

# Systèmes d'information formels et informels

## La régulation des marchés céréaliers au Sahel

Johny EGG\*, Franck GALTIER\*\* et Emmanuel GRÉGOIRE\*\*\*

### INTRODUCTION

L'idée que l'État peut ou doit réguler les marchés vivriers par la diffusion d'informations auprès des acteurs (producteurs, commerçants, consommateurs) a été mise à l'ordre du jour des politiques agricoles et alimentaires des pays en développement dans le sillage des programmes d'ajustement structurel. Cette orientation a présidé à la mise en place de *systèmes d'information sur les marchés* (SIM) en Amérique latine, en Asie et en Afrique.

Au Sahel, précurseur dans ce domaine sur le continent africain, la plupart des pays se sont dotés de tels instruments dans la seconde moitié des années quatre-vingt<sup>1</sup>.

Cette innovation s'est inscrite dans la redistribution des rôles entre l'État et le secteur privé préconisée par les politiques de libéralisation des échanges. L'État devait abandonner le monopole qu'il détenait sur la commercialisation des céréales, libéraliser les prix et limiter ses interventions sur le marché. Sa contribution à la régulation devait prendre une forme plus indirecte ; tout en conservant au Sahel un rôle de garant de la sécurité alimentaire avec le maintien d'un stock national de réserve, l'État devait surtout favoriser l'action du secteur privé. Trois principaux types d'instruments ont été préconisés pour cela dans les politiques céréalières : les mesures tarifaires, le crédit aux opérateurs

\* Agro-économiste, Institut national de la recherche agronomique, département économie et sociologie rurales (Inra-ESR), 2, place Viala, 34060 Montpellier cedex 1, France.

\*\* Économiste, doctorant, École nationale supérieure agronomique (Ensam)/université de Montpellier-I, 2, place Viala, 34060 Montpellier cedex 1, France.

\*\*\* Géographe, CNRS/Orstom, BP 11416, Niamey, Niger.

<sup>1</sup> La mise en place des SIM débute en 1986 au Burkina, 1987 au Sénégal, 1988 au Mali, 1989 au Niger, 1991 au Tchad.

et, fait nouveau, la diffusion de l'information pour améliorer la transparence et l'efficacité du marché. Cette mission d'information, qui annonçait la mise en place des SIM, illustre d'autant mieux le changement de politique qu'elle a été confiée aux offices céréaliers, pivot jusque-là du monopole public sur le secteur.

Les SIM participent aussi, au Sahel, d'un dispositif plus global d'information pour la sécurité alimentaire, aux côtés des systèmes d'alerte précoce (SAP), mais leur principal objectif reste la régulation du marché par l'information (COMAC, 1992).

Il est vrai que le rôle de l'information dans les échanges agricoles est particulièrement important dans cette région. D'une part, le commerce est caractérisé par des risques et des coûts élevés. L'atomicité de l'offre, qui implique de disposer d'un grand nombre de collecteurs et d'assembleurs, la faiblesse du réseau et des moyens de transport, les difficultés de stockage... sont autant de contraintes qui alourdissent les coûts de l'intermédiation. Elles ne sont pas spécifiques au Sahel, mais leur poids est ici plus élevé en raison de l'incertitude particulièrement forte qui entoure l'activité commerciale.

La région se caractérise en effet par une grande instabilité des prix et des approvisionnements. Celle-ci tient aux variations prononcées, dans le temps et dans l'espace, de la production, largement soumise aux fluctuations climatiques, mais aussi aux changements de la conjoncture du marché mondial. Ces facteurs d'instabilité ont d'autant plus d'effet que les marchés sont étroits (étant donné la part importante de la production autoconsommée) et que les interventions de l'État, soumises à de nombreuses pressions contradictoires, manquent de cohérence (HIBOU, 1996). Le résultat est un environnement d'incertitude qui accroît les risques liés aux activités de production, commercialisation et transformation. Dans ce contexte, les acteurs évitent d'investir et privilégient au contraire les opérations qui garantissent une rotation rapide du capital. Les stratégies antirisques des opérateurs ont ainsi tendance à renforcer l'instabilité du marché (EGG et GRÉGOIRE, 1992).

Dans quelle mesure les SIM permettent-ils de sortir de ce cercle vicieux, notamment de réduire l'incertitude qui entoure l'activité économique ? Le recul est à présent suffisant pour évaluer l'impact de ces dispositifs, mais les travaux sur la question sont encore rares.

Nous n'aborderons pas ici l'utilisation qui est faite de l'information des SIM par les décideurs publics dans le cadre des politiques commerciales ou de sécurité alimentaire. Nous concentrerons notre analyse sur l'aspect moins connu de l'impact des SIM sur les producteurs, les divers intermédiaires commerciaux et les consommateurs.

Ces acteurs ne comptent évidemment pas (que) sur les SIM ou les autres dispositifs publics d'information pour prendre leurs décisions. Ils dispo-

sent de leurs propres sources de renseignement et ont organisé depuis longtemps les circuits d'information indispensables à l'activité commerciale. C'est le cas en particulier des réseaux marchands des grands négociants sahéliens, qui peuvent également être analysés en termes de systèmes d'information. Mais c'est aussi le cas, nous le verrons, de la circulation de l'information à l'échelle villageoise. Pour évaluer l'impact des SIM, il faut donc les situer par rapport aux structures d'échange qui conditionnent les besoins d'information des acteurs et organisent une certaine circulation de l'information.

À travers l'analyse de l'impact des SIM, ce sont ainsi les problèmes de concurrence et de complémentarité entre les dispositifs publics d'information et les organisations regroupant les acteurs des échanges qui sont posés. Quelle est l'information nécessaire à chacun des acteurs et qui va la fournir ? Autrement dit, comment aborder la répartition des rôles entre ces systèmes d'information, qu'ils soient formels ou informels ?

Nous baserons notre analyse sur les cas du Mali et du Niger. Dans ces deux pays, les réseaux jouent un rôle primordial dans la commercialisation et les SIM ont acquis droit de cité, en particulier celui du Mali, devenu l'un des plus performants du continent.

## LES SYSTÈMES D'INFORMATION PUBLICS : LES SIM

Dans la mise en œuvre des systèmes d'information, le choix des objectifs puis des indicateurs à suivre est étroitement lié aux conceptions du marché et du rôle de l'information qu'adoptent les promoteurs. Nous commencerons donc par expliciter ces approches.

### Les fondements théoriques des SIM

On peut considérer que deux conceptions distinctes ont contribué à fonder les SIM, dans leur vocation d'outil de régulation du marché.

La première s'appuie sur l'approche économique standard où l'équilibre entre les offres et les demandes résultant de préférences individuelles est réalisé par le jeu des prix. Une des conditions à la réalisation de l'équilibre est la transparence du marché, c'est-à-dire l'accès libre et égal des acteurs à l'information. L'approche est complétée par la référence au modèle « structure-conduite-performance » (SCP) adapté à l'étude des marchés agricoles des pays en développement par les économistes anglo-saxons (JONES, 1974 ; HAYS, 1976). Ce modèle prend en compte la concurrence imparfaite et introduit une norme de performance du marché qui fournit un outil à l'analyse (HARRIS, 1979) : le marché est considéré comme efficace lorsqu'il est suffisamment intégré

(c'est-à-dire si les différentiels de prix entre les places de marché n'excèdent pas les coûts de transport et certains coûts minimaux de transaction) et que les marges des commerçants ne sont pas excessives.

L'objectif des SIM doit donc être de diffuser auprès de tous les acteurs une information sur le marché qui leur permette de prendre des décisions rationnelles. L'information stratégique est celle concernant les prix, indicateur synthétique de la conjoncture du marché, puisque c'est à partir de ces signaux que les agents économiques vont prendre leurs décisions. Dans cette logique, un meilleur accès à l'information sur les prix va améliorer la compétitivité des producteurs excédentaires, permettre aux petits commerçants d'entrer dans le jeu du marché et amener les consommateurs à s'approvisionner aux meilleures conditions. La diffusion de l'information sur les prix favorisera les arbitrages spatiaux entre les places de marché, fera pression sur les marges des intermédiaires et conduira à l'intégration des marchés.

