

# LE COMMERCE DANS LA RÉGION DE BOUAKÉ (Côte d'Ivoire)

## UNE ÉTUDE ÉCONOMIQUE DU COMMERCE RÉGIONAL ET INTER-RÉGIONAL DANS L'OUEST AFRICAIN

par LÉ CHÂU \*

### TABLE DES MATIÈRES

	Pages
INTRODUCTION .....	7
CHAPITRE 1 <sup>er</sup> — MÉTHODOLOGIE	
I. — <b>Marchés et production rurale</b> .....	15
1 — Stratification des marchés .....	15
2 — Recensement et enquête sur les marchés .....	16
3 — Questionnaire .....	16
II. — <b>Transport et flux</b> .....	17
1 — Transports routiers .....	17
2 — Transports par voie ferrée .....	18
III. — <b>Circuit de distribution</b> .....	18
1 — Stratification des entreprises commerciales .....	18
2 — Recensement et enquête .....	19
IV. — <b>Artisanat et activités assimilées</b> .....	23
1 — Stratification par branche de production .....	23
2 — Recensement et enquête .....	24
V. — <b>Calendrier de l'étude et moyens mis en œuvre</b> .....	24
1 — Calendrier .....	24
2 — Moyens de réalisation .....	26

---

\* *Economiste à l'ORSTOM — Centre ORSTOM de Tananarive.*

CHAPITRE 2 — GÉOGRAPHIE DES COURANTS COMMERCIAUX	Pages
I. — <b>Importance de la ville de Bouaké</b> .....	28
II. — <b>Réseaux commerciaux et zones de marché</b> .....	37
1 — Réseau Nord .....	37
2 — Réseau Sud .....	37
3 — Réseau Sud-Est ou Boucle du Cacao .....	37
4 — Zone Sud .....	38
III. — <b>Disparité ville-campagne</b> .....	39
1 — Rôle des villes .....	39
2 — Marchés en milieu rural .....	40
3 — Villages mal desservis .....	41
 CHAPITRE 3 — CIRCUIT DE DISTRIBUTION	
I. — <b>Mécanismes du circuit</b> .....	43
1 — Commerce moderne .....	43
2 — Commerce de petit détail .....	45
II. — <b>Coût de distribution</b> .....	52
III. — <b>Exploitation des entreprises</b> .....	53
1 — Entreprises commerciales .....	53
2 — Entreprises de transport en commun .....	57
IV. — <b>Flux de marchandises et structure des ventes</b> .....	60
 CHAPITRE 4 — COMMERCIALISATION DE LA PRODUCTION RURALE	
I. — <b>Fonctionnement des marchés</b> .....	64
1 — Marché de Bouaké .....	65
2 — Marchés locaux .....	68
3 — Marchés non permanents .....	68
4 — Produits de la traite .....	68
5 — Cultures industrielles .....	71
6 — Marché sahélo-éburnéen .....	71
II. — <b>Produits et prix</b> .....	73
1 — Caractéristiques économiques des échanges .....	73
2 — Commercialisation des principaux produits vivriers .....	77
 CHAPITRE 5 — PROBLÈMES ÉCONOMIQUES DU COMMERCE RÉGIONAL	
I. — <b>Prix et pouvoir d'échange de la production rurale</b> .....	79
II. — <b>Economie de traite et fluctuations saisonnières</b> .....	82
1 — Rôle des cultures d'exportation .....	82
2 — Variation des prix .....	83
3 — Variation des flux .....	85
III. — <b>Economie « Marchande »</b> .....	90

## CHAPITRE 6 — PROPOSITIONS DE RÉORGANISATION

I. — <b>Modification des termes de l'échange et de la consommation</b> .....	93
1 — Réduction du commerce de petit détail .....	93
2 — Développement de la commercialisation de la production rurale .....	94
3 — Orientation de la consommation .....	99
II. — <b>Commerce et développement économique</b> .....	99
1 — Consolidation et développement du marché intérieur .....	100
2 — Mise en place des institutions du commerce .....	101
CONCLUSION .....	103

## TABLEAUX DE STATISTIQUES

N°	Pages
1 — Principales caractéristiques des différentes catégories de marchés .....	13
2 — Nombre de vendeurs et vendeuses .....	40
3 — Nombre d'entreprises commerciales .....	45
4 — Coût de distribution des marchandises à grande consommation .....	52
5 — Coût de distribution de marchandises générales .....	53
6 — Comparaison de différentes entreprises commerciales .....	53
7 — Stock, chiffre d'affaires, marge par entreprise commerciale .....	54
8 — Comptes d'exploitation des entreprises commerciales .....	55
9 — Comptes d'exploitation des entreprises dans le transport routier .....	58
10 — Répartition de la marchandise par provenance et destination .....	61
11 — Chiffre d'affaires des entreprises commerciales. Chiffres d'affaires et coût de distribution..	61
12 — Coût de commercialisation du marché sahélo-éburnéen .....	74
13 — Marché de la production rurale .....	75
14 — Production et commercialisation de l'igname, du paddy et du maïs .....	77
15 — Comparaison de prix des produits vivriers .....	78
16 — Prix à l'exportation de produits primaires par les pays sous-développés .....	83
17 — Variations saisonnières des prix des principaux produits et marchandises .....	84
18 — Variations saisonnières des flux .....	86
19 — Variations saisonnières du chiffre d'affaires .....	87
20 — Fluctuation des transports .....	88
21 — Productivité par personne dans le secteur des services et dans l'industrie moderne .....	91

*N.B.* — Sauf indication contraire, les valeurs sont exprimées en francs CFA, prix 1962/63.

## CARTES

N°	Pages
1 — Centres commerciaux et leur zone d'influence .....	10
2 — Bouaké, plaque tournante et centre de redistribution .....	29
3 — Circulation sur les axes routiers .....	30
4 — Flux de marchandises .....	31
5 — Flux de produits ruraux .....	32
6 — Transport de bois .....	33
7 — Flux global .....	34
8 — Transport routier de voyageurs .....	35
9 — Transport ferroviaire de voyageurs .....	36
10 — Colporteurs de brousse .....	49
11 — Principales zones d'attraction des marchés de la production rurale .....	67
12 — Zones des prix .....	80
13 — Disparité des zones de prix .....	81
14 — Infrastructure du commerce .....	95
15 — Distribution de marchandises .....	96
16 — Grands marchés de la production rurale .....	98

## GRAPHIQUES

N°	Pages
1 — Pluviomètre et calendrier agricole .....	26
2 — Comparaison des secteurs du commerce .....	57
3 — Structure des ventes de marchandises .....	62
4 — Provenance des marchandises .....	63
5 — Structure des importations nettes de la production rurale .....	75
6 — Structure de la production artisanale commercialisée .....	76
7 — Production et commercialisation de principaux produits vivriers .....	76
8 — Termes de l'échange en milieu urbain et semi-urbain .....	85
9 — Termes de l'échanges en milieu rural .....	86
10 — Termes de l'échange par zone de production et Bouaké-ville .....	87
11 — Circulation sur le grand axe .....	88
12 — Camions de marchandises .....	89
13 — Transport sur l'axe Abidjan-Bouaké .....	89

## SCHÉMAS

N°	Pages
1 — Organigramme des entreprises dans le commerce général .....	19
2 — Circuit de distribution de marchandises .....	41
3 — Commercialisation de produits vivriers bruts .....	65
4 — Commercialisation de produits vivriers transformés .....	67

## INTRODUCTION

L'étude économique du commerce régional, réalisée dans le cadre de la Mission socio-économique de Bouaké (1), avait pour but :

— d'une part, de fournir aux enquêtes statistiques de base entreprises par la Mission, des informations complémentaires d'ordre économique et commercial (fonctionnement du marché, liste et volume des produits échangés, prix par micro-zones commerciales, transports et autres services afférents à la commercialisation,...) ;

— et d'autre part, à partir des connaissances acquises, de proposer des mesures d'organisation et de réorganisation du marché régional pour qu'il soit en mesure de répondre aux exigences du développement économique et social de la Côte d'Ivoire.

Pour atteindre le but ainsi proposé, nous avons été amenés à effectuer durant 16 mois sur le terrain, des enquêtes à la fois quantitatives et qualitatives concernant la totalité des activités commerciales et para-commerciales de la région :

**a — Circuit de distribution de marchandises générales** (2) par stade de commercialisation, par genre de commerce et par nationalité des entreprises.

**b — Marchés locaux classés en 4 catégories**

- marchés urbains,
- marchés semi-urbains,
- marchés ruraux ou bourgs ruraux,
- marché de brousse.

**c — Transports routiers et ferroviaires**

- transports routiers sur l'axe principal Abidjan-Ferkessédougou, sur les marchés et dans les villages-échantillons de l'enquête statistique ;
- trafic ferroviaire.

**d — Commercialisation de produits spéciaux**

- produits de la traite : café, cacao, palmistes.
- cultures industrielles : coton, tabac.
- produits du marché sahélo-éburnéen (3) : cola, poissons fumés et séchés, bétail.

---

(1) Notre rapport sur le marché régional sera publié par l'Administration Générale du Plan de la Côte d'Ivoire, publication assurée par la SEDES (Paris). Ce rapport, qui comporte essentiellement des données quantitatives, a été articulé d'après le schéma du rapport général de synthèse de la Mission Bouaké : une partie sur le commerce en ville, une partie sur le commerce en milieu rural, flux par produit ou par groupe de produits, selon la nomenclature de la comptabilité nationale de la Côte d'Ivoire.

Dans la présente publication, nous nous efforçons d'une part de faire une analyse plus qualitative que quantitative, et d'autre part, d'élaborer une méthodologie d'enquête.

(2) Ce terme désigne de façon arbitraire, les produits manufacturés et transformés autres que la production régionale d'origine biologique ou production rurale (agriculture, élevage, pêche, chasse, cueillette, artisanat traditionnel).

(3) Le marché sahélo-éburnéen ou marché intra-africain qui s'étend des savanes sahéliennes aux lagunes éburnéennes, comporte essentiellement des échanges de produits vivriers (bétail, poissons, céréales) et de produits artisanaux provenant du Mali, de la Haute-Volta et du Niger, contre la cola et les marchandises de Côte d'Ivoire.

En collaboration avec M. Philippe de SALVERTE, Sociologue de la Mission, nous avons également étudié l'artisanat régional, notamment en ce qui concerne les activités liées à la commercialisation et les services en milieu urbain.

Il va sans dire que, pour une étude du Commerce en Côte d'Ivoire, il nous a été indispensable d'étendre nos recherches sur des facteurs d'ordre sociologique : comportement des consommateurs en économie faiblement monétarisée, courants commerciaux traditionnels, groupe DIOULA dans le commerce sahélo-éburnéen.

Il convient de signaler que l'étude économique du commerce, dont il s'agit ici, couvre des domaines beaucoup plus étendus que le « marketing » anglo-saxon (étude de marché ou étude technique de marché). En effet, outre les études classiques sur l'offre et la demande, les prix et la concurrence du marketing, le schéma d'enquête ci-dessus nous a permis d'étudier également le flux de biens et services, les comptes d'exploitation des entreprises dans le commerce, les transports et l'artisanat. Ces données quantitatives constituent également une partie non moins importante des travaux d'élaboration d'une comptabilité économique de la région de Bouaké.

Paris, mars 1966

LÊ CHÂU

## CHAPITRE PREMIER — MÉTHODOLOGIE

L'étude comporte une série d'enquête dites « lourdes » ou enquêtes de structure et de flux. Or, à notre connaissance, il n'existait aucun précédent en Afrique (1). Nous étions donc amenés à employer des méthodes statistiques existantes en essayant de les adapter aux conditions du milieu étudié. Ce n'est, en somme, qu'un essai qui représente — comme tout essai — des qualités et des lacunes. Nous serons reconnaissants envers tous ceux qui en feront la critique.

La méthode employée est celle du sondage probabiliste avec des échantillons indépendants tirés au premier degré. Ceci doit faciliter l'exploitation et l'extrapolation des résultats chiffrés, étant donné qu'il n'a pas été prévu de dépouillement mécanographique.

Nous avons ajouté à l'échantillonnage, tiré selon les principes rigoureux des mathématiques, un choix raisonné d'unités à étudier. Ce choix a été dicté par les conditions du milieu et par l'échantillonnage de l'enquête statistique :

a) Outre les villages « unités statistiques » et les « unités-marchés » (2), nous avons ajouté les marchés de brousse situés dans des zones les plus mal desservies par le commerce. Ce qui nous a permis d'approfondir la formation et la disparité des prix, comme le pouvoir d'échange de la production rurale sur tout le territoire de la région ;

b) Les marchés importants ont été choisis exhaustivement (2 marchés urbains, 6 marchés semi-urbains et 10 marchés de bourgs ruraux). Le réseau commercial étant formé à partir des villes comme centres de redistribution, nous avons pris tous les centres urbains et semi-urbains. Pour les centres ou bourgs ruraux, il serait possible — pour une étude de marketing — de prendre seulement la moitié ou 60 % de notre échantillonnage. Nous avons étudié la totalité de ces marchés, la production rurale (soutien majeur de notre étude) y occupant une place prépondérante ;

De ce fait, nous avons élargi notre échantillon et augmenté sensiblement la fraction de sondage : 30 marchés étudiés sur un total de 61. Une telle répartition géographique de nos unités-marchés nous

---

(1) Au début de la préparation de l'étude, il nous a été demandé de faire des enquêtes sur la commercialisation de la production rurale seulement. Au fur et à mesure de la prospection préparatoire, il nous a paru nécessaire que cette étude couvre également les marchandises, les transports et l'artisanat.  
Points particuliers de notre étude :

- mesure de flux *produit par produit* portant sur plus de 100 produits en circulation dans la région.
- étude des prix du village à la capitale, avec 172 points d'enquête durant une année, soit près de 10 000 jours d'observation (y compris l'exploitation des cahiers budget-consommation).
- analyse des comptes d'exploitation des entreprises dans le commerce, les transports et l'artisanat (près de 1 000 entreprises de l'échantillon).
- étude extensive des circuits spéciaux en dehors de la région d'enquête.

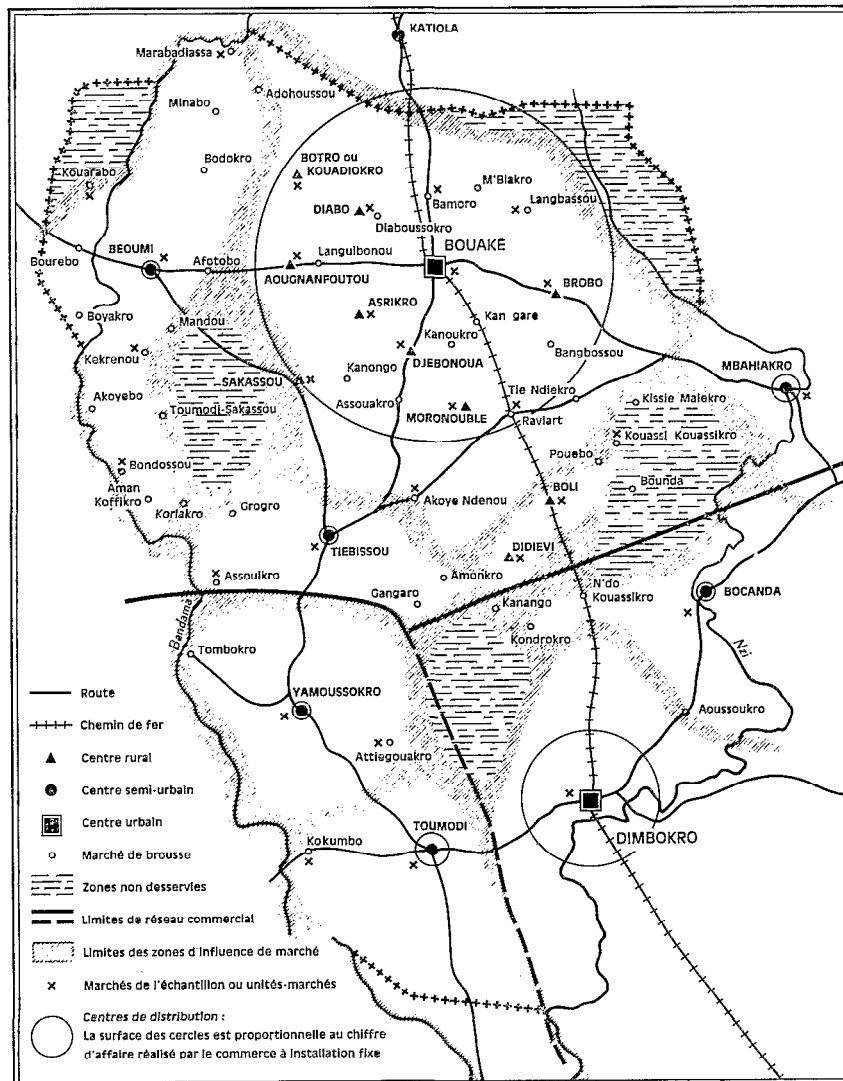
Signalons que notre région d'enquête est relativement petite : 24 000 km<sup>2</sup>, avec 617 000 habitants, soit 7,5 % de la superficie totale de la Côte d'Ivoire et le cinquième de sa population.

Deux travaux réalisés en 1957 et 1958 nous ont permis d'avoir un aperçu sur le commerce et les transports de la région de Bouaké.

a) « Étude des mouvements de marchandises à Bouaké », étude menée conjointement par l'IFAN et le Service de la Statistique de Côte d'Ivoire en 1957-59, et dont le principal objectif consiste à quantifier le bétail, le poisson et la cola passant par la ville de Bouaké. Rapport, 89 pages ronéotées.

b) « Étude géographique des problèmes de transport en Côte d'Ivoire » (1958). Complément de l'enquête transport 1954-55 ; l'étude 1958 analyse surtout les volumes transportés pour l'ensemble de la Côte d'Ivoire. Publication de la Documentation française, Paris 1963, 143 pages. L'étude 1958, comme l'enquête 1954-55, est placée sous la direction du Professeur J. TRICART.

(2) « Unités statistiques » : villages échantillons de l'enquête statistique de la Mission. « Unités-marchés » : marchés désignés par le tirage au sort.



Carte N° 1. — Centres commerciaux et leur zone d'influence

a permis de réduire le nombre de passages d'enquête. S'il existait des enquêtes « légères » sur le commerce de la région, ou si nous avions eu suffisamment de temps pour la préparation de nos enquêtes, nous aurions préféré réduire le nombre d'unités-marchés et augmenter nos passages. Tel n'était pas le cas (1).

c) Les artisans qui commercialisent eux-mêmes leur production et l'artisanat de service font l'objet d'une enquête spéciale afin de déterminer séparément au moment de l'exploitation des résultats, la marge commerciale et la marge de fabrication. En ce qui concerne les produits vivriers, nous avons également séparé les producteurs-vendeurs des commerçants.

