sont les « capitales du troc différé ». Ces marchés sont néanmoins les principaux fournisseurs de la production vivrière aux centres commerciaux.

Certains de ces marchés ruraux, dont la fonction principale est l'écoulement de la production rurale, ont également pour clients les commerçants provenant des régions limitrophes (surtout Abidjan, Abengourou et Daloa) ; ces commerçants font du ramassage et regroupent les tas achetés sur les marchés ruraux et les marchés de brousse, puis transportent les produits vers leur ville.

## 3) Marchés intermittents et occasionnels.

On distingue :

● les ventes dans les gares de chemin de fer pour la consommation des voyageurs. Les produits sont conditionnés en unité de vente nettement plus cher que sur les marchés ;

● les ventes « par terre » ou sur une « claie » au bord des routes les plus fréquentées. C'est le même système de vente que dans les gares, mais les prix sont relativement bas, au même niveau que les marchés les plus proches.

Il n'existe pratiquement pas de vente au village chez le producteur. L'offre étant supérieure à la demande, pourquoi aller chercher ailleurs que sur le marché le plus proche. De plus, sur les marchés ruraux et sur les marchés de brousse, l'acheteur est favorisé pour le choix d'un produit et du

prix (marché hebdomadaire) alors qu'au village il ne peut prétendre à une telle position de force.

Sur les marchés quotidiens, les vendeuses sont mieux armées pour soutenir leurs affaires. Si elles ne peuvent vendre tous leurs produits le même jour, elles les confient à une « sœur » et viendront les reprendre le lendemain. Pour les produits périssables (tomates, piments verts...), elles regroupent les tas et baissent les prix à la fin du marché, ou ramènent les invendus chez elles pour la consommation familiale.

L'écoulement de la production vivrière est essentiellement l'affaire des femmes. Les hommes n'interviennent qu'en tant que grossistes ou intermédiaires.

## 4) Zone d'attraction du marché.

Etant donné la pratique habituelle qui règne dans la commercialisation (« troc différé », ramassage pour les centres), l'écoulement de la production vivrière villageoise se fait au marché le plus proche.

La majorité des vendeuses y viennent à pied, portant sur la tête une cuvette de produits : certaines font jusqu'à 20 km avec leur charge qui peut atteindre 20 kg (1). Dans ces conditions, le prix du produit vendu comporte également le coût théorique de transport du lieu de la production au marché.

D'une façon générale, tous les habitants des villages peuvent atteindre un marché pour écouler leur produit. Aucun village n'est à plus de 40 km du marché le plus proche. Toutefois, il faut s'y rendre à pieds avec une dizaine de kilos d'igname ou de maïs sur la tête pour que les produits puissent « prendre » une valeur monétaire, car le coût des autres moyens de transport est souvent très élevé, surtout pour les villages mal desservis ; il peut atteindre 75 à 100 F pour une charge de 30 kg environ.

Ce qui revient environ à 70 F la tonne/km (plus de 20 % en moyenne de la valeur du produit transporté). Sur l'axe principal Abidjan-Ferkessedougou, les prix habituellement pratiqués en direction d'Abidjan, pour les produits vivriers, s'élèvent à 8 F la t/km.

C'est pourquoi les habitants des villages éloignés des centres ou des marchés ne s'y rendent que lorsqu'ils ont des besoins urgents de marchandises. On fait le trajet souvent à pieds, accompagné d'un enfant avec qui on partage la charge de produits vivriers. La quantité est limitée au minimum nécessaire : l'équivalent en valeur de marchandises à acheter.

La carte des principales zones d'attraction des marchés de la production rurale nous révèle les caractéristiques fondamentales de la commercialisation de cette production :

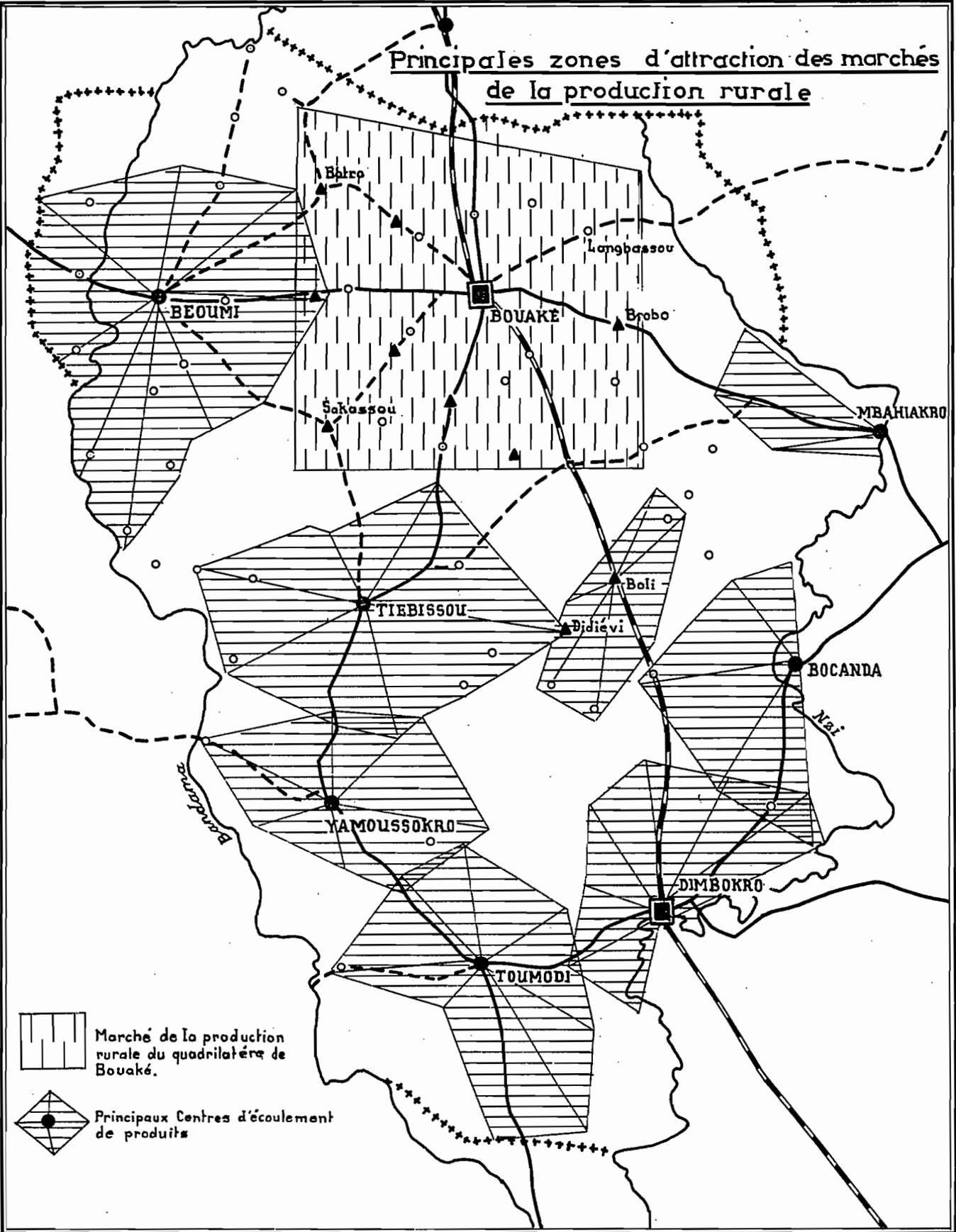
— Outre le partage de la région par les différents marchés et points de ramassage, il existe une petite zone Boli-Didiévi. Boli comporte une gare de la R.A.N. avec un marché tri-hebdomadaire (le seul marché rural qui ait lieu trois fois par semaine). Les paysans des alentours y vendent leurs produits à des ramasseurs ou à des commerçants de Bouaké et d'Abidjan, venus à Boli par la voie ferrée. Une coopérative de producteurs fait acheminer des vivres (Ignames notamment) sur Abidjan.

— Les « Enclaves » Sud (quatre frontières), Sud-Est (Kouassi-Koussikro) et Ouest (Bandama), sont identiques pour la distribution de marchandises et pour la commercialisation de la production rurale.

(1) Seulement 3 % de producteurs-vendeurs viennent au marché en voiture. Ceux qui sont à pieds parcourent en moyenne 6 km pour arriver au marché. Ce sont donc, principalement, les ramasseurs de produits vivriers et les marchands de produits non agricoles qui empruntent les moyens de transport en commun. Ces chiffres donnent un aperçu général sur le sujet :

	Marché rural	Marché de brousse
% de personnes venant en voiture	11	9
Nombre de voitures par jour de marché	18	6

Principales zones d'attraction des marchés  
de la production rurale



 Marché de la production rurale du quadrilatère de Bouaké.

 Principaux Centres d'écoulement de produits

— Les zones de chevauchement sont nettement limitées. On vend généralement son produit sur le grand marché habituel. Mais certains villages écoulent leur production sur différents marchés.

## II. — AUTRES MARCHES.

### 1) Marchés des produits de la traite.

En Côte-d'Ivoire on appelle « produits de la traite », le café, le cacao et accessoirement les palmistes. Ce sont ces produits d'exportation qui constituent l'une des principales ressources en devises du pays. Toute la population s'intéresse à ces productions : du paysan à l'exportateur en passant par les ramasseurs, les traitants, les sous-traitants, les sociétés commerciales et certains organismes d'Etat. L'administration règle les campagnes d'achat, fixe les prix, contrôle éventuellement la qualité des produits.

Il n'existe pas de points de vente déterminés ; les ramasseurs parcourent les marchés et les villages, selon les périodes et le niveau des prix.

Etant donné la garantie d'écoulement de ces produits et l'ignorance de la plupart des producteurs, une cascade d'intermédiaires se greffe sur le circuit de commercialisation. Chaque intermédiaire gagne quelque chose par kilo de produit : la commission de ramassage, soit le « vol » par le poids (souvent les deux à la fois), soit la commission de la revente à l'exportateur.

Les produits de la traite sont amenés, après ramassage dans les villages ou sur les marchés, au magasin de stockage du traitant (1) libanais ou d'une société. Pour l'ensemble de la région, il y a vingt-quatre grandes entreprises qui font la traite (2) :

- Sociétés commerciales européennes : 13
- Européens particuliers : 2
- Libanais : 7
- Africains : 2

Rappelons qu'il ne s'agit ici que des grandes entreprises qui dirigent une véritable « armée » de sous-traitants et de « super-sous-traitants », et qui acheminent directement le produit sur Abidjan, sans passer par d'autres intermédiaires.

Les sous-traitants sont les intermédiaires entre les producteurs et les entreprises commerciales ou de traite. Les sous-traitants s'installent avec une bascule sur les neuf principaux centres de ramassage (3). Le nombre total de sous-traitants est estimé à trois cents, qui travaillent quatre mois par an.

Le sous-traitant reçoit une avance faite par le traitant, va ramasser le café ou le cacao et prélève sa marge qui est fixée officiellement à 2 F par kg. Officiellement, il achète le café 77 F le kg, soit au village, soit dans les marchés locaux. Les frais de transport, du lieu de ramassage au centre de stockage, sont fixés à 1 F par kg. Il revend donc le café au traitant à 80 F le kg.

En fait, les quelques vérifications que nous avons effectuées indiquent que le prix réel pratiqué, payé au producteur, dépasserait très rarement 75 F le kg. Le sous-traitant double ainsi son bénéfice (bénéfice moyen « licite » 200.000 francs - réel : 400.000 francs).

Il existe aussi un autre intermédiaire qui se place entre le producteur et le sous-traitant ; nous l'appellerons le « super-sous-traitant ». N'ayant pas suffisamment de moyens financiers et ne pouvant faire appel à un bailleur de fonds pour constituer une entreprise de sous-traitant, le super-sous-traitant possède une balance romaine et travaille avec un fonds de roulement de 1.000 à 3.000 F. Il s'installe sur le marché à proximité du sous-traitant auprès duquel il est « agréé ».

Ses fournisseurs sont les tout petits producteurs qui amènent sur le marché quelques kilogrammes de produits à la fois. En général, il s'agit de « l'épargne-café » réunie par les femmes qui l'utilisent pour leurs menues dépenses de la journée. Le super-sous-traitant s'installe à l'entrée du marché ; la femme, pour effectuer ses achats, vend son café au super-sous-traitant ; ainsi elle n'attend pas autour de la bascule du sous-traitant et surtout ne se présente pas, honteuse de sa petite quantité de café, près du « monsieur de la ville ».

Toute vérification du prix réel pratiqué alors s'avère impossible. On peut toutefois penser que le super-sous-traitant ne laisse pas passer de si belles occasions.

Les produits, groupés aux magasins des traitants, sont conditionnés puis acheminés sur Abidjan soit par la route, soit par la voie ferrée. Il faut signaler que pendant la traite, les wagons de la R.A.N. ne sont pas disponibles sur le moment ; seules les sociétés commerciales qui établissent des prévisions, utilisent ce moyen de transport dont le coût est de 25 % inférieur à celui de la route.

Officiellement, les prix et les marges sont les suivants :

	Prix	Café	Cacao
Au producteur .....		77	67
Transport jusqu'au magasin ..		1	1
Commission du sous-traitant ..		2	2
Transport sur Abidjan .....		2,5 à 4	2,5 à 4
Commission du traitant ....		2 à 3,5	2 à 3,5
Prix Abidjan .....		86,00	76,00
Marge de commercialisation ..		10,50	11,80

En fait, la marge réelle de commercialisation se situe entre 13 et 14 % pour le café, et entre 14 et 15 % pour le cacao.

La perte, pour les producteurs de la région, s'élève à 46,5 millions sur le café et à 8,5 millions sur le cacao environ. De nombreux producteurs, conscients d'être régulièrement trompés par les sous-traitants, possèdent des bascules (1.400 dans la région) ; mais les sous-traitants n'acceptent que les sacs de café tarés à 105 kg (dont 1 kg pour le sac vide). L'introduction des bascules n'a donc pas modifié les rapports de force entre sous-traitants et producteurs.

Jusqu'en 1963, les C.C.C.A., organismes d'Etat, commercialisaient le café et le cacao pour une part estimée à 20 % du volume total. Le prix-producteur officiel appliqué par ces organismes était légèrement supérieur (78 F) mais les commis acheteurs, souvent anciens sous-traitants, n'hésitaient pas à user de leurs procédés habituels bien qu'étant étroitement surveillés.

L'achat des palmistes est assuré par une société commerciale française ; le volume est actuellement très faible (15,9 millions). Le prix-producteur s'établit à 26 F le kg et les marges sont identiques à celles du café.

(1) Il existe toute une gamme de terminologie hiérarchique dans la traite. Pour les classer selon l'ordre économique du profit nous les appelons :

- Traitant = entreprise commerciale, ou particulier qui achète les produits par l'intermédiaire de sous-traitants et qui vend les produits directement à Abidjan.
- Sous-traitant ou « Pisteur » = ramasseur pour le compte du traitant.
- Super-sous-traitant = autre intermédiaire qui se trouve entre le producteur et le sous-traitant.

(2) Jusqu'en 1963, il existait, de plus, 8 C.C.C.A.

(3) Koidokro, Sakassou, Aignanfoutou, Djebounoua, Arikro, Mononoubé, Diabo, Kokumbo, Marabadiassa. Dans les villes et centres semi-urbains, les bascules se trouvent chez les traitants.

## 2) Marché des cultures industrielles.

Les cultures industrielles de la région sont le coton et le tabac. Leur transformation industrielle est assurée par une usine de textile (Etablissements Gonfreville) et une manufacture de tabac (Manufacture de Tabac de la Côte-d'Ivoire). Ce sont deux entreprises françaises.

Deux compagnies françaises ont pris en charge ces cultures industrielles, de la production à la commercialisation.

La Compagnie Française de Développement des Fibres Textiles (Société d'économie mixte française : C.F.D.T.) et la Compagnie agricole et industrielle des Tabacs africains (groupes Bastos - Job : C.A.I.T.A.), assurent la formation et l'encadrement des producteurs (1). Ces deux sociétés effectuent une transformation sommaire du produit brut (égrenage du coton, fermentation du tabac) et vendent les produits ainsi transformés aux deux entreprises industrielles.