La seconde conception (mise en avant au Mali) fait une place plus grande à l'organisation du marché à travers l'approche économique des coûts de transaction (WILLIAMSON, 1994 ; STAATZ, 1992)<sup>2</sup>. Dans le Sahel, les risques liés aux opérations commerciales et aux investissements dans la production et les infrastructures de commercialisation sont, on l'a vu, très élevés. Ils entravent l'activité économique dans la mesure où ils augmentent démesurément les coûts de transaction, c'est-à-dire les coûts liés à l'organisation de ces activités.

Pour encourager les investissements du secteur privé dans les filières céréalières, il faut donc réduire ces risques. Dans le cas d'une défaillance (temporaire) de la coordination par les prix ou d'entraves à son expression, comme c'est le cas ici, il faut trouver des formes d'organisation qui permettent de réduire les coûts de transaction. La mise en place d'un système d'information public est une de celles-ci. Pour assurer un meilleur environnement du marché et équilibrer les pouvoirs des divers acteurs, l'État a un rôle à jouer là où le secteur privé ne peut fournir le service adéquat, c'est-à-dire une information fiable et accessible à tous les acteurs<sup>3</sup> (DEMBÉLÉ et STAATZ, 1989).

Cette approche élargit le rôle des SIM. Le prix reste l'indicateur central, mais il ne suffit plus. Pour améliorer la transparence du marché et l'ar-

<sup>2</sup> Le SIM du Mali a reçu l'appui constant d'une équipe de l'université américaine du Michigan (MSU), engagée dès le début des années quatre-vingt dans le suivi de la politique de restructuration du marché céréalier de ce pays.

<sup>3</sup> La théorie des biens publics est souvent mobilisée pour confirmer l'État dans ce rôle, puisqu'il s'agit de produire un bien utile à la collectivité, que le marché ne peut pas produire à un coût inférieur (pour une même qualité) et dont l'exclusion d'un consommateur est difficile (STEFFEN *et al.*, 1988).

bitrage entre l'offre et la demande, la diffusion de l'information doit aussi porter sur les quantités, les stocks et sur les interventions de l'État, notamment les distributions d'aide alimentaire, la réglementation des échanges et les mouvements du stock de sécurité de l'office céréalier (DEMBÉLÉ *et al.*, 1990)<sup>4</sup>. De plus, la diffusion de l'information n'a pas pour cible les seuls acteurs privés, elle doit aussi viser les responsables des politiques céréalières et économiques car il faut également améliorer les politiques publiques et veiller à ce que la libéralisation n'entraîne pas de hausse exagérée des prix ou de rupture d'approvisionnement des zones déficitaires.

Dans leur conception, les SIM mis en place au Sahel ont adopté cette seconde orientation et étendu leur activité de collecte à plusieurs autres indicateurs que les prix. Mais, dans la pratique, la première orientation domine car, par manque de temps, de méthode ou de conviction, la diffusion de l'information auprès des acteurs privés du marché (par la radio) se limite le plus souvent à la variable prix (EGG, 1994).

## Les objectifs

Le SIM du Mali, comme la plupart des autres au Sahel, s'est fixé un double objectif : d'une part, « contribuer à améliorer le fonctionnement du marché par une meilleure information des acteurs en vue de renforcer le pouvoir de négociation des producteurs, d'élargir les choix des consommateurs et de permettre aux commerçants d'assurer une meilleure circulation des céréales » ; d'autre part, « améliorer la connaissance du marché au niveau des décideurs de la politique céréalière en vue de rationaliser les actions de l'État, des offices céréaliers et des bailleurs de fonds ».

Cette dualité d'objectifs conditionne l'organisation du dispositif d'information. En effet, informer les décideurs publics implique de diffuser une information brute par bulletin périodique et d'effectuer des analyses de l'évolution du marché et de l'impact des interventions de l'État et des projets ; les fonctions d'analyse et de présentation synthétique de l'information sont ici mises en avant. L'objectif d'informer les acteurs privés du marché implique, quant à lui, une diffusion rapide de l'information par des moyens touchant un large public, tels que la radio. Cette nécessité de diffusion rapide impose une organisation particulière du dispositif : la périodicité de la collecte des données sur les prix doit être rapprochée, sinon l'information perd de sa valeur, donc de son utilité ; de ce fait, la transmission des données collectées sur les marchés

<sup>4</sup> Cette approche rejoint celle des anthropologues qui ont souligné dans leurs enquêtes sur les besoins d'information des opérateurs l'importance des indicateurs autres que le prix (AMSELLE et BAGAYOGO, 1988).

au centre de traitement doit emprunter des moyens de communication rapides, d'un coût plus élevé.

On voit donc que les objectifs déterminent les fonctions du SIM (collecte des données, transmission, traitement, analyse et diffusion de l'information) et que ces fonctions sont interdépendantes. En effet, il ne sert à rien de produire une information si elle n'est pas diffusée, de communiquer des prix par la radio si les données sont obsolètes, de prétendre analyser le marché si la base de données est mal organisée... Ce sont ces interdépendances qui nous conduisent à parler ici de système d'information<sup>5</sup>.

## Les méthodes

Les SIM sont construits autour d'une enquête principale portant sur un échantillon de places de marché à l'échelle nationale. Les marchés suivis, 57 au Mali et 58 au Niger (dont quatre localisés au nord du Nigeria voisin), ont été retenus par choix raisonné après identification des principaux circuits céréaliers et en fonction de la typologie suivante : marchés de collecte, de regroupement, de consommation (grands centres, centres secondaires) et marchés frontaliers.

Sur chacun d'eux sont relevés en priorité les prix à la production et à la consommation, mais aussi ceux de regroupement et de demi-gros. Les produits concernés sont les principales céréales (et le niébé au Niger), mil, sorgho, maïs, paddy et riz, avec des distinctions de qualité, en particulier pour ce dernier (riz à 40 % de brisures, riz brisé, importé, étuvé). Les prix sont relevés à l'unité de mesure locale (UML) par interview des intermédiaires. Les relevés sont hebdomadaires au Mali et décennaires au Niger<sup>6</sup> ; en revanche, la périodicité de l'étalonnage des UML est moins rapprochée.

D'autres données sont également collectées pour apprécier l'état d'approvisionnement des places de marché, leur facilité d'accès, leur fréquentation, et, au Niger, pour fournir des indications sur la sécurité alimentaire. Enfin, au Mali, une nouvelle méthodologie adoptée en 1993 a permis de passer à l'estimation des quantités échangées sur les marchés. Ce sont ainsi près de 8 000 données collectées et calculées qui sont enregistrées par semaine dans le cas du SIM Mali (GALTIER, 1994).

<sup>5</sup> La notion est employée dans l'acception suivante : « Un système d'information est un ensemble organisé de moyens humains, matériels et de méthodes permettant la collecte, la gestion et le traitement de données pour la création d'une information structurée » en fonction des objectifs définis par la problématique de départ (MINVIELLE, 1991).

<sup>6</sup> Pour la diffusion radio, un relevé hebdomadaire est effectué sur un échantillon réduit de marchés où les enquêteurs sont joignables par téléphone.

Au Niger, les relevés périodiques sur les marchés sont complétés par une enquête auprès de quelques grossistes des principaux centres de regroupement, dans le but de cerner leurs stratégies et expliquer le mouvement des prix (notamment en fonction des achats au Nigeria voisin).

## L'organisation

Les SIM du Sahel sont tous localisés dans les offices céréaliers, dont ils ont contribué à renouveler les missions. Mais ils restent faiblement intégrés au budget des États et font encore figure de projets financés par l'aide extérieure. Les performances techniques du SIM Mali, comme son audience, doivent ainsi beaucoup au soutien des donateurs d'aide alimentaire regroupés au sein du PRMC (Programme de restructuration du marché céréalier).