(1) Les enquêtes sur le commerce et les transports doivent, pour que les données quantitatives soient comparatives avec les statistiques de productions, débuter en même temps ou pendant la même saison agricole que les enquêtes statistiques de base. Or, celles-ci ont commencé en mars 1962, quelques jours après notre arrivée à Bouaké. Nous avons donc été obligés de réduire notre préparation à 1 mois et demi.



TABLEAU 1  
CRITÈRES DE CLASSIFICATION DE MARCHÉS

Marchés	Marché urbain	Marché semi-urbain	Bourg rural	Marché de brousse
Fonctions économiques	— Marché quotidien avec 2 jours de grand marché par semaine.	— Marché quotidien avec 1 jour de grand marché par semaine.	— Hebdomadaire (1 seul marché, Boli, situé sur la voie ferrée à lieu 3 fois par semaine).	— Hebdomadaire
	— Industries de transformation.	— sans industrie.	— sans industrie.	— sans industrie.
	— Artisanat de services, de fabrication d'outils agricoles, de matériaux et d'ameublement, de transformation de produits alimentaires.	— Artisanat de services, de fabrication d'outils agricoles, de matériaux, de transformations de produits alimentaires.	— Artisanat de fabrication de matériaux, d'outils agricoles, d'art, de tissage (villages environnants).	— Artisanat d'art, de tissage (villages environnants).
Distribution de marchandises	— Commerce de gros, demi-gros et détail.	— Commerce de demi-gros et de détail.	— Commerce de petit détail.	— Commerce de petit détail.
	— Marchandises générales et commerce spécialisé.	— Marchandises générales et rarement commerce spécialisé.	— Marchandises générales de grande consommation.	— Marchandises générales de 1 <sup>re</sup> nécessité seulement.
	— Chef-lieu de secteur commercial, succursales de vente de toutes les sociétés.	— succursales de vente de quelques sociétés commerciales.	— Sans installation fixe (colporteurs).	— Sans installation fixe (quelques colporteurs).
Commercialisation de la production rurale	— Centre de ramassage, de revente et d'exportation en dehors de la zone.	— Point d'écoulement peu d'exportation.	— Point de ramassage, fournisseur des villes.	— Point de ramassage, fournisseur des villes
	— Vente de produits vivriers par des commerçants en général.	— Vente de produits vivriers par les producteurs et les commerçants.	— Vente de produits vivriers par les producteurs eux-mêmes.	— Vente de produits vivriers par les producteurs eux-mêmes.
	— Entrepôts de produits d'exportation et de produits vivriers.	— Entrepôt de produits d'exportation (à faible capacité).	— Aucun entrepôt.	— Aucun entrepôt.
Infrastructures et moyens de transport	— Fer + route + terrain aviation (1 ligne régulière relie Bouaké à Abidjan).	— Route.	— Route (1 seul marché traversé par la voie ferrée).	— Piste (4 marchés traversés par la voie ferrée).
	— Camions de marchandises tous les jours.	— Camions de marchandises 1 ou 2 fois par semaine.	— Pas de camions de marchandises.	— 1 ou 2 voitures par jour de marché.
	— Plusieurs gares routières.	— 1 seule gare routière.	— Pas de gare routière organisée.	— Pas de gare routière organisée.

Marchés	Marché urbain	Marché semi-urbain	Bourg rural	Marché de brousse
<b>Fonctions</b>				
<b>Administration</b>	— Ancien chef-lieu de cercle.	— Ancien chef-lieu de subdivision (sauf Yamoussokro à cause de son importance politique) (1).	— Chef-lieu de sous-préfecture nouvellement créé ou point de passage obligé.	— Dans un village ou à proximité d'un village (2).
	— Services techniques importants.	— Pas de services techniques centraux.	— Aucun service technique.	— Aucun service technique.
	— Commune administrative.			
<b>Services de liaison et activités d'ordre social</b>	— Professions libérales, lycée à Bouaké, école complémentaire à Dimbokro.	— Pas de professions libérales, écoles primaires.	— Pas de professions libérales, école élémentaire	— Pas de professions libérales, école élémentaire pour certains villages.
	— Hôpital, cliniques, maternités.	— Dispensaires médicaux.	— Aucune formation sanitaire.	— Aucune formation sanitaire.
	— Salles de cinéma, stade, piscine, églises.	— Pas de salle de spectacle, églises.	— Pas de salle de spectacle.	— Pas de salle de spectacle.
	— Banques, pharmacies.	— Dépôt de pharmacie (droguistes) (3)	— Pas de dépôt de pharmacie.	— Pas de dépôt de pharmacie.
	— Station service, concessionnaire de voitures.	— Pompe à essence.	— Pas de pompe à essence.	— Pas de pompe à essence.
	— Hôtellerie moderne, dancings.	— Hôtellerie moderne dans un centre seulement.	— Bar-restaurants africains.	— Pas de restaurant ni bar.
<b>Population et habitat</b>	— 10 000 habitants et plus.	— 2 à 5 500 habitants.	— 300 à 2 000 habitants (4)	— Quelques centaines d'habitants.
	— Avec habitat moderne.	— Pas d'habitat moderne (sauf Yamoussokro).	— Pas d'habitat moderne.	— Cases.
	— Eau, électricité.	— Eau et électricité à Yamoussokro seulement.	— Ni eau ni électricité.	— Ni eau ni électricité.

(1) Ancien village d'origine du Président de la République, transformé en ville.

(2) Un marché est situé au chef-lieu de sous-préfecture nouvellement créé sans titulaire de poste ni bâtiment administratif.

(3) Sauf une banque récemment ouverte à Yamoussokro.

(4) Sauf Koidiokro, chef-lieu de sous-préfecture, avec un marché hebdomadaire et 5 500 habitants, est classé dans cette catégorie. Ce Centre ne possède aucune autre caractéristique d'ordre économique, commercial ou social lui permettant d'accéder à la catégorie des centres semi-urbains.

TABLEAU 1

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE MARCHÉS  
(Moyenne pondérée par jour de marché)

Caractéristiques Catégories de marchés	Périodicité	Jour de marché	Surfaces (m <sup>2</sup> )		Vendeurs et Vendeuses					Voitures de transport en commun				Nombre personnes empruntant les transports en communs	Observations	
			Occupée	Couverte par des hangars	produits bruts d'origine végétale à aliments locaux	aliments non agricoles et produits d'origine animale	Produits manufacturés	Artisans et produits artisanaux	Autres	Total	Voyageurs	Marché	Marchandises			Total
<b>I. MARCHÉ URBAIN</b>																
1) Bouaké ville ....	(1)	Q		(2)	29 919	352	43	112	54	2 580	95	8	9	112		(1) Q : Quotidien  BH : Bi-hebdomadaire ou jours du « grand marché » H : Hebdomadaire  (2) Il s'agit ici seulement des hangars collectifs construits par l'administration ou par les collectivités locales. Les « apatams » construits par les marchands et dont la plupart sont couverts de chaume ne sont pas compris dans ces chiffres.
Marché Central ...	Q-BH	BH	49 965	2 300	2 351	463	59	210	51	3 134	102	6	13	121		
3 marchés de quartier	Q-BH	Q			193	40	15	14	1	263						
		BH	1 416		250	44	14	19	—	327						
Total Bouaké ....	Q-BH	Q			2 212	392	58	126	55	2 843	95	8	9	112	1 706	
		BH	51 381	2 300	2 601	507	73	229	51	3 461	102	6	13	121	1 921	
2) Dimbokro .....		Q			510	124	95	66	15	810	21	9	—	30		
Marché Central ...	Q-BH	BH	8 425	2 484	758	156	108	68	10	1 000	21	13	1	35		
1 Marché de quartier	Q-BH	Q			68	33	28	6	2	137						
		BH	1 996	510	164	33	11	9	—	217						
Total Dimbokro ...	Q-BH	Q			578	157	123	72	17	947	21	9	—	30	387	
		BH	10 421	2 994	922	189	119	77	10	1 317	21	13	1	35	412	
<b>II. MARCHÉ SEMI-URBAIN</b> .....	Q-H	Q			362	60	69	22	5	519	14	4	1	19	292	
		H	4 750	858	655	84	80	34	2	875	17	4	1	22	365	
<b>III. BOURG RURAL</b>	H	H	5 178	335	688	107	110	49	15	969	8	9	1	18	348	
<b>IV. MARCHÉ DE BROUSSE</b> .....	H	H	1 333	75	218	32	41	20	4	315	3	2	1	6	78	

## LISTE DE MARCHÉS

Marchés	Catégories	Périodicité	Jour de marché	Observations
<b>SOUS-PRÉFECTURE DE BOUAKÉ</b>				
1. <i>Bouaké ville</i> .....	M.U.	Q	t.l.j.	M.U. : marché urbain
2. <i>Djebounoua ou Sá</i> .....	M.R.	H	S	
3. Assouakro .....	M.B.	H	L	S.U. : marché semi-urbain.
4. Kanoukro .....	M.B.	H	L	
5. Kan gare .....	M.B.	H	D	M.B. : marché de brousse
6. Diaboussokro ou Diabo sokoura ...	M.B.	H	D	M.R. : Marché rural
7. <i>Bamoro</i> .....	M.B.	H	L	Q : quotidien
8. <i>Langbassou</i> .....	M.B.	H	J	t.l.j. : tous les jours
9. M <sup>o</sup> Blakro .....	M.B.	H	S	H : hebdomadaire
<b>SOUS-PRÉFECTURE DE BROBO</b>				
10. <i>Brobo</i> .....	M.R.	H	Ma	B.H. : bi-hebdomadaire
<b>SOUS-PRÉFECTURE DE DIABO</b>				
11. <i>Diabo</i> .....	M.R.	H	V	T.H. : tri-hebdomadaire
12. <i>Aougnanfoutou</i> .....	M.R.	H	D	L : lundi
13. Languibonou .....	M.R.	H	M	Ma : mardi
<b>SOUS-PRÉFECTURE DE BOTRO</b>				
14. <i>Koidiokro</i> .....	M.R.	H	L	M : mercredi
15. Adohoussou .....	M.B.	H	J	J : Jeudi
16. <i>Marabadiassa</i> .....	M.B.	H	D	V : vendredi
17. Minabo .....	M.B.	H	M	S : samedi
18. Bodokro .....	M.B.	H	S	D : dimanche
<b>SOUS-PRÉFECTURE DE BÉOUMI</b>				
19. <i>Béoumi</i> .....	S.U.	Q	t.l.j.	Noms en italique : unités marchés.
20. Afotoho .....	M.B.	H	S	
21. <i>Kouarabo</i> .....	M.B.	H	S	
22. Bourebo .....	M.B.	H	L	
23. Boyakro .....	M.B.	H	V	
24. <i>Kekrenou</i> .....	M.B.	H	S	
25. Mandanou .....	M.B.	H	M	
<b>SOUS-PRÉFECTURE DE SAKASSOU</b>				
26. <i>Sakassou</i> .....	M.R.	H	D	
27. <i>Asrikro ou Djibli</i> .....	M.R.	H	M	
28. Kanango .....	M.R.	H	V	
29. Toumodi Sakassou .....	M.R.	H	L	
30. <i>Bondassou</i> .....	M.B.	H	M	
31. Akoyebo .....	M.R.	H	L	
<b>SOUS-PRÉFECTURE DE TIEBISSOU</b>				
32. <i>Tiébissou</i> .....	S.U.	Q	t.l.j.	
33. Grogro .....	M.B.	H	M	
34. Koriakro .....	M.B.	H	V	
39. Aman Koffikro .....	M.B.	H	L	
36. <i>Assouikro</i> .....	M.B.	H	D	
37. <i>Akoye N'dénou</i> .....	M.B.	H	S	
38. Amonkro ou Lomokankro .....	M.B.	H	V	
39. Gangoro .....	M.B.	H	L	
40. Kanango .....	M.B.	H	V	
<b>SOUS-PRÉFECTURE DE DIDIÉVI</b>				
41. <i>Didiévi</i> .....	M.R.	H	D	
42. <i>Boli</i> .....	M.R.	TH	L.M.V.	Gare de chemin de fer
43. Pouebo .....	M.B.	H	S	
44. <i>Tié N'diévro</i> .....	M.B.	H	L	

Marchés	Catégories	Périodicité	Jour de marché	Observations	
45. Raviart .....	M.B.	H	V	Gare de C.F.	
46. Moronou ou Moronoublé .....	M.R.	H	M		
47. Kondrokro ou Djassanou .....	M.B.	H	V		
48. Bangbossou .....	M.R.	H	D		
SOUS-PRÉFECTURE DE KOUASSI KOUASSIKRO					
49. Kouassi Kouassikro ou N'dri Kouadiokro .....	M.B.	H	M	Un grand nombre de marchés sont en dehors de notre région d'enquête — id. — — id. —	
50. Kissié Malékro .....	M.B.	H	V		
51. Bounda .....	M.B.	H	V		
52. N'do Kouassikro .....	M.B.	B.H.	M.D.		
SOUS-PRÉFECTURE DE BOCANDA					
53. Bocanda .....	S.O.	Q	t.l.j.		
54. Aoussoukro .....	M.B.	H	M		
SOUS-PRÉFECTURE DE M'BAHIAKRO					
55. M'Bahiakro .....	S.J.	H	t.l.j.		
SOUS-PRÉFECTURE DE DIMBOKRO					
56. Dimbokro .....	M.U.	H	t.l.j.		
SOUS-PRÉFECTURE DE TOUMODI					
57. Toumodi .....	S.U.	H	t.l.j.		
58. Kokumbo .....	M.B.	H	M		
SOUS-PRÉFECTURE DE YAMOUSSOKRO					
59. Yamoussokro .....	S.U.	H	t.l.j.		
60. Attiégonakro .....	M.B.	H	M		
61. Tombokro .....	M.B.	H	D		

## 1 — MARCHÉS ET PRODUCTION RURALE

## 1 — Stratification des marchés

Nous avons introduit ici un certain nombre de critères basés essentiellement sur les conditions des marchés locaux. Les procédés employés en Europe (centre industriel, tranche de population par centaine de milliers, etc.) ne nous servent que de référence.

Au lieu de partager la région en deux parties, ville et brousse, nous avons procédé à une classification qui doit faire ressortir les localités intermédiaires qui servent ou qui doivent servir de courroie de transmission entre la ville et les campagnes : les bourgs ou centres ruraux. Ces marchés, situés soit à un point de passage obligé ou à l'intersection de routes (ou de la route et du rail), soit au centre d'une zone à population dense, soit au chef-lieu de sous-préfecture, jouent un rôle important dans la commercialisation de la production rurale. Ce sont des points de ramassage, donc des « fournisseurs » pour les villes. Par contre, leur rôle dans la distribution de marchandises est nettement limité : vente au petit détail par des colporteurs qui y viennent une fois par semaine.

## 2 — Recensement et enquête sur les marchés

Sur la place du marché :

— recensement des vendeurs et vendeuses classés par produit pour les plus importants (ignames par variété, manioc, banane, plantain, riz, paddy, maïs, cultures d'exportation,...), ou par groupe de produits pour les condiments.

— recensement d'éventaires de produits artisanaux, de produits transformés et de tabliers (1) de marchandises générales (sucre, sel, pétrole,...).

— quantification, étude de prix par produit, provenance, destination, quantité de produits vivriers invendus à la fin du marché.

Sur la gare routière :

— recensement et enquête de voitures de transport en commun (marchandises, voyageurs, prix, exploitation des entreprises).

Une attention particulière est portée sur 3 domaines :

— produits faisant partie du marché sahélo-éburnéen (bétail, poissons, céréales et autres vivres, cola).

— vente par le producteur et revente par les commerçants de la production vivrière et artisanale.

— distinction entre les produits transformés et les produits artisanaux.

## 3 — Questionnaires

— 1 questionnaire par grand produit

— 1 questionnaire pour les produits secondaires

— 1 questionnaire spécial pour les prix

— 1 questionnaire par catégorie de voiture (car, VL, camion, taxis de ville).

— 2 questionnaires pour les caractéristiques du marché (surface, bâtiments, installation de vente, matériels employés,...)

— 1 questionnaire par artisan enquêté

— 1 questionnaire par entrepôt-grossiste de produit enquêté

— 1 questionnaire par produit du marché sahélo-éburnéen.

En tout, près de 20 modèles de questionnaires employés par marché. Ce nombre qui paraît trop important, a simplifié le dépouillement et l'exploitation manuels des résultats.

En dehors des marchés, il existe des points de vente baptisés « non permanents » :

— vente à la « sauvette » dans les gares

— vente au bord des routes pendant les récoltes.

Les mêmes questionnaires de produits que ci-dessus ont été employés.

---

(1) Eventaire de vente où les marchandises sont présentées sur une petite table de faible dimension, moins d'un mètre carré en général.

Dans les villages, la commercialisation de la production rurale est négligeable. Elle concerne essentiellement le bangui (vin de palme) et le tabac-poudre. De plus, les procédés d'échange relèvent souvent du domaine des trocs plutôt que du commerce. Nous avons, par conséquent, emprunté les résultats de l'enquête budget-consommation de la Mission.

## II — TRANSPORTS ET FLUX

### 1 — Transports routiers

— Enquête de transports sur les marchés que nous venons de décrire. Cette enquête a été renforcée en ce qui concerne les marchés limitrophes situés sur des axes secondaires. Ceci dans le souci de mesurer les flux entrées et sorties de la région par ces axes.

— Enquête de transports dans les 120 villages ou Unités de l'enquête statistique de la Mission. Les questionnaires simplifiés sont remplis par les enquêteurs de statistique sous la surveillance des Contrôleurs de la Mission et des Chefs d'Equipe de l'enquête marché.

— Enquête sur le grand axe Abidjan-Ferkessédougou, axe le plus fréquenté de la Côte d'Ivoire (1). Deux postes mobiles d'enquête : un à proximité de la limite sud de la région et un au nord de Bouaké. Chaque poste fonctionne 48 heures sans discontinuité par mois. Le calendrier d'enquête tient compte à la fois des dates du mois et des jours de la semaine. Dans chaque sens (entrée, sortie), il a été effectué :

— 1 pointage exhaustif des voitures classées en différentes catégories : voitures légères particulières et administratives, voitures utilitaires, taxis de brousse, cars de voyageurs, camionnettes de marchandises, camions de marchandises, grumiers ;

— 1 enquête de 3 voitures à l'heure (chargement, provenance, destination, compte d'exploitation des entreprises).