Les prix payés au producteur sont fixés d'un commun accord entre le gouvernement et les principaux intéressés :

	Prix producteur	Autres frais	Total
Coton allen ..	32	8 (3)	40
Coton mono ..	28	3	31
Tabac feuille ..	58 (2)	1,3	59,3

### Valeurs commercialisées en millions F. CFA

	Production régionale		Total
	Prix producteur	Marge	
Coton allen ..	11,5	2,9	31,4
Coton autres ..	14,4	2,6	
Tabac industriel	30,0	6,7	56,0
Tabac traditionn.	16,5	2,8	

Si le coton de variété Allen est intégralement commercialisé par la C.F.D.T., les cotons de variétés « Mono » et « Barbendense » sont achetés par des intermédiaires, qui le revendent aux entreprises d'égrenage. Le marché local de coton égrené est très marginal ; une très faible quantité se vend sur les marchés au prix de 25 F, mais la plus grosse partie est autoconsommée pour la fabrication des pagnes.

L'artisanat rural commercialise sa propre production de tabac sous la forme de tabac à chiquer et de tabac en rouleau torsadé, aux prix suivants :

- tabac en poudre : 307 F le kg
- tabac « rouleau » : 260 F le kg.

## 3) Marché intra-africain du bétail, du poisson et de la cola.

On peut dénommer ce marché : « marché Niger-éburnéen ». Il s'étend en effet des rives du Niger aux lagunes éburnéennes. Le bétail des Etats voisins du Nord (Mali, Niger, Haute-Volta), les poissons fumés et séchés de Mopti ainsi que les produits vivriers (mil, sorgho, riz, maïs, arachide) prennent la direction de la Côte-d'Ivoire, qui offre de la cola à ses voisins du Nord.

Ce marché, arraché aux mains des Libanais par les Dioula, est devenu un monopole exclusif de ces derniers. Malgré les vastes dimensions du marché, tant du point de vue géographique que du point de vue purement commercial et économique, il est pratiquement fermé aux Africains non-Dioula.

Ces produits sont acheminés jusqu'à Abidjan en passant par Bouaké, soit 1.500 km, et par tous les moyens de communication possible :

- la voie ferrée,
- la route,
- à pied pour une partie du bétail.

Les points de réception les plus importants sont Bouaké et Abidjan, Bouaké ayant une place privilégiée.

A Bouaké-Ville, existent deux grands marchés : bétail-poisson.

Les marchands de Bouaké appartiennent tous à la même confession religieuse et linguistique que ceux qui y amènent les produits. En général, ils sont « frères ». A un stade plus bas, les bouchers, les demi-grossistes et les détaillants de poissons sont également de la même confession.

Le crédit est la règle générale de ce commerce. C'est probablement par la pratique du crédit, dont la durée est variable mais peut aller jusqu'à trois mois (durant la période creuse), que se lie la solidarité commerciale qui devient de plus en plus invulnérable donc impénétrable aux « étrangers ». Pour le bétail, le crédit est pratiqué par le producteur de Ségou jusqu'au boucher de Bouaké, en passant par le marchand exportateur, le transporteur et le marchand de Bouaké. Pour les poissons de Mopti, le crédit est pratiqué jusqu'au demi-grossiste, parfois même au détaillant sur les marchés en ville.

Les poissons fumés des lagunes éburnéennes ou « poissons fumés d'Abidjan » commencent à concurrencer les poissons de Mopti sur les marchés de la région ; ils entrent pour un tiers environ dans la consommation de la population. Ces poissons vont parfois jusqu'à Korhogo, mais ne franchissent jamais les frontières ivoiriennes bien que leur prix soit inférieur (263 contre 272 F le kg). Il en est de même pour le prix au producteur : 100 F contre 130. Si les poissons des lagunes ne peuvent pas encore dominer le marché régional, c'est principalement à cause de l'organisation commerciale et de la conjoncture économique existant entre les Etats voisins.

Il convient aussi de signaler les habitudes de consommation : le poisson séché de Mopti est le seul à être présenté sur les marchés (4), sa très forte odeur donne, semble-t-il, meilleur goût à la sauce des foutou. Le poisson fumé de Mopti est également plus odorant que celui d'Abidjan.

Le marché de la cola fait partie intégrante du commerce général « intra-africain ». Le bétail et les poissons du Nord servent de monnaie d'échange contre la cola et les marchandises.

Il existe dans la région 27 entrepôts de cola dont 25 à Bouaké, un à Toumodi et un à Dimbokro. Ces entrepôts dirigent une multitude de ramasseurs qui vont dans les villages et achètent la cola sur place. Les ramasseurs l'expédient sur les entrepôts, où elle est conditionnée dans des paniers de 50 kg chacun pour la revente aux commerçants venant du Nord. Le marché de la cola est un marché à règlement comptant, puisque le produit est acheté lorsque les ventes du bétail ou des poissons sont effectuées.

Le marché de la cola est extrêmement rentable ainsi qu'en témoignent les prix relevés aux différents stades de commercialisation :

- prix au producteur : 15 F le kg ;
- transport et conditionnement : 5 F le kg ;
- prix de gros Bouaké : 30 F à 50 F le kg ;

(1) Voir Document 6 « Expériences actuelles de vulgarisation agricole ».

(2) Prix moyen, pondéré des catégories A, B et C (voir Document 6).

(3) Transport du lieu d'achat à l'usine, coût de l'insecticide. Non compris le coût de l'encadrement.

(4) Pour des raisons techniques (hygrométrie élevée), il n'existe pas de poisson séché de lagune.

— transport Bouaké-Bamako : 11 F le kg ;

— prix de détail à Bamako : 120 F le kg.

La cola est un produit fragile ; la noix s'altère par oxydation si le conditionnement est incorrectement effectué ou s'il tarde ; on estime les déchets à 15 %. Ces déchets ne constituent pas une perte, car ils sont récupérés pour la vente au détail sur place à 68 F le kg.

Le marché Niger-Eburnéen a connu une forte impulsion depuis la fin de 1958, date de l'éclatement de la Fédération du Mali (Soudan-Sénégal). A la suite de cet événement politique, les trafics du chemin de fer Bamako-Dakar étant interrompus, les importations de l'ex-Soudan (République du Mali) passèrent désormais par Abidjan.

Les Maliens amènent le maximum de produits en Côte-d'Ivoire et repartent avec des marchandises, de la cola ou dans certains cas, avec des devises en CFA, versées à

la représentation consulaire mallee en Côte-d'Ivoire.

Depuis 1959, le flux de produits maliens a augmenté dans des proportions notables. Le prix du bétail n'a pas varié en Côte-d'Ivoire, malgré l'augmentation au Mali. Parfois même, surtout en période creuse (entre juin et octobre de chaque année) certains commerçants maliens consentent à vendre « à perte » leur produit pour obtenir de l'argent CFA le plus vite possible et repartir avec des marchandises qui, à coup sûr, leur rapporteront bien davantage que la « perte » consentie.

Dès lors, le marché Niger-Eburnéen devient un marché conjoncturel basé sur une organisation commerciale solidement tenue en main par un ensemble social particulièrement structuré et sur une pratique de troc différé entre Etats. C'est véritablement un marché de « clearing » sans intervention d'une institution financière. Si celle-ci intervient ce n'est que pour faire entrer les devises.

## b) Les flux de produits

La balance commerciale de la région comporte un excédent de près de 400 millions de francs pour l'ensemble de la production rurale.

### BALANCE COMMERCIALE DE LA PRODUCTION RURALE

1962-1963

en millions de francs CFA

	Commercialisation régionale						Exportation sur production régionale			Importation pour réexportation			Flux net		
	Production régionale			Importation											
	Prix Prod.	Marge	Total	Prix Prod.	Marge	Total	Prix Prod.	Marge	Total	Prix Prod.	Marge	Total	Prix Prod.	Marge	Total
Cultures vivrières pêche chasse élevage cueillette	908,9	406,7	1.315,6	1.204,4	678,0	1.882,4	136,3	45,6	181,9	311,5	167,3	478,8	-1.068,1	-632,4	-1.700,5
Cultures industrielles	185,0	49,5	234,5	112,2	—	112,2	1.387,4	775,6	2.163,0	29,9	95,1	125,0	+1.276,7	+775,6	2.051,8
Valeur ajoutée de l'artisanat	—	1.157,0	1.157,0	0,5	1,0	1,5	—	43,0	43,0	—	—	—	-0,5	+ 42,0	+ 41,5
<b>Total</b>	<b>1.093,9</b>	<b>1.613,2</b>	<b>2.707,1</b>	<b>1.316,1</b>	<b>679,0</b>	<b>1.995,1</b>	<b>1.523,7</b>	<b>864,2</b>	<b>2.387,9</b>	<b>341,4</b>	<b>262,4</b>	<b>603,8</b>	<b>+ 207,6</b>	<b>+185,2</b>	<b>+ 392,8</b>

Les principaux produits exportés sont :

- dans les cultures vivrières : le café, le cacao, le cola ;
- dans les cultures d'exportation : l'arachide ;
- dans les cultures industrielles : l'igname, le maïs, le piment.

Le « poids » des cultures vivrières par rapport au total des exportations est très faible, de l'ordre de 8 %. C'est

la caractéristique principale d'une économie dominée par la « traite ».

D'autre part, trois produits (café, cacao, cola) représentent 91,4 % des exportations ; à chaque fluctuation des cours, la répercussion chez les villageois est intense ; c'est la vulnérabilité d'une économie à exportations non diversifiées, dont les possibilités sur le marché international sont limitées : les offres sont rigides alors que la demande est élastique.

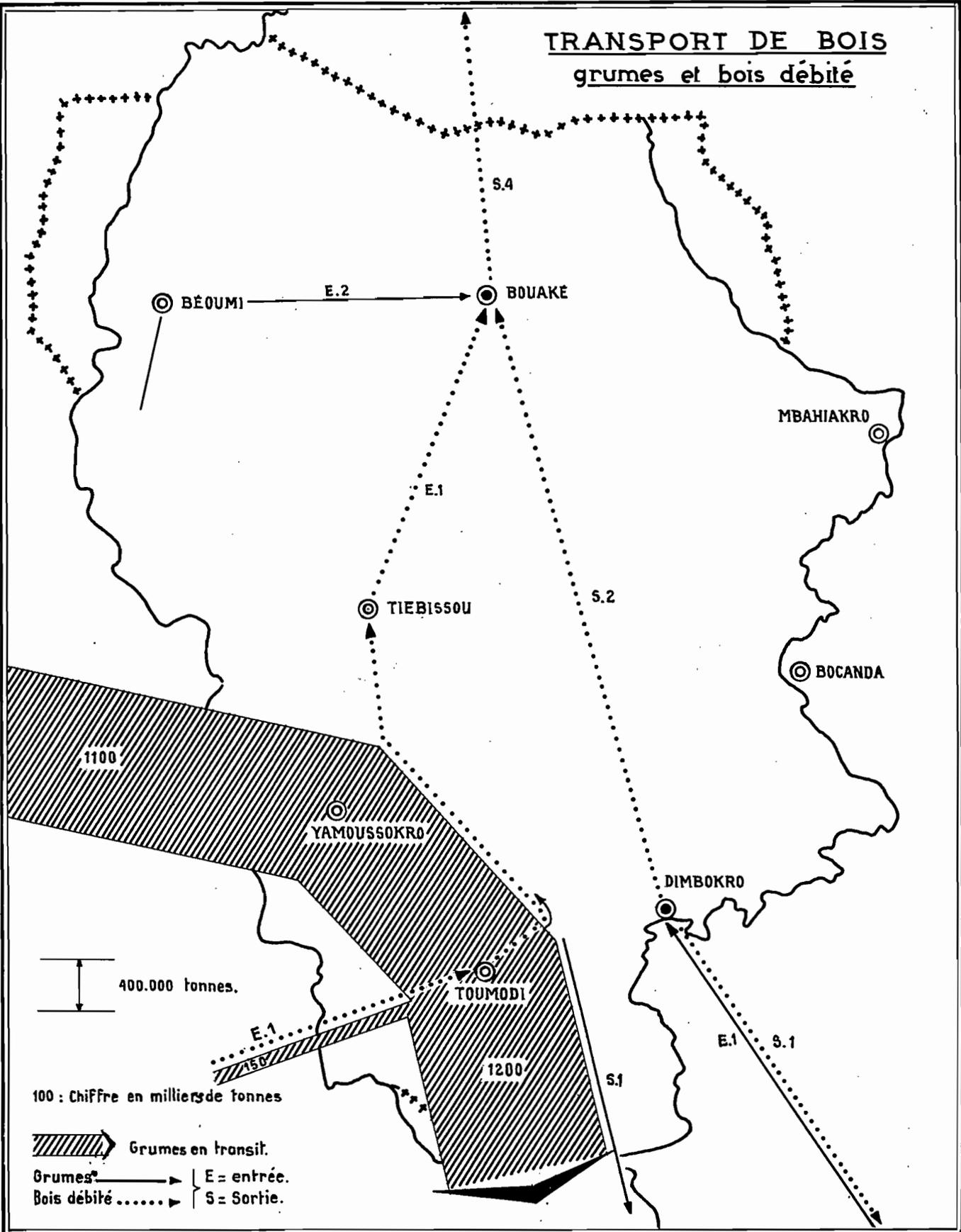
MARCHE DE LA PRODUCTION RURALE -1962-1963 en millions de francs CFA

Produits non « industriels »	Commercialisation régionale						Exportation sur production régionale		
	Production rurale			Importation			Prix prod.	Marge	Total
	Prix prod.	Marge	Total	Prix prod.	Marge	Total			
<b>Céréales</b> .....	93,2	26,1	119,3	274,3	110,6	384,9	43,0	12,0	55,0
Riz local .....	68,9	19,2	88,1	—	—	—	—	—	—
Riz Importé .....	—	—	—	273,1	109,3	382,4	—	—	—
Mil sorgho .....	0,2	0,2	0,4	1,2	1,3	2,5	—	—	—
Maïs .....	24,1	6,7	30,8	—	—	—	43,0	12,0	55,0
<b>Féculents</b> .....	291,6	99,3	390,9	9,6	5,2	14,8	47,7	12,9	60,6
Igname P .....	56,3	12,8	69,1	—	—	—	24,4	5,6	30,0
Igname T .....	176,9	54,5	231,4	3,8	1,2	5,0	22,3	6,9	29,2
Manioc .....	32,2	11,3	43,5	—	—	—	1,0	0,4	1,4
Taro .....	3,0	1,4	4,4	—	—	—	—	—	—
Patate .....	2,0	2,0	4,0	—	—	—	—	—	—
Plantain .....	21,0	17,2	38,2	0,8	0,7	1,5	—	—	—
Autres .....	0,2	0,1	0,3	5,0	3,3	8,3	—	—	—
<b>Légumes</b> .....	49,4	41,5	90,9	16,4	19,7	26,1	0,7	0,5	1,2
Tomate .....	15,9	14,3	30,2	5,7	5,2	10,9	0,7	0,5	1,2
Aubergine .....	8,8	7,4	16,2	—	—	—	—	—	—
Autres .....	24,7	19,8	44,5	10,7	14,5	25,2	—	—	—
<b>Condiments</b> .....	58,3	26,2	84,5	2,3	1,4	3,7	35,8	19,3	55,1
Piments .....	8,7	5,6	14,3	—	—	—	22,5	14,6	37,1
Gombo .....	26,3	16,8	43,1	2,3	1,4	3,7	—	—	—
Ouré-ouré .....	10,3	3,6	13,9	—	—	—	13,3	4,7	18,0
Champignons .....	6,5	0,1	6,6	—	—	—	—	—	—
Autres .....	6,5	0,1	6,6	—	—	—	—	—	—
<b>Fruits</b> .....	22,4	14,9	37,3	13,1	8,7	21,8	—	—	—
<b>Divers</b> .....	14,2	16,9	31,1	1,0	1,2	2,2	—	—	—
<b>Viande</b> .....	235,4	105,8	341,2	509,4	235,2	744,6	9,1	0,9	10,0
Chasse .....	26,3	2,5	28,8	—	—	—	9,1	0,9	10,0
Élevage .....	127,2	57,2	184,4	452,5	203,2	655,7	—	—	—
Volailles .....	81,9	46,1	128,0	56,9	32,0	88,9	—	—	—
<b>Poissons</b> .....	8,2	8,0	16,2	378,3	296,0	674,3	—	—	—
Frais-salé .....	2,0	3,2	5,2	19,7	32,1	51,8	—	—	—
Fumé .....	5,2	3,8	9,0	355,4	260,7	616,1	—	—	—
Crustacés .....	1,0	1,0	2,0	3,2	3,2	6,4	—	—	—
<b>Bois de chauffe</b> .....	34,1	?	34,1	—	—	—	—	—	—
<b>Boissons</b> .....	102,1	68,0	170,1	—	—	—	—	—	—
Vin de palme .....	97,6	65,1	162,7	—	—	—	—	—	—
Autres .....	4,5	2,9	7,4	—	—	—	—	—	—
(Importation pour réexportation ..	—	—	—	—	—	—	311,5	167,3	478,8)
<b>Total</b> .....	908,9	406,7	1.315,6	1.204,4	678,0	1.882,4	136,3	45,6	181,9



# TRANSPORT DE BOIS

## grumes et bois débité



## I. — PRODUITS VIVRIERS ET CUEILLETTE.

(Tableau page 254).