Les données sur les marchés sont collectées par les agents décentralisés des offices (anciens magasiniers reconvertis), avec au Niger la collaboration des agents des ministères de l'Agriculture et du Plan. Elles sont transmises à l'équipe centrale, au Mali par le réseau radio de l'office et au Niger par voie postale. Cette équipe se charge du traitement des données, de l'analyse et de la diffusion<sup>7</sup>.

Au Niger, la diffusion de l'information se fait par trois canaux : le communiqué hebdomadaire de la radio nationale, le bulletin mensuel autour des tableaux de prix et une publication semestrielle d'analyse. Mais c'est au Mali que celle-ci est la plus complète et la plus élaborée. Le SIM assure en effet une diffusion hebdomadaire de son information sur plusieurs supports complémentaires : communiqués radio en plusieurs langues, télévision, presse écrite et bulletin diffusé par ses soins. De plus, il ajoute au bulletin d'analyse des notes ou études consacrées à des questions particulières.

De nombreuses difficultés méthodologiques sont apparues concernant les relevés de prix (étant donné la diversité des UML au détail comme au sac, ou la variété des qualités de céréales suivant les régions) et encore davantage au sujet de la quantification des flux<sup>8</sup>. Par ailleurs, des problèmes d'organisation, liés notamment au manque d'autonomie des SIM dans la structure administrative d'accueil, ont également perturbé leur fonctionnement.

<sup>7</sup> Le SIM du Mali compte plus d'une cinquantaine d'enquêteurs et superviseurs (à temps partiel), celui du Niger plus d'une centaine. Le fonctionnement de l'équipe centrale repose sur trois à quatre cadres épaulés jusqu'à récemment par une assistance technique.

<sup>8</sup> Ces points de méthode ont donné lieu à des débats intéressants entre praticiens et chercheurs au sein du réseau Comac (Connaissance des marchés céréaliers) créé à cet effet (cf. les dossiers techniques de Comac).

Mais cela n'empêche pas les SIM, en particulier celui du Mali, d'être parvenus à remplir leur mission avec un certain succès sur le plan technique. Par rapport aux relevés de prix qu'effectuent notamment les services de la statistique nationale, les SIM peuvent revendiquer leur spécificité dans la mesure où ils prennent soin de différencier l'information prix selon les niveaux de transaction, les qualités de produit, les unités de mesure, la nature de la transaction dominante et la fonction du marché. De plus, l'organisation des SIM prend véritablement en compte l'objectif de production et de diffusion rapide de l'information auprès des acteurs du marché.

## LES SYSTÈMES D'INFORMATION DES COMMERÇANTS : LES RÉSEAUX MARCHANDS

Parallèlement aux dispositifs publics, d'autres systèmes d'information, informels ceux-là, sont utilisés par les différents acteurs. Nous nous intéresserons surtout à ceux mis en œuvre par les commerçants grossistes qui contrôlent, à travers leurs réseaux, la commercialisation et les échanges de céréales.

Ce sont en effet ces grands commerçants qui fixent les prix directeurs, en tenant compte de l'abondance ou de la rareté sur les marchés en amont ou en aval, et leur arbitrage est ensuite répercuté en cascade sur les autres acteurs. En outre, ils assurent l'essentiel du financement de la commercialisation des grains et la plus grande partie du stockage. C'est donc à leur niveau que se décide l'orientation générale des flux céréaliers à travers le pays ou au-delà de ses frontières.

Les multiples réseaux de ces grands commerçants sont autant de canaux d'information qu'ils mobilisent pour suivre, au jour le jour, l'évolution du marché. Celle-ci détermine leur stratégie économique que ce soit au stade de la collecte de céréales ou de leur commercialisation. Avant d'examiner comment ils captent cette information, il convient de recenser les données qui leur sont utiles pour déterminer leurs décisions d'achat, de stockage ou de vente.

### **Les informations recherchées par les commerçants**

Les commerçants cherchent à se procurer continuellement des informations leur permettant d'apprécier l'état du marché céréalier et son évolution. Toutefois, le type d'information qu'ils privilégient diffère suivant les périodes de l'année car il correspond à des phases distinctes de commercialisation.

Après l'hivernage (de septembre à décembre), les récoltes une fois engrangées, les paysans commencent à en mettre une partie sur le

marché pour dégager les espèces monétaires qui leur permettront d'acquitter l'impôt et de faire face à diverses dépenses reportées en raison des travaux agricoles (période des fêtes familiales). Un élément très important va d'emblée influencer sur les conditions de vente de leur récolte : son volume global au niveau local et national. Un excédent va tirer les prix vers le bas et signifiera pour les commerçants une campagne de commercialisation peu favorable car le marché sera régulièrement approvisionné et sans possibilités effectives de réaliser de grosses marges sur le stockage. Un déficit entraînera très vite des tensions sur les prix et permettra, au contraire, d'envisager, en saison sèche, la réalisation de gains élevés après entreposage des récoltes pendant quelques mois. De plus, ce déficit amènera les négociants à prévoir l'acheminement de céréales depuis des zones excédentaires, ou même de l'étranger, comme c'est le cas pour les commerçants nigériens, les *alhazai*, qui importent, chaque année, de grosses quantités de céréales du Nigeria pour combler l'insuffisance de la récolte du Niger. L'état de la récolte et le niveau des prix sur les marchés des pays voisins constituent des éléments que ces commerçants doivent donc également prendre en compte : ainsi, si la récolte de mil est généralement suffisante au nord du Nigeria, l'évolution des prix est un élément clé car ils font office de prix directeurs au Niger étant donné l'importance des flux transfrontaliers. Les commerçants ont en conséquence un besoin impérieux d'évaluer rapidement l'état de la récolte pour définir le niveau des prix proposés aux paysans et décider des quantités de céréales qu'ils destineront au stockage.

La saison sèche (avril, mai, juin) est la période traditionnelle de déstockage marchand car les prix sont tirés à la hausse avec la raréfaction des céréales. Les commerçants sont alors particulièrement attentifs à l'identification des zones mal approvisionnées (des céréales partent de leurs entrepôts pour retourner en brousse compléter l'approvisionnement des paysans qui doivent attendre la nouvelle récolte). Ils suivent également avec soin le ravitaillement des centres urbains et le niveau des prix qui déterminera leur décision de déstocker : si les villes sahéliennes ont une autoproduction non négligeable, elles sont toutefois fortement importatrices de céréales. La connaissance de ces marchés est indispensable aux commerçants ; aussi se tiennent-ils régulièrement informés de la régularité de leur approvisionnement, de l'évolution des prix mais aussi de l'état de la concurrence.

Ce dernier facteur n'est pas négligeable, surtout depuis le retrait des offices publics de commercialisation. Au Niger, à titre d'exemple, le nombre de grossistes influents ne doit pas excéder une trentaine d'individus, au point de pouvoir constituer au plan national un oligopole, comme le montre l'organisation parfois délibérée de pénuries.

En hivernage (juillet, août), c'est-à-dire pendant la saison des cultures, les commerçants sahéliens sont particulièrement attentifs au déroulc-

ment des travaux agricoles : ils suivent les quantités de pluie tombées, leur espacement, l'attaque éventuelle de criquets contre les cultures, tous ces éléments déterminant le volume global de la récolte à l'échelle d'une région et d'un pays. Ce montant, qu'ils parviennent à évaluer parfois dès la mi-août, conditionne déjà leur stratégie d'achat : si une récolte déficitaire se profile, ils peuvent prendre l'initiative d'acheter des céréales encore sur pied auprès de paysans en difficulté lors de la soudure. Dans le cas contraire, leur stratégie leur commandera d'attendre jusqu'à la fin de l'hivernage.