La fraction de sondage est de 5 % pour l'ensemble des voitures et plus de 10 % pour les camions de marchandises et de produits, domaine qui nous intéresse particulièrement (mesure des flux).

Les questionnaires sont les mêmes que ceux employés sur les marchés. Toutefois, sur le grand axe, nous avons exigé que soient bien spécifiées par produit ou par marchandises : la marque, l'origine, la provenance, la destination première, la qualité de l'expéditeur et du destinataire. Sur les marchés, nous connaissons les caractéristiques des marchandises par l'enquête sur les ventes, l'expéditeur et le destinataire sont une seule et même personne : le commerçant ou le consommateur de village venant acheter de la marchandise en ville. Quant aux livraisons sur commandes, nous les saisisons par notre enquête sur le circuit de distribution.

---

(1) Enquête réalisée avec le soutien précieux du Ministère des Forces Armées qui a mis à notre disposition 4 gendarmes par tournée. Les gendarmes ont un rôle particulièrement limité : arrêter les voitures à enquêter (3 à l'heure dans chaque sens). Le reste des travaux relève du ressort des enquêteurs de notre équipe. Aucune contravention ni fouille n'ont été autorisées aux gendarmes. Ils sont au service du Commerce. Malgré toutes ces précautions et les démarches auprès des Syndicats de Transporteurs, nous n'avons pu démarrer l'enquête qu'une fois connus par la plupart des chauffeurs de la région, grâce à notre enquête sur les marchés qui eut lieu 2 mois avant l'enquête sur le grand axe. De plus, nous avons — avant le début de l'enquête sur l'axe principal — pris contact avec tous les syndicats de transporteurs de la région, à qui nous avons expliqué le but de nos enquêtes et les conditions de leur réalisation. Deux mille « communiqués » signés du Président du syndicat de Bouaké (syndicat départemental) ont été également distribués aux transporteurs pour les mettre au courant de notre enquête. En Côte d'Ivoire, les résultats d'une telle enquête dépendent principalement des préparations.

Pour éviter de perdre notre temps ainsi que celui du transporteur (1), nous avons élaboré un répertoire des voitures déjà enquêtées. Dans ce cas, les enquêteurs ne s'occupent plus que de leur chargement et de leur trajet, les renseignements d'identification et de caractéristiques générales ayant été déjà obtenus lors de la première enquête.

## 2 — Transports par voie ferrée

L'existence d'une comptabilité de la R.A.N. (Régie Abidjan-Niger) a facilité notre tâche. Nous avons donc fait un dépouillement exhaustif des transports de gare à gare durant une année (marchandises, voyageurs, coût de transport). Cependant, une difficulté majeure reste à résoudre pour le classement produit par produit ou marchandise par marchandise. En effet, la R.A.N. désigne parfois, sous le nom de « marchandises diverses » un chargement dont la ventilation ne figure pas dans le connaissance de chargement.

En deuxième lieu, les « groupeurs » (2) ne spécifient dans leur connaissance que des marchandises principales, le reste est soit désigné par « marchandises diverses » soit groupé par rayons de vente (parfumerie, quincaillerie, alimentation, etc.). Il nous a donc fallu reventiler ces marchandises, travail qui n'est possible qu'avec la connaissance exacte de la structure de vente des destinataires. Notre enquête sur le circuit de distribution nous a grandement aidé à résoudre ce problème.

Enseignement à tirer de cette expérience : une enquête sur les transports seuls, sans être accompagnée d'une enquête sur le commerce, ne permet qu'une approximation particulièrement aléatoire, notamment en ce qui concerne la mesure des flux.

### III — CIRCUIT DE DISTRIBUTION

#### 1 — Stratification des entreprises commerciales

La stratification des entreprises commerciales de la région est basée sur trois critères qui découlent des mécanismes de fonctionnement du réseau commercial existant :

- stade de commercialisation : commerce de gros, demi-gros, détail moderne et petit détail (3)
- genre de commerce : commerce général, commerce spécialisé, bars, restaurants, traitants,...
- nationalité et statut juridique des entreprises : sociétés internationales, sociétés locales, commerce individuel appartenant aux européens, aux Libanais, Syriens et Nord-Africains, aux Africains, Société mixte.

---

(1) Certains transporteurs ont été enquêtés plus de dix fois dans l'année sur les différents marchés, sur l'axe principal et dans les villages.

(2) Sociétés de groupage qui transportent pour le compte de grandes sociétés commerciales et qui disposent en permanence de wagons loués à la R.A.N.

(3) En voir la définition dans l'analyse même, au chapitre 3. Pour certains, ce commerce est dénommé « traditionnel ». Nous réservons cette appellation à une partie du marché sahélo-éburnéen qui fait partie de la tradition des échanges intra-africains. Quant au petit détail dont il s'agit ici, il est en réalité le prolongement du commerce moderne vers le consommateur à faible revenu (vente par tas à 5 francs). A l'exception des procédés d'exploitation des entreprises dioula, le petit détail n'a rien de commun avec la tradition du commerce africain avant la pénétration coloniale.



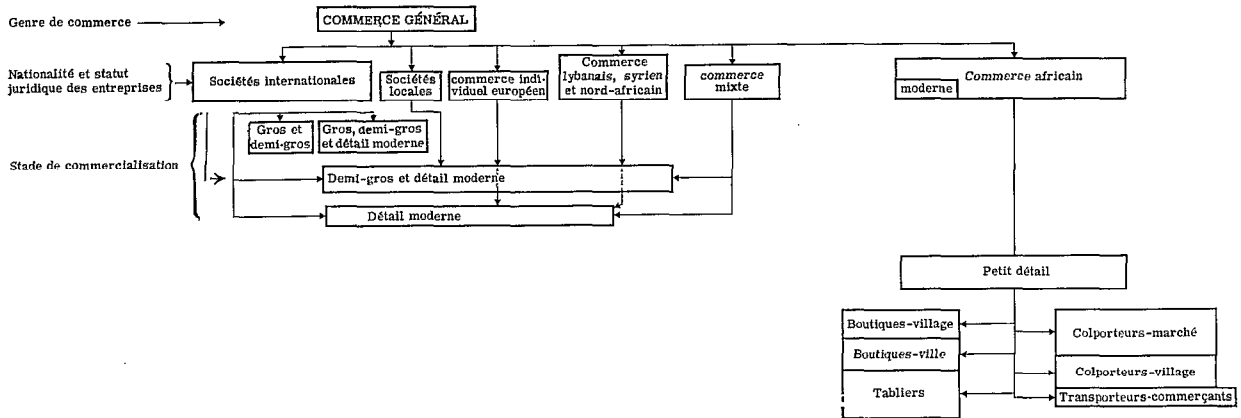


Schéma N° 1. — Organigramme des entreprises dans le commerce général

L'hétérogénéité extrême du commerce dans le petit détail, nécessite une subdivision d'entreprises : boutiques en ville (épicerie-bazar), tabliers, colporteurs de marché, colporteurs de brousse, boutiques-villages et transporteurs-commerçants.

L'organigramme ci-dessus fournit un exemple de stratification dans le commerce général (vente de marchandises générales).

D'après cet organigramme, rien que pour le commerce général ; on doit avoir 19 échantillons indépendants. C'est le genre de commerce le plus important de la région. Le commerce spécialisé y est marginal.

## 2 — Recensement et enquête

### a) Commerce en ville.

Un croquis ou plan par ville a été dressé, les entreprises recensées, numérotées et classées à l'intérieur d'un échantillon indépendant, puis le plan de sondage a été élaboré en respectant les principes de statistique.

Un questionnaire détaillé (dont modèle ci-joint) a été employé pour le commerce moderne et un questionnaire simplifié pour le petit détail (épicerie-bazar et tablier).

Pour les entreprises qui pratiquent à la fois plusieurs stades de commercialisation, il convient de séparer soigneusement les ventes à la consommation finale, des ventes à la consommation intermédiaire. Cette dernière donnée servira à vérifier les facteurs de productions d'entreprises qui sont étudiées par d'autres enquêtes.

### b) Commerce en milieu rural (bourgs ruraux, marchés de brousse et villages).

L'enquête sur le commerce dans les villages a été effectuée avec l'aide des contrôleurs et des enquêteurs-statistique de la Mission. Le plan de sondage suit celui de l'enquête budget-consommation. Nous avons cependant ajouté des unités choisies pour leur répartition géographique (villages très éloignés et non desservis par le commerce et les transports durant les saisons des pluies).

Le colportage sur les marchés est enquêté à chacun de nos passages.

Le questionnaire boutique-village est le même que celui employé pour le petit détail en ville (commerce permanent) ; les colporteurs font l'objet d'un questionnaire spécial.

## ENQUÊTE « CIRCUIT DE DISTRIBUTION »

S/S Préfecture ..... **COMMERCE MODERNE EN VILLE** ..... Enquêteur .....

Localité ..... Chef d'équipe .....

Date ..... 

Société	EURO	LIBAN	AFRI	Mixte
---------	------	-------	------	-------

 ..... Contrôleur .....

N° Plan : ..... N° Echantillon .....

I. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX a) Dénomination .....

b) Abréviation ..... Activités .....

c) Forme juridique : 

Entreprise personnelle	Entreprise familiale	Succursale de société	Société anonyme locale
Entreprise Mixte			

 .....

d) Adresses : { de l'entreprise .....  
du siège social .....

e) Date de l'installation ..... Aménagement ..... Date .....

Extension ..... Date .....

f) Direction : 

Gérance par le propriétaire	Directeur salarié	En gérance libre	En location	
-----------------------------	-------------------	------------------	-------------	--

 .....

Lien de parenté entre le propriétaire et le gérant .....

g) Nationalité : de l'entreprise ..... du Directeur ..... du gérant locataire .....

h) N° d'inscription au registre du commerce N° analytique ..... N° chronologique .....

i) N° des patentes : Patente de ..... N° ..... Catégorie .....

Patente de ..... N° ..... Catégorie .....

Patente de ..... N° ..... Catégorie .....

j) Noms et prénoms : du Directeur ..... du Gérant .....

k) Autres entreprises : .....

## II. — PERSONNEL

a) Nombre de salariés actuellement en service :

— Ivoiriens dont .....	(ethnie) Salaire mensuel .....	Emploi .....
— Autres Africains dont .....	(ethnie) Salaire mensuel .....	Emploi .....
— Européens dont .....	(ethnie) Salaire mensuel .....	Emploi .....
— Libanais et Syriens dont .....	(ethnie) Salaire mensuel .....	Emploi .....
— Autres étrangers dont .....	(ethnie) Salaire mensuel .....	Emploi .....

b) Personnel travaillant à la tâche, travailleurs saisonniers et commissionnaire :

Nombre ..... hommes ..... femmes ..... Nature de travail .....

Mode de rémunération .....

Autres renseignements détaillés .....

c) Aides familiaux :

..... hommes dont ..... J ..... Ad. ....	V Gratification .....	Emploi .....
	Gratification .....	Emploi .....
	Gratification .....	Emploi .....
..... femmes dont ..... J ..... Ad. ....	V Gratification .....	Emploi .....
	Gratification .....	Emploi .....
	Gratification .....	Emploi .....

## III. — MATÉRIELS

a) *Matériel roulant :*

Voitures de Tourisme : nombre total ..... (voitures légères Berline)  
 dont ..... marque ..... catégorie ..... Année ..... emploi .....  
 ..... marque ..... catégorie ..... Année ..... emploi .....  
 ..... marque ..... catégorie ..... Année ..... emploi .....  
 Véhicules utilitaires : nombre total ..... (camionnettes Pickup, bâchées, Fourgonnettes et Camions).  
 dont ..... marque ..... catégorie ..... Année ..... emploi .....  
 ..... marque ..... catégorie ..... Année ..... emploi .....  
 — Cycles : nombre total ..... Emploi .....  
 — Matériel de transport à bras .....  
 — Autres matériels .....

b) *Achat ou biens personnels*

Matériel d'installation : { Coût total d'installation matérielle ..... date .....  
 et biens immobiliers : { Coût total des réparations et aménagements ..... date .....

— Boutique : nombre de pièces ..... état .....  

Dur.	Banco	Tôle	Fibro-ciment	Bois	Palmier
.....	.....	.....	.....	.....	.....

  
 — Matériel de conservation : Valeur ..... ou location par mois .....  
 Valeur ..... ou location par mois .....  
 — Mobilier (valeur) : ..... date .....  
 — Autres matériels d'installation : .....

c) *Location :* Boutique ..... F par mois ou par an. Avance de loyer ..... F  
 Matériels de conservation ..... location par mois ou par an ..... F  
 Matériels de conservation : ..... location par mois ou par an ..... F

d) *Autres frais :* Téléphone ..... par mois, par an  
 Eau ..... par mois, par an  
 Electricité ..... par mois, par an

## IV. — EXPLOITATION D'ENTREPRISE

a) *Frais d'installation non compris les biens matériels :*

— Ouverture de commerce (enregistrement, taxe d'ouverture, etc.) .....  
 — Achat du fonds de commerce .....  
 — Capital circulant (fonds de roulement et stocks) .....  
 — Autres frais .....

b) *Impôt et taxes :*

— Patentes 1962 ou 1963 .....  
 — Taxes 1962 ou 1963 .....  
 — Impôts 1962 ou 1963 .....  
 — Autres frais 1962 ou 1963 .....  
 (cotisation, dons d'ordre social ou politique)

c) *Dépôt 10 % « Investissements »* .....

d) *Salaires et Gratification :*

— Salaire payé en 1963 .....  
 — Gratification en 1963 .....  
 — Autres dépenses .....  
 — Charges sociales, frais d'assurance .....

e) *Chiffre d'Affaires annuel :* 1962 ..... 1963 .....

f) *Chiffre des autres entreprises (1963)* .....



## VIII. — RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

- a) Nationalité et ethnie de l'épouse du Gérant ou du Directeur .....
- b) Relation avec les personnalités Ivoiriennes .....  
Avec les personnalités du pays d'origine .....
- c) Parle-t-il le Dioula  OUI  NON le Baoulé  OUI  NON
- d) A-t-il des parents qui sont commerçants  OUI  NON si oui citez-les avec lieu d'établissement et genre de commerce .....
- e) A-t-il reçu des crédits  OUI  NON si oui, par qui ..... et combien .....
- Sous forme  Avance de fonds  Crédit d'achat Durée..... intérêt..... par mois, par an  
ou par différence de prix : donner quelques exemples .....
- A-t-il remboursé la totalité de ces avances  OUI  NON si non, combien reste-t-il à rembourser .....  
et quel est le délai ? .....
- f) Desiderata

Quels que soient la catégorie des entreprises et les lieux de vente (ville ou brousse), nous avons étudié les stocks, les marges, la zone de distribution et les comptes d'exploitation de chacune des entreprises de l'échantillon.

## IV — ARTISANAT ET ACTIVITÉS ASSIMILÉES (1)

## 1 — Stratification par branche de production

Les artisans sont classés en 6 branches :

- Fabrication de moyens de production et de matériaux de construction } outillage agricole, portes, fenêtres.
- Biens semi-durables : articles ménagers, mobilier, poterie, vannerie, tissage, teinturerie.
- Bâtiment : maçons, charpentiers, peintres, couvreurs.
- Objets d'art et de culte : bijouterie, sculpture.
- Artisanat de service : réparation, couture, coiffeur, photographe,...
- Transformation de produits d'origine biologique : plats préparés, boulangerie artisanale, décortiquerie, tabac, farine, boissons, huiles.

Ce sont des entreprises individuelles ou familiales. Pour toute la région et sur plus de 6 000 entreprises, on ne compte guère que 5 ateliers importants, soit par le nombre d'ouvriers, soit par l'utilisation d'une force motrice ou les deux à la fois.

(1) Par « activités assimilées », nous désignons la transformation des produits d'origine biologique (produits alimentaires en particulier).

Les artisans qui nous intéressent dans cette analyse sont ceux qui commercialisent eux-mêmes leur production (1), soit :

- quelques forgerons.
- une partie des menuisiers, potiers, vanniers, teinturiers.
- bijoutiers, orfèvres.
- réparateurs de cycles et tailleurs qui vendent des cycles d'occasion et des vêtements confectionnés par eux-mêmes.
- plats préparés, tabac, pains et beignets, boissons, huiles.

Ces artisans précédemment cités sont implantés principalement en ville, à l'exception des potiers, vanniers et des fabricants de tabac-poudre à priser.

Chacune de ces catégories d'artisans est subdivisée en échantillons indépendants.

## 2 — Recensement et enquête

— Le recensement des artisans est fait en même temps que celui des entreprises commerciales, sur les marchés de campagne et en ville (quadrillage des villes). Ce recensement est complété par les informations recueillies en brousse par M. de SALVERTE et par les enquêtes de statistique de la Mission.

— L'enquête est effectuée de la même façon.

— Les vendeuses de produits alimentaires périssables sont interrogées tous les jours durant notre passage sur les marchés. Les autres catégories d'artisans sont enquêtées tous les mois ou toutes les semaines, selon les périodicités et l'importance de leur vente. Il convient de préciser ici que la plupart des artisans exercent leur métier comme une activité d'appoint, la profession principale étant soit cultivateur soit planteur.

Point particulier de l'enquête : séparer la marge commerciale de la marge globale. Pour ce travail, nous avons recours à l'extrapolation de la marge réalisée sur la vente de produits artisanaux par les colporteurs. Cette marge s'élève à environ 20 % du chiffre d'affaires (marge globale 67 %, donc marge de production 47 %). Cette distinction est valable aussi bien pour l'artisanat de fabrication que pour l'artisanat de service qui vend un article après réparation (cycles) ou confection (vêtements par le tailleur).

Pour l'ensemble des artisans, nous avons étudié leur capital d'exploitation leur consommation intermédiaire, la valeur ajoutée et l'organisation sociale de la production. Un questionnaire « industrie » simplifié et remanié pour s'adapter à la situation réelle des entreprises, a été employé.

## V — CALENDRIER DE L'ETUDE ET MOYENS MIS EN ŒUVRE

### 1 — Calendrier

Le calendrier est divisé en 3 phases :

- Prospection et préparation des enquêtes
  - Formation des enquêteurs
- } mi-février à avril 1962

---

(1) Les autres articles artisanaux sont commercialisés par les colporteurs faisant l'objet de notre enquête sur le circuit de distribution.

— Enquêtes : mai 1962 à octobre 1963 ; certaines enquêtes ont débuté en septembre 1962 (artisanat et transports sur le grand axe).

— Dépouillement, exploitation et rédaction du rapport final : de juillet 1963 à janvier 1964.