Le déficit régional se monte à 1.700 millions ; cette situation peut paraître paradoxale dans une région essentiellement agricole. Mais ce déficit est dû principalement à trois groupes de produits :

- céréales ;
- pêche ;
- élevage.

### a) Céréales.

La région importe près de 400 millions de riz, soit 80 % du riz commercialisé. Or, elle est capable de produire son riz ; en 1970, on peut prévoir, si l'action entreprise se poursuit et s'amplifie, que les importations seront ramenées à 10 % du riz commercialisé.

### b) Pêche.

Le poisson de Mopti représente environ 80 à 90 % du

poisson importé. Bien que le goût (1) du poisson soit un facteur important, un système de commercialisation permettant d'obtenir des prix moins élevés, fera substituer le poisson d'Abidjan à celui de Mopti. Il s'agit d'une politique de développement de la pêche à l'échelon national.

### c) Elevage.

Les importations de bêtes d'élevage interviennent pour 70 % du volume total commercialisé. Bien qu'un programme de développement de l'élevage soit prévu, il paraît hautement improbable que la région puisse subvenir à ses besoins dans les vingt prochaines années.

Le paysan Baoulé n'ayant pas de traditions d'éleveur, l'élevage sera confié d'abord à des organismes spécialisés. Mais dans une perspective beaucoup plus lointaine, l'élevage devrait constituer une importante ressource pour la région.

(1) Voir page 252.

## II. — CULTURES INDUSTRIELLES ET D'EXPORTATION.

La totalité de la production de café et de cacao est exportée ; les recettes représentent 2.047,1 millions dont 671,2 millions constituent les taxes à l'exportation.

La production engendrée par les cultures industrielles (coton et tabac) est de 81,4 millions, dont 31,4 pour le coton et 50,0 pour le tabac. Or les besoins actuels des entreprises régionales étant respectivement de 200 à 220 millions et de 160 millions environ, il y a donc là pour la région des possibilités importantes.

### MARCHE DE LA PRODUCTION RURALE

Année 1962-1963

(en millions de francs C.F.A.)

Produits « industriels » et « d'exportation »	Commercialisation régionale						Exportation sur production régionale		
	Production rurale			Importation			Prix prod.	Marge	Total
	Prix prod.	Marge	Total	Prix prod.	Marge	Total			
Café .....	—	—	—	—	—	—	1.170,7	633,6	1.804,3
Cacao .....	—	—	—	—	—	—	174,2	68,6	242,8
Tabac .....	42,3	7,7	59,0	111,2	— (1)	111,2	—	—	—
Cola .....	2,8	6,8	9,6	—	—	—	28,2	67,7	95,9
Arachides .....	56,5	22,3	78,8	—	—	—	14,3	5,7	20,0
Régime de palme .....	42,1	12,7	54,8	—	—	—	—	—	—
Coton local .....	19,9	— (1)	19,9	—	—	—	—	—	—
Coton Allen .....	11,5	— (1)	11,5	—	—	—	—	—	—
Divers .....	10,6	— (1)	10,6	—	—	—	—	—	—
<b>TOTAL .....</b>	<b>185,7</b>	<b>49,5</b>	<b>235,2</b>	<b>111,2</b>	<b>— (1)</b>	<b>111,2</b>	<b>1.387,4</b>	<b>775,6</b>	<b>2.163,0</b>
(Importation pour réexportation ..	—	—	—	—	—	—	29,9	95,1	125,0 *)

(1) Achats effectués par des entreprises industrielles (marge de transport incluse dans prix producteur).

\* = dont 92,8 de cola.

## III. — PRODUITS ARTISANAUX.

L'excédent de la balance commerciale s'élève à plus de

40 millions. Les produits exportés comportent principalement les pagnes et les bijoux traditionnels, très demandés en Basse-Côte et dans le Sud-Est.

## PRODUCTION - AUTOCONSOMMATION COMMERCIALISATION

### a) Les produits vivriers

#### I. — LES VOLUMES COMMERCIALISES.

Nous caractériserons plus précisément l'économie de la région en comparant les quantités produites disponibles, les quantités auto-consommées et les quantités commercialisées. Il apparaît que sur la production disponible (1), le taux d'auto-consommation se situe à 78,4 % (2). Ce haut niveau est dû principalement au « poids » de l'igname, principal produit vivrier de la région, dont le taux de commercialisation n'est que de 12 % environ.

Ainsi, la fonction principale de cette production est une fonction d'auto-subsistance ; ce ne sont que les surplus de production qui sont commercialisés en milieu rural, et surtout en ville.

#### II. — LES PRIX.

La région de Bouaké n'échappe pas aux caractéristiques classiques des économies en voie de développement :

a) Les produits Importés se commercialisent à un prix inférieur à celui des produits locaux :

— riz : 40 F contre 49 F ;

— arachide : 30 F contre 37 F.

La vente sur les marchés se faisant par cope, il est possible que l'acheteur en brousse ne s'en rende pas compte, car sur les marchés urbains et semi-urbains où la qualification des acheteurs est différente, le pourcentage des invendus est beaucoup plus important sur les produits locaux que sur les produits d'importation.

b) Par contre, lorsqu'il s'agit d'un produit vivrier local exporté à l'intérieur de la région, son prix est particulièrement faible par rapport à celui pratiqué sur le marché importateur.

Produits	Dans la région		Hors région (prix marché)	
	Prix Prod.	Prix marché	Abidjan et Basse- Côte	Nord
Igname (*) . . . .	8,0	10,0	20-40	8,5
Manioc . . . . .	2,0	2,7	18	—
Mais . . . . .	8,6	11,0	25	8,0
Piment . . . . .	20,0	33,0	238,0	—

Ainsi, pour ces produits, le profit des commerçants de la Basse-Côte est nettement supérieur aux gains des producteurs régionaux.

Une production achetée 113,2 millions est revendue en Basse-Côte pour la somme de 407,1 millions, soit 3,6 fois le prix d'achat.

C'est une question qui relève de l'organisation de la commercialisation des vivres à l'échelon national.

(1) Semences et pertes sur stocks exclues.

(2) En introduisant les cultures industrielles, le taux d'auto-consommation passe à 60 %.

(\*) Précoce et tardive pondérées par les productions respectives.

**PRODUCTION REGIONALE (au prix de gros)**

Produits	Production disponible		Autoconsommée		Commercialisée dans la région		Exportée	
	Total	100	Total	%	Total	%	Total	%
<b>Céréales</b> .....	<b>337,0</b>	100	<b>200,8</b>	59,6	<b>93,2</b>	27,7	<b>43,0</b>	12,7
Riz .....	209,7	100	140,8	67,1	68,9	32,9	—	—
Mil - sorgho .....	0,6	100	0,4	67,0	0,2	33,0	—	—
Maïs .....	126,7	100	59,6	47,1	24,1	19,0	43,0	33,9
<b>Féculents</b> .....	<b>2.463,5</b>	100	<b>2.124,2</b>	86,2	<b>291,6</b>	11,8	<b>47,7</b>	2,0
Igname précoce .....	774,5	100	693,8	89,5	56,3	7,4	24,4	3,1
Igname tardive .....	1.530,5	100	1.331,3	87,0	176,9	11,5	22,3	1,5
Manioc .....	91,9	100	58,7	63,9	32,2	35,0	1,0	1,1
Taro .....	6,2	100	3,2	51,6	3,0	48,4	—	—
Patate .....	4,7	100	2,7	57,4	2,0	42,6	—	—
Plantain .....	52,9	100	31,9	60,3	21,0	39,7	—	—
Autres .....	2,8	100	2,6	92,9	0,2	7,1	—	—
<b>Légumes</b> .....	<b>104,4</b>	100	<b>54,3</b>	52,0	<b>49,4</b>	47,3	<b>0,7</b>	0,7
Tomate .....	28,0	100	11,4	40,7	15,9	56,8	0,7	2,5
Aubergine .....	23,0	100	14,2	61,7	8,8	38,3	—	—
Autres .....	53,4	100	28,7	53,8	24,7	46,2	—	—
<b>Condiments</b> .....	<b>393,9</b>	100	<b>299,8</b>	76,1	<b>58,3</b>	14,8	<b>35,8</b>	9,1
Piment .....	84,9	100	53,7	63,2	8,7	10,3	22,5	26,5
Gombo .....	140,2	100	113,9	81,2	26,3	18,8	—	—
Ouré-ouré .....	44,4	100	20,8	46,8	10,3	23,2	13,3	30,0
Champignons .....	91,5	100	85,0	92,8	6,5	7,2	—	—
Autres .....	32,9	100	26,4	80,2	6,5	19,8	—	—
<b>Fruits</b> .....	<b>63,9</b>	100	<b>41,5</b>	64,9	<b>22,4</b>	35,1	—	—
<b>Divers</b> .....	<b>23,8</b>	100	<b>9,6</b>	40,3	<b>14,2</b>	59,7	—	—
<b>Viande</b> .....	<b>741,4</b>	100	<b>496,9</b>	67,0	<b>235,4</b>	31,8	<b>9,1</b>	1,2
Chasse .....	368,2	100	332,8	90,4	26,3	7,1	9,1	2,5
Elevage .....	248,6	100	121,4	48,8	127,2	51,2	—	—
Volailles .....	124,6	100	42,7	34,3	81,9	65,7	—	—
<b>Poissons</b> .....	<b>35,3</b>	100	<b>27,1</b>	76,8	<b>8,2</b>	23,2	—	—
Frais, séché .....	5,9	100	3,9	66,1	2,0	33,9	—	—
Fumé .....	17,9	100	12,7	70,9	5,2	29,1	—	—
Crustacés .....	11,5	100	10,5	91,3	1,0	8,7	—	—
<b>Bois de chauffe</b> .....	<b>273,1</b>	100	<b>239,0</b>	87,5	<b>34,1</b>	12,5	—	—
<b>Boissons</b> .....	<b>410,7</b>	100	<b>308,6</b>	75,1	<b>102,1</b>	24,9	—	—
Vin de palme .....	405,9	100	308,3	76,0	97,6	24,0	—	—
Autres .....	4,8	100	0,3	6,3	4,5	93,7	—	—
<b>Total</b> .....	<b>4.847,0</b>	100	<b>3.801,8</b>	78,4	<b>908,9</b>	18,8	<b>136,3</b>	2,8

## b) Les produits des cultures industrielles

branche s'élève à 2,4 milliards environ, marges commerciales et taxes comprises, soit approximativement 1,6 milliard au « prix production ».

La valeur de la production commercialisée de cette

### PRODUCTION REGIONALE (au prix de gros)

Produit	Production disponible		Autoconsommation		Commercialisation dans la région		Exportation	
	Total	100	Total	%	Total	%	Total	%
Café .....	1.170,7	100	—	—	—	—	1.170,7	100
Cacao .....	174,2	100	—	—	—	—	174,2	100
Tabac .....	132,2	100	89,9	68	42,3	32	—	—
Cola .....	44,7	100	13,7	31	2,8	6	28,2	63
Arachide .....	145,8	100	75,0	51	56,5	39	14,3	10
Régime de palme .....	74,8	100	32,7	44	42,1	56	—	—
Coton local .....	22,4	100	2,5	11	19,9	89	—	—
Coton Allen .....	11,5	100	—	—	11,5	100	—	—
Divers .....	11,4	100	0,8	7	10,6	93	—	—
Total .....	1.787,7	100	214,6	12,0	185,7	10,4	1.387,4	77,6

## c) Les produits de l'artisanat

La valeur des produits commercialisés de l'artisanat a été estimée à 960 millions environ.

Malgré l'offensive des produits manufacturés, l'artisanat a réussi à survivre. La production totale de l'artisanat et des activités assimilées, services compris, s'élève à près de 2 milliards de francs, auto-consommation incluse.

Les artisans sont à la fois producteurs et vendeurs. Seule une partie de la production des forgerons est vendue par des colporteurs ; les artisans se comportent alors comme des bailleurs de fonds et partagent la marge commerciale réalisée par les vendeurs.

### PRODUCTION ARTISANALE COMMERCIALISEE (en millions de francs)

Branches	Consommation intermédiaire	Valeur ajoutée			Valeur de la production commercialisée
		Dépenses de production et de commercialisation	Bénéfice net	Total	
Textiles .....	83,0	5,4	76,0	81,4	164,4
Produits chimiques .....	(1)	0,4	2,5	2,9	2,9
Outillage agricole .....	8,5	2,1	17,0	19,1	27,6
Travail du bois .....	42,1	11,2	81,5	92,7	134,8
Bijouterie - orfèvrerie .....	14,8	4,7	23,9	28,6	43,4
Poterie - vannerie .....	0,3	0,8	9,2	10,0	10,3
Chaussures (2) .....	2,5	0,9	42,6	43,5	46,0
Transformation tabac .....	15,4	0,9	35,3	36,2	51,6
Grains et farines .....	64,9	10,0	168,9	178,9	243,8
Corps gras .....	20,1	1,0	12,1	13,1	33,2
Boissons .....	1,6	0,2	2,5	2,7	4,3
Plats préparés (3) .....	67,3	3,3	126,9	130,2	197,5
Total .....	320,5	40,9	598,4	639,3	959,8

(1) Produits de cueillette.

(2) Sandalettes en caoutchouc dans vieux pneus.

(3) Les processus de production et de commercialisation, ainsi que le rapport entre la valeur ajoutée et la valeur de la production, nous ont incités à classer cette branche dans la production de l'artisanat.

La commercialisation des produits artisanaux ne souffre pas du coût élevé réalisé par les intermédiaires dans la distribution des marchandises. A l'exception de la production artistique et culturelle (pagnes et bijoux traditionnels), les produits artisanaux coûtent moins cher que les produits manufacturés. Cependant, la demande est limitée et nettement inférieure à la capacité de production.

L'ensemble de la production commercialisée, services exclus, se monte à 960 millions et représente :

40 % de la consommation finale « régionale »,

12 % de la consommation finale totale.

Si l'on inclut la branche « Services », d'un montant de 200 millions environ, l'artisanat commercialisé atteint un niveau de 42,8 % de la Production Régionale commercialisée.

Ces chiffres sont le reflet de la position importante de l'artisanat dans la région.

## LES PROBLEMES ECONOMIQUES DU COMMERCE

---

Les problèmes du commerce régional sont nombreux. Dans les pages précédentes, nous avons vu, en particulier, les défauts du système commercial existant, défauts qui entraînent la faiblesse du pouvoir d'échange du producteur rural et la difficulté d'écouler les produits vivriers locaux. Ces problèmes sont fondamentaux, ils réclament des solutions radicales, tant sur le plan de l'organisation des circuits de distribution que sur celui de la coordination des différentes activités de l'économie nationale. Les propositions d'organisation et de réorganisation du commerce régional seront abordées dans le tome 4 : « Les propositions de Développement ».

Nous analyserons ici les fonctions économiques du commerce régional, sa balance commerciale, les effets de l'économie de traite et de subsistance sur le plan commercial.

### a) La fonction économique du marché régional

La disparité des prix est la cause principale du faible pouvoir d'échange des producteurs ruraux. L'effet de cette situation se répercute directement sur la rentabilité du travail consacré à la production agricole et sur le niveau de vie des producteurs et des consommateurs en milieu rural. Dans cet ordre d'idée, le commerce régional ne remplit qu'une partie de sa fonction commerciale : la distribution de biens, alors que les prix de vente de ces biens comportent des marges excessives pour les consommateurs à faible revenu. Ces consommateurs constituent la majorité de la population de la région. Par conséquent, la fonction économique que doit réaliser le commerce régional est loin d'être satisfaisante.

Le consommateur doit acheter les produits à des prix élevés et l'élasticité de la demande, ainsi que les dimensions du marché, se trouvent réduites au minimum indispensable. Par contre l'hypertrophie du petit détail immobilise les forces productives (personnel et capital), qui pourraient être mieux utilisées dans les branches de production de biens. La liaison entre la ville et la brousse est effectuée par des agents (commerçants et transporteurs) qui, en principe, n'ont pas leur place dans un système de distribution organisé. Ce sont des entreprises individuelles ; il n'y a donc pas de création d'emplois comme dans le secteur de production de biens. Par ailleurs, même pour le commerce moderne, les emplois sont limités : 12,6 mil-

lions de chiffre d'affaires pour un emploi, alors que dans l'industrie moderne de la région il n'en faut que 1,7 million.