Outre ces diverses informations de type saisonnier, les grossistes doivent se tenir informés d'autres facteurs qui peuvent avoir une incidence directe sur leur négoce. Il s'agit notamment des mesures législatives en matière de tarification douanière et de licences d'importation (pour le riz principalement) ou d'exportation. De même ont-ils besoin de connaître le volume de l'aide alimentaire en céréales car il peut avoir une forte incidence sur les prix si les quantités distribuées ou subventionnées sont importantes. Enfin, les informations relatives aux appels d'offres des offices publics ou des bailleurs de fonds leur sont indispensables, car il s'agit là de marchés potentiels qui portent souvent sur de gros tonnages.

### **La captation de l'information par les commerçants**

L'information n'est pour ainsi dire jamais rémunérée par les marchands de céréales qui ont de multiples sources pour se la procurer gratuitement et rapidement. Les moyens de communication modernes (téléphone, fax, etc.) sont aujourd'hui couramment utilisés, mais le recours à d'autres commerçants ou transporteurs, à des parents ou amis, à des connaissances dans l'administration ou les offices publics de commercialisation, est fréquent. Les réseaux commerciaux qu'ils ont tissés de longue date apparaissent comme le canal privilégié de captation de l'information (GRÉGOIRE, 1990). Ils leur apportent des éléments d'appréciation du marché qui sont différents suivant leur aire d'intervention.

#### **Les réseaux locaux**

Pour évaluer la production locale, les grands commerçants sahétiens qui résident en ville recourent à leurs réseaux locaux ou régionaux dont la structure est pyramidale : les patrons de commerce sont en effet entourés de collecteurs installés dans les grosses bourgades rurales qui achètent pour leur compte des céréales et avec lesquels ils sont parfois apparentés. Ces derniers disposent également d'agents qui sillonnent les marchés de brousse sur lesquels ils ont des intermédiaires, les « rabatteurs », qui attirent les producteurs vers leur patron grâce aux contacts personnels qu'ils ont noués avec eux.

Ce mode d'organisation joue un rôle prépondérant dans la circulation de l'information, comme dans la collecte des céréales et son financement. En effet, ce sont les « rabatteurs », ou collecteurs, en contact permanent avec les producteurs, qui transmettent les informations relatives au montant prévisible de la récolte aux agents des commerçants des grosses bourgades. Ces derniers dressent alors un état du marché de la région couverte par leur activité à leur patron-grossiste, lequel se fait ainsi une idée de la localisation de l'offre. À partir de ces informations, le patron, qui assure l'essentiel du financement, va effectuer des avances de fonds à ses dépendants pour qu'ils achètent des céréales. Toute la hiérarchie est alors mobilisée et, par niveaux et étapes successifs, les céréales sont achetées auprès des producteurs et acheminées dans les entrepôts des grands commerçants. Dans un tel contexte, les quantités collectées dépendront des capacités de financement de ces grands commerçants et du nombre de gens qu'il peuvent réquisitionner (GRÉGOIRE, 1986).

À cette échelle, l'information est de qualité car elle paraît aisément captable quel que soit le niveau d'activité des opérateurs. De plus, elle semble partagée, les commerçants ne paraissant pas pratiquer ici de rétention à l'égard de leurs concurrents.

### Les réseaux « nationaux »

En complément des réseaux locaux qui interviennent en amont, les réseaux nationaux portent sur l'aval du circuit de commercialisation et sont utilisés par les grands commerçants pour déterminer les périodes de déstockage, les lieux de vente et le niveau des prix. Ils unissent les grossistes des zones productrices aux grossistes des zones urbaines ou déficitaires parfois éloignées. Ainsi, au Niger, les grossistes des zones productrices de mil que sont Maradi et Zinder ont des correspondants à Niamey (marché de Katako), Agadez et Arlit (agglomérations structurellement importatrices de céréales) qui les informent des cours et des besoins. Ils jugent alors en connaissance de cause des opérations les plus rentables.

Les réseaux nationaux décident de l'orientation géographique des flux céréaliers et bien souvent des hausses et des baisses de prix qui seront ensuite répercutées en cascade sur les consommateurs ou les producteurs. Ainsi, en janvier 1994, lors de la dévaluation du franc CFA et de l'arrêt simultané des flux céréaliers en provenance du Nigeria après le renforcement des contrôles aux frontières de ce pays, le Niger connut une flambée du prix des céréales. En effet, jusqu'à la veille de la dévaluation, l'évolution des prix avait été normale et s'était traduite par une baisse sensible avec l'arrivée de la nouvelle récolte, puis une légère

remontée des prix au début de l'année<sup>9</sup>. La dévaluation a conduit les patrons de commerce à renchérir, du jour au lendemain, le prix des céréales au Niger en prenant en compte notamment la brutale modification du taux de change avec la naira car le Nigeria approvisionne une partie du marché nigérien et influe donc sensiblement sur le niveau des prix<sup>10</sup>.

La soudaineté de la réaction des grands commerçants à ces événements montre que la maîtrise de l'information leur confère un pouvoir certain : ce sont eux qui décidèrent des ajustements à opérer et qui imposèrent de nouveaux cours aux céréales. L'État, l'office céréalier ou les organismes internationaux qui interviennent dans ce domaine ne purent que suivre l'évolution du marché sans l'influencer.

L'information se concentre ici davantage au niveau des patrons qui procèdent en dernier lieu aux arbitrages. Elle apparaît de plus en plus comme un enjeu et seuls les commerçants dont l'activité a déjà une certaine envergure parviennent à avoir une connaissance fine et continue du marché national.

### Les réseaux transfrontaliers

Si le commerce local et national est organisé selon une structure pyramidale, le commerce frontalier répond à une structure horizontale. Au Niger, les grands patrons ont des correspondants nigériens — ou nigériens, installés déjà de longue date de l'autre côté de la frontière — avec lesquels ils entretiennent des relations d'affaires anciennes ou ont des liens de parenté.

Plusieurs dispositifs de collecte de l'information et d'approvisionnement en céréales sont utilisés. Dans un premier cas, le patron se déplace lui-même au Nigeria pour s'informer des prix et procéder aux achats d'importants tonnages ; il se rend dans les grandes villes (Kano, Sokoto, Maiduguri, etc.) comme le font les marchands de Maradi, Birnin-Konni et Zinder. Un autre cas de figure est celui du grand commerçant qui

<sup>9</sup> Le sac de mil valait 6 800 FCFA à Niamey en septembre, 6 300 F en décembre et il monta à 8 000 F dès la fin janvier.

<sup>10</sup> Si 1 000 FCFA s'échangeaient à 138 nairas le 10 janvier, le cours était de 85 nairas dix jours plus tard lorsque les marchés monétaires se sont stabilisés, soit une dévaluation de 38 %. À Birnin-Konni, les prix du mil et du maïs avaient alors respectivement augmenté de 40 et 37 % entre ces dates. De même, en décembre, les commerçants-importateurs de Maradi se procuraient le mil nigérien (rendu magasin) dans une fourchette de 3 750 à 4 250 F et le revendaient autour de 4 000 à 4 500 F à leurs clients grossistes de Niamey. En février, ils l'achetaient de 5 600 à 5 700 F, soit une hausse de prix de 41 % correspondant approximativement au pourcentage de dépréciation du franc CFA à cette date (37 %) (GRÉGOIRE et LABAZEE, 1994).

préfère ne pas se déplacer lui-même et envoie ses commis (*yara*) acheter du mil sur les marchés de regroupement, proches de la frontière, ou de brousse où les prix sont moins élevés. Ou encore, ce sont les Nigériens qui viennent au Niger proposer leurs céréales à leurs partenaires ou auxquels les Nigériens confient de l'argent pour qu'ils leur apportent les quantités désirées. Toutefois, depuis quelque temps, ces commerçants haoussas du nord du Nigeria ont tendance à court-circuiter les réseaux transfrontaliers décrits en venant directement vendre leurs céréales sur les marchés nigériens, y compris ceux proches de Niamey (Baleyra) ou de la capitale même (HAMADOU, 1994).