Pour l'ensemble des enquêtes, à l'exception de l'enquête-transport sur l'axe principal où les tournées sont mensuelles, notre calendrier de sondage est basé exclusivement sur le calendrier agricole. Pour une région essentiellement agricole, la totalité des activités économiques et commerciales suit ce calendrier agricole. Les résultats de nos enquêtes ont confirmé ce choix qui était dicté :

— d'une part, par l'étude du calendrier agricole et des diagrammes de pluviométrie de la région ;  
— d'autre part, par un sondage auprès des commerçants, des transporteurs et des collecteurs de taxe sur les marchés.

Les fêtes importantes, telles que fête de l'igname, Ramadan et Tabaski, Noël et Jour de l'An, coïncident avec les principales périodes du calendrier agricole. Celui-ci, au point de vue économique, peut être divisé en 4 périodes caractéristiques de l'année :

- Champagne Café-Cacao ou traite : décembre à mars
- Travaux des champs : mars à mai
- Période creuse : juin à septembre
- Récolte et préparation de la traite : octobre à décembre.

Nous savons, lors de la préparation d'enquête, que d'une part le chiffre d'affaires annuel du commerce est partagé à part égale entre deux grandes périodes de l'année : 50 % pendant la traite et 50 % « hors traite », et que d'autre part, la commercialisation de l'igname, principale production vivrière de la région, commence très peu de temps avant la traite. Ces données fondamentales nous permettent de diviser également en deux le nombre de sondages, comme pour le chiffre d'affaires commercial. Toutefois, le peu d'activité de la période creuse implique une répartition des tournées pour chacune des 4 périodes du calendrier agricole :

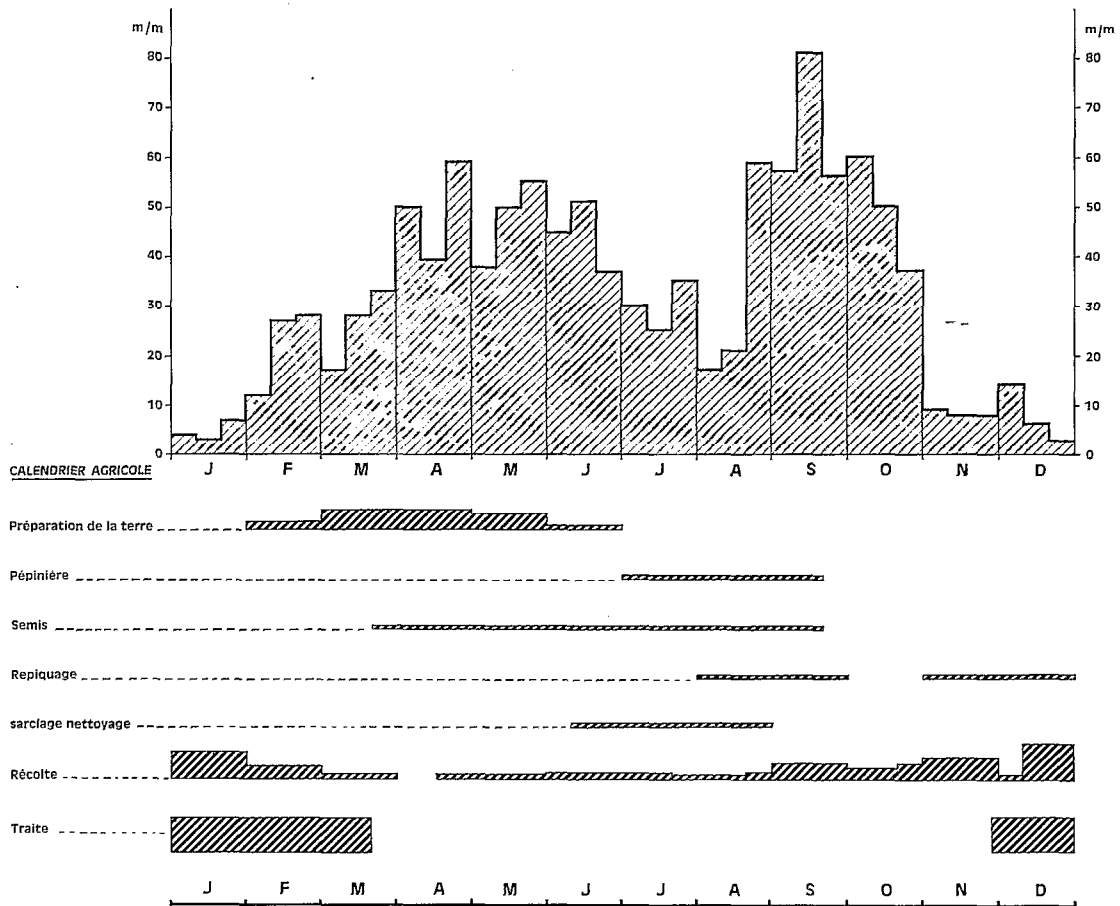
- 50 % des sorties pendant la traite
- 10 % des sorties pendant la période creuse
- 20 % pour chacune des deux autres périodes.

Pour les produits vivriers (igname en particulier), nous avons ajusté quelque peu notre calendrier : nous avons augmenté les sorties pour la période des récoltes, par rapport à la moyenne annuelle.

La concentration des sondages s'est heurtée à une difficulté majeure. En effet, selon les habitudes de la population (1), le mercredi donne lieu à plusieurs grands marchés : sur les 80 jours de réunions dans la semaine, il y a 15 grands marchés du mercredi, soit 19 %. Ce marché du mercredi comporte la vente de produits ruraux la plus importante de la semaine. Pour respecter le calendrier des sondages, nous sommes obligés de travailler le même mercredi sur plusieurs marchés d'une zone géographique. Pour ce faire, nous devons multiplier le nombre d'équipes de marché, soit en réduisant le nombre d'enquêteurs par équipe soit en faisant appel à des enquêteurs non spécialisés pour les adjoindre à des enquêteurs-marchés. Pour arriver à contrôler tous ces marchés enquêtés le mercredi, il est nécessaire de faire environ 300 km en voiture sur les pistes en une matinée. Ce travail peut être partagé avec un contrôleur confirmé : 3 à 4 contrôles par marché.

---

(1) Ces habitudes sont d'origine religieuse. Le mercredi, comme le lundi ou le vendredi ou le dimanche selon les villages, est considéré comme jour néfaste ; on ne travaille pas aux champs, donc le marché réunit davantage de monde.



Graphique N° 1. — Pluviométrie et calendrier agricole

A ce propos, nous signalons que le travail de contrôle est excessivement important pour la réalisation de l'enquête. On doit contrôler non seulement l'exactitude des données recueillies, mais aussi et surtout le comportement des enquêteurs à l'égard des enquêtés et des agents de l'administration locale. En Afrique comme partout ailleurs, le facteur psychologique des relations humaines est un des plus importants de ceux qui conditionnent la réussite d'une enquête.

## 2 — Moyens de réalisation

Nous avons déjà parlé des différents recensements et sondages effectués par les enquêteurs-statistique; il faut ajouter à cela les informations d'ordre statistique qu'on peut obtenir au fur et à mesure des sondages sur le budget, la consommation, la démographie et l'agriculture. Ces données — bien qu'encore à l'état brut — peuvent fournir l'aperçu économique le plus récent dont la préparation, comme la réalisation d'une étude économique du commerce, ont besoin.

Etant donné l'importance des enquêtes que nous avons à entreprendre, de gros moyens ont été mis à notre disposition durant 20 mois sur le terrain.



- 2 voitures, dont 1 camionnette et 1 voiture utilitaire ;
- 15 enquêteurs, dont 3 chefs d'équipes (un des chefs d'équipe fait fonction de contrôleur) ;
- matériel d'enquête (balances, mètres, etc.) et de bureau, notamment les machines à calculer.

Pendant la phase dépouillement et exploitation, nous avons gardé 6 enquêteurs. Il convient de préciser que le dépouillement était fait également durant l'enquête sur le terrain lorsque les tournées étaient espacées. Il est souhaitable, avec un supplément de moyens en personnel et en machines, que le dépouillement soit fait durant l'enquête. On gagnera ainsi du temps et on sera mieux informé de la situation comme des erreurs possibles à vérifier ou à corriger. Ce qui sera susceptible d'éviter le « retour » sur le terrain pour complément d'information ou vérification après l'enquête.

## CHAPITRE 2 — GÉOGRAPHIE DES COURANTS COMMERCIAUX

La géographie des courants commerciaux de la région découle de deux principaux facteurs :

— Un facteur d'ordre historique qui est l'importance de Bouaké-ville dans le commerce régional et extra-régional ;

— Un facteur d'ordre économique représenté par l'orientation donnée à l'infra-structure de transport et par la répartition géographique des villes. La combinaison de ces deux facteurs a donné lieu au découpage géographique de réseaux commerciaux, subdivisés eux-mêmes en zones d'attraction de marché.

### *I — IMPORTANCE DE LA VILLE DE BOUAKÉ*

Bouaké, 2<sup>e</sup> ville de Côte d'Ivoire avec 53 000 habitants, 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 Sahélo-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 embryon d'industrie de transformation (textiles, cigarettes, ficellerie) qui réalise un chiffre d'affaires de près de quatre milliards de francs CFA, soit 2 fois la valeur de la production vivrière régionale commercialisée.

L'importance acquise par la région de Bouaké, notamment Bouaké-ville, est le résultat d'une progression historique coupée par étapes :

— Début du siècle : construction du chemin de fer Abidjan-Dimbokro (1910) Bouaké (1913) et installation des succursales des sociétés commerciales dans la région.

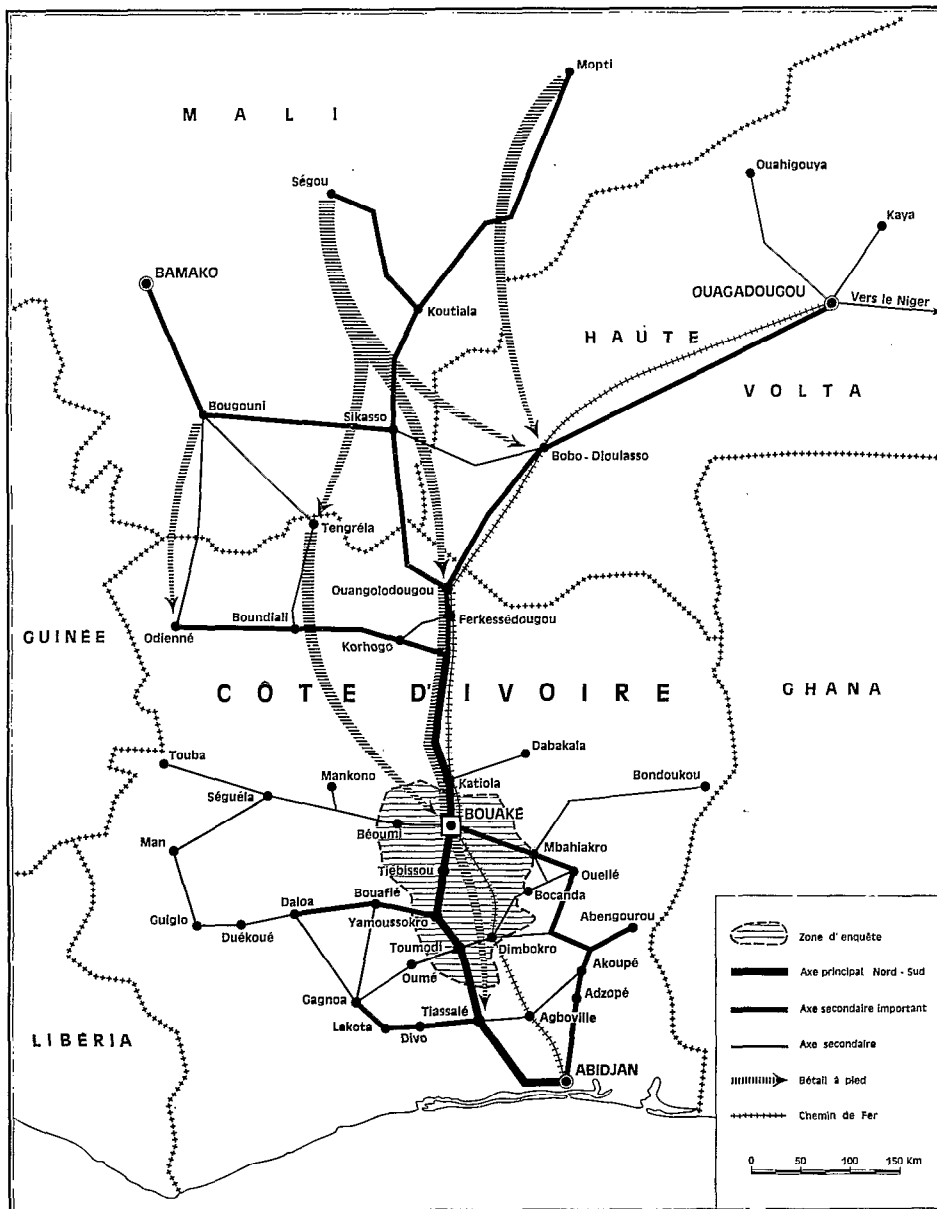
Bouaké-ville reste jusqu'en 1930 le terminus colonial.

Pendant ce temps a lieu l'introduction du commerce dans les différents chefs-lieux de subdivision de la région (Béoumi, N'Bahiakro, Bocanda, Toumodi, Tiébissou). Une infrastructure routière a été mise en place.

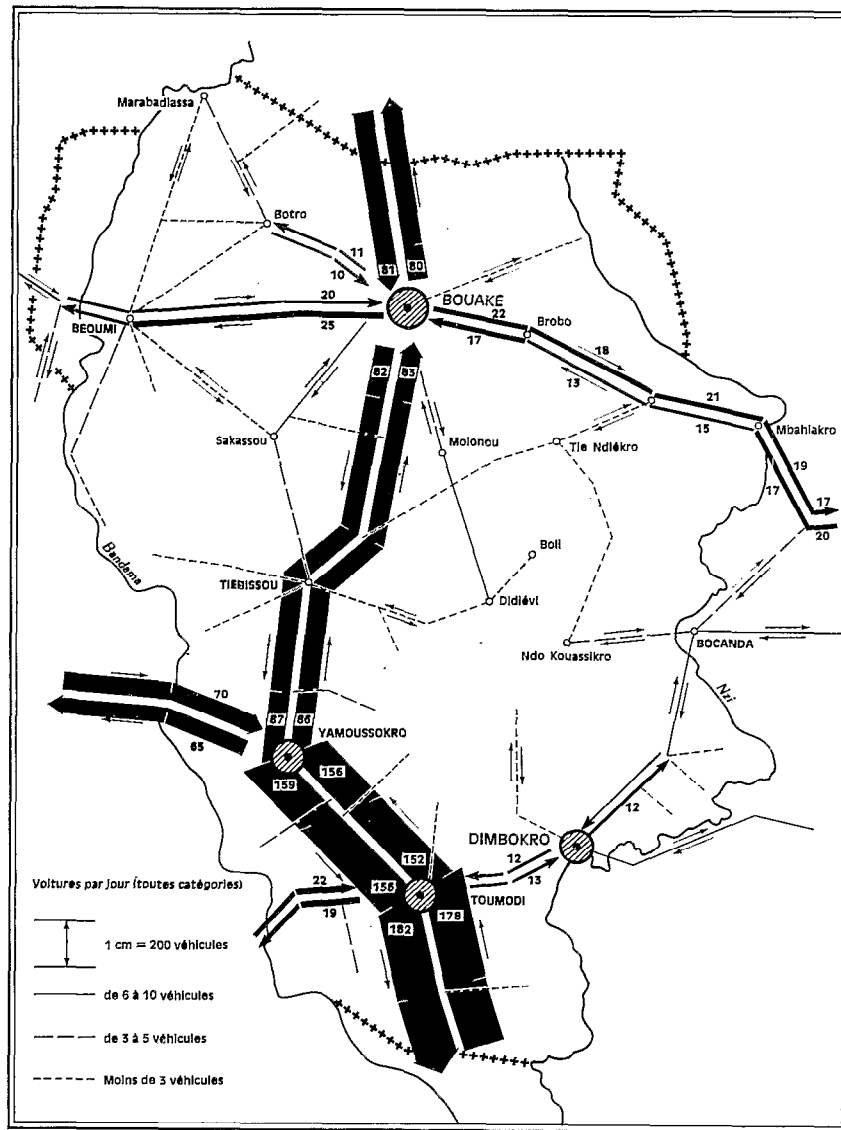
— Crise économique mondiale de 1930 : pour amortir la crise qui frappait l'économie de l'Empire français, la Métropole a développé les cultures industrielles en Côte d'Ivoire. La zone pré-forestière de la région (sud et berges du Bandama et du N'Zi) a bénéficié du développement accéléré de la culture du café et du cacao. Le chemin de fer poursuit son tracé vers le Nord (Ferkessedougou 1930, Bobo-Dioulasso 1934 et Ouagadougou 1954 seulement).

— Guerre 1939-45 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 ont créé le besoin d'argent, donc augmentation de la vente de la production rurale, nouvel essor du commerce. C'est également pendant cette étape qu'il y a eu un développement des cultures industrielles : coton et tabac.

— Loi-cadre 1956-58 et Communauté 1958-60 : 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 financement du bitumage de l'axe principal Sud-Nord (jusqu'à Yamoussokro) a été décidé pendant cette période.