Un autre aspect de la fonction économique du marché régional est exprimé par les dimensions de ce marché (1). Celles-ci peuvent être mesurées par le % de produits manufacturés dans la consommation des ménages et le volume des biens d'équipement des entreprises dans les achats totaux. Pour le marché de la région de Bouaké ces pourcentages sont les suivants :

- Produits manufacturés/consommation commercialisée : 32 % ;
- Produits manufacturés/consommation totale : 21 % (estimation) ;
- Biens d'équipement des entreprises/demande finale : 5 % ;
- Biens d'équipement/demande finale : 11 %.

Ces chiffres font ressortir les dimensions nettement limitées du marché régional, à la fois pour les produits de l'industrie nationale et pour ceux de l'industrie régionale.

En ce qui concerne la production vivrière, nous avons vu que les débouchés extérieurs offrent de grandes possibilités d'écoulement. Mais là encore, l'exportation de produits vivriers rapporte davantage d'argent aux commerçants qu'aux producteurs. Une part importante des ignames pourrissent dans les champs, alors qu'en Basse-Côte, la demande fait augmenter les prix ; la commercialisation de l'igname, principale production vivrière de la région, ne représente environ que 12 % de la production régionale. Notons enfin, que la ville de Bouaké a importé de Dabakala et de Korhogo, pour sa consommation de « primeurs », 5 millions de francs d'igname.

### b) La balance commerciale de la région

La balance commerciale de la région accuse un déficit de 1,328 milliard de francs.

— Importations	: 10,297 milliards
— Exportations	: 8,969 milliards
Déficit net	: 1,328 milliard

(1) Ces dimensions ne sont pas souvent fonction de l'espace géographique du marché.

Ce chiffre représente 14,8 % des exportations de la région.

Le déficit commercial est dû surtout à l'importation de quatre groupes de produits :

- produits alimentaires ;
- textiles ;
- produits mécaniques et électriques ;
- voitures et carburants.

Sur le plan commercial, le coût de distribution des produits du marché intra-africain (Mali, Niger, Haute-Volta, Côte-d'Ivoire) revient en presque totalité à des marchands, des transporteurs, des grossistes, des demi-grossistes et des détaillants qui ne sont pas, dans une écrasante majorité, de souche ivoirienne.

Pour le bétail et les poissons de Mopti, la totalité des marges commerciales est appropriée par cette « chaîne confessionnelle » de distribution. Il en est de même pour la plus grande partie du coût de transport ; les « autochtones régionaux » n'encalssent que 1 ou 2 francs par kilo de poisson, alors que le transport du poisson de Mopti à Bouaké s'élève à 10 francs.

La cola et les marchandises exportées ou réexportées sont transportées par les mêmes Dioula ; les « Ivoiriens de souche » ne gagnent que la marge de gros (8 % du C.A.) (1).

De ce point de vue, Bouaké n'a pas su tirer parti de sa position géographique et de son rôle, malgré le nombre très élevé de transporteurs et de petits commerçants domiciliés dans la région.

## VOLUMES DES COÛTS DE COMMERCIALISATION SELON L'ORIGINE, REGIONALE OU EXTERIEURE (1)

DES AGENTS (Transporteurs - Commerçants)

(en millions de francs CFA)

Produits	Origine des Agents	Transport		Marge		Total	
		Extérieure	Régionale	Extérieure	Régionale	Extérieure	Régionale
Cola .....		18,6	1,4	—	—	18,6	1,4
Bétail .....		136,3	—	100,3	1,8	236,6	1,8
Volailles .....		2,9	—	18,5	—	21,4	—
Poissons Mopti .....		31,9	4,3	264,1	15,0	296,0	19,3
Total .....		189,7	5,7	382,9	16,8	572,6	22,5

(1) Toutefois, il ne faudrait pas que le lecteur identifie Dioula à étranger. Bien que faisant partie d'une « chaîne confessionnelle » qui débord largement les frontières de la Côte d'Ivoire, les Dioula domiciliés dans la région sont une force économique implantée solidement et ils se comportent en nationaux.

C'est pourquoi les notions d'importations et d'exportations de « transport », théoriquement correctes, peuvent difficilement être saisies réellement, la « confession » d'une part et la domiciliation d'autre part ne nous paraissant pas des critères suffisants quant à la définition des « nationaux » ou « régionaux ».

La monnaie d'échange de la région est constituée par deux groupes de produits :

— les produits manufacturés fabriqués par les entreprises industrielles implantées dans la région (cigarettes, tissus, ficellerie) ;

— les cultures d'exportation (café, cacao).

L'agriculture vivrière n'intervient dans les exportations que pour moins de 200 millions.

L'exportation d'articles de la production artisanale est marginale :

— 16 millions de bijoux ;

— et 36 millions de pagnes Baoulé.

### c) L'économie de « traite »

Nous avons vu que l'économie régionale est en partie dominée par les cultures d'exportation. Le commerce régional est encore davantage subordonné à ces cultures. Les cultures vivrières, qui occupent une plus grande partie de la population de la région, ont essentiellement un rôle de subsistance, leur quantité commercialisée dépendant de l'ampleur de la traite qui détermine aussi l'importance des constructions d'habitation. La traite est « le poumon » de l'économie régionale.

A l'époque coloniale, cette économie était « cohérente » : la colonie devait être le fournisseur de matières premières à l'industrie métropolitaine, le débouché des produits manufacturés provenant de la métropole et l'exutoire pour les capitaux métropolitains en quête de placements rentables.

Mais à l'heure actuelle, cette économie de traite, par sa place encore prédominante, rend l'économie régionale extrêmement fragile, car elle commande toutes les autres activités économiques et en particulier le commerce et les transports.

#### 1) Les variations saisonnières.

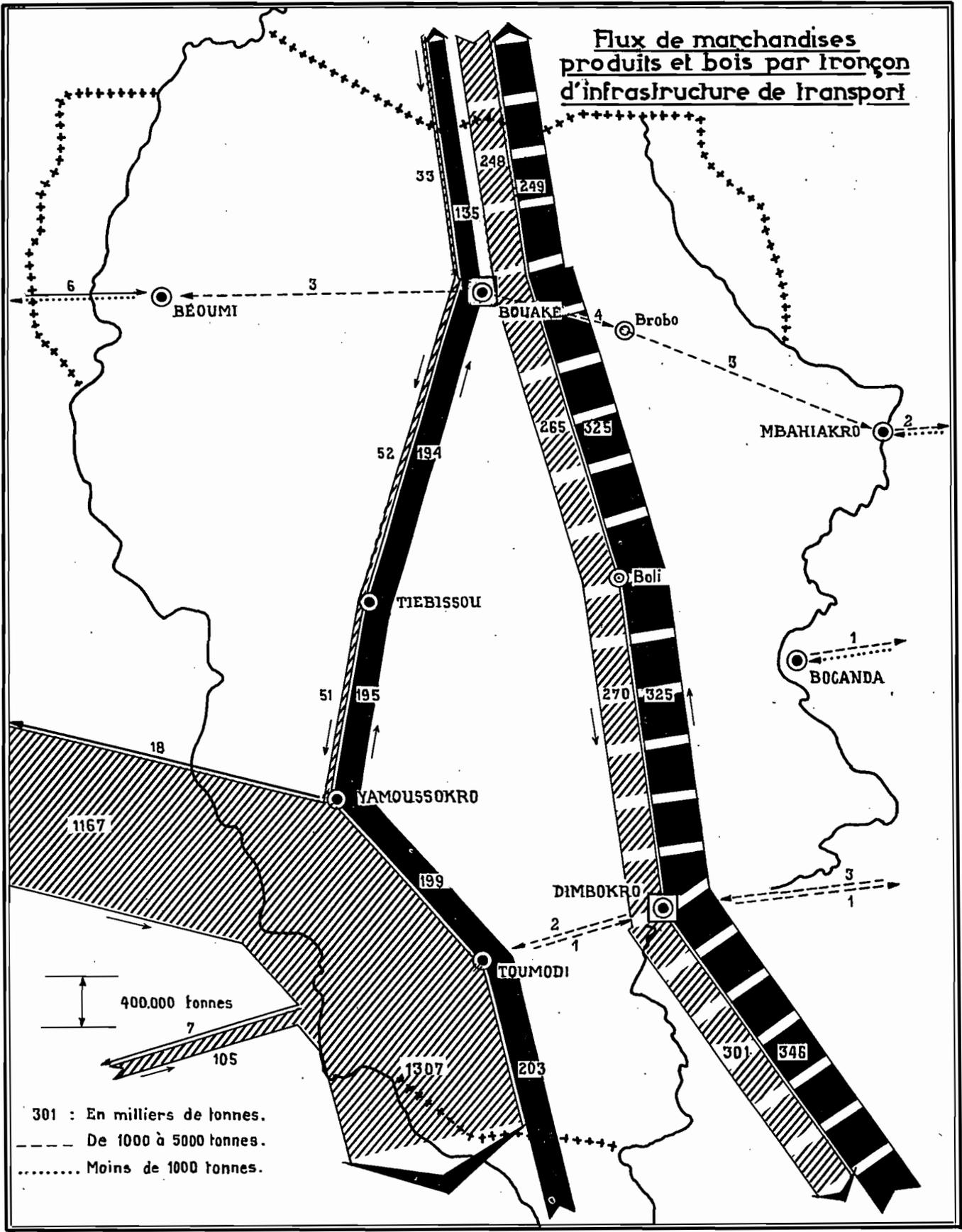
Les fluctuations saisonnières sont extrêmement fortes. D'une façon générale on ne travaille, avec l'utilisation optimale des moyens de transport et du commerce, que pendant quatre mois de l'année : novembre (préparation de la traite), décembre, janvier et février (campagne de la traite).

En novembre-décembre, les commerçants augmentent leurs stocks en prévision de l'importance de la traite et les transporteurs révisent leurs camions ou en achètent d'autres ; les crédits d'achat de ces camions seront remboursés durant la traite, les traitants et les sous-traitants, comme leur nom l'indique, c'est la saison d'activité de l'année, leur saison.

Ceci, précisons-le, n'est pas particulier à la Côte-d'Ivoire. Dans de nombreux pays sous-développés, anciennes colonies (Ghana, Cameroun) ou jamais colonisés (Thaïlande) dont l'exportation est basée sur quelques produits agricoles, les activités économiques et commerciales se situent à une seule période de quelques mois de l'année. C'est la conséquence de la production non diversifiée.

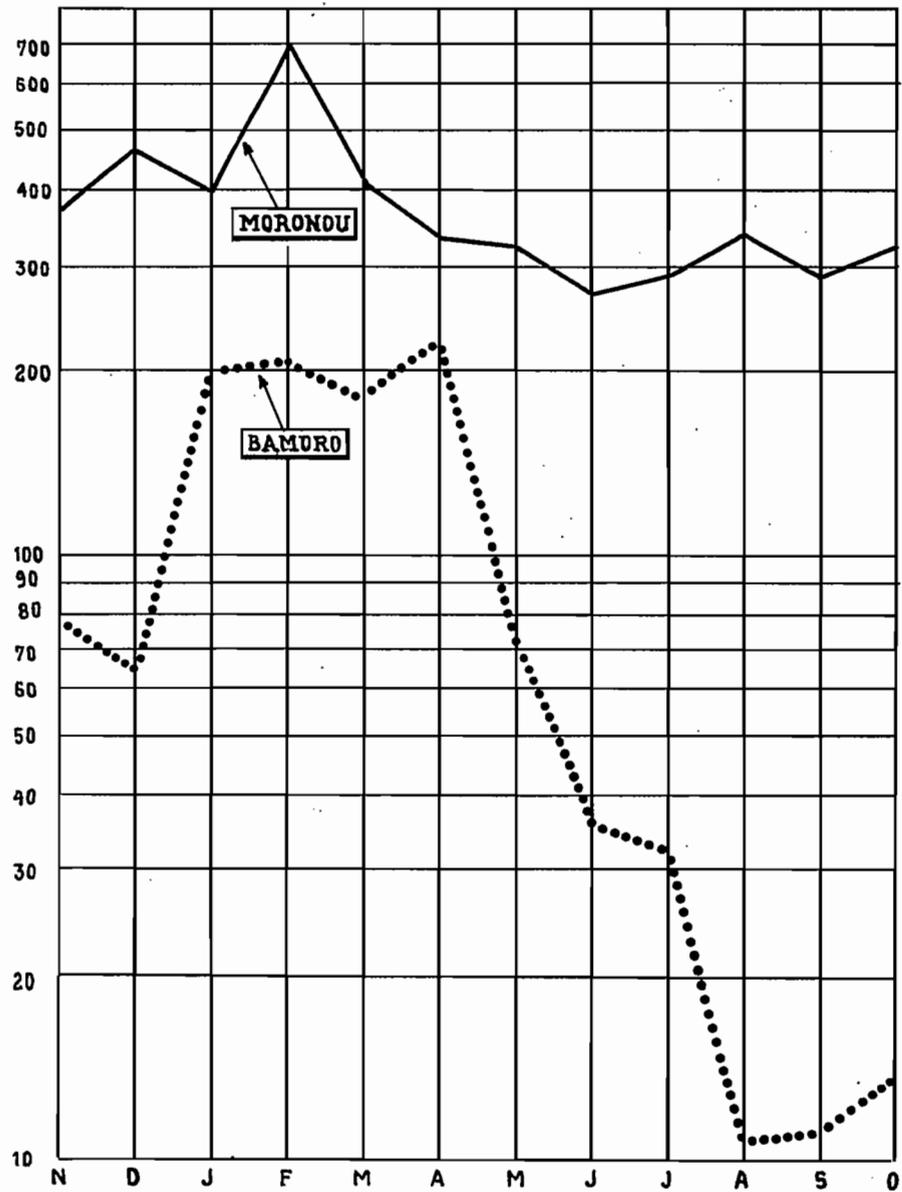
Sur un plan plus large du commerce mondial, les cours du café et du cacao, principales richesses exportables de la région, subissent des fluctuations plus accentuées que tous les autres produits primaires et matières premières provenant des pays du Tiers-Monde.

# Flux de marchandises produits et bois par tronçon d'infrastructure de transport

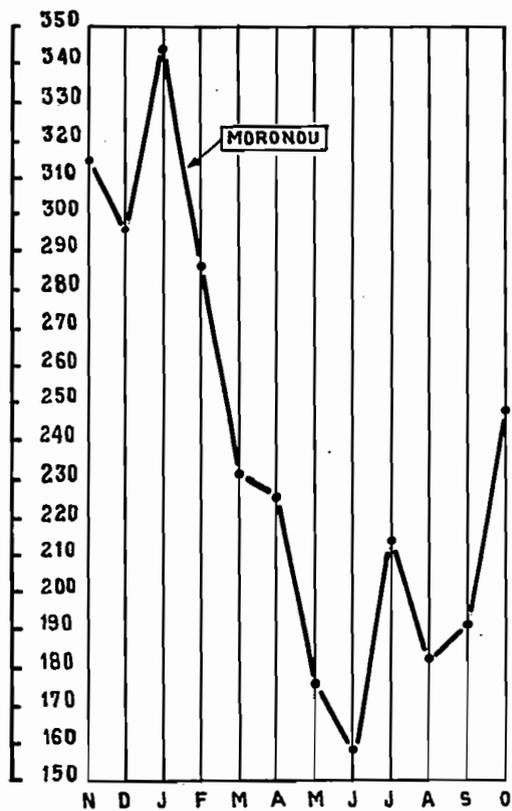


301 : En milliers de tonnes.  
 --- De 1000 à 5000 tonnes.  
 ..... Moins de 1000 tonnes.