À la périphérie du Nigeria comme à celle du Ghana, c'est un marché parallèle des changes qui régit ces transactions conclues entre opérateurs économiques installés de part et d'autre de leurs frontières, le système bancaire moderne à travers le taux de change officiel n'intervenant presque uniquement que dans les contrats d'État à État. Ces taux de change parallèles étant très volatiles et le commerce des céréales très sensible à leurs variations, les commerçants doivent suivre ces dernières d'autant plus minutieusement qu'ils les répercutent sur leur prix. L'information porte donc également sur le marché monétaire mais aussi sur d'autres éléments tel le coût de la fraude.

Dans le cas du Niger, il convient en effet d'ajouter, au prix d'achat des céréales au Nigeria, le coût du transport et de la fraude, ces frais étant acquittés au sac suivant un barème précis quelles que soient les céréales transportées. En janvier 1994, le verrouillage des frontières amena une forte augmentation des risques encourus par les fraudeurs et des exigences financières accrues de la part des douaniers nigériens qui laissèrent sortir quelques camions vers le Niger. De ce fait, le coût de la fraude augmenta sensiblement et fut mécaniquement répercuté par les commerçants nigériens.

Le système d'information des commerçants devient ici de plus en plus complexe car il doit prendre en compte une multitude d'éléments (monétaires, législatifs, coût de la fraude, etc.). Dans les pays situés à la périphérie du Nigeria, il est indispensable aux patrons d'avoir une vision suivie du marché de ce pays tant il influe sur les marchés des pays limitrophes. La concurrence entre commerçants dans l'accès à l'information se manifeste ici plus nettement.

## Les réseaux internationaux

Certains négociants africains sont également présents hors de leurs pays d'origine au point de constituer de véritables multinationales ouest-africaines du commerce des grains ; ainsi est-ce le cas d'un des principaux importateurs de riz au Niger et au Mali avant la dévalua-

tion du franc CFA, dont les activités s'étendent au Nigeria, où il achemine du riz en le faisant transiter par le Niger ou le Bénin, et en Guinée (LAMBERT et EGG, 1994).

Les réseaux de relations des gros importateurs africains s'étendent aussi à l'Europe, à l'Asie ou à l'Amérique pour leur approvisionnement en riz et en farine de blé, le mil, le sorgho et le maïs faisant l'objet d'un commerce essentiellement intra-africain. Aussi entretiennent-ils des relations étroites avec des grandes firmes multinationales du négoce des grains telles que Sucre et Denrées, Continental Grains, Interagra, les Grands Moulins de Paris, etc.

Au Niger, quelques grossistes sont spécialisés dans l'importation de riz asiatique (sept d'entre eux ont assuré près de 75 % des importations en 1994) et dans celle de la farine de blé (quatre principalement) qui provient de France ou de la Communauté européenne (elle est destinée à la consommation locale mais parfois aussi à la réexportation vers le Nigeria). De par leurs relations privilégiées avec leurs fournisseurs étrangers, ces importateurs ont un accès direct à l'information sur les cours du marché mondial et sont de ce fait capables de procéder à des arbitrages. En effet, lorsqu'ils désirent importer du riz, ils s'adressent à différentes maisons de commerce qui leur proposent un prix qui tient compte notamment de sa qualité. C'est après réception de ces différents devis qu'ils effectuent leur commande, compte tenu qu'en cette période de crise et de faible pouvoir d'achat des consommateurs ils optent systématiquement pour les prix les plus bas aux dépens de la qualité. C'est donc par un contact direct avec leurs fournisseurs qu'ils captent l'information pour ce qui concerne les céréales importées. D'après un grand importateur de Niamey, « c'est chacun pour soi et on fait jouer la concurrence en ne se transmettant pas les informations entre concurrents » : plus on s'élève dans la hiérarchie du négoce, plus l'information devient personnelle voire secrète et son accès limité à un certain nombre de commerçants.

Que l'on se place en amont (achat des récoltes) ou en aval (commercialisation après stockage) de l'activité des grands commerçants, leurs systèmes d'information paraissent très efficaces tant en ce qui concerne la qualité de l'information collectée que la rapidité de sa mobilisation. Cette force réside dans le recours à une structure d'information unique et homogène, les réseaux de commerce qui sont ici mobilisés. Ces réseaux, organisés pour certains de manière verticale et pour d'autres de manière horizontale, sont également l'instrument privilégié du négoce et de son financement.

Ainsi, c'est par une seule chaîne d'individus que se canalisent l'information, le financement et la circulation de la marchandise. C'est sans doute là la principale force des patrons de commerce qui maintiennent leur pouvoir sur les marchés céréaliers ; la circulation de l'information

est, au sein d'un même réseau, rapide et contribue à la cohérence et à la solidarité du réseau. Si au niveau régional et national l'information paraît transparente et accessible à tous les commerçants, son opacité augmente au fur et à mesure que l'on change d'échelle d'intervention, au point de se limiter à quelques acteurs pour ce qui concerne la connaissance du marché mondial.

## CONCURRENCES ET COMPLÉMENTARITÉS ENTRE SYSTÈMES D'INFORMATION

Plusieurs systèmes, de nature très différente, contribuent aujourd'hui à informer les acteurs du marché. Il faut donc s'interroger sur leurs rôles respectifs : sont-ils en situation de concurrence, de complémentarité ou de double emploi, parviennent-ils à répondre à tous les besoins d'information des acteurs ?

Pour cela, nous analyserons comment les différents acteurs du marché céréalié utilisent et perçoivent l'information du SIM en fonction de leurs besoins et de leurs sources d'information<sup>11</sup>.

Nous nous baserons sur le cas du Mali, qui est le premier pays du Sahel à s'être engagé dans la voie de la libéralisation du marché céréalié et celui dont le SIM assure la diffusion de l'information la plus efficace et la plus complète. De surcroît, on dispose sur ce pays de plusieurs enquêtes concernant le rôle de l'information dans le commerce céréalié<sup>12</sup>.

### Les producteurs

L'enquête sur l'impact de la diffusion radio du SIM a été conduite dans quatre zones différentes du point de vue de la logique de mise en marché des céréales (DIARRA et GALTIER, 1994). Elle a révélé une grande homogénéité dans la manière de percevoir l'information du SIM par les producteurs. Globalement, les modalités de diffusion de l'information (médium, horaires, langues, prix au kilogramme) choisies par le SIM semblent satisfaire pleinement les acteurs : l'information parvient dans

<sup>11</sup> Nous suivons en cela la méthode retenue pour évaluer l'impact de l'information radio-diffusée du SIM au Mali (DIARRA et GALTIER, 1994). Contrairement à d'autres évaluations focalisées directement sur l'utilisation de l'information du SIM (notamment dans le cas du Niger ; CAMPOS, 1995), il était demandé aux acteurs de décrire leurs pratiques, leurs besoins d'information correspondants, puis les sources d'information effectivement utilisées, avant de recueillir leur avis sur l'information diffusée par le SIM.

<sup>12</sup> La première a été réalisée un peu avant la mise en place du SIM (AMSELLE et BAGAYOGO, 1988), la deuxième après quelques mois d'existence (STEFFEN, 1990) et enfin la troisième après cinq années de fonctionnement du SIM (DIARRA et GALTIER, 1994). À ces études s'ajoutent des investigations menées dans le cadre des activités du SIM.

les villages par le canal de la radio et les communiqués sont jugés « très clairs ». Pourtant, ces derniers sont très peu écoutés par les producteurs. La cause principale de ce paradoxe est que les auditeurs connaissent déjà les prix sur les marchés environnants, les seuls qui leur sont de fait accessibles. En effet, il se trouve toujours quelqu'un dans le village qui a fréquenté un de ces marchés la semaine précédente et qui communique l'information aux autres. On peut donc considérer que la communauté villageoise dispose de son propre système d'information et que celui-ci est rival du SIM au niveau local.