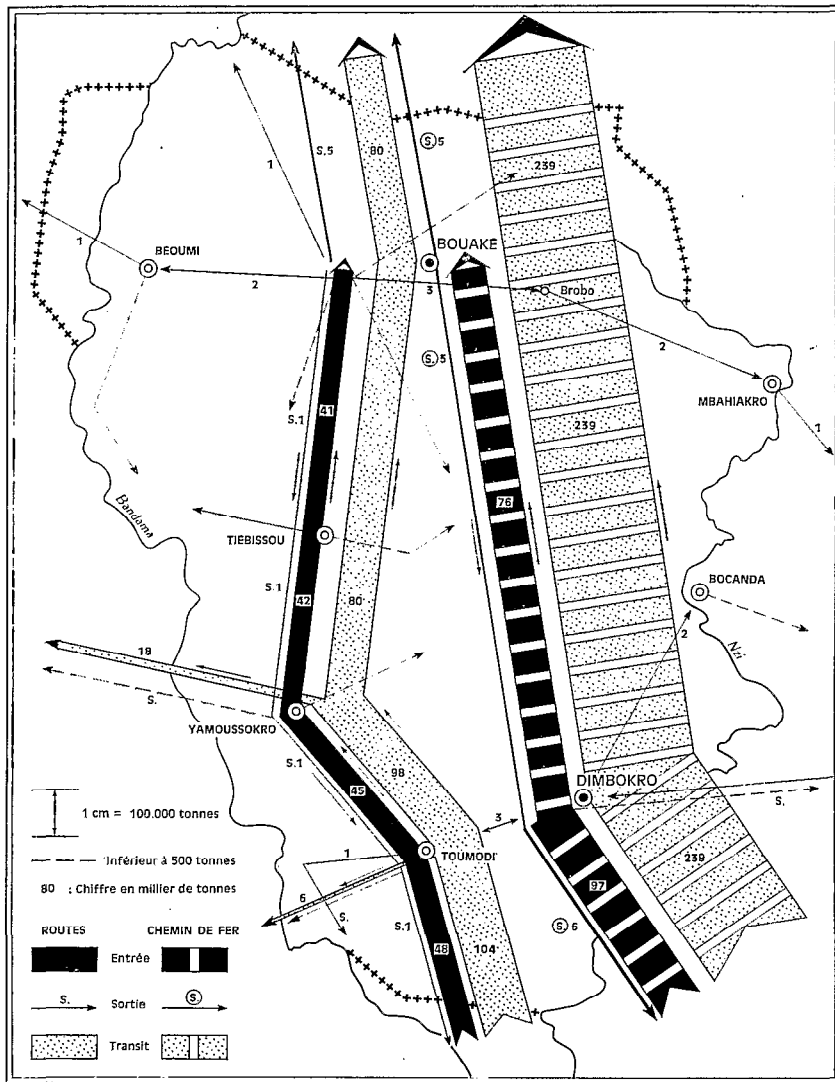
Carte N° 2. — Bouaké, plaque tournante et centre de redistribution



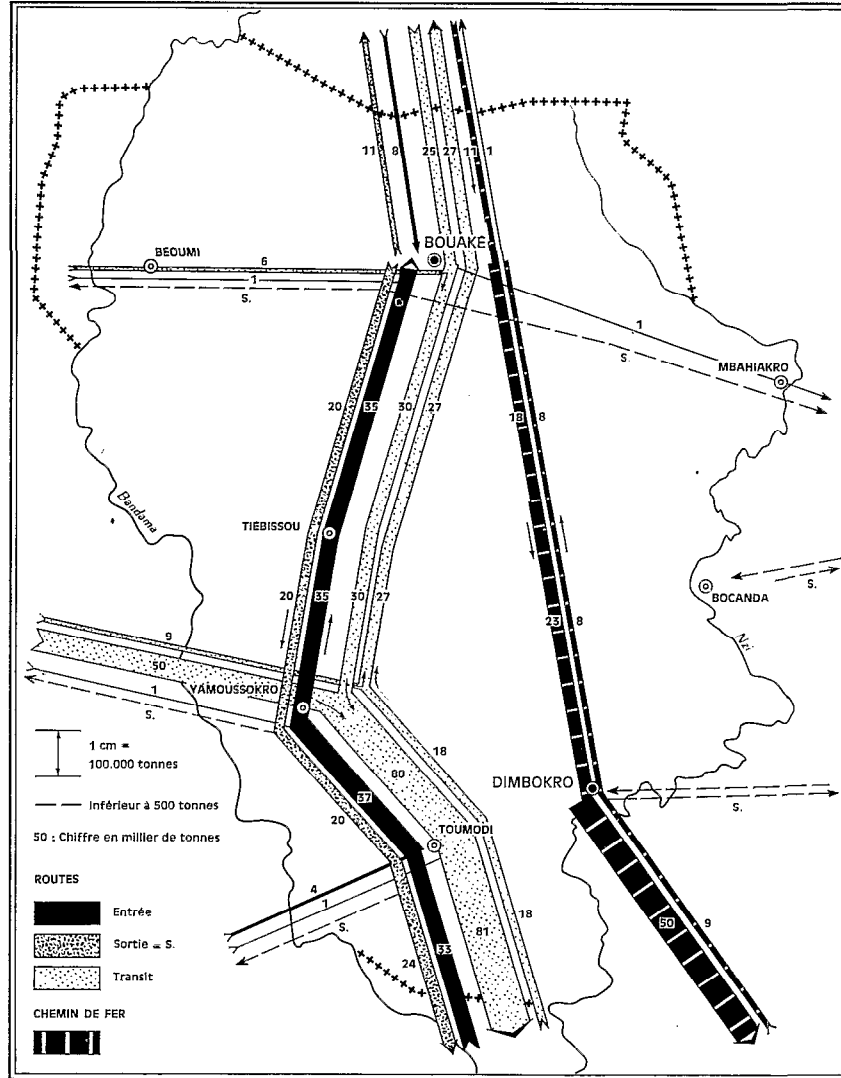
Carte N° 3. — Circulation sur les axes routiers

— Indépendance depuis 1960 : étape actuelle caractérisée par des plans intérimaires de développement économique et par des travaux préparatoires en vue d'élaborer un plan à long terme. La conjoncture commerciale est redevenue favorable pour les cultures d'exportation ; le problème du sous-développement devient une réalité internationale, donc aide financière et technique de l'extérieur vers la Côte d'Ivoire. En même temps, c'est l'époque de la convoitise de capitaux étrangers en quête de placement. Sur le plan régional, cette conjoncture engendre l'augmentation de la circulation de biens et services. Autre fait important pour la région : le développement momentané du marché intra-africain à la suite

de l'éclatement de la Fédération du Mali (Soudan et Sénégal), 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, notamment en ce qui concerne la sortie de devises et les importations de marchandises. La création d'une monnaie nationale, implicitement détachée de la zone franc et de l'union monétaire ouest-africaine, nécessite la rentrée de devises étrangères, surtout en francs CFA. Donc le développement de ce marché est exprimé essentielle-



Carte N° 4. — Flux de marchandises

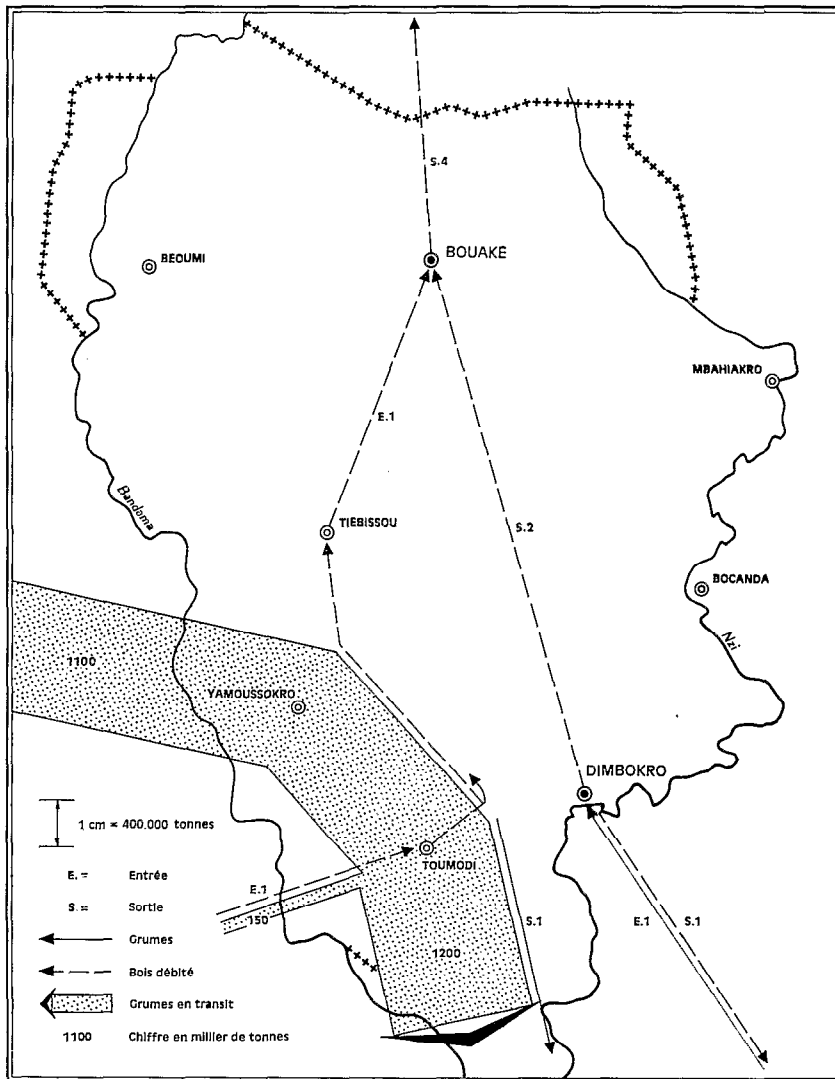


Carte N° 5. — Flux de produits ruraux

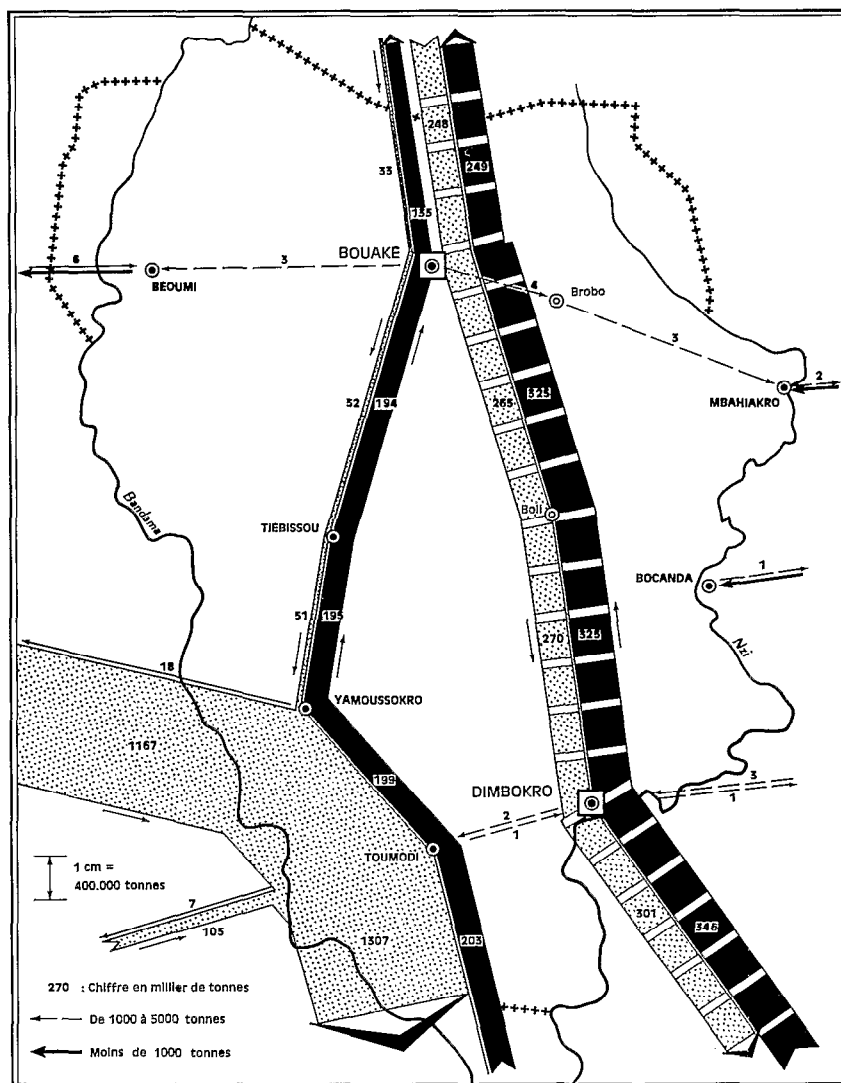
ment par la sortie du Mali de produits (bétail, poisson et vivres) en échange de la Cola, des marchandises et des devises. Bouaké, qui était traditionnellement le point de redistribution de ce commerce, voit son rôle s'agrandir et devient une véritable plaque tournante et une base de transit des échanges. C'est un développement conjoncturel (1).

(1) Pour plus de détails, voir chapitre 4.

Les activités commerciales de Bouaké couvrent toute la moitié nord du territoire de la Côte d'Ivoire, région qui peut être matérialisée par un parallèle passant par Man-Tiebissou-Ouélé (cf. carte n° 1). Cette partie nord correspond à la zone de savane de la Côte d'Ivoire, savane où prédominent les cultures vivrières. A ce propos, on peut dire que si Abidjan est la capitale de la Côte d'Ivoire, la ville de Bouaké est, elle, la capitale commerciale de la Savane. C'est un espace polarisé. Cette polarisation n'est pas l'effet du hasard : elle correspond à la structure de production de la savane comme à la circulation de biens et services sur cette portion de territoire ivoirien dont Bouaké-ville est la plaque tournante. En plus de son rôle économique en savane, Bouaké fournit également les vivres et les produits artisanaux à la partie sud du pays qu'on appelle la basse-côte, productrice de cultures arbustives d'exportation (café et cacao essentiellement).



Carte N° 6. — Transport de Bois. Grumes et bois débité



Carte N° 7. — Flux global de marchandises - produits et bois par tronçon d'infrastructure de transport

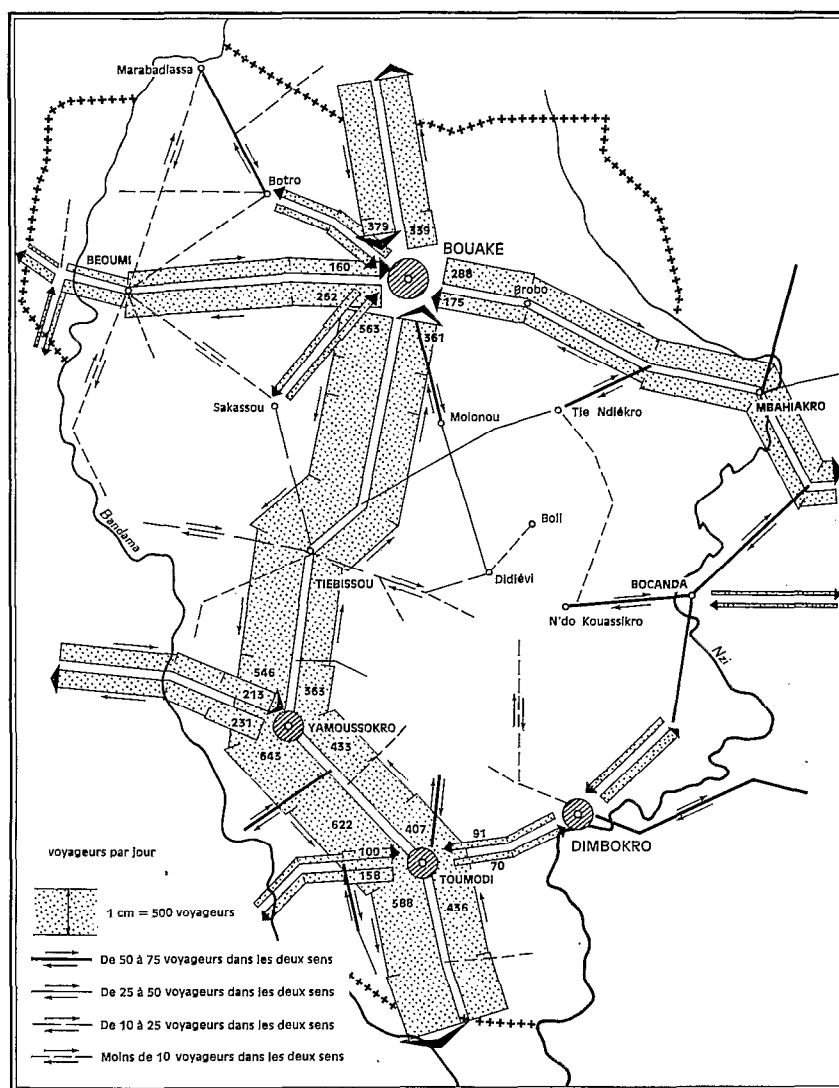
La production industrielle régionale n'occupe qu'une place tout à fait marginale dans la consommation de la région (1). Malgré cela, l'existence d'un embryon industriel à Bouaké-ville comporte des avantages appréciables pour la région tant sur le plan économique que sur le plan commercial :

(1) 12 % de marchandises de grande consommation et seulement 4,2 % de la consommation globale de la région. Par contre, les importations de tabac, sisal et coton s'élèvent à 50 % de la consommation intermédiaire industrielle. C'est une question de structure de la production industrielle.

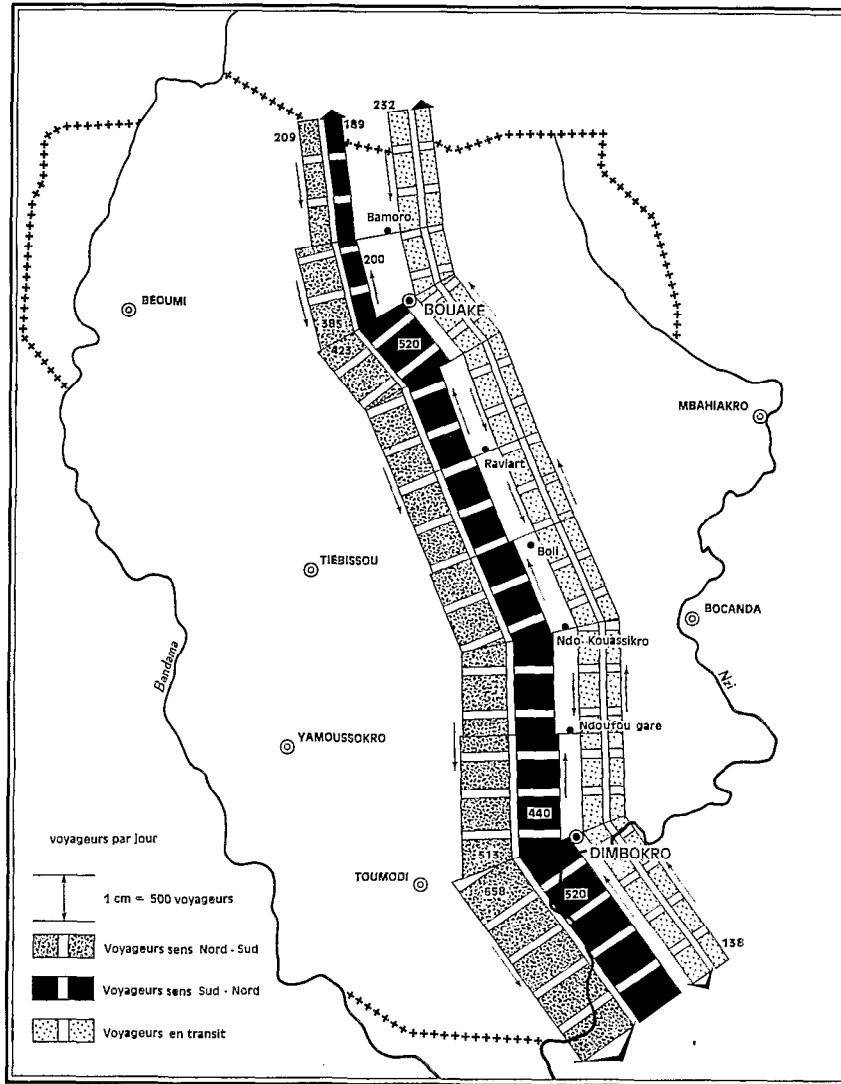


- diversifier l'économie régionale en ajoutant à la production agricole la production industrielle ;
- créer près de 500 emplois dans ces 3 branches de production industrielle ;
- renforcer l'importance commerciale de la place de Bouaké par la commercialisation de la production des industries qui y sont implantées (14 % de cette production sont vendus dans la région et 52 % consommés dans les autres régions de la Côte d'Ivoire, 26 % exportés vers le marché sahélo-éburnéen, 8 % exportés par Abidjan).