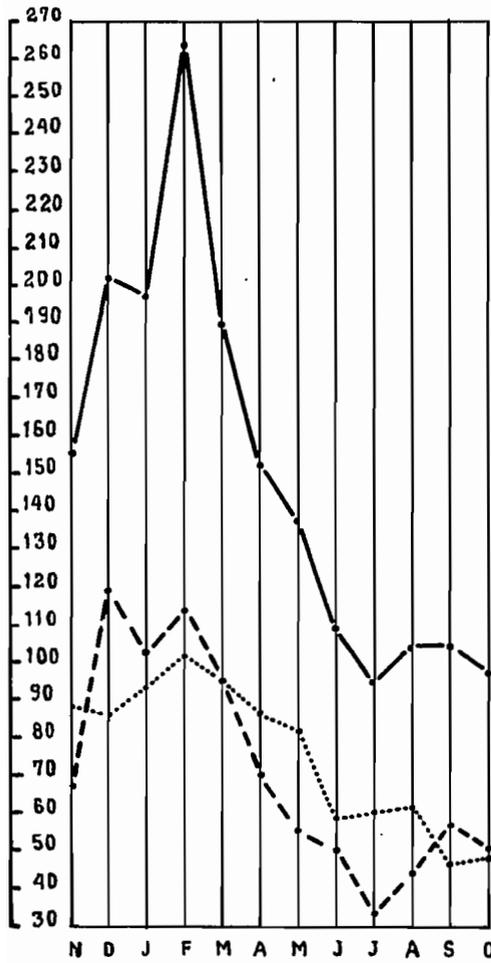
CIRCULATION SUR LE GRAND AXE MÉDIAN  
Nombre de voitures/jour (toutes catégories)  
ANNEÉ 1962 - 1963



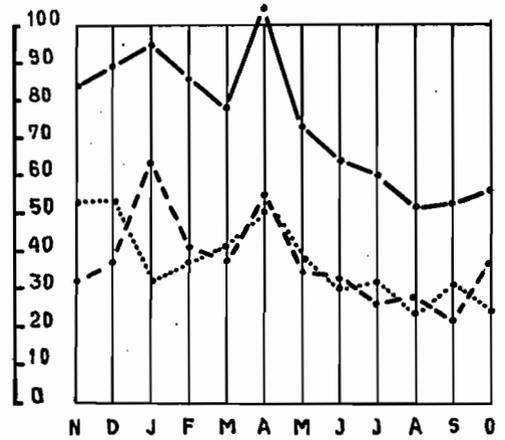
Transport en commun marchandises et voyageurs sur l'axe Abidjan-Bouaké  
Nombre de voitures/jour - année 1962-63-



### MORONOU



### BAMORO



CAMIONS DE MARCHANDISES (SANS VOYAGEURS)

Année 1962-1963

# INDICE DES PRIX A L'EXPORTATION DE PRODUITS PRIMAIRES PAR LES PAYS SOUS-DEVELOPPES (1)

(Base 100 en 1953)

Groupes de produits	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962	1963
Produits alimentaires .....	117	98	97	102	97	85	83	80	80	97 (2)
Produits non alimentaires ....	101	108	105	103	93	101	105	98	94	93
Minéraux .....	103	104	105	108	110	105	103	103	103	103

(1) Bulletin mensuel de statistique - 1961 à 1964 - et annuaire statistique de l'O.N.U.

(2) Hausse due à la régression de la production en Amérique du Sud et aux Antilles (fléaux naturels).

Rappelons que l'année de base choisie (1953) est une année de basse conjoncture (fin de la guerre de Corée). Depuis cette date les cours des produits alimentaires n'ont cessé d'être en baisse (20 % en 8 ans), les deux années favorables étant 1954 (crise indochinoise lors de la bataille de DIEN-BIEN-PHU) et 1957 (lendemain de la nationalisation du canal de SUEZ).

Les prix du café et du cacao suivent la même tendance.

Prix F/kg	1954	1962	1963	% Baisse
Café .....	154	80	77	50 %
Cacao .....	137	70	67	49 %

Sur le plan intérieur, la courte période de commercialisation de ces produits entraîne la circulation d'une masse monétaire importante, l'augmentation de la demande entraîne une hausse des prix.

### a) Variation des prix.

Produits	Prix (1)		% d'augmentation
	Pendant la traite	Moyenne annuelle	
Igname précoce (F/kg) ..	17	14	+22
Igname tardive > ..	13	10	+30
Riz au détail > ..	58	49	+18
Sucre > ..	92	80	+14
Poissons > ..	292	269	+ 8
Sel > ..	24	15	+60
Pagne Wax (pagne 2 yards)	800	700	+12

(1) Prix au petit détail en brousse.

Pour l'ensemble de ces produits de grande consommation, la hausse des prix est de l'ordre de 20 % par rapport à la moyenne annuelle.

Il convient de préciser que cette période de traite se situe juste après les grandes récoltes d'igname. La hausse des prix enregistrée ici est due aux marges réalisées par les revendeuses d'igname sur les marchés urbains et semi-urbains, alors que sur les marchés fournisseurs de vivres, l'igname est moins chère pendant cette période. Il faut aussi tenir compte de l'augmentation de la demande de vivres en Basse-Côte du fait de l'afflux de travailleurs saisonniers sur les plantations.

C'est aussi pendant cette période de la traite que les termes de l'échange des principaux produits contre des marchandises de grande consommation s'élèvent à l'indice 101 contre 77 pour certaines régions pendant la période creuse (juin-septembre). C'est la seule période de haute conjoncture de l'année = + 1 point seulement sur 100. La hausse est beaucoup plus importante pour les produits et marchandises d'importation que pour les produits locaux, bien que certaines marchandises, dont on ne peut pas

morceler le conditionnement initial, ne subissent pas de variations de prix : allumettes, piles électriques, boissons gazeuses, boîtes de sardines, etc... S'il y a une hausse sur ces marchandises, elle est due au petit détail ; en ville, dans le détail moderne, les prix de ces produits sont, dans l'ensemble constants durant l'année.

Sur un plan plus général de l'analyse économique des prix, les graphiques sur les variations saisonnières nous permettent de formuler l'hypothèse que le problème de prix est essentiellement fonction du rôle de la monnaie dans des budgets familiaux :

— en économie de marché (centres urbains, centres semi-urbains, zones à cultures d'exportation), le flux monétaire en circulation pendant et après la traite (janvier à mai) fait monter les prix des produits ruraux. Cette hausse est plus importante que celle concernant les marchandises vendues « à l'unité moderne », mais reste inférieure à celle touchant les marchandises vendues « au petit détail ».

— en milieu rural, l'apparition de rares primeurs sur les marchés entraîne la hausse des prix des produits vivriers pendant la période de soudure entre les récoltes (troisième trimestre). Par contre durant le quatrième trimestre, période qui coïncide avec celle des récoltes, la chute des prix est plus accentuée que la hausse enregistrée au trimestre précédent.

En somme la variation saisonnière des prix comporte deux phénomènes :

— en économie monétarisée, la spéculation a pour origine l'ampleur de la demande du moment liée à la masse monétaire injectée alors que l'abondance de l'offre n'a qu'une importance mineure sur la variation des prix ;

— en milieu rural à économie faiblement monétarisée, la rigidité des besoins en numéraire par rapport au faible volume de produits offerts provoque la hausse des prix des produits. Pendant cette période de rareté, la loi de l'offre et de la demande intervient.

### b) Variation des flux.

Dans l'ensemble, les flux de marchandises et le chiffre d'affaires des entreprises commerciales sont partagés presque en parts égales :

— 52 % pendant 4 mois de traite ;

— et 48 % pendant le reste de l'année.

Ce qui veut dire que le volume des affaires durant un mois de traite est deux fois supérieur à celui réalisé « hors traite ».

Les commerçants, d'ailleurs, ont l'habitude de dire « après la traite c'est mort » ; cette phrase explique bien le poids de l'économie de traite dans le commerce et dans l'ensemble de l'économie régionale.

**FLUX DE MARCHANDISES  
ET DE PRODUITS IMPORTES**

(en pourcentages)

Provenance	Pendant la traite (4 mois)	Hors traite (8 mois)	Total
<b>Du Nord</b> (Poissons de Mopti, vivres agricoles et bétail) .....	46	54	100
<b>Du Sud</b> (Marchandises générales, produits phar., vivres non agricoles) .....	59	41	100
Ensemble .....	55	45	100
Export. de la cola (%) ..	31	69	100

**VARIATION SAISONNIERE DU CHIFFRE D'AFFAIRES  
DES VENTES EN GROS ET DEMI-GROS**

(en pourcentage)

Nationalité des entreprises	Traite (4 mois)	Hors traite (8 mois)	Total (12 mois)
Commerce libanais .....	44	56	100
Commerce européen .....	56	44	100
Moyenne pondérée de l'ensemble .....	52	48	100
Vente par mois ramenée à 1 pour un mois moyen .....	1,56	0,72	1

**c) Fluctuations dans les transports routiers.**

Dans les transports, on enregistre deux sortes de fluctuations :

- nombre de voitures et quantités transportées ;
- coût du transport.

**FLUCTUATIONS DES TRANSPORTS**

Désignation	Pendant la traite	Hors traite	Moyenne annuelle
Nombre de voitures de transport en commun sur l'axe Abidjan-Bouaké (par jour) ..	307	203	238
Coût par tonne/km (F) ....	11,0	9,4	9,8
— direction Sud-Nord .....	11,5	9,6	10,6
— direction Nord-Sud .....	10,7	8,9	9,3

En période de traite, 76 % des camions circulent à pleine charge (37 % dépassent même la charge utile) ; le reste de l'année, un véhicule sur trois ne transporte que la moitié, ou moins, de sa charge utile.

Spécialement pour le transport des travailleurs saisonniers provenant de Haute-Volta et du Niger, on trouve souvent de très fortes surcharges — 40 à 60 personnes dans un camion T.46, de 5 tonnes de charge utile de marchandises et dont le nombre de voyageurs autorisés ne dépasse pas 25 personnes.

L'accroissement de la circulation sur les routes pendant la traite est de :

- 29 % par rapport à la moyenne annuelle ;
- 51 % par rapport à la période hors traite.

Quant à la fluctuation des coûts de transport, on enregistre une hausse moyenne de 12 % pendant la traite par rapport à la moyenne annuelle et de 17 % par rapport à la période « hors traite ».

Ces fluctuations de coûts de transport n'affectent que les marchandises et les produits ; aucune variation notable n'a été détectée sur l'axe principal nord-sud quant au coût de transport pour les voyageurs ; le tarif syndical, affiché à l'intérieur du véhicule, est généralement respecté. Toutefois, la surcharge est habituelle pendant la période de la traite.

**2) Variation dans l'espace.**

A l'analyse précédente de la variation des prix dans le temps, doit s'ajouter l'analyse de la variation des prix dans l'espace : le problème des zones de prix. Puis nous approfondirons cette analyse afin de pouvoir lier les prix au pouvoir d'achat des producteurs.

C'est, nous semble-t-il, le véritable problème des prix. Pour effectuer cette étude, nous calculerons les termes de l'échange. Nous employons pour cela la technique de calcul appliquée au commerce extérieur, les termes de l'échange ou « terms of trade » exprimés en indices par rapport à la base 100 prise comme référence régionale (1).

Un produit rapporte une somme d'argent au producteur mais, avec cette somme, que peut-il acheter comme marchandise pour sa consommation et où se situent géographiquement les transactions ?

**a) Zones de prix.**

La valeur de l'indice du terme de l'échange a été calculée pour chaque marché de l'échantillon. La carte indique ces valeurs. Le regroupement des informations a permis d'obtenir des zones de prix, à l'intérieur desquelles les prix sont plus ou moins homogènes.

Ainsi, six zones de prix ont été déterminées ; elles correspondent approximativement aux zones d'attraction des marchés.

Pour toute la région, sauf Bouaké-ville (zone A), il n'existe que deux zones où l'indice  $100 \frac{x}{m}$  est supérieur à 100 :

— **Bouaké-ville** et marchés périphériques ou zone A,  $I = 156$  ; ville commerciale de la région où la majorité des produits vivriers est vendue par des commerçants (revente) et où les prix des marchandises sont les plus bas grâce au nombre important d'entreprises de vente au détail moderne (25 sur un total général de 68).

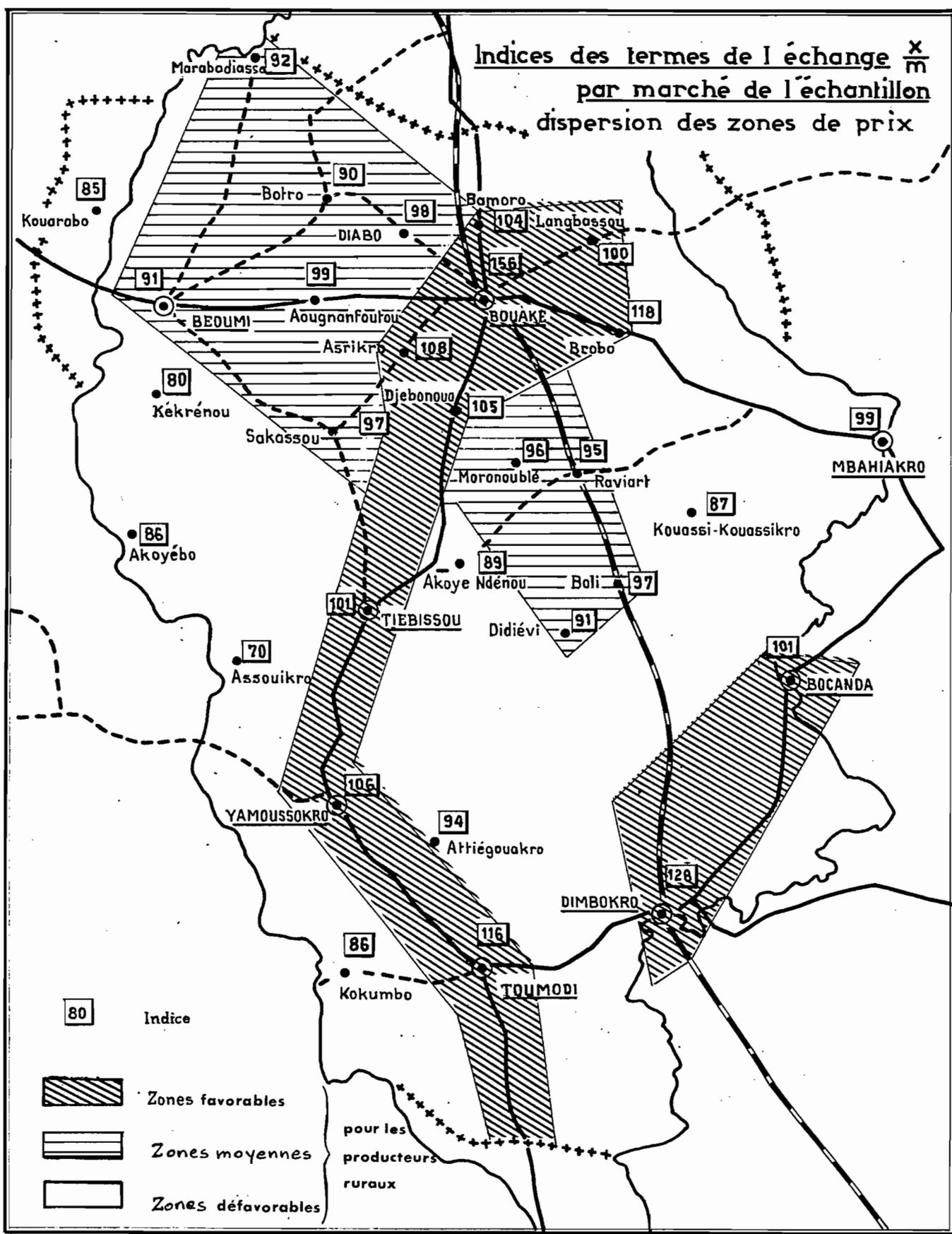
— **Zone Toumodi-Dimbokro** ou zone B,  $I = 106$ . Zone de cultures d'exportation ; les produits vivriers y sont chers et les marchandises sont à des prix abordables grâce aux courtes distances qui la relie à Abidjan.

— **Zone satellite de Bouaké** ou zone C,  $I = 102$ . La proximité de Bouaké la place en position favorable. Les produits vivriers ne sont pas chers et les prix des marchandises sont également modérés. C'est le rayonnement de Bouaké-ville.