Ce système d'information villageois répond d'ailleurs plus largement aux besoins des producteurs. Comme ils vendent des céréales pour acheter d'autres produits tels que les condiments, le prix de ces produits revêt autant d'importance pour eux que celui des céréales. En outre, ils ont parfois la possibilité d'arbitrer entre la vente de céréales et celle d'autres produits agricoles, notamment l'arachide. Contrairement au SIM dont l'information est limitée à quelques marchés et aux seules céréales, le système d'information villageois couvre tous les marchés accessibles et tous les produits pertinents pour les producteurs.

Les promoteurs des SIM postulent que la connaissance des prix par les producteurs (même sur des marchés éloignés où ils n'ont pas la possibilité de vendre) renforce leur pouvoir de négociation vis-à-vis des commerçants. Cette opinion pourrait être confortée par celle de certains grossistes qui ne cachent pas leur hostilité à l'égard du SIM : « Il induit les producteurs en erreur car ils ne se rendent pas compte de tous les frais (supportés pour mettre les grains à la disposition des consommateurs). » Cependant, les producteurs interrogés ne semblent pas percevoir les choses de cette façon et affirment que le prix de vente leur est « imposé par les commerçants ».

La marge de manœuvre des producteurs dans l'arbitrage spatial et temporel est en effet très limitée dans la pratique. Quand le besoin monétaire se fait pressant, ils sont obligés de vendre quelques sacs de céréales, que les prix soient avantageux ou pas. Ainsi, beaucoup ne parviennent pas à attendre la soudure pour vendre à un meilleur prix et certains doivent racheter des céréales au prix fort à cette période de l'année car leurs greniers sont prématurément vides. Les producteurs n'ont pas davantage de liberté dans le choix du lieu de vente, compte tenu de la faiblesse de leurs moyens de transport (vélos, mobylettes, charrettes...) et du mauvais état des pistes pendant la saison des pluies.

## Les associations villageoises

Les associations villageoises sont des organisations paysannes créées au Mali dans le contexte des programmes d'encadrement de la paysannerie. Leur objectif est de permettre aux producteurs d'améliorer leur

position vis-à-vis des commerçants en choisissant mieux le lieu et la date de vente de leurs céréales. Compte tenu de la faiblesse de leurs moyens de transport, les associations villageoises n'ont en fait pas une grande latitude pour trouver des débouchés au-delà des alentours du village. En revanche, grâce à une politique adaptée de crédit, elles ont pu construire des magasins de stockage dans les villages qui permettent aux producteurs de se réapproprier une partie du différentiel de prix entre la période de collecte principale et la soudure.

Dans cet objectif, les associations villageoises achètent immédiatement après la récolte, au moment où les prix sont au plus bas sur les marchés, et revendent pendant la soudure. Celles des zones excédentaires s'approvisionnent en priorité auprès des gens du village ou des villages voisins. Les prix destinés à guider leur politique d'achat sont donnés par le système d'information villageois qui est basé sur la proximité. Lorsque l'association villageoise achète les céréales aux producteurs de son village, elle a la possibilité de leur offrir un prix plus ou moins élevé que celui du marché. Le choix entre ces stratégies dépend des anticipations qu'elle fait sur le niveau qu'atteindront les prix pendant la soudure (si les céréales sont acquises à un prix élevé, l'association villageoise risque de rencontrer des difficultés pour écouler les grains à un prix qui maintienne sa solvabilité). Il semble qu'à l'heure actuelle aucun système d'information n'aide les villageois à effectuer ces anticipations.

Pour leur activité de stockage, les associations villageoises ont besoin de maîtriser les techniques de conditionnement afin de préserver les grains de l'humidité et des insectes. Elles doivent aussi pouvoir se procurer les fonds nécessaires, ce qui rend indispensable une information sur les conditions d'obtention des crédits.

Enfin, pour leur politique de vente, elles doivent connaître à la fois le coût du stockage et les prix en vigueur sur les marchés environnants (pendant la soudure). Cette dernière information est fournie par le système d'information villageois. Est-elle suffisante ? Il est vrai que, dans la pratique, les céréales stockées par les associations villageoises sont en général vendues à des producteurs déficitaires du ou des villages voisins. Cependant, il semble que les stocks des associations villageoises excédentaires soient peu adaptés à la vente sur les marchés ruraux environnants : il faut en effet les écouler petit à petit, sous peine de faire chuter les prix car, compte tenu de la faiblesse des quantités qui transitent par ces marchés, les prix sont très sensibles au moindre apport de céréales. Réciproquement, les stocks des associations villageoises, qui regroupent parfois des quantités relativement importantes de céréales, pourraient intéresser des grossistes, des projets ou même l'office céréalier pour le renouvellement du stock national de sécurité. Les associations villageoises en sont conscientes, comme en témoignent

l'insistance avec laquelle elles ont demandé et obtenu de pouvoir postuler aux appels d'offres de l'office en proposant des lots de 30 ou 50 tonnes (alors qu'un minimum de 100 tonnes est imposé aux commerçants) ou le franc succès enregistré par les « pré-bourses céréalières » organisées en mai 1994 à Ségou et Koutiala<sup>13</sup>.

### Les collecteurs

Leur marge de manœuvre est des plus réduite. Comme on l'a vu précédemment, ils ne font que répercuter sur les marchés de production les décisions prises par les grossistes dont ils dépendent. Le seul choix qu'ils ont à effectuer concerne les marchés où ils vont se rendre pour acheter. Ce choix dépend de la distance, de l'état des pistes, de l'habitude (c'est-à-dire des liens personnels noués avec les paysans) et enfin des prix pratiqués et de l'approvisionnement du marché la semaine précédente. Les données sur les prix et l'état d'approvisionnement les semaines précédentes sont connues des collecteurs soit directement parce qu'ils étaient présents eux-mêmes sur les marchés, soit indirectement par leurs rabatteurs ou d'autres collecteurs qui travaillent pour eux.

### Les grossistes

L'étude de l'impact de la diffusion de l'information du SIM sur les commerçants grossistes revêt une importance cruciale, car ce sont les acteurs dominants de la filière céréalière, comme on l'a montré précédemment.

Un sondage réalisé en 1989 auprès d'une centaine de grossistes révèle que 83 % d'entre eux se jugent bien informés sur le marché national (STEFFEN, 1990). Ils citent comme source d'information sur les prix dans les autres villes, par ordre d'importance : d'autres commerçants, des parents ou des amis, leurs intermédiaires et leurs agents de terrain, des transporteurs, le SIM. L'information fournie par le SIM semble peu adaptée aux besoins des grossistes car elle est hebdomadaire, tandis que les transactions de gros ont lieu quotidiennement. Le fait que les commerçants utilisent de plus en plus fréquemment le téléphone pour recueillir l'information sur les prix auprès de leurs correspondants accroît encore ce décalage.

Cependant, il semble bien que les commerçants aient des besoins d'information non satisfaits. L'enquête menée en 1988 par AMSELLE et BAGAYOGO, sur quarante-six commerçants, révélait que « les demi-

<sup>13</sup> Il s'agissait de rencontres entre associations villageoises et grossistes, organisées par l'ONG GEC-Mali et destinées à favoriser la négociation de contrats d'achat et de vente.

grossistes et détaillants demandent davantage d'information sur le Programme de restructuration du marché céréalier au Mali (PRMC) et le système bancaire dont ils se méfient ». L'étude de STEFFEN (*op. cit.*) nous apprend que 30 % des commerçants interrogés ont été pris au dépourvu par « un changement dans le marché céréalier qui a eu un impact majeur sur leurs affaires ». Ces bouleversements font référence à l'arrivée de céréales sur le marché (23 %), au blocage des licences sur les importations de riz (13 %), au non-respect des engagements de l'offre et des prix de l'Office du Niger pendant que les importations ont été bloquées (10 %). Dans presque tous ces cas, les perturbations sont dues aux interventions publiques. En 1994, les grossistes demandent à nouveau à l'État de les informer sur les possibilités de crédit, sur ses propres interventions de politique économique susceptibles de perturber le marché (réglementation sur le commerce des céréales, politique de stockage/déstockage de l'Opam, Office des produits agricoles du Mali, aides alimentaires, import-export de céréales) et sur la localisation de l'offre.