Bouaké est donc également le pôle industriel de la savane.



Carte N° 8. — Transports de voyageurs sur les principaux axes routiers



Carte N° 9. — Transport de voyageurs par chemin de fer

## II — RÉSEAUX COMMERCIAUX ET ZONES DE MARCHÉ

Sur le plan strictement régional, nous considérons que la région de Bouaké comporte deux réseaux de commerce : un au nord qui correspond à la savane et l'autre au sud à culture arbustive. Chaque réseau est formé par la réunion d'un certain nombre de zones d'attraction de marché dont le pôle est le centre urbain ou semi-urbain de la zone (voir cartes n° 1 et 11). Cette zone est sensiblement la même pour la distribution de marchandises et pour la commercialisation de la production rurale.

### 1 — Réseau nord

Le réseau nord, qui s'identifie avec la place de Bouaké, comprend 4 zones de marchés : Bouaké proprement dit, Béoumi, Mbahiakro et Tiébissou.

La zone de Bouaké, ou le quadrilatère du marché de Bouaké, est de loin la plus importante zone du réseau nord. Et ceci, ainsi que nous l'avons vu précédemment, est valable aussi bien pour les marchandises que pour la production rurale. La place et le rôle de Bouaké dans le commerce régional et extra-régional font de ce quadrilatère une zone privilégiée de la région. Les marchandises y sont à prix modéré ; par contre, la production rurale y est écoulee en grande quantité et à des prix appréciables pour le producteur rural.

Le caractère exceptionnel de ce quadrilatère s'est malheureusement arrêté à une trentaine de kilomètres de Bouaké-ville. Dans ces conditions, les trois autres zones, dont les centres sont situés entre 60 et 80 km de Bouaké-ville, sont nettement défavorisés par rapport à la zone centrale en ce qui concerne les prix. Le mauvais état du réseau routier, le bas niveau de revenu monétaire, donc le peu de consommation commercialisée et la prédominance des ventes au petit détail avec des marges excessives, ainsi que l'absence de courants de commercialisation de la production rurale, sont les causes principales de la disparité des prix.

Par voie de conséquence, on assiste à un double phénomène dans le réseau nord : une hégémonie exercée par Bouaké-ville sur les 3 autres zones en ce qui concerne le circuit de distribution de marchandises, alors que la commercialisation de la production rurale, comme les niveaux de prix de ces zones secondaires, ne bénéficient pas de cette place prépondérante. C'est une hégémonie à sens unique.

### 2 — Réseau sud

A la différence du réseau de savane où Bouaké est le centre dominant, le réseau sud qui était auparavant réuni autour de Dimbokro, est morcelé depuis 1961 en deux parties : une zone sud-est ou Boucle du cacao, et une zone Toumodi-Yamousso.

Ces deux zones, qui s'approvisionnent directement à Abidjan, tendent de plus en plus à se séparer pour former de nouveaux réseaux commerciaux avec les villes à l'est du fleuve Nzi (zone Dimbokro-Bocanda) et à l'ouest de Bandama (zone Toumodi-Yamousso).

### 3 — Zone Sud-Est ou boucle du Cacao (Dimbokro-Bocanda)

Zone de grande production de cacao, café et cola avec comme ville importante Dimbokro (3<sup>e</sup> ville de Côte d'Ivoire avec près de 10 000 habitants) où se joignent le rail et la route plus la boucle du cacao avec une route circulaire bien aménagée qui dessert les villes de Bongouanou, Daoukro, Wélé et Bocanda (ces villes sont en dehors de la région d'enquête de Bouaké). Cette zone de la boucle du cacao est approvisionnée directement par Abidjan soit par la voie ferrée soit par la route Abidjan-Adzopé-Akoupé-

Bongouanou (1). Dimbokro joue le rôle du principal distributeur de marchandises dans cette zone. 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 ont alors installé à Dimbokro leurs chefs de secteur. Ce secteur s'étendait de la Boucle du Cacao au-delà du Bandama (Gagnoa, Bouaflé) mais à l'heure actuelle, il est en nette régression, voire en voie de réorganisation.

Déjà on peut remarquer que Dimbokro a tendance à se replier vers l'Est dans la zone délimitée par la route circulaire de la boucle du cacao. Le recul de cette zone de distribution, notamment de Dimbokro, est dû à plusieurs facteurs :

— En premier lieu et principalement, la chute des cours du café et du cacao enregistrée depuis 1955. Cette chute entraîne la baisse du revenu des consommateurs (2).

— En second lieu, la suppression du Cercle Administratif de Dimbokro qui devient une sous-préfecture, donc retrait d'une 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'affaire du commerce a donc subi une chute importante qui a entraîné la fermeture de 6 des 12 succursales des grandes sociétés installées à Dimbokro (2 boutiques de gros et demi-gros, 4 boutiques de demi-gros et de détail). Deux autres sociétés ont déjà prévu soit le repli de leurs succursales de Dimbokro, soit leur transformation en entreprises spécialisées dans la vente de quelques produits de grande consommation.

— Et enfin, le bitumage de la route N'Douci-Yamoussokro qui facilite le transport routier à partir d'Abidjan vers la zone Toumodi-Yamoussokro-Bouaflé-Oumé qui était 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 qui procure par ailleurs un moyen très commode pour des transactions spéculatives autre caractère spécifique du commerce en Côte d'Ivoire, le quadrilatère Toumodi-Yamoussokro-Bouaflé-Oumé ou la zone sud est devenu autonome en se détachant de la zone de la Boucle du cacao pour être approvisionnée directement par Abidjan.

#### 4 — Zone sud (Toumodi-Yamoussokro)

La zone est caractérisée par l'axe dorsal médian qui traverse la Côte d'Ivoire en partant des lagunes aux frontières du Nord. Le bitumage de cette route s'arrête à Yamoussokro en passant par Toumodi, portion où aboutissent les axes secondaires de Bouaflé et d'Oumé. Les limites de la région d'enquête ne couvrent que la moitié de cette zone de distribution dont l'importance va en croissant grâce à la route et aussi à l'expansion de la ville de Yamoussokro et au nouvel élan de la ville de Toumodi qui se situent dans la région d'enquête. Outre leur rôle traditionnel de localités commerciales des villages à l'est du Bandama, ces deux villes ont déjà servi d'une part de poste de relai et de transit des produits agricoles provenant

(1) Le transport par voie ferrée qui intéresse surtout les sociétés commerciales avec des magasins de gros installés à Dimbokro qui ont un calendrier d'approvisionnement précis, revient à 37,5 % moins cher que 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.

(2) Depuis la récession américaine de 1954 et après le « boom Coréen », la chute des prix du café et du cacao enregistrée en 1962 à Dimbokro a été respectivement de 48 et 49 % par rapport au niveau des prix de 1954.

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

Sauf indication contraire, les valeurs sont exprimées en francs CFA.

des localités situées à l'ouest du Bandama telles que Bouaffé et Oumé, et d'autre part de centres de redistribution de marchandises destinées à ces derniers. On doit noter également l'existence d'un réseau de pistes vers l'intérieur de la zone praticables en toutes saisons, ce qui n'est pas le cas pour la zone de Dimbokro. Certaines sociétés nouvellement implantées dans la région ou après une réorganisation de leur réseau de distribution ont déjà installé leur chef-lieu de secteur commercial dans cette zone. Par ailleurs, le commerce africain notamment la société mixte de distributions se développe plus rapidement dans cette zone que dans le reste de la région.

### III — DISPARITÉ VILLE-CAMPAGNE

#### 1 — Rôle des villes

Les courants commerciaux de la région sont déterminés par la situation géographique et l'importance des villes. Centres de redistribution de marchandises, d'écoulement de la production vivrières et de fourniture de services, les villes exercent leur influence sur la campagne, assurant les relations entre cette dernière et l'extérieur. C'est également vers les villes que sont canalisées les marges de distribution pour y être dépensées. Les villes représentent donc l'indicateur du commerce régional et le paramètre du système des prix. Quatre des huit villes de la région sont alignées le long de l'axe principal, les quatre autres sur des routes secondaires importantes. Leur ouverture sur les villages situés en dehors de ces axes est nettement limitée à une zone d'une dizaine de kilomètres, distance accessible pour les paysannes qui veulent venir en ville vendre leur produit (trajet effectué à pied avec un chargement d'une dizaine de kg de produits). Or, on sait qu'en ville, les prix de la production rurale sont plus élevés qu'en brousse et que, par contre, les marchandises y sont également moins chères. Les termes de l'échange sont donc favorables aux producteurs ruraux qui comptent pour 87 % de la population de la région. Le nombre limité des villes et leur faible ouverture sur la campagne sont une des causes de l'économie de subsistance et partant, du sous-développement de l'économie rurale.

Si la campagne produit du café, du cacao, de l'igname, des condiments qui représentent les principales ressources monétaires de l'économie rurale, c'est en ville que ces produits sont écoulés ou consommés après commercialisation. Pour la distribution de marchandises courantes (biens d'équipement industriels, voitures et essence non comprises) le déséquilibre entre la ville et la brousse est encore plus accentué :

	VILLE	CAMPAGNE
Pourcentage de la population	13 %	87 %
Chiffre d'affaire annuel réalisé sur place (marchandises)	7 248 millions (83 %)	1 455 millions (17 %)
Marge commerciale	1 063 millions (69 %)	486 millions (31 %)
% de Marge/CA	15 %	33 %
Vente de la production locale (vivres et produits artisanaux, cultures d'exportation non comprises)	3 560 millions (82 %)	768 millions (18 %)

TABLEAU 2

NOMBRE DE VENDEURS ET VENDEUSES SUR LA PLACE  
DES MARCHÉS DE LA RÉGION PENDANT UNE SEMAINE

	Nombre de vendeurs et vendeuses	%		Observations
		par catégorie de marché	par ville et brousse	
Bouaké-ville .....	21 137	27		
Dimbokro .....	7 369	9		
6 marchés semi-urbains .....	23 934	31		
Total ville.....	52 440		67	
10 Centres ruraux .....	11 628	15		
43 marchés de brousse .....	13 860	18		
Total campagne .....	25 488		33	
Total général .....	77 928	100	100	

A lui seul, le marché de Bouaké occupe plus du quart des vendeurs et vendeuses. Cette proportion s'éleva à plus du tiers pour les deux marchés urbains (Bouaké et Dimbokro).

## 2 — Marchés en milieu rural

Les marchés de campagne sont principalement des marchés de vivres locaux et de produits artisanaux. La distribution de produits manufacturés y est nettement limitée ; c'est l'affaire des colporteurs-marché.

En milieu rural nous distinguons 2 catégories de marchés : les centres ou bourgs ruraux et les marchés de brousse. Leur périodicité est hebdomadaire (sauf deux : 1 bihebdomadaire et 1 trihebdomadaire). Leur implantation est située en dehors de la route principale Abidjan-Bouaké-Ferkessedougou (seulement 3 sur 53 sont implantés sur cet axe). A l'exception des zones mal desservies, les marchés de campagne sont rattachés à un centre commercial dont dépend le volume de leur commerce : zone d'influence des marchés urbains et semi-urbains.

C'est principalement à cause du nombre limité de centres urbains et semi-urbains, de leur répartition géographique irrationnelle face aux besoins dictés par l'écoulement de la production rurale, qu'ont surgi un certain nombre de centres ruraux. Ceux-ci doivent être considérés comme palliatif mais en aucun cas ne peuvent remplacer les centres urbains et semi-urbains. La distribution de marchandises générales se fait dans ces centres ruraux par l'intermédiaire des colporteurs et des transporteurs commerçants. Situés soit à un point de passage obligé, soit au centre d'une zone à population dense, soit au chef-lieu de sous-préfecture, les centres ruraux doivent en principe servir de courroie de transmission entre la ville et la campagne.

A l'heure actuelle, on compte 10 marchés qui peuvent être classés dans la catégorie de centres ruraux mais seulement 2 d'entre eux jouent effectivement le rôle qui leur est propre : distribution de marchandises, marchés importants de produits agricoles (Koidiodro et Sakassou qui sont assimilables aux villes).

Pour les 8 autres, la commercialisation de produits agricoles (point de ramassage) prédomine nettement la distribution de marchandises. Il n'y existe donc pas de points de vente fixes suffisamment importants pour offrir aux habitants le minimum d'articles nécessaires à leur consommation courante. D'autre part, 8 des 10 centres sont situés dans un rayon de 40 km de Bouaké-ville. Ce sont en réalité des centres satellites qui gravitent autour de Bouaké-ville dont dépend le volume de leurs transactions. Leur rôle rural se trouve donc confiné dans la fourniture en produits agricoles destinés à la ville principale alors qu'il leur faudrait se transformer en de véritables bourgs ruraux ou agrovilles en mesure de canaliser et d'orienter les transactions commerciales pour faciliter la distribution de biens et services destinés aux villages et provenant de ces mêmes villages. Les deux autres centres, Didiévi et Boli se trouvant à 60 km de Bouaké-ville doivent leur place à l'installation effective d'un chef-lieu de sous-préfecture à Didiévi et aux courants du trafic ferroviaire à Boli. Ils sont encore loin de pouvoir jouer leur rôle tel que nous le concevons. Par ailleurs, l'écoulement de la production rurale sur ces deux marchés dépend en partie de Bouaké-ville.

### 3 — Villages mal desservis (voir carte)

Comme conséquence de la mauvaise répartition des centres urbains, semi-urbains et ruraux dont le nombre est insuffisant, plusieurs parties de la région sont verrouillées dans leur enclave.

## CIRCUIT DE DISTRIBUTION DES MARCHANDISES

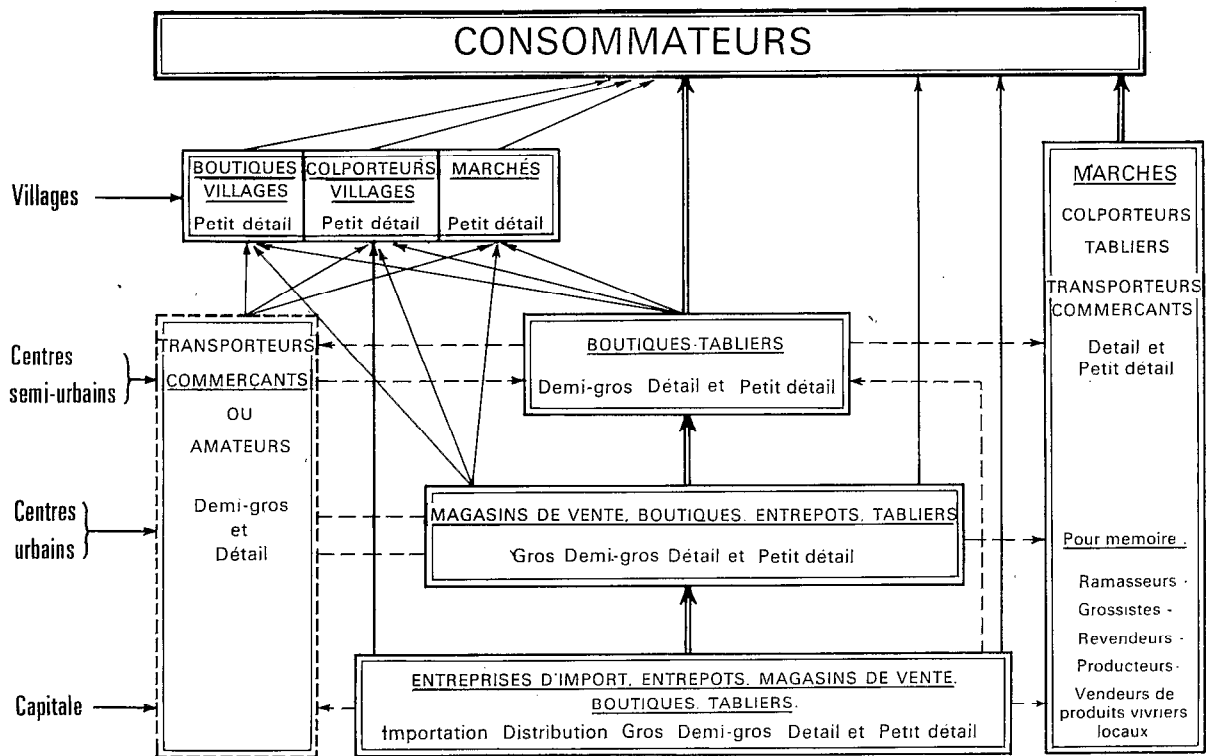


Schéma N° 2. — Circuit de distribution des marchandises

*En premier lieu*, toute la partie à l'est du chemin de fer limitée par les localités : Raviart, Boli, Didiévi, Ndo Kouassi-Kro, Bocanda et M'Bahiakro (ce qui correspond en gros aux limites de la nouvelle sous-préfecture de Kouassi-Kouassikro) se trouve isolée du reste de la région et, pendant 6 mois de l'année, complètement fermée au commerce. Les pistes sont pratiquement non carrossables durant cette période. Cette enclave avec ses 4 petits marchés de brousse (Bounda, Kouassi-Kouassikro, Pouébo et Kissié Malékro) où le troc différé est la pratique courante dans les transactions, n'est servie par aucun centre important. On ne trouve sur ces 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. En saison des grandes pluies, le passage d'une voiture dans l'enclave est un événement exceptionnel : cette voiture risque d'y rester pour quelques jours.