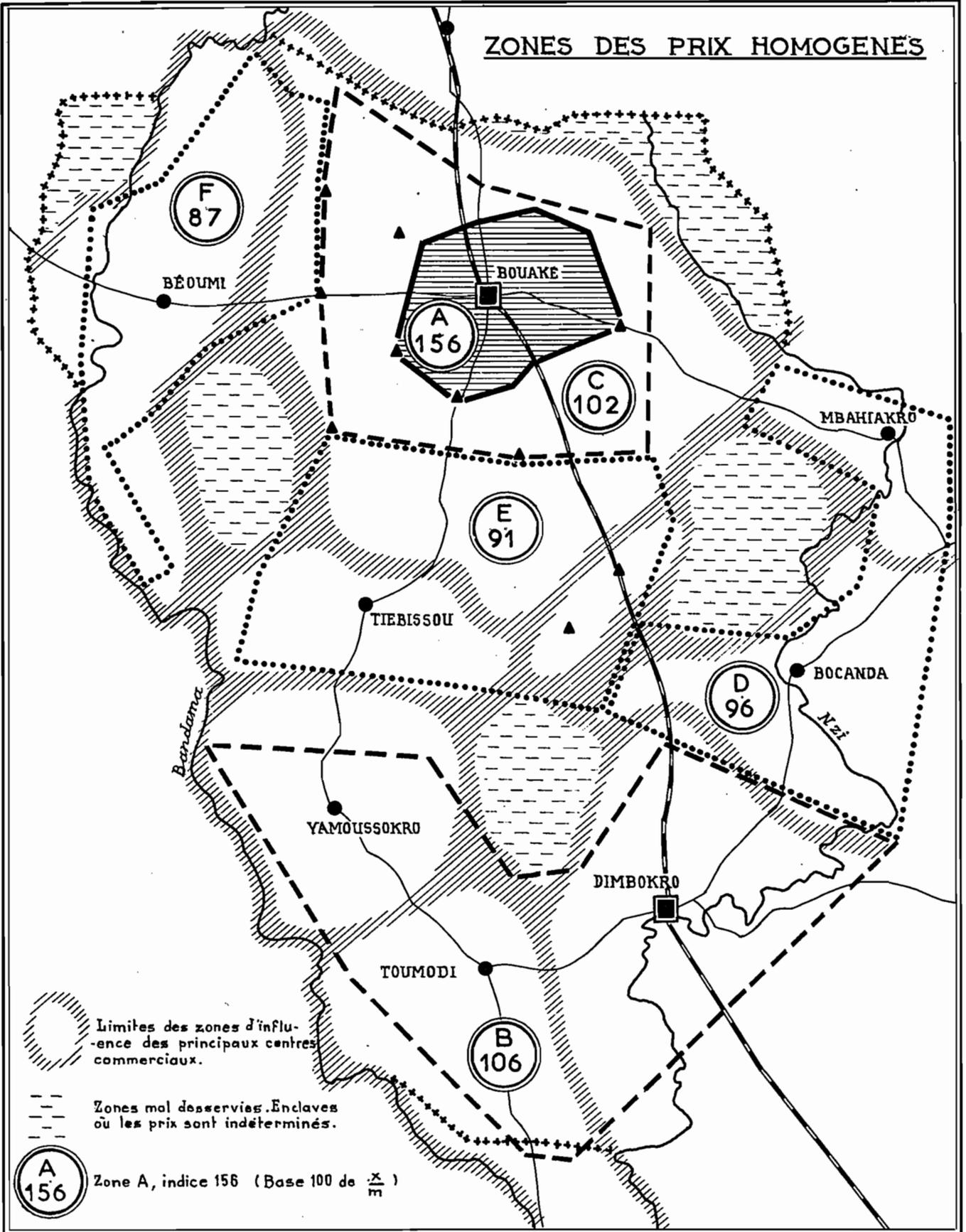
(1) Nous avons pris les ventes des principaux produits ruraux comme correspondant à « l'export », et les achats des principales marchandises ou produits importés comme « import ». Ainsi, un indice supérieur à 100 indiquera une zone à prix d'exportation favorable, un indice inférieur à 100 signifiera le contraire. Les prix régionaux seront des moyennes pondérées par les quantités, des prix observés sur les différents marchés de la région.

Si nous appelons  $x$  l'indice des prix de vente et  $m$  l'indice des prix d'achat la quantité  $\frac{x}{m}$  représente la valeur du terme de l'échange. Les produits retenus sont : l'igname précoce, l'igname tardive, le manioc, le maïs, le piment, le bois de chauffe, le riz local, l'arachide, le tabac en poudre et l'attiéké. Les marchandises retenues sont : le sucre, le sel, le poisson fumé, le poisson séché, les pagnes Wax, les pagnes Fancy, le pétrole, les cuvettes, les machettes.

Indices des termes de l'échange  $\frac{x}{m}$   
par marché de l'échantillon  
 dispersion des zones de prix



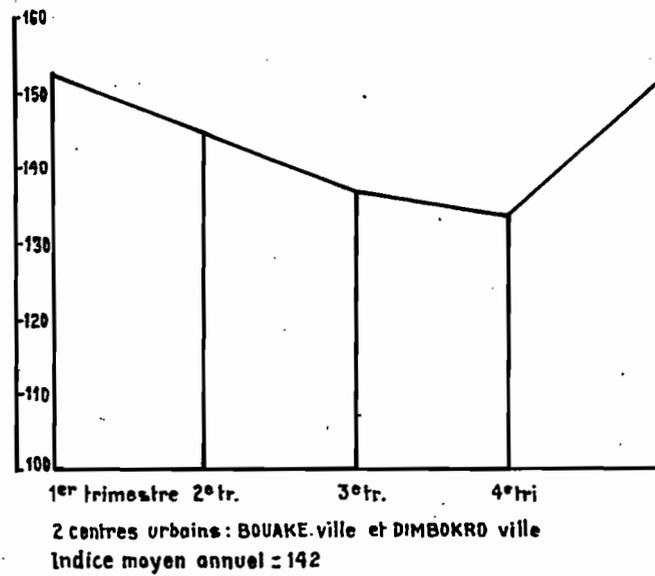
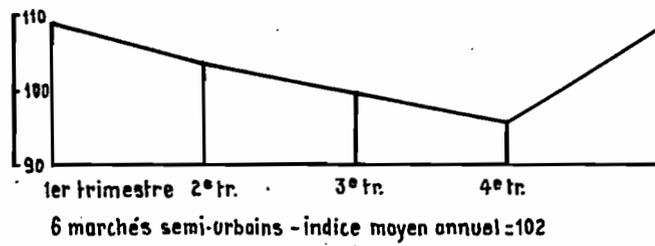
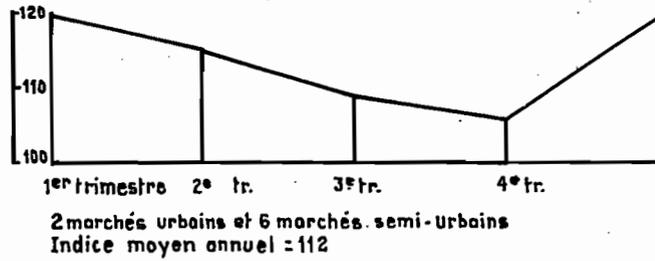
# ZONES DES PRIX HOMOGÈNES



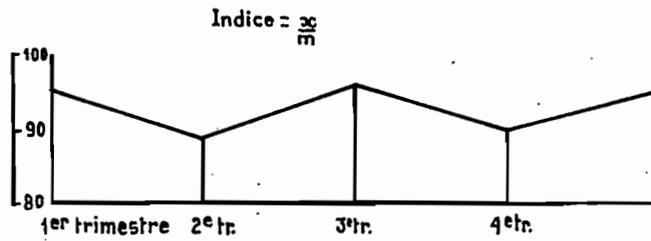
 Limites des zones d'influence des principaux centres commerciaux.  
 Zones mal desservies. Enclaves où les prix sont indéterminés.  
 Zone A, indice 156 (Base 100 de  $\frac{X}{E}$ )

## Indice des termes de l'échange en milieu urbain et semi urbain

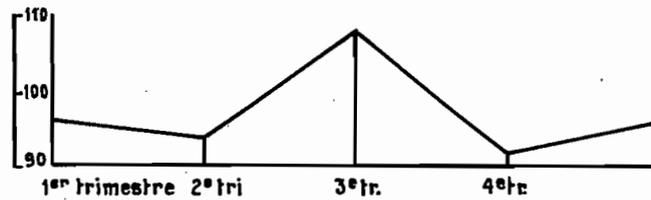
$$\text{Indice} = \frac{x}{m}$$



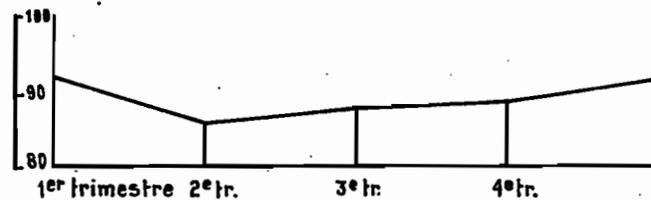
## Indice des termes de l'échange en milieu rural



Marchés ruraux et marchés de brousse ensemble.  
Indice moyen annuel: 91



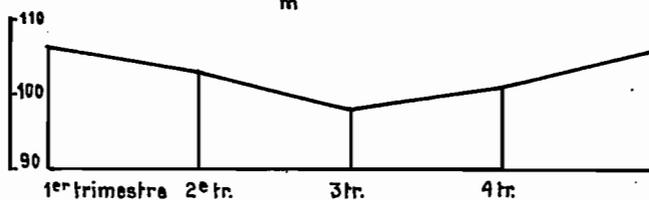
Marchés ruraux.  
Indice moyen annuel: 97



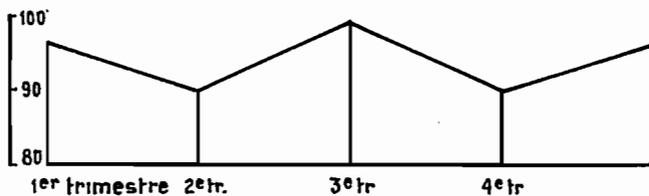
Marchés de brousse.  
Indice moyen annuel: 88

## Indice des termes de l'échange par zone de production et Bouaké ville

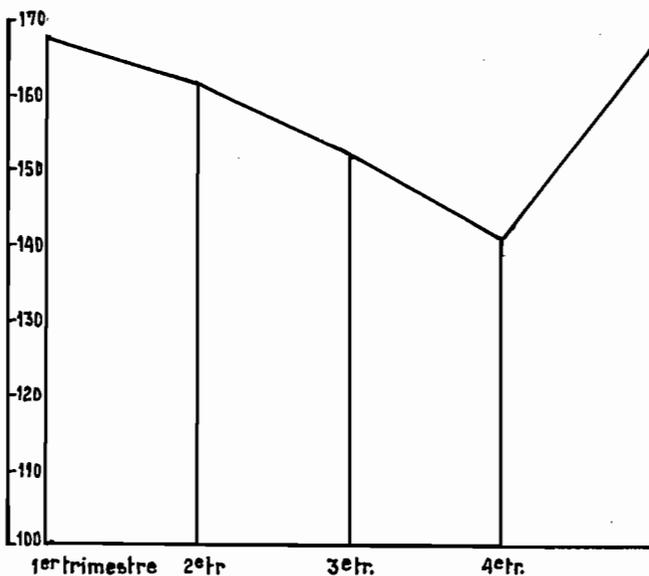
$$\text{Indice} = \frac{P}{M}$$



Zone Café, Cacao, Cola ( Région Dimbokro ,  
Mbahiakro , Toumodi et Yamoussokro )  
Indice moyen annuel : 103



Tous les autres marchés sauf Bouaké ville  
Indice moyen annuel : 93



Zone A : Bouaké ville  
Indice moyen annuel : 156

— Zone Est ou zone D (Bocanda-M'Bahlakro) : indice I = 96. Essentiellement à cultures d'exportation (boucle du cacao), cette zone « importe » des vivres à des prix élevés (1 kg d'igname vaut 12 F contre 15 F à Bouaké et 8 F en brousse). En raison des distances et de la prédominance du petit détail, les prix des marchandises sont également élevés.

— Zone centre ou zone E (Tiébissou), I = 91. Placée entre les zones dominantes de Bouaké et de Toumodi, la zone E joue un rôle secondaire dans la distribution des marchandises, alors qu'elle est un des principaux fournisseurs de la production vivrière.

— Zone Ouest ou zone F (Béoumi), I = 87. Cette zone est la plus défavorisée de la région. Elle fournit des produits vivriers ; mais, mal desservie par le commerce à cause de l'état de son réseau routier, les prix des vivriers sont faibles et le coût des marchandises élevé.

Si l'on compare les deux extrêmes (Béoumi et Bouaké-ville), on constate une disparité de l'ordre de 1 à 2 (1 à 1,8). Ce qui signifie que le producteur-vendeur, pour obtenir une unité de marchandise donnée, doit vendre deux fois plus de produits à Béoumi qu'à Bouaké.

Voici les différentes unités de produits ruraux à fournir par chacune des zones pour une unité de marchandises :

- Zone A = 0,64.
- Zone B = 0,94.
- Zone C = 0,98.
- Région = 1,00.
- Zone D = 1,04.
- Zone E = 1,10.
- Zone F = 1,15.

**b) Le phénomène du « troc différé ».**

Dans les marchés de la catégorie « brousse », la monnaie n'intervient qu'en tant qu'instrument d'échange utilisé immédiatement ; le rôle de la monnaie est donc limité dans le temps et dans l'espace.

Il apparaît utile d'effectuer, pour les grandes catégories de marché, le calcul du terme de l'échange pour les opérations de troc « différé ».

Nombre d'unités de produits pour une unité de marchandises (1)		
<b>Marchés urbains, semi-urbains et zone</b>		
Bouaké-ville .....	A	0,58
Tiebissou .....	E	1,06
Toumodi .....	B	1,03
Dimbokro .....	B	0,78
Bocanda .....	D	1,28
<b>Marchés ruraux et zone</b>		
Moronouble .....	E	1,96
Sakassou .....	E	1,32
Didiévi .....	C	1,57
Brobo .....	C	1,30
<b>Marchés de brousse et zone</b>		
Akoye Ndenou .....	E	1,76
Attiegouakro .....	B	1,65
KouassiKouassikro .....		1,86
Bondoussou .....	F	2,00
Marobadiassa .....	F	1,82

Ce tableau fait apparaître que le « troc différé », apauvrissement des marchés ruraux et de brousse où l'économie de subsistance conserve une place importante, est particulièrement défavorable au producteur rural, puisqu'en le replaçant dans les zones de prix, on obtient :

	Prix	« Troc différé »
Zone A .....	0,64	(2)
Zone B .....	0,94	1,15
Zone C .....	0,98	1,30
Zone D .....	1,04	1,43
Zone E .....	1,10	1,19
Zone F .....	1,15	1,72
Région .....	1,00	1,36

Ainsi, dans le circuit moderne, s'il faut une unité de produits pour une unité de marchandises, dans le circuit de l'économie de subsistance il faut 1,36 unité de produits pour une unité de marchandises.

Les producteurs ruraux éloignés des centres, étant nécessairement obligés d'emprunter ce circuit, voient leur « niveau de dépenses » alourdi d'au moins 36 %.

Une autre constatation peut être faite : à l'intérieur d'une même zone de prix, la disparité mesurée sur les indices « troc différé » entre les centres urbains et les marchés de brousse est de l'ordre de 1,5.

- Tiebissou-Sakassou et Akoye Ndenou = 1,5.
- Béoumi et Marabadiassa-Bondoussou = 1,4.
- Toumodi et Attiegouakro = 1,7.
- Bocanda et Koissi-Koissikro = 1,5.

\*\*\*

En résumé, la situation géographique des villages par rapport aux centres commerciaux est le principal indicateur du pouvoir d'échange des producteurs ruraux, pouvoir qui se répercute directement sur la rentabilité du travail et du niveau de vie en général.

Cette situation n'est pas particulière à la région de Bouaké ; elle existe dans tous les pays, qu'ils soient en voie de développement ou développés ; mais dans ces derniers, la disparité des prix est beaucoup moins prononcée.

L'organisation du commerce régional doit donc avoir pour objectif principal l'élévation du pouvoir d'échange des producteurs ruraux. Le problème se pose sur trois plans :

- le développement des centres commerciaux possédant une large ouverture sur les villages ;
- l'écoulement de la production rurale à des prix garantis ;
- l'orientation et le contrôle de la distribution des marchandises, notamment le contrôle des prix.

(1) Les mêmes produits et marchandises ont été retenus à l'exception du riz local, de l'arachide, du tabac en poudre et de l'attléké pour les produits et des pagnes Fancy, des cuvettes et des machettes pour les marchandises.  
 (2) Dans la zone A, le « troc différé » est presque inexistant : l'indice n'a donc pas de signification.