### Les demi-grossistes et les détaillants

Ces acteurs n'ont pas fait l'objet d'enquête concernant leurs besoins d'information. Mais, étant donné qu'ils sont dépendants des grossistes qui leur imposent les prix, on peut faire l'hypothèse que ces besoins sont limités. En effet, leur marge de manœuvre se limite à informer leurs fournisseurs des difficultés à écouler les céréales afin qu'ils réduisent leurs prix. De plus, ces agents n'ont guère le moyen de tricher puisque le grossiste, qui approvisionne simultanément plusieurs clients, connaît parfaitement la situation du marché de détail.

### Les consommateurs

Les consommateurs ruraux sont dans la même situation que les producteurs : ils bénéficient des services d'un système d'information villageois qui les renseigne sur l'évolution des prix sur tous les marchés auxquels ils ont accès. L'information sur les marchés plus éloignés ne leur est pas directement utile puisqu'ils ne les fréquentent pas.

Le SIM a-t-il davantage d'impact sur les consommateurs urbains ? L'information dont il dispose devrait le lui permettre puisqu'il collecte de manière hebdomadaire les prix à la consommation des mil, maïs, sorgho et de diverses variétés de riz<sup>14</sup> sur douze marchés de détail de la ville de Bamako. Une partie de ces données est diffusée à la radio

<sup>14</sup> Riz BB usiné, riz RM40 usiné, riz DP, riz étuvé blanc et riz étuvé rouge.

et à la télévision dans le cadre des communiqués SIM. Suite à la diffusion des premiers communiqués radio du SIM, les prix sur les marchés de la périphérie de Bamako ont effectivement amorcé un mouvement de baisse par rapport à ceux du centre et les différentiels se sont stabilisés entre 10 et 15 FCFA le kilogramme pour le mil et le sorgho et entre 10 et 20 FCFA le kilogramme pour le maïs, alors qu'ils étaient respectivement de 15 à 40 FCFA et de 10 à 35 FCFA auparavant. D'une manière générale, les différentiels de prix entre Niarelà et les autres marchés de la ville de Bamako ont baissé de 50 % à partir de la diffusion des prix à la radio (SALL, 1990).

Mais il semble que ce phénomène ait été purement conjoncturel. L'observation des séries de prix du SIM sur la période 1989-1993 indique que les différentiels de prix entre les différents marchés de Bamako se maintiennent dans le long terme, tout en évoluant d'une manière aléatoire d'une semaine à l'autre. Enfin, les communiqués du SIM présentent deux défauts majeurs au regard des besoins d'information des consommateurs : leur fréquence reste hebdomadaire, alors que les marchés de détail sont quotidiens, et leur diffusion n'est pas concomitante avec celle de la Direction nationale de l'agriculture concernant les autres produits de base, si bien que le consommateur ne peut pas situer le prix des céréales par rapport aux autres composantes du « panier de la ménagère ».

Aux côtés du SIM de l'office céréalier et des systèmes d'information des réseaux de commerçants (SIR par analogie), on a mis en évidence des systèmes d'information informels villageois (SIV). Les SIV et les SIR fournissent une information sur les prix et les approvisionnements qui est complète et adaptée aux besoins actuels des acteurs de la commercialisation, aussi bien du point de vue de la couverture des marchés et des produits que du délai de transmission. L'information du SIM sur les prix est donc peu utilisée par ces acteurs. En revanche, ils ont besoin d'informations sur les interventions publiques, l'accès au crédit et la localisation de l'offre (notamment les stocks des associations villageoises). Pour assurer une meilleure complémentarité avec les systèmes informels, les SIV et les SIR, le SIM devrait réviser ses priorités pour se consacrer davantage à ces besoins d'information non satisfaits.

## CONCLUSION

Plusieurs dispositifs d'information contribuant à la sécurité alimentaire coexistent aujourd'hui dans les pays du Sahel. Dans la majorité des cas, ils ont été conçus selon leur propre logique et non dans une dynamique de coopération. C'est le cas des systèmes d'information sur le marché.

Bien que l'organisation des commerçants en réseaux hiérarchisés ait été mise en évidence dans les études préparatoires à la construction des SIM, celle-ci a suivi le schéma de la théorie économique standard qui postule l'autonomie des agents et se focalise sur la transparence du marché.

Le diagnostic effectué au Mali apporte des éléments pour réfléchir à la division du travail entre ces systèmes public et privés, formel et informels, dans la fourniture d'information aux différents acteurs de la commercialisation des céréales. La performance technique du SIM est validée par les acteurs qui reçoivent l'information qu'il diffuse et ne mettent pas en doute sa fiabilité. Mais l'efficacité économique du système se révèle finalement assez faible dans son objectif d'accroître la transparence du marché. En effet, les acteurs visés au titre de cet objectif (la plupart des producteurs, consommateurs et intermédiaires) ne sont pas véritablement en mesure d'utiliser l'information du SIM par manque de liberté dans leurs choix économiques. Dans la structure actuelle du marché, encore très largement dominée par des organisations hiérarchisées, ces acteurs ne disposent que d'une autonomie très limitée.

À l'inverse, cette structure des échanges explique que les systèmes d'information villageois et ceux des réseaux marchands soient nettement plus efficaces. Ils correspondent mieux aux besoins des acteurs car ils sont basés sur des relations de proximité et de confiance. Les SIR tirent leur force de l'intégration, au sein d'une même organisation, des fonctions d'information, de financement et de circulation des marchandises, difficilement dissociables pour la commercialisation dans le contexte que nous avons décrit précédemment. De même, leur cohésion, basée sur la hiérarchie et l'enchevêtrement des relations familiales, sociales, religieuses, politiques et économiques, est garante de la confiance, essentielle à la conduite des affaires.

Dans la mesure où, jusqu'ici, les échanges ne reposent pas au Sahel sur des relations de coordination par le marché (rencontre d'offres et de demandes émanant d'agents autonomes), mais sur des organisations hiérarchisées, l'État ne peut concurrencer les organisations dans la fourniture d'information aux acteurs de la commercialisation. Les besoins d'information des acteurs sont liés en priorité à la fonction qu'ils exercent dans la hiérarchie. Si les SIM ne peuvent pas concurrencer les réseaux, ils doivent donc jouer la complémentarité et recentrer leurs objectifs sur la diffusion de l'information qui n'est pas ou qui est mal appréhendée par les réseaux.

Cependant, d'un point de vue plus général de la régulation des échanges, l'efficacité des organisations dans la fourniture d'information est limitée par le fait qu'elles entretiennent des asymétries d'information génératrices de rentes pour les acteurs dominants. L'État a donc bien un rôle

à jouer pour accroître la concurrence dans les échanges et rééquilibrer les pouvoirs entre acteurs. Mais l'information ne peut être le seul outil de cette stratégie. À l'image des réseaux marchands qui réunissent les différentes fonctions essentielles à la commercialisation, l'État doit diversifier ses interventions s'il veut avoir un impact sur la régulation des échanges.

Cette politique a été suivie au Mali. Elle explique en grande partie que le marché des céréales évolue dans le sens des objectifs du SIM, vers une ouverture progressive à la concurrence. De nouveaux opérateurs sont entrés sur le marché, les patrons de l'import-export perdent de l'importance dans la collecte par rapport aux autres grossistes et ces derniers n'ont plus la même emprise sur les zones de production. Mais ces changements résultent certainement davantage des crédits accordés aux associations villageoises et aux demi-grossistes par le PRMC, de la dévaluation du franc CFA... que de l'impact direct du SIM auprès des acteurs du marché. Considéré dans toutes ses composantes, y compris l'information des décideurs publics, le SIM a joué un rôle dans cette évolution, mais ce rôle ne peut être dissocié des autres interventions de l'État et des changements de stratégies des opérateurs.