*En second lieu*, on peut distinguer la zone à cheval sur les frontières de quatre sous-préfectures : Tiébissou, Didiévi, Toumodi et Dimbokro. C'est l'enclave des quatre frontières. Elle est limitée par le parallèle Tiébissou-Bocanda (limite nord), une ligne partant de Yamoussokro vers Dimbokro (limite sud), à l'ouest par le méridien Akoye N'déno-Attiégouakro et à l'est par le chemin de fer Boli-Dimbokro. Deux voies longitudinales traversant cette enclave des quatre frontières ne sont praticables que quelques mois par an. Le pont situé sur la piste Dimbokro-Didiévi étant coupé, ne rend cette voie carrossable que partiellement. Les trois marchés de brousse périphériques de l'enclave (Gangoro, Kanango et Kondrokro, aucun marché pour la sous-préfecture de Dimbokro) sont rattachés pendant la saison carrossable à des centres environnants (Tiébissou, Boli, Bocanda).

L'isolement des deux enclaves ci-dessus a comme conséquences :

— d'une part, le prix élevé des marchandises et la difficulté d'écouler les produits vivriers même à bas prix. Les habitants de ces enclaves se voient obligés de vivre en « autarcie de dislocation », la circulation de biens et de services y est limitée au minimum indispensable ;

— et d'autre part, la diminution de l'importance de la zone de distribution du Sud-Est ou la zone de la Boucle du cacao. Dimbokro et Bocanda se tournent donc vers l'Est, la zone encerclée par la boucle du cacao.

*En troisième lieu*, une bande longitudinale située entre la route 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. De cette façon le problème de leur décongestion pourrait être résolu si ce projet se réalisait.



## CHAPITRE 3 — CIRCUIT DE DISTRIBUTION DE MARCHANDISES

### I — MÉCANISMES DU CIRCUIT DE DISTRIBUTION

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, certaines monnaies employées dans de rares occasions n'ayant pas une valeur constante, la valeur d'échange ne pouvait être déterminée (1).

Ces échanges ne relevaient pas du domaine commercial. On échange un produit contre un autre que son sol n'est pas à même de produire. C'étaient un apport complémentaire de produits dont l'autarcie de repliement des foyers de peuplement avait besoin pour son auto-suffisance au sein de laquelle il n'existait pas de commerce, mais des échanges de troc. Cette situation dura jusqu'au XVII<sup>e</sup> siècle. Vint ensuite l'époque des convoitises coloniales ou la période précoloniale dont la route des mers était tracée par le Portugais Henri le Navigateur depuis le XV<sup>e</sup> siècle. Les comptoirs européens s'installèrent le long des Côtes d'Afrique, conclurent des accords avec les Chefferies locales et firent des échanges avec les gens du pays sous forme de troc. Ce mercantilisme va donner lieu à la colonisation du pays à partir de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle (1893). 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 développement du 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 dès lors l'ossature du commerce actuel qui reste encore le noyau agissant du commerce moderne en Côte d'Ivoire. Comme intermédiaire du commerce européen, il existait des Dioula, négociants de la Cour Mandingue et plus tard les Levantins (Syriens et Libanais). Les Ivoiriens ne se sont insérés dans le circuit commercial que bien longtemps après la pénétration coloniale. Ce qui explique l'hétérogénéité du commerce intérieur de la Côte d'Ivoire à l'heure actuelle. On y trouve une superposition d'entreprises de nationalités différentes. Toutefois, leurs procédés d'exploitation permettent de les classer en deux grandes catégories ou secteurs :

- Commerce moderne implanté exclusivement en ville et dominé par des entreprises étrangères ;
- Commerce de petit détail détenu par des Africains et dont la clientèle est composée d'Africains à faible revenu.

#### 1 — Commerce moderne

Les sociétés à succursales multiples constituent l'ossature de la distribution. Ce sont des sociétés internationales dont la Maison Mère, rattachée à un groupe financier, est installée en Europe avec une direction locale à Abidjan. Ces sociétés font de l'importation et de la distribution de marchandises générales (2). Certaines d'entre elles sont également exportatrices de produits de la traite (café, cacao et palmistes).

Chaque société a son propre système d'organisation commercial qui obéit au schéma classique de la domination coloniale et de la pénétration de l'économie monétaire en zone intérieure du pays. La

---

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

(2) Certaines firmes sont également concessionnaires de voitures automobiles, importatrices de biens d'équipement, d'appareils électro-ménagers avec installation des services après vente (garages, ateliers, station-service, etc.).

société divise le pays en « secteurs commerciaux » et implante des succursales dans les différentes villes, dont l'une sert de chef-lieu de Secteur. A partir de ce chef-lieu de secteur, les marchandises provenant de la Direction d'Abidjan sont acheminées vers les succursales.

Ceci est le schéma classique qui régit encore à l'heure actuelle le système de distribution de la majorité des sociétés.<sup>1</sup> L'une d'entre elles a réorganisé son système en centralisant la distribution. Chaque succursale est approvisionnée directement par la Direction d'Abidjan à dates fixes (1 fois par semaine) et selon la commande de la succursale.

Ce système comporte des avantages appréciables : éviter la rupture de charge, les frais d'entreposage et de manutention. Il permet également une régularité du trafic, mais il 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 d'approvisionnement bien ajusté. Les prix sont les mêmes que ceux pratiqués dans la capitale avec une majoration de quelques francs par unités de vente pour le transport. C'est probablement l'organisation la mieux adaptée en Côte d'Ivoire. C'est également cette société, qui a pris à sa charge l'organisation, l'assistance technique, l'approvisionnement d'une société mixte tout en participant à la constitution de son capital commercial.

Certaines autres sociétés s'orientent vers la formule « gérance » pour leurs succursales éloignées d'Abidjan. Le Gérant est un Africain formé par la société, souvent ancien vendeur de la boutique même, rémunéré avec un salaire fixe, plus un pourcentage sur le chiffre d'affaires réalisé. Les prix de vente sont fixés par la Société. Cette formule comporte un double avantage : elle permet d'une part à la société de réduire les frais de fonctionnement par la différence de salaires payés à un Européen et à un Africain (différence de 1 à 3 ou 5 selon l'emploi), et d'autre part aux Africains d'accéder à des emplois dans le commerce avec une responsabilité personnelle assez importante (stock de 1 à 2 millions, chiffre d'affaires annuel de 8 à 15 millions de francs CFA). En général, cette formule de gérance est appliquée à la suite d'une baisse du chiffre d'affaires de la succursale, mais l'on invoque de préférence la noble intention « d'africaniser le commerce ».

Les « sociétés locales » appartiennent-elles, comme les sociétés à succursales multiples ci-dessus, à des étrangers qui ont débuté en Côte d'Ivoire par le commerce individuel, le commerce a été transformé par la suite en sociétés souvent avec participation familiale au capital d'exploitation, et dont les sièges sociaux sont installés dans la région. Ces sociétés locales sont organisées à l'image des sociétés à succursales multiples, mais nettement plus limitées dans l'espace et dans le temps.

Elles se spécialisent dans la vente ou dans la représentation exclusive d'un ou de deux 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 (1).

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 individuelles européennes (surtout dans les textiles), d'autre du commerce général de détail et demi-gros. Ceux-ci s'approvisionnent chez les grossistes européens de la région, ou directement à Abidjan, chez leurs compatriotes. Les entreprises libanaises dans l'ensemble pratiquent encore le « crédit » à leur clientèle habituée 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 perte au début, mais grâce à une « sélection » très poussée, le remboursement est à peu près satisfaisant à l'heure actuelle.

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

*Les entreprises africaines dans le commerce moderne* sont encore au stade embryonnaire (0,4 % du chiffre d'affaires commercial). Ce sont des entreprises exclusivement individuelles du commerce de détail. Certaines se spécialisent dans les textiles et habillements ou dans les appareils électro-ménagers.

*La société mixte* 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. A l'heure actuelle, cette Société mixte au stade de démarrage, constituera probablement le pionnier du commerce moderne africain. Son chiffre d'affaires ne représente encore *qu'un pour cent du chiffre d'affaires de la totalité des entreprises du commerce moderne (56 millions contre 5 806 millions) et moins de 3 % du chiffre d'affaires des entreprises africaines du commerce de petit détail (2 039 millions)*

## 2 — Le commerce de petit détail

Le petit détail ou « commerce à 5 francs » (1) est le commerce des pauvres : les commerçants sont des Africains ayant un capital d'exploitation nettement limité au minimum indispensable (20 000 francs en moyenne générale et seulement 100 francs pour certains tabliers) ; les acheteurs sont également des Africains à faible revenu. Le petit détail constitue, par conséquent, le relai du commerce moderne permettant à ce dernier d'atteindre indirectement la plus grande partie des consommateurs, dont la dispersion est jugée non rentable par le gros capital du commerce moderne. Celui-ci reste en ville, dans les quartiers commerciaux et attend les consommateurs privilégiés ou les petits détaillants. Pendant ce temps, le petit détail s'approvisionne dans le commerce moderne et va chercher les consommateurs là où ils résident (boutique-village, colporteur-village et boutique-ville) ou là où ils doivent être (colporteurs-marché et tabliers). Les procédés d'exploitation des entreprises du petit détail sont très simples.

— boutiques d'épicerie-bazar implantées dans les quartiers africains en ville et dans les villages : vente dans la maison d'habitation ;

— colporteurs résidant en ville parcourant les villages et les marchés de campagne ; leurs marchandises sont étalées par terre ;

— tabliers installés sur les marchés quotidiens, devant les salles de spectacle, à proximité des gares routières et ferroviaires, au carrefour de routes et dans les endroits les plus fréquentés : éventaire sur une petite table pliante (exception faite pour certains tabliers importants de textiles et de bazar).

En milieu rural (537 300 habitants), on compte 154 habitants pour une entreprise commerciale (colporteurs et boutiques-village). Il est à noter que ces 154 villageois achètent également de la marchandise vendue par le commerce installé en ville.

En moyenne, chaque village possède près d'une boutique (0,8 boutique) ; il est visité par plus de 5 colporteurs à la semaine (5,4 passages de colporteurs). D'autre part, par village il y a 3 colporteurs sur les marchés de brousse, par semaine. Il y aurait donc par village 8 colporteurs à la semaine plus 1 boutique implantée en permanence. Si les villages sont mal servis, c'est principalement un problème d'organisation des circuits de distribution.

Les boutiques-village sont des entreprises qui fonctionnent en permanence en milieu rural. Pendant la période des grands travaux agricoles, certaines d'entre elles sont fermées durant la journée, mais en géné-

---

(1) En Côte d'Ivoire, comme dans les pays de l'ouest africain d'expression française, la plus petite unité monétaire en circulation dans le commerce de détail est la pièce de 5 francs CFA. Leurs sous-multiples (pièces de 1 et 2 francs) ne sont pas utilisées par les commerçants au niveau du détail. Aussi, dans le petit commerce africain que nous appelons « Commerce à 5 francs », à quelques exceptions près, les marchandises sont-elles conditionnées ou divisées par unité de vente à 5 francs CFA. Dans le commerce moderne, les unités de vente sont celles connues en Occident : kg, mètre, litre...

Nationalité des entreprises 1	Stade de commerce	Genre de commerce 2	Commerce moderne				Boissons 7	Produits aliment. non agric. 8	Cigare. cola 9
			Gros 3	Demi- gros 4	Détail 5	Total 6			
1. Commerce Européen	M.G. (1) .....	11	28	23	62				
	Text. ....	3	2	5	10				
	Boiss. ....	9	—	—	9				
	Total .....	23	30	28	81				
2. Commerce Libano-Syrien et Nord-Africain	M.G. ....	—	20	38	58				
	Text. ....	—	5	5	10				
	Total .....	—	25	43	68				
3. Commerce Africain  dont : Boutiques modernes en ville	M.G. ....	—	3	4	7		282	328	
	Text. ....	—	—	3	3				
	Boiss. ....	—	—	—	—	537			
	Total .....		3	7	10	537	282	328	
	M.G. (2) .....	—	3	4	7				
	Text. ....	—	—	3	3				
	Total .....		3	7	10				
Petites boutiques en ville	M.G. ....								
	Boiss. ....					25			
	Total .....					25			
Boutiques-village	M.G. ....					(3)			
	Boiss. ....					411			
	Total .....					411			
Colporteurs-village	M.G. ....								
	Text. ....								
	Total .....								
Colporteurs-marché	M.G. ....						104	66	
	Text. ....								
	Total .....						104	66	
Tabliers	M.G. ....						178	262	
	Text. ....								
	Boiss. ....					101			
	Total .....					101	178	262	
TOTAL GÉNÉRAL	M.G. ....	11	51	65	127		282	328	
	Text. ....	3	7	13	23				
	Boiss. ....	9	—	—	9	537			
	Totaux .....	23	58	78	159	537	282	328	
%				3,0					

Petit détail						Nombre d'entreprises		Observations
Produits d'entretiens ménager	Bazar	Textiles	Instru. aratoires	Divers	Total	Total	%	
10	11	12	13	14	15	16	17	22
						62		(1) M.G. : Marchandises générales Text. : Textiles Boiss. : Boissons
						10		
						9		
						81	1,4	
						58		
						10		
						68	1,2	
996	1 138		138	551	3 433	3 440		
		1 514			1 514	1 517		
					537	537		
996	1 138	1 514	138	551	5 484	5 494	97,4	(2) Entreprises mixtes.
						7		
						3		
						10		
102	111				213	213		
					25	25		
102	111				238	238		
45	515				560	560	(3) dont 313 boutiques ne vendent que du vin.	
					411	411		
45	515				971	971		
	150	(4)	56	390	596	596	(4) dont 602 marchands de pagnes.	
		1 052			1 052	1 052		
	150	1 052	56	390	1 648	1 648		
199	151		26	177	663	663	(5) dont 62 marchands de pagnes	
		206 (5)			206	206		
199	151	206	26	117	869			
650	211		56	44	1 401	1 401	(6) dont 74 marchands de pagnes.	
		256 (6)			256	256		
					101	101		
650	211	256	56	44	1 758	1 758		
996	1 138		138	551	3 433	3 560	(7) dont 738 marchands de pagnes et de tissus.	
		1 514			1 514 (7)	1 537		
					537	546		
996	1 138	1 514	138	551	5 484	5 643		100
					97,0	100		

ral, il y a toujours un vendeur ou une vendeuse (1) dans la boutique, du matin jusqu'à 22 heures. Bien que ces boutiques soient implantées dans les villages baoulé, seulement 74 % d'entre elles appartiennent aux Baoulé. Les 28 % restants sont tenus par des « Dioula » dont la presque totalité n'est pas native de la Côte d'Ivoire. Par ailleurs, les entreprises dioula sont les seules à être considérées comme des entreprises commerciales dignes de ce nom. Les Baoulé vendent surtout des boissons (vin et bière), avec seulement une caisse de chaque catégorie de marchandise en stock. C'est une activité secondaire.

Les colporteurs occupent une place privilégiée dans le petit détail. Avec 49 % des entreprises du commerce africain, ils réalisent 80 % du chiffre d'affaires des ventes en milieu rural.

Les colporteurs-marché font 3 ou 5 marchés par semaine. Certains d'entre eux ajoutent à leurs activités principales le commerce de produits vivriers ou les transports, parfois les 3 activités ensemble. Ce sont des « amateurs » (2) selon l'avis des transporteurs « professionnels ».

Les colporteurs-village travaillent en moyenne 11 mois par an. Leur tournée dure une semaine, au cours de laquelle ils visitent 4 villages. En général, chaque colporteur-village a 2 circuits habituels mais cette règle n'est pas rigoureusement respectée. Ils évitent surtout les villages où il existe une « grande » boutique. Ils choisissent de préférence les zones éloignées des centres commerciaux et où il n'y a que de petites boutiques (boissons ou épiceries).

En milieu rural comme en ville, le petit détail est dominé par les entreprises dioula (3) qui détiennent la quasi-totalité du colportage et du petit commerce en ville.

L'organisation des entreprises dioula, 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 » structuré qui dépasse largement le cadre des entreprises familiales au sens moderne ou traditionnel de ce terme. En effet, il suffit de dire « commerce Dioula » pour qu'on pense à une « chaîne » traditionnelle de production, de transformation, de distribution et de redistribution qui

---

(1) Soit une personne inapte aux travaux agricoles, soit une ménagère.

(2) « 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 et tout à l'avenant. Dans la plupart des cas ils ont un « port d'attache » qui est une boutique tenue par leur propre 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 ensemble soit avec les colporteurs-marché, soit avec les boutiques.

(3) 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, Jerma, Sénoufo, Ouolof, Peul et même des gens originaires d'autres ethnies de Côte d'Ivoire, convertis à l'Islam.

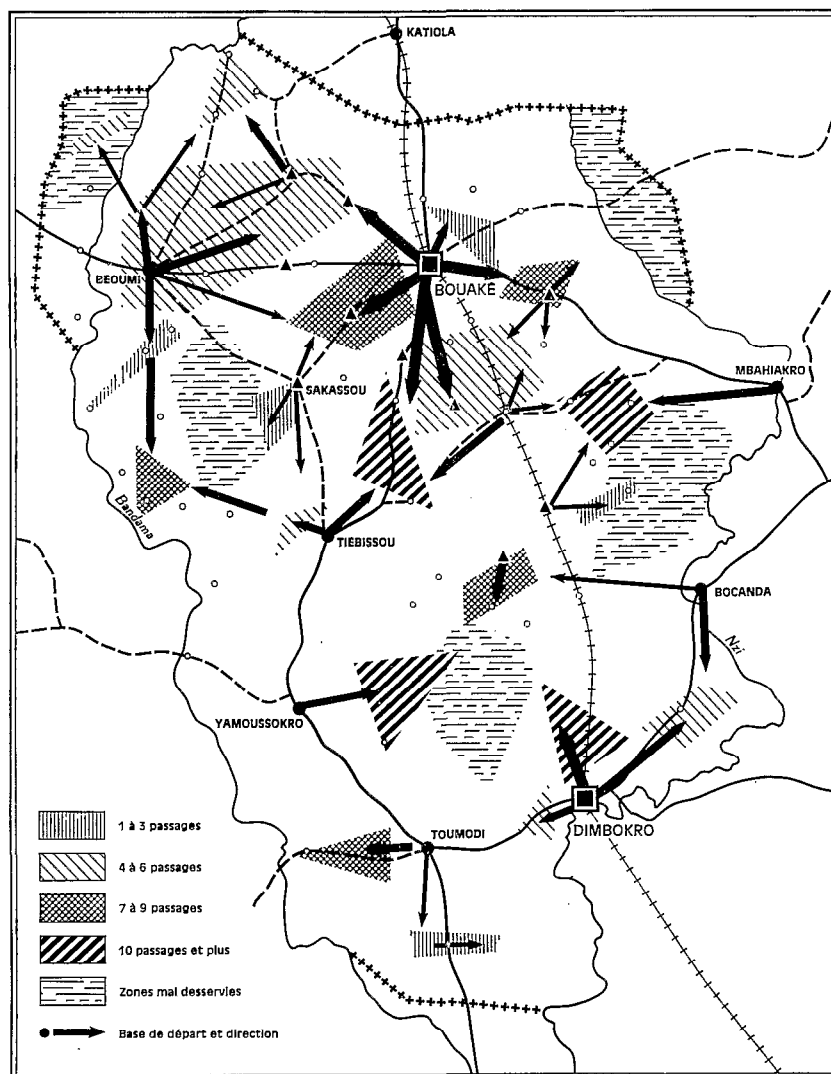
Il se trouve que la majorité des commerçants et des transporteurs sont Dioula et aussi que les Dioula non salariés sont en général commerçants ou transporteurs. Par conséquent, pour la masse ivoirienne, les Dioula sont des commerçants ou des transporteurs musulmans.