## LES COMPTES D'EXPLOITATION

### a) Le transport

ANNEE 1963

Branche : 24

Activité principale : TRANSPORT

COMPTE D'EXPLOITATION Millions de F. CFA

<b>1°) Achats</b>	
1. Agriculture vivrière - élevage .....	0,2
2. Agriculture industrielle et d'exportation ..	—
3. Exploitation forestière .....	—
4. Pêche .....	—
5. Travail des grains et farines .....	—
6. Conserveries - thé - café - cacao .....	—
7. Boissons - glace .....	—
8. Autres industries alimentaires - tabac ....	—
9. Energie - eau .....	169,1
10. Activité extractive - sel - soufre .....	—
11. Première transformation des métaux ....	0,3
12. Matériaux de construction .....	1,7
13. Engrais .....	11,7
14. Chimie - parachimie - caoutchouc .....	2,9
15. Industrie du bois .....	5,2
16. Montage et réparation de véhicules .....	213,0
17. Autres industries mécaniques et électriques	7,5
18. Industrie textile .....	0,5
19. Cuirs et articles chaussants .....	0,1
20. Corps gras autres que beurre .....	1,7
21. Articles en caoutchouc et matière plastique	25,9
22. Produits industriels divers .....	8,5
23. Bâtiment et travaux publics .....	6,5
24. Transports et auxiliaires .....	30,7
25. Loyers .....	27,7
26. Autres services .....	21,1
<b>Total achats</b> .....	<b>522,6</b>
<b>2°) Valeur ajoutée</b>	
Salaires et avantages .....	449,2
Impôts indirects et subventions .....	53,0
Revenu brut d'exploitation .....	260,2
<b>Total V.A.</b> .....	<b>762,4</b>
<b>Total production</b> .....	<b>1.285,0</b>

La valeur ajoutée représente près de 60 % du total de la production, les salaires versés intervenant pour également 60 % dans cette valeur ajoutée .

Le Revenu Brut d'Exploitation par véhicule s'établit à 145.000 F environ, ce qui est très faible. Ce niveau s'explique par le nombre important de véhicules dans la région : 1 véhicule pour 350 habitants.

Deux grands postes apparaissent dans les achats :

— réparations 40 % ;

— carburants 32 %.

Les dépenses de « pneumatiques » sont relativement faibles = 5 %.

### b) Le commerce

ANNEE 1963

Branche : 27

Activité principale : COMMERCE

COMPTE D'EXPLOITATION Millions de F. CFA

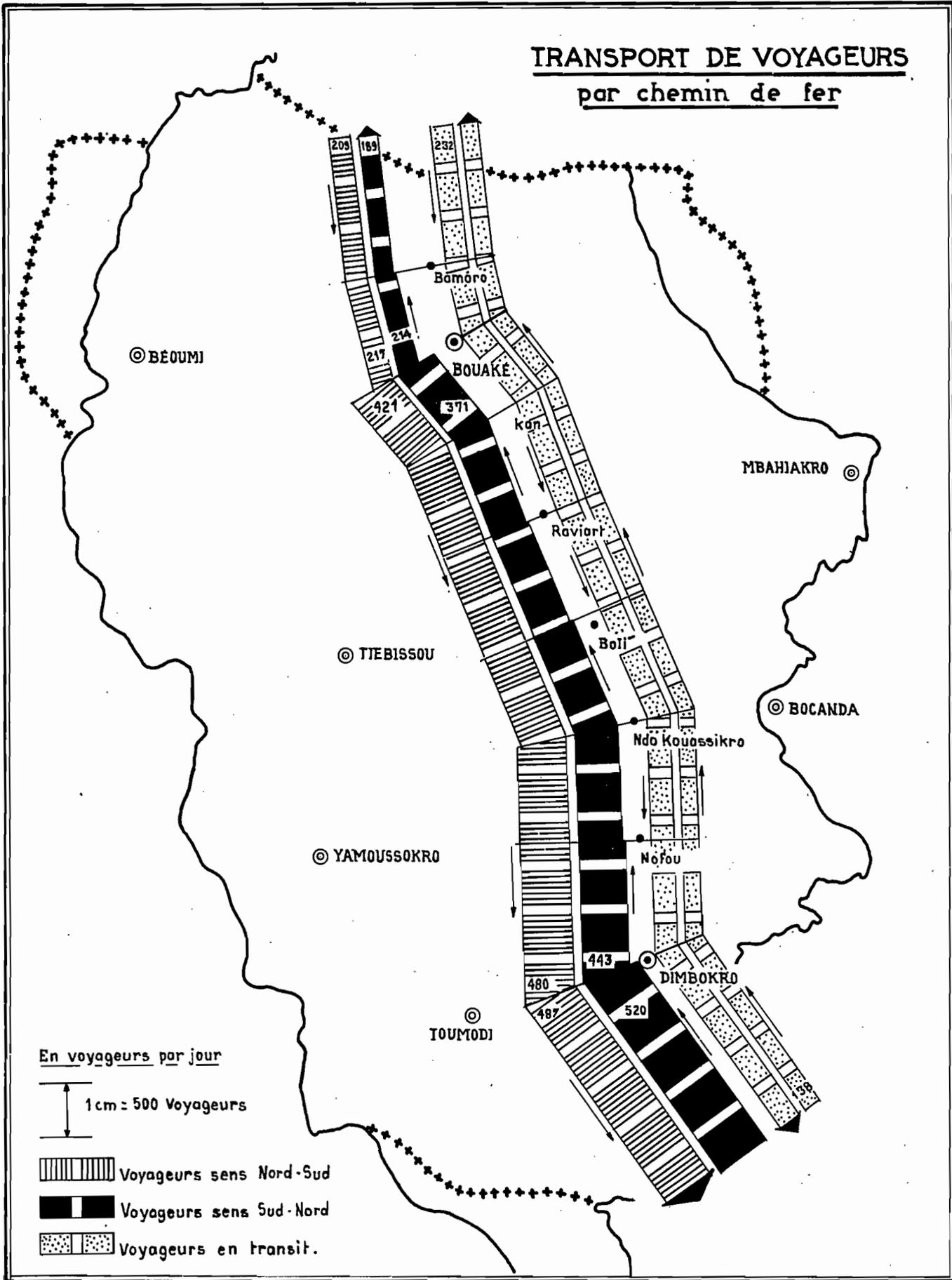
<b>1°) Achats</b>	
1. Agriculture vivrière - élevage .....	—
2. Agriculture industrielle et d'exportation ..	—
3. Exploitation forestière .....	—
4. Pêche .....	—
5. Travail des grains et farines .....	—
6. Conserveries - thé - café - cacao .....	—
7. Boissons - glace .....	—
8. Autres industries alimentaires - tabac ....	—
9. Energie - eau .....	84,2
10. Activité extractive - sel - soufre .....	—
11. Première transformation des métaux ....	2,9
12. Matériaux de construction .....	—
13. Engrais .....	—
14. Chimie - parachimie - caoutchouc .....	2,2
15. Industrie du bois .....	6,5
16. Montage et réparation de véhicules .....	5,9
17. Autres industries mécaniques et électriques	66,8
18. Industrie textile .....	52,6
19. Cuirs et articles chaussants .....	—
20. Corps gras autres que beurre .....	0,3
21. Articles en caoutchouc et matière plastique	4,7
22. Produits industriels divers .....	24,9
23. Bâtiment et travaux publics .....	23,9
24. Transports et auxiliaires .....	706,7
25. Loyers .....	149,1
26. Autres services .....	149,3
<b>Total achats</b> .....	<b>1.280,0</b>
<b>2°) Valeur ajoutée</b>	
Salaires et avantages .....	603,0
Impôts indirects et subventions .....	1.970,5
Revenu brut d'exploitation .....	2.087,4
<b>Total V.A.</b> .....	<b>4.660,9</b>
<b>Total production</b> .....	<b>5.940,9</b>

L'analyse entre le secteur moderne et celui du « petit détail » ayant été effectuée précédemment, nous ne présentons ici que le compte global de la branche.

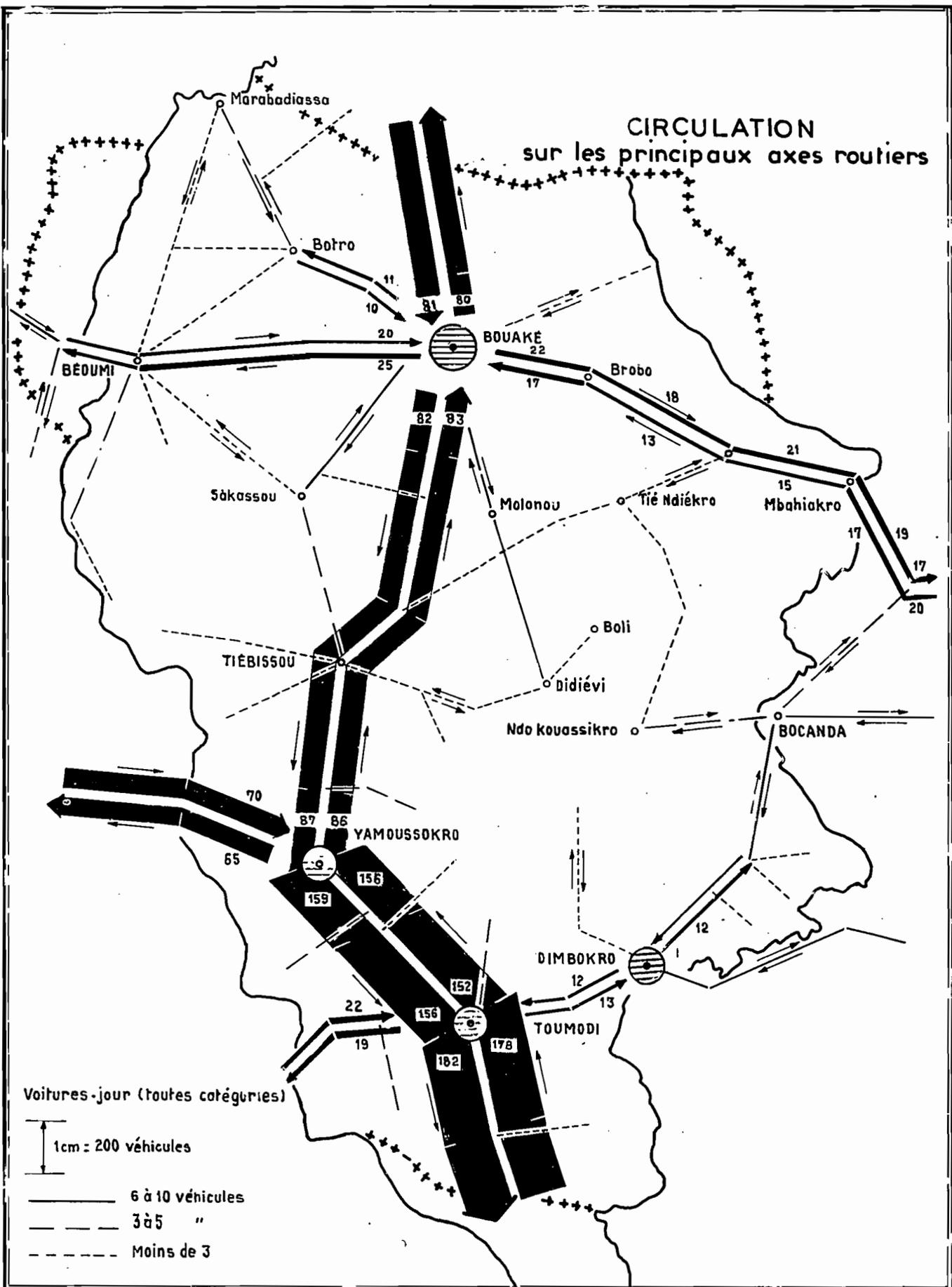
Soulignons à nouveau le faible niveau des salaires versés : 10 % de la production totale et 13 % de la valeur ajoutée.

Par entreprise commerciale, le Revenu Brut d'Exploitation s'établit à 370.000 F. Ramené à la personne employée, il passe à 270.000 F.

# TRANSPORT DE VOYAGEURS par chemin de fer



# CIRCULATION sur les principaux axes routiers

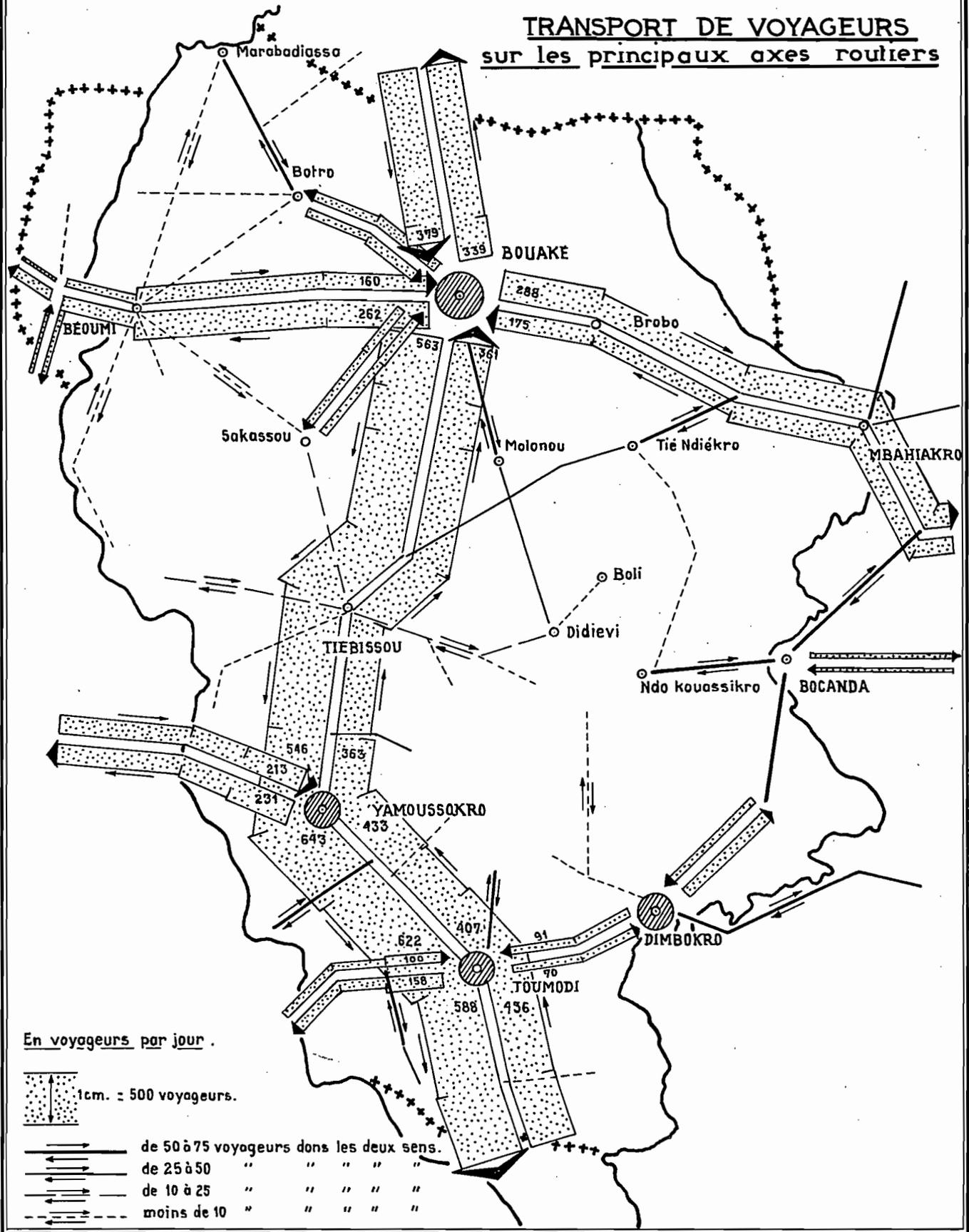


Voitures-jour (toutes catégories)