## BIBLIOGRAPHIE

- ALDRIDGE (K.), STAATZ (J.), 1993 — *Lignes directrices pour l'analyse de la structure et de l'évolution du Système d'information du marché des céréales au Mali*. East Lansing, MSU, Staff Paper n° 93-55F, 22 p.
- AMPONSAH (D. K.), 1988 — *Information Provision and Use in Maize Marketing in Ashanti Region (Ghana)*. East Lansing, MSU dissertation, 288 p.
- AMSELLE (J.-L.), BAGAYOGO (D.), 1988 — *Marché des céréales au Mali et système d'information des commerçants privés*. Bamako, OSCE Mali, 27 p.
- CAMPOS (P.), 1995 — *Évaluation des émissions radiodiffusées par le Système d'Information sur le Marché (SIM)*. Niamey, OPVN-SIM/PSR-GFA, 28 p.
- COMAC (réseau Connaissance des marchés céréaliers), 1990 — *Les systèmes d'information sur les marchés céréaliers*. Actes du séminaire de Bamako, 23-25 avril 1990, CILSS-Club du Sahel/OCDE. Paris, Réseau stratégies alimentaires, 117 p.
- COMAC (réseau Connaissance des marchés céréaliers), 1992 a — *Les moyennes de prix observées (dans le cadre des SIM) : modes de calcul et utilisation pour l'analyse de marché*. Paris, Réseau stratégies alimentaires, Débats techniques, dossier n° 1, 87 p.
- COMAC (réseau Connaissance des marchés céréaliers), 1992 b — *Quelle peut être la contribution des SIM à l'information sur la sécurité alimentaire à court terme ?* Paris, Réseau stratégies alimentaires, Débats techniques, dossier n° 2, 78 p.
- DEMBÈLÉ (N.), STAATZ (J.), 1989 — *Transparence des marchés céréaliers et rôle de l'État : la mise en place d'un système d'information des marchés au Mali*. Bamako, Projet sécurité alimentaire CESA-MSU-USAID (document de travail n° 89-83 préparé pour le séminaire européen des économistes agricoles de Montpellier, 29 mai-2 juin 1989), 20 p.

- DEMBÉLÉ (N.), STAATZ (J.), EGG (J.), 1990 — « L'expérience du Mali ». In COMAC : 47-67.
- DIARRA (A.), GALTIER (F.), 1994 — *Évaluation de l'impact du SIM sur les acteurs du marché : résultats d'enquêtes menées auprès de producteurs, d'associations villageoises, de collecteurs et de regroupements des zones de Ségou, Koutiala et Kita*. Bamako, PRMC, Comac/Réseau stratégies alimentaires (Solagral), 42 p.
- EGG (J.), 1989 — *Rapport d'évaluation du système d'information sur le marché des céréales au Mali*. Bamako, OSCE, Montpellier, Inra-ESR, 29 p.
- EGG (J.), 1994 — *L'approche de la commercialisation et des échanges de céréales en Afrique de l'Ouest par les SIM (systèmes d'information sur le marché)*. Paris, ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, Montpellier, Inra-ESR, 89 p.
- EGG (J.), GRÉGOIRE (E.), 1992 — « Les marchés céréaliers ». In : *Le développement agricole au Sahel. T. I. Milieux et défis*, Montpellier, Cirad-DSA, coll. Documents systèmes agraires, 17 : 153-177.
- EGG (J.), MARTINET (D.), 1988 — *Connaissance du marché céréalier au Sahel : approche macro-économique et mise en œuvre d'un système d'information au Burkina Faso*. Paris, Amira, brochure n° 54, vol. I, 132 p.
- EGG (J.), TRAORÉ (K.), 1991 — *Rapport d'évaluation externe du système d'information sur le marché des céréales du Niger (SIM)*. Niamey, GFA/GTZ, 65 p.
- EICHER (C. K.), 1989 — *Sustainable Institutions for African Agricultural Development*. La Haye, Isnar, Working paper n° 19.
- GALTIER (F.), 1994 — *Les systèmes d'information sur les marchés céréaliers en Afrique de l'Ouest : le cas du Mali*. Mémoire DEA, Montpellier, Ensam, 150 p.
- GRÉGOIRE (E.), 1986 — *Les Alhazai de Maradi. Histoire d'un groupe de riches marchands sahéliens*. Paris, Orstom Éditions, coll. Travaux et documents, 187, réédition 1990, 218 p.
- GRÉGOIRE (E.), 1990 — L'État doit-il abandonner le commerce des vivres aux marchands ? *Politique africaine*, 37 : 63-70.
- GRÉGOIRE (E.), LABAZEE (P.), 1994 — *Le fonctionnement du marché des changes parallèle et ses incidences sur les échanges entre le Niger et le Nigeria*. Niamey, Mission française de coopération, Orstom-Grid, 60 p.
- HAMADOU (S.), 1993 — *Analyse de la structure et de l'efficacité du marché des céréales au Niger : le cas des départements de Dosso et Tillabéry*. Mémoire DEA, Montpellier, Ensam, 79 p.
- HAMADOU (S.), 1994 — *Le rôle du commerce avec le Nigeria dans le fonctionnement du marché des céréales au Niger : première approche des changements introduits par la libéralisation*. Paris, Iram, 62 p.
- HARRIS (B.), 1979 — There is Method in my Madness : or is it vice versa ? Measuring agricultural Market Performance. *Food Research Institute Studies*, 17 (2) : 197-218.
- HAYS (M. H.), 1976 — Agricultural Marketing in Northern Nigeria. *Savanna*, 5, décembre : 139-148.
- HIBOU (B.), 1996 — *L'Afrique est-elle protectionniste ? Les chemins buissonniers de la libéralisation extérieure*. Paris, Karthala, 334 p.
- JONES (O. W.), 1974 — Regional Analysis and agricultural Marketing Research in Tropical Africa : Concepts and Experience. *Food Research Institute Studies*, 13 (1) : 3-28.
- LAMBERT (A.), EGG (J.), 1994 — Commerce, réseaux et marchés : l'approvisionnement en riz dans les pays de l'espace sénégalais. *Cah. Sci. hum.*, 30 (1-2) : 229-254.
- MARTINET (D.), SOULEYMANE (A.) et al., 1990 — « L'expérience du Niger ». In COMAC : 69-97.

- MINVIELLE (J.-P.), 1991 — *L'harmonisation des méthodologies de collecte des prix en République du Bénin*. Cotonou, Pnud, rapport de mission n° 1, 23 p.
- SALL (A.), 1990 — « L'enjeu du SIM à travers l'expérience du Mali ». In COMAC : 9-20.
- STAATZ (J.), 1992 — « Institutional Perspectives on Agricultural Policy Reforms in West Africa ». Communication au séminaire « Économie institutionnelle et agriculture », Montpellier, Cirad, 7-9 septembre, 16 p.
- STEFFEN (P.), 1990 — *Un sondage : sources et besoins d'information des commerçants sur le marché céréalier au Mali*. Bamako, Projet sécurité alimentaire CESA-MSU-USAID, document de travail n° 90-01, 85 p.
- STEFFEN (P.), DEMBÉLÉ (N.), STAATZ (J.), 1988 — *Une critique des rôles alternatifs pour l'Opam sur le marché céréalier à travers des concepts de biens publics*. Bamako, Projet sécurité alimentaire CESA-MSU-USAID, document de travail n° 88-02, 80 p.
- WILLIAMSON (O.), 1994 — *Les institutions de l'économie*. Paris, InterÉditions, 404 p.