1cm = 200 véhicules

- 6 à 10 véhicules
- - - 3 à 5 "
- · · Moins de 3

# TRANSPORT DE VOYAGEURS sur les principaux axes routiers



Marabadiassa

Botro

**BOUAKE**

BÉOUMI

Brobo

Sakassou

Molonou

Tié Ndiékro

MBAHIKRO

Boli

Didievi

Ndo kouassikro

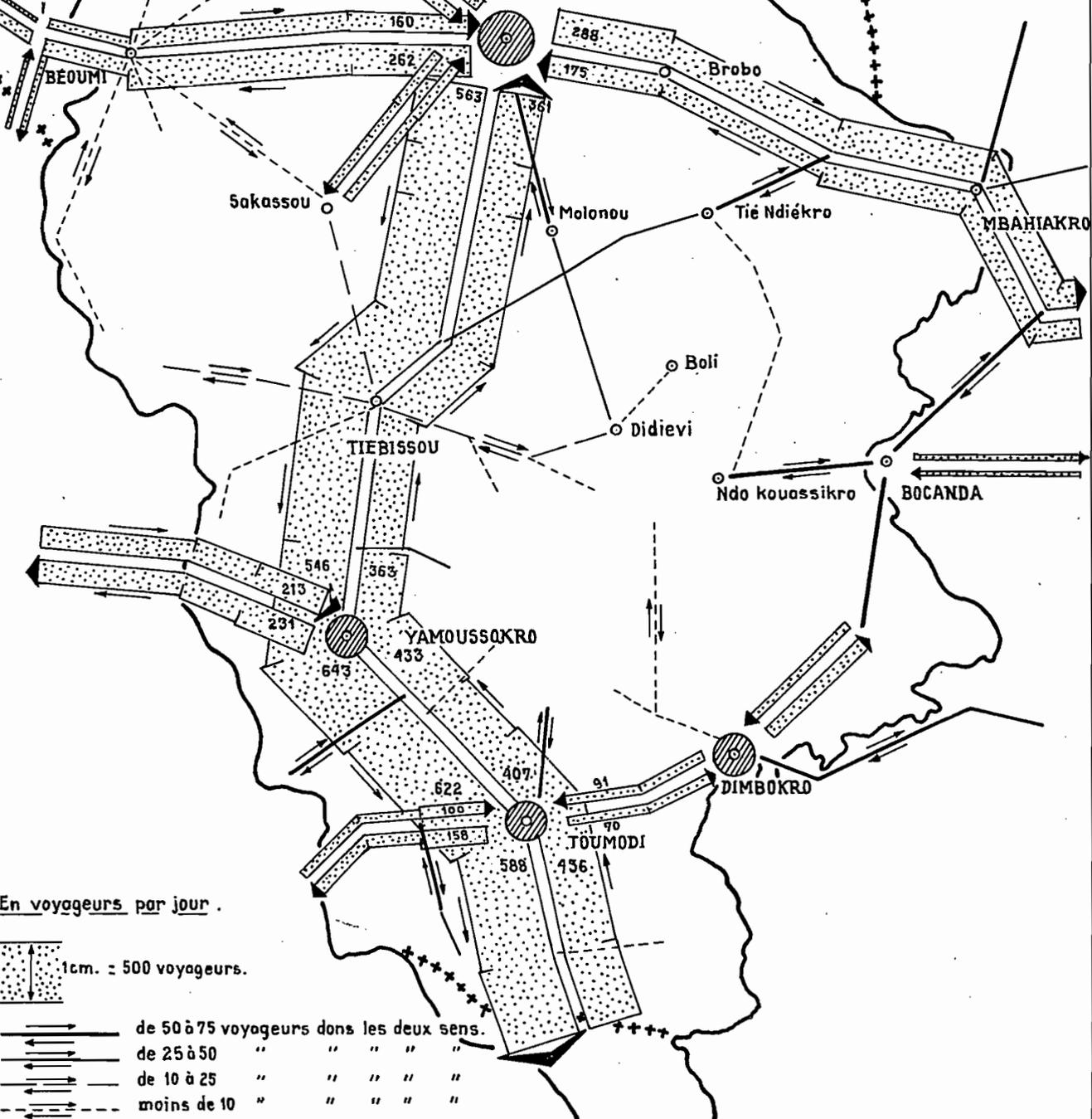
**BOCANDA**

**TIEBISSOU**

**YAMOOUSSOKRO**

**DIMBOKRO**

**TOUMODI**



## **II. - LES LOYERS ET LES SERVICES DIVERS**

## Activité : LOYERS

## COMPTE D'EXPLOITATION

Millions de F. CFA

**1°) Achats**

1. Agriculture vivrière - élevage .....	
2. Agriculture industrielle et d'exportation ..	
3. Exploitation forestière .....	
4. Pêche .....	
5. Travail des grains et farines .....	
6. Conserveries - thé - café - cacao .....	
7. Boissons - glace .....	
8. Autres industries alimentaires - tabac ....	
9. Energie - Eau .....	4,4
10. Activité extractive - sel - soufre .....	
11. Première transformation des métaux ....	
15. Industrie du bois .....	
13. Engrais .....	
14. Chimie - parachimie - caoutchouc .....	
15. Industries du bois .....	2,8
16. Montage et réparation de véhicules ....	
17. Autres industries mécaniques et électriques	1,2
18. Industrie textile .....	
19. Cuirs et articles chaussants .....	
20. Corps gras autres que beurre .....	
21. Articles en caoutchouc et matière plastique	
22. Produits industriels divers .....	
23. Bâtiment et travaux publics .....	17,5
24. Transports et auxiliaires .....	-
25. Loyers .....	
26. Autres services .....	11,5
<b>Total achats .....</b>	<b>37,4</b>

**2°) Valeur ajoutée**

Salaires et avantages .....	13,7
Impôts indirects .....	9,9
Revenu brut d'exploitation .....	527,6
<b>Total V.A. ....</b>	<b>551,2 °</b>
<b>Total production .....</b>	<b>588,6</b>

**a) Les loyers**

Le compte d'exploitation de cette branche résulte :

— de l'enquête sur les budgets familiaux en milieu semi-urbain ;

— de l'étude socio-économique de la ville de Bouaké ;

— des « coups de sonde » auprès des propriétaires des bâtiments.

Le montant total des loyers approche 600 millions, ce qui représente entre 6.000 et 10.000 logements loués.

## b) Les autres services

Dans le secteur moderne, les « services » sont principalement des activités urbaines.

Dans le secteur artisanal, les rubriques mentionnées (Plats Préparés - Services Traditionnels) sont animées par un « artisanat constitué » :

— les Plats Préparés, présents sur tous les marchés, peuvent être assimilés à un service « restaurant ». A ce titre, les produits alimentaires qui sont à la base des plats, ont été reventilés dans les branches correspondantes de production.

— les Services Traditionnels (féticheurs - guérisseurs) constituent une activité secondaire, importante pour toute une catégorie d'habitants.

ANNEE 1963

Branche : 26

### AUTRES SERVICES

COMPTE D'EXPLOITATION

Millions de F. CFA

Secteur	ARTISANAL		MODERNE				Total
	Traditionnel	Plats préparés	Professions libérales	Hôtellerie Bars Restaurant	Enseignement privé	Autres (cinémas, etc...)	
<b>1) Achats</b>							
1. Agriculture vivrière .....	—	—	—	—	0,1	—	0,1
2. Agriculture industrielle .....	—	—	—	—	—	—	—
3. Exploitation forestière .....	—	—	—	—	—	—	—
4. Pêche .....	—	—	—	—	—	—	—
5. Travail des grains et farines .....	—	—	—	—	—	—	—
6. Conserverie - thé, café, cacao .....	—	—	—	—	—	—	—
7. Boissons, glace .....	—	—	—	—	—	—	—
8. Autres industries alimentaires, tabac .....	—	—	—	—	0,3	—	0,3
9. Energie, eau .....	—	1,3	2,5	3,4	8,0	3,1	18,3
10. Activités extractives .....	—	—	—	—	—	—	—
11. Métaux .....	—	—	—	1,0	—	—	1,0
12. Matériaux de construction .....	—	—	—	—	—	—	—
13. Engrais .....	—	—	—	—	—	—	—
14. Chimie, parachimie .....	3,8	—	1,1	—	—	1,4	6,3
15. Industrie du bois .....	—	—	—	—	—	—	—
16. Véhicules .....	—	—	0,4	—	2,0	0,5	2,9
17. Autres industries mécaniques, électr. ....	—	—	0,6	0,9	3,5	0,7	5,7
18. Textiles .....	—	—	—	—	—	—	—
19. Cuir, articles chaussants .....	—	—	—	—	—	—	—
20. Corps gras .....	—	—	—	—	—	—	—
21. Caoutchouc, matière plastique .....	—	—	—	—	—	—	—
22. Produits industriels divers .....	—	—	1,2	—	5,0	1,5	7,7
23. Bâtiment et T.P. ....	—	—	0,7	3,0	2,0	0,9	6,6
24. Transports .....	2,1	0,9	5,5	1,2	10,0	6,9	26,6
25. Loyers .....	0,8	—	9,7	1,2	5,0	12,1	28,8
26. Autres services .....	—	—	24,9	0,8	—	—	25,7
<b>Total</b> .....	<b>6,7</b>	<b>2,2</b>	<b>46,6</b>	<b>11,5</b>	<b>35,9</b>	<b>27,1</b>	<b>130,0</b>
<b>2) Valeur ajoutée</b>							
1. Salaires et avantages .....	—	—	41,8	16,3	50,0	52,3	160,4
2. Impôts indirects, subventions .....	1,2	2,4	16,3	1,8	— 85,9	20,4	— 43,8
3. Revenu brut d'exploitation .....	139,3	126,9	78,5	43,1	—	129,5	517,3
<b>Total</b> .....	<b>140,5</b>	<b>129,3</b>	<b>136,6</b>	<b>61,2</b>	<b>— 35,9</b>	<b>202,2</b>	<b>633,9</b>
<b>3) Production totale (prix producteur) ..</b>	<b>147,2</b>	<b>131,5</b>	<b>183,2</b>	<b>72,7</b>	<b>0</b>	<b>229,3</b>	<b>763,9</b>
Nombre d'entreprises .....	600	790	30	20	20	10	1.470
<b>Emplois</b>							
Direction et cadres .....	—	—	30	20	70	15	1.525
Autres .....	600	790	30	80	40	15	165
<b>Total</b> .....	<b>600</b>	<b>790</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	<b>110</b>	<b>30</b>	<b>1.690</b>

## Branche : AUTRES SERVICES

Activité : MODERNE en millions de F. CFA  
 Nombre d'entreprises : 80 Nombre d'emplois : 300

PROFESSIONS LIBERALES - HOTELLERIE  
 BARS - RESTAURANTS - ENSEIGNEMENT PRIVE...

1) Achats	Chif- fres bruts	Pourcentages	
1. Agriculture vivrière ....	0,1	0,1	ℰ
2. Agriculture industrielle ..	—	—	—
3. Exploitation forestière ..	—	—	—
4. Pêche .....	—	—	—
5. Travail des grains et fa- rines .....	—	—	—
6. Conserverie - thé, café, cacao .....	—	—	—
7. Boissons, glace .....	—	—	—
8. Autres industries alimen- taires, tabac .....	0,3	0,2	0,1
9. Energie, eau .....	17,0	14,0	3,5
10. Activités extractives ....	—	—	—
11. Métaux .....	1,0	0,8	0,2
12. Matériaux de construction	—	—	—
13. Engrais .....	—	—	—
14. Chimie, parachimie ....	2,5	2,1	0,5
15. Industrie du bois .....	—	—	—
16. Véhicules .....	2,9	2,4	0,6
17. Autres industries mécani- ques et électriques ....	5,7	4,7	1,2
18. Textiles .....	—	—	—
19. Cuirs, articles chaussants	—	—	—
20. Corps gras .....	—	—	—
21. Caoutchouc, mat. plastique	—	—	—
22. Produits industriels divers	7,7	6,4	1,6
23. Bâtiment et T.P. ....	6,6	5,4	1,4
24. Transports .....	23,6	19,5	4,9
25. Loyers .....	28,0	23,2	5,8
26. Autres services .....	25,7	21,2	5,3
<b>Total .....</b>	<b>121,1</b>	<b>100,0</b>	<b>24,9</b>
<b>2) Valeur ajoutée</b>			
1. Salaires et avantages ....	160,4	44,0	33,1
2. Impôts indirects, subvent.	—47,4	—13,0	—9,8
3. Revenu brut d'exploitation	251,1	69,0	51,8
<b>Total .....</b>	<b>364,1</b>	<b>100,0</b>	<b>75,1</b>
<b>3) Production totale (prix pro- ducteur) .....</b>	<b>485,2</b>	<b>100</b>	

## Branche : AUTRES SERVICES

Activité : ARTISANALE en millions de F. CFA  
 Nombre d'entreprises : 1.390 Nombre d'emplois : 1.390

## SERVICES TRADITIONNELS - PLATS PREPARES

1) Achats	Chiffres bruts
1. Agriculture vivrière ....	—
2. Agriculture industrielle ..	—
3. Exploitation forestière ..	—
4. Pêche .....	—
5. Travail des grains et fa- rines .....	—
6. Conserverie - thé, café, cacao .....	—
7. Boissons, glace .....	—
8. Autres industries alimen- taires, tabac .....	—
9. Energie, eau .....	1,3
10. Activités extractives ....	—
11. Métaux .....	—
12. Matériaux de construction	—
13. Engrais .....	—
14. Chimie, parachimie ....	3,8
15. Industrie du bois .....	—
16. Véhicules .....	—
17. Autres industries mécani- ques et électriques ....	—
18. Textiles .....	—
19. Cuirs, articles chaussants	—
20. Corps gras .....	—
21. Caoutchouc, mat. plastique	—
22. Produits industriels divers	—
23. Bâtiment et T.P. ....	—
24. Transports .....	3,0
25. Loyers .....	0,8
26. Autres services .....	—
<b>Total .....</b>	<b>8,9</b>
<b>2) Valeur ajoutée</b>	
1. Salaires et avantages ....	—
2. Impôts indirects, subvent.	3,6
3. Revenu brut d'exploitation	266,2
<b>Total .....</b>	<b>269,8</b>
<b>3) Production totale (prix pro- ducteur) .....</b>	<b>278,7</b>



### **III. - LES DONNÉES RÉCAPITULATIVES**

**COMPTE D'EXPLOITATION DU SECTEUR TERTIAIRE**

Branches : 24 à 27 en millions de F. CFA

Nombre d'entreprises : 8.970 Nombre d'emplois : 12.215

**TRANSPORTS - LOYERS - SERVICES DIVERS**

**COMMERCE**

**a) Le compte d'exploitation**

1) Achats	Chif- fres bruts	Pourcentages	
1. Agriculture vivrière ....	0,3		
2. Agriculture industrielle ..	—	—	—
3. Exploitation forestière ..	—	—	—
4. Pêche .....	—	—	—
5. Travail des grains et fa- rines .....	—	—	—
6. Conserverie - thé, café, cacao .....	—	—	—
7. Boissons, glace .....	—	—	—
8. Autres industries alimen- taires, tabac .....	0,3	ε	ε
9. Energie, eau .....	276,0	14,0	3,2
10. Activités extractives ....	—	—	—
11. Métaux .....	4,2	0,2	ε
12. Matériaux de construction	1,7	0,1	ε
13. Engrais .....	—	—	—
14. Chimie, parachimie ....	11,4	0,6	0,1
15. Industrie du bois .....	14,5	0,7	0,2
16. Véhicules .....	221,8	11,3	2,6
17. Autres industries mécani- ques et électriques ....	81,2	4,1	0,9
18. Textiles .....	53,1	2,7	0,6
19. Cuirs, articles chaussants	0,1	ε	ε
20. Corps gras .....	2,0	0,1	ε
21. Caoutchouc, mat. plastique	30,6	1,6	0,4
22. Produits industries divers	41,1	2,1	0,5
23. Bâtiment et T.P. ....	54,5	2,8	0,6
24. Transports .....	764,0	38,8	8,9
25. Loyers .....	205,6	10,4	2,4
26. Autres services .....	207,6	10,5	2,4
Total .....	<b>1.970,0</b>	<b>100,0</b>	<b>23,0</b>
<b>2) Valeur ajoutée</b>			
1. Salaires et avantages ....	1.226,3	18,6	14,3
2. Impôts indirects, subvent.	1.989,6	30,1	23,2
3. Revenu brut d'exploitation	3.392,5	51,3	39,5
Total .....	<b>6.608,4</b>	<b>100,0</b>	<b>77,0</b>
<b>3) Production totale (prix pro- ducteur) .....</b>	<b>8.578,4</b>		<b>100,0</b>

---

## b) Les emplois

Branche	Nombre d'entreprises	Direction et cadres	Autres	Total
Transports (1) ..	1.600	1.600	1.200	2.800
Loyers .....	—	—	55	55
Autres services .	1.470	1.525	165	1.690
Commerce (1) ..	5.900	5.900	1.770	7.670
Total .....	8.970	9.025	3.185	12.215

## c) Les investissements

Le secteur tertiaire a investi une somme qui a été estimée à 350 millions de F. CFA.

Elle se répartit en :

— Bâtiments .....	80 millions de F. CFA
— Matériel roulant ....	240 millions de F. CFA
— Outillage .....	30 millions de F. CFA
Total .....	350 millions de F. CFA

Aucun investissement public n'intervient dans ce secteur.

---

(1) Les emplois temporaires, durant la période de la « traite » ont été ramenés à l'année et comptabilisés ; ils sont estimés à un millier de personnes pour les « Transports » et à 1.500 personnes environ pour le « Commerce ».

Le Chau (1965)

Les activités du secteur tertiaire

In : Etude régionale de Bouaké 1962-1964

L'économie

SI : Bureau de Conception, de Coordination et d'Exploitation  
des Etudes Régionales de la République de Côte d'Ivoire, 2,  
227-273