Ces faits nous amènent à employer le terme « ensemble » qui désigne un conglomérat d'individus d'origine différente qui forme une organisation non institutionnalisée mais qui dépasse largement les limites du groupe ethnique, social, linguistique et des nationalités.

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 négoes. Ils constituent la fraction la plus évoluée du peuple mandingue, puisqu'exclusivement adonnée au commerce... N'habitant 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 de commerçants.

s'étend des rives du Niger aux lagunes d'Abidjan, et vice versa. Le colportage, l'exploitation des entreprises de transport combinées avec le commerce, le commerce de la cola, du bétail et du poisson de Mopti montrent parfaitement bien la complexité des entreprises dioula.



Carte N° 10. — Colporteurs de brousse — nombre de passages par semaine dans les villages de l'échantillon

Pour l'ensemble du secteur du petit détail, les entreprises dioula représentent 67 %. Si on sépare les boutiques-village de ce secteur (du fait de l'implantation permanente dans les villages baoulé), 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 (1)	82 %
Boutiques-ville	55 %
Boutiques-village	12 %

Le petit détail en ville est composé de petites boutiques et de tabliers. Les petites boutiques et une partie des tabliers s'implantent dans les quartiers africains. Une grande partie des tabliers s'installe dans les endroits les plus fréquentés.

Les procédés d'organisation et d'exploitation du petit détail en ville et en milieu rural sont les mêmes : la seule différence qui existe entre eux est le caractère permanent du premier (installation fixe, vente tous les jours). On doit noter d'autre part que certains tabliers de textiles détiennent un stock assez important (jusqu'à 500 000 F de tissus et pagnes).

L'approvisionnement du petit détail peut provenir de différentes entreprises selon la valeur du stock, des relations commerciales, de ses liens d'ordre ethnique et familial. Le petit détail peut acheter à :

- des demi-grossistes sur place (Européens ou Libanais),
- des détaillants modernes sur place également,
- des transporteurs-commerçants de la même famille qui achètent leurs marchandises à Abidjan,
- des demi-grossistes d'Abidjan au cours d'un voyage dans la capitale.

Les boutiques vendent surtout des boissons et de l'épicerie, alors que les tabliers vendent des produits alimentaires (sel, sucre, conserves, cacahuètes, cola, etc.). Une partie des tabliers vend des textiles et certains produits d'entretien ménager. Ces produits sont vendus surtout par les boutiques. Les tabliers ambulants (chariots à bras) vendent des eaux gazeuses et les boutiques des boissons alcoolisées et également des eaux gazeuses. De cette façon, au niveau du petit détail, il n'existe pratiquement pas de concurrence. En outre, il arrive souvent que le tenancier « tablier » est le frère d'un boutiquier qui est son bailleur de fonds. Cette concurrence n'existe pas non plus entre le petit détail et le détail moderne. Celui-ci est souvent le fournisseur de celui-là. Il n'est pas rare de voir un tenancier « tablier » acheter 1 kg de sucre dans une boutique de détail moderne et le vendre par tas de 5 francs à moins de 10 mètres de cette boutique avec un bénéfice de 40 F sur 100 F à la vente et sur 60 F à l'achat.

En milieu rural, les colporteurs qui vendent des articles et des produits d'entretien ménagers, évitent d'aller dans les villages où il existe une « grande » boutique-bazar. D'ailleurs, ils se spécialisent dans la vente de textiles, de bijoux de fantaisie et autres articles que l'on ne trouve pas dans les boutiques-villages, qui à leur tour, vendent surtout des articles de première nécessité ou de consommation courante (boissons, pétrole, sucre, sel, ...).

La concurrence, telle que nous la concevons, existe surtout entre une société internationale et les autres plus anciennes qu'elle. En effet la société en question, nouvellement arrivée sur le marché du détail, a mis en place un réseau de distribution plus large que ses concurrentes tout en pratiquant une péréquation de prix par rapport à Abidjan avec une faible majoration pour les produits pondéreux. En vendant moins cher que ses consœurs, cette société a ainsi violé la « chasse gardée » et menacé le « cartel des prix ». Notons que les succursales de la société en question vendent à l'unité moderne (kg, l, m), alors que la majorité de la population est habituée à acheter à l'unité « 5 francs ».

---

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



Le bas niveau des revenus monétaires n'est pas la cause unique de l'existence du commerce à 5 francs ; les facteurs d'ordre humain et technique en sont de plus importants :

— les habitudes de consommation en économie relativement autarcique dominée par l'auto-consommation donc besoin limité de produits commercialisés (produits manufacturés en particulier),

— l'ignorance des consommateurs en ce qui concerne les poids, mesures et calcul des prix ;

— l'absence de moyens de conservation pour certains produits périssables (climat chaud et très humide) ;

— la crainte de susciter la jalousie des gens de la même communauté familiale ou villageoise. Ces gens peuvent éventuellement « emprunter » la marchandise achetée en « grande quantité ». N'oublions pas qu'il s'agit ici de société communautaire dans laquelle l'individu n'est qu'un usufruitier de ses biens et où l'autorité gérontocratique du chef de groupe ne peut être contestée. Dans ces conditions, le partage égalitaire du « surplus » individuel et l'appropriation des biens privés peuvent, théoriquement, survenir à tout moment. On doit noter que de telles mesures ne relèvent nullement du domaine de l'arbitraire puisqu'elles contribuent à sauvegarder l'équilibre social, renforcer les richesses et consolider le prestige de la communauté.

Ce facteur d'ordre social est probablement une des causes les plus éminentes du commerce à 5 F.

FRACTIONNEMENT DES PRINCIPALES MARCHANDISES DE GRANDE CONSOMMATION

Stades de commercialisation Marchandises	Réception par les grossistes	Ventes en gros	Ventes 1/2 gros	Ventes au détail moderne en ville	Vente au petit détail
SUCRE .....	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 9 kg	Sac de 25 kg, de 18 kg et 9 kg	Sac de 25 kg, de 18 kg et 9 kg	Sac de 18 kg, et 9 kg ou au kg	Tas de 5 F
PÉTROLE .....	Citerne de 5 000 litres à 30 000 l	Fût 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 de 1 litre	Caisse de 15 ou de 10 bouteilles de 1 litre	Caisse de 15 ou de 10 bouteilles de 1 litre	Bouteille de 1 litre	1/2 bouteille ou verre de 20 cl
PAGNE .....	Balles de 50 pièces de 12 yards	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	Carton de 50 pièces ou la douzaine	Unité	Unité
ALLUMETTES .....	Carton de 1 200 boîtes	Carton de 1 200 boîtes	Cartouche de 100 boîtes ou 10 boîtes	Paquet de 10 boîtes ou la boîte	Unité
CIGARETTES .....	Caisse de 40 cartouches	Caisse	Cartouches de 25 paquets	Paquet	2 cigarettes à 5 F

## II — COÛT DE DISTRIBUTION

L'hétérogénéité, la prolifération et l'hypertrophie des entreprises commerciales se répercutent dans le commerce par le coût très élevé de la consommation finale. Ce coût s'élève en moyenne à 26 % du chiffre d'affaires, soit 19 % dans le commerce moderne et 36 % dans le petit détail. Ce dernier intéresse la plus grande partie de la population. Avec un faible revenu, on est obligé d'acheter au petit détail à qui l'on paye cher la marge. Ce qui veut dire finalement que plus on est pauvre, plus la consommation devient chère. C'est un aspect du « malthusianisme économique ».

Chaque habitant de la région paye en moyenne l'équivalent de 4 mois de sa consommation de marchandises pour faire vivre des entreprises non rentables du petit détail (environ 2 600 sur 7 300 F). Certains articles de grande consommation divisibles par petites portions (sucre, sel, pétrole, cigarettes, riz, ... 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

TABLEAU 4

COÛT DE DISTRIBUTION DE MARCHANDISES A GRANDE CONSOMMATION (en %)

Désignation	Prix de gros	Coût			Observations
		Transport	Marge	Total	
<i>Pétrole</i> .....	59	7	36	41	
Commerce moderne ..	84	6	10	16	
Petit détail .....	55	8	37	45	
<i>Sel</i> .....	65	20	15	35	
Commerce moderne ..	69	21	10	31	
Petit détail .....	45	15	40	55	
<i>Riz</i> .....	79	6	15	21	
Commerce moderne ..	87	5	8	13	
Petit détail .....	69	7	24	31	
<i>Sucre</i> .....	65	5	30	35	
Commerce moderne ..	87	4	9	13	
Petit détail .....	50	6	44	50	
<i>Pagne et tissus d'importa- tion</i> .....	69	0,4	30,6	31	
Commerce moderne ..	86	0,3	13,7	14	
Petit détail .....	67	0,5	32,5	33	
<i>Boissons</i> .....	68	4	28	32	
Commerce moderne ..	79	3,5	17,5	21	
Petit détail .....	61	4,5	34,5	39	
<i>Piles électriques</i> .....	60	2	38	40	
Commerce moderne ..	71	0,5	28,5	29	
Petit détail .....	68	2	40	42	
<i>Huile de table d'importa- tion</i> .....	89	2	19	21	
Commerce moderne ..	82	2	16	18	
Petit détail .....	60	2	38	40	

TABLEAU 5

COÛT DE DISTRIBUTION DES MARCHANDISES GÉNÉRALES (en %)

Désignation	Prix de gros	Coût			Observations
		Transport	Marge	Total	
Chiffre d'affaire 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 :					
Marchandises importées	75	3	22	25	
Marchandises provenant des industries régionales	67	2	31	33	
Produits artisanaux ....	80	1,6	18,4	20	
Réexportation .....	85	2	13	15	
Par stade de commercialisation des marchandises destinées à la consommation.					
Détail moderne .....	81	2	17	19	
Petit détail .....	64	3	33	36	

- le détaillant moderne en ville
- le petit détaillant de la localité.

Ce cheminement à « crémaillère » de la marchandise vaut au consommateur une dîme à payer à chaque cran. Le coût de distribution de ces articles s'élève à près de la moitié du chiffre d'affaires, soit près de 100 % de la valeur de marchandise au prix de gros à Abidjan (382 km de Bouaké). Il convient de noter que le coût de distribution est dû essentiellement aux marges commerciales. Les frais de transport ne représentent que 2 % du chiffre d'affaires et 3 % de la consommation finale (1). Certains commerçants du petit détail transportent eux-mêmes leurs marchandises jusqu'aux points de vente.

### III — EXPLOITATION DES ENTREPRISES

#### 1 — Entreprises commerciales

L'étude des comptes d'exploitation confirme la stratification a priori des entreprises commerciales en 2 secteurs (moderne et petit détail).

Le nombre total des entreprises s'élève à 5 686 dont 5 484 (96,6 %) dans le petit détail et seulement

(1) 8 F la tonne/km en moyenne, soit 10 F par la route et 7,5 F par le fer. Par tonne de marchandises consommées dans la région, le coût de transport s'élève à : 2 150 F, (270 km de parcours).

TABLEAU 6  
COMPARAISON DES DIFFÉRENTES ENTREPRISES COMMERCIALES  
(en pourcentage)

Désignation	Entreprise	Personnel	Stock	Chiffre d'affaire	Marge	Observations
Par secteur du commerce						
— commerce moderne	3,4	10,0	89,2	70,0	44,2	
— petit détail .....	96,6	90,0	10,8	30,0	55,8	
Total .....	100	100	100	100	100	
Par nationalité des entreprises						
— commerce européen	2,0	7,0	18,0	64,0	37,6	
— commerce libanais	1,2	2,5	7,3	5,0	5,5	
— commerce coopératif	0,1	0,2	0,7	0,8	0,5	
— commerce africain moderne .....	0,1	0,3	0,2	0,4	56,4	
— petit détail africain..	96,6	90,0	10,8	30,0	55,8	
Total .....	100	100	100	100	100	

TABLEAU 7  
STOCK, C.A., MARGE PAR ENTREPRISE (1)  
(en millions de francs)

Entreprises	Stock	C.A.	Marge	% marge C.A.	Rotation de stocks/an	Observations
<i>Européennes</i> .....	7,5	52,5	5,0	11	7 fois	(1) Valeur globale = vente aux détaillants + vente à la réexportation + vente à la consommation.
dont :						
— gros .....	20,0	150,5	12,2	8	8	
— demi-gros .....	7,5	33,6	4,2	12	5	
— détail .....	2,8	17,6	2,8	16	6	
<i>Libanaises</i> .....	1,1	6,2	1,2	19	6	
dont :						
— demi-gros .....	1,6	9,1	1,5	16	6	
— détail .....	0,8	4,6	1,1	23	6	
<i>Mixtes</i> .....	1,0	7,2	1,1	16	7	
dont :						
— demi-gros .....	1,6	10,0	1,3	13	6	
— détail .....	0,5	5,0	1,0	20	10	
<i>Africaines</i> .....	0,02	0,48	0,16	33	22	
dont :						
— moderne .....	0,5	4,0	1,1	28	9	
— boutique-ville .....	0,14	0,90	0,28	32	6	
— tablier .....	0,01	0,50	0,18	36	50	
— colporteur-marché .....	0,01	0,80	0,26	32	80	
— colporteur-village .....	0,01	0,30	0,10	33	30	
— boutique-village .....	0,03	0,26	0,09	35	9	
Commerce moderne ..	4,2	30,5	3,4	11,4	7	
Petit détail .....	0,02	0,45	0,16	35,8	22	
Moyenne générale ....	0,19	1,55	0,27	17,4	8	

TABLEAU 8  
COMPTES D'EXPLOITATION DES ENTREPRISES COMMERCIALES

Comptes  Catégories d'entreprises	DÉPENSES					RECETTES		CAPITAL			Taux d'effi- cience du capi- tal par an (1)	Obs- ervations
	Salaire et charges sociales	Loyer et frais d'entre- prise	Impôt et taxe	Autres frais de fonction- nement	Total des dépenses	Brutes	Nettes	Fonds fixe	Fonds de roule- ment	Total du capital		
PAR ENTREPRISE (en milliers de francs)												
— Commerce européen ..	1 340	96	75	9	1 520	5 000	3 480	6 400	2 200	8 800	40 %	(1) Avant amortis- sement.
— Commerce libanais ....	94	155	85	5	322	1 200	878	1 460	265	1 725	52 %	
— Commerce coopératif ..	86	102	10	3	201	1 100	890	1 100	200	1 300	68 %	
— Commerce africain mo- derne .....	70	30	30	5	13,5	1 100	965	1 000	400	1 400	69 %	
— Petit détail africain ....	1,8	1,1	7,5	9,3	19,7	158	138,3	16	22	36	380 %	
POUR L'ENSEMBLE DES ENTRE- PRISES (en millions de francs)												
— Commerce européen ....	155,0	11,0	9,0	1,0	176,0	580,0	404,0	742,0	255,0	997,0		
— Commerce libanais ....	7,0	9,0	6,0	0,4	22,4	84,0	61,6	164,0	18,0	182,0		
— Commerce coopératif ..	0,6	0,7	0,07	0,03	1,4	7,7	6,3	7,7	1,4	9,1		
— Commerce africain mo- derne .....	0,6	0,3	0,3	0,04	1,24	9,9	8,66	9,0	3,6	12,6		
— Petit détail africain ....	9,9	6,0	41,1	51,0	108,0	865,0	757,0	88,0	120,0	208,0		
TOTAL GÉNÉRAL .....	173,1	27,0	56,47	52,47	309,04	1 546,6	1 237,56	1 010,7	398,0	1 408,7	88 %	
dont :												
— SECTEUR MODERNE ....	163,2	21,0	15,37	1,47	201,04	681,6	480,56	922,7	278,0	1 200,7	41 %	

CIRCUIT DE DISTRIBUTION DE MARCHANDISES

202 (3,4 %) dans le commerce moderne. Le nombre de personnes travaillant dans le commerce représente respectivement 90 et 10 %. 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 97 % des entreprises et 90 % du personnel, ce petit détail ne réalise que 30 % du chiffre d'affaires total. C'est le commerce le moins productif de toutes les catégories d'entreprises mais, par contre, il procure le taux net d'efficacité de capital le plus élevé, grâce à la rotation rapide des stocks (22 fois par an) et à la pratique d'une marge très élevée (36 %). Ce qui est plus grave, c'est que d'une part plus de 7 000 personnes vivent de ce commerce et que d'autre part ce commerce intéresse la majorité des consommateurs finaux. Les commerçants doivent vivre de leur travail et les consommateurs payer cher leurs achats. Le problème se situe donc non seulement au niveau du commerce mais aussi à celui de la politique économique. C'est la conséquence de la prolifération des entreprises individuelles de petit détail au capital d'exploitation nettement limité.

Ces tableaux sur les comptes d'exploitation des entreprises commerciales nous montrent que :

— d'une part, le taux net d'efficacité du capital étroitement lié aux taux de marge est inversement proportionnel au volume du capital d'exploitation.

— d'autre part, le degré technique d'organisation des entreprises et de la distribution subit une évolution inverse.

Les procédés employés par les extrêmes (commerce européen notamment en ce qui concerne les firmes commerciales et le petit détail) font penser à la vie d'un consortium financier comparée à celle d'un atelier d'artisan.

*Pour le commerce européen* : un stock et un chiffre d'affaire importants par entreprise donc économie de personnel et d'installation de vente, une marge abordable pour le consommateur.

*Pour le petit détail* : très peu de stock, mais avec une rotation rapide et des marges excessives, un nombre important d'entreprises individuelles.

Le premier fait fructifier le gros capital grâce à son organisation ; le second, demande à un faible capital de rapporter le maximum de bénéfice grâce au grand nombre d'unités de production et à la rotation rapide des stocks. Le premier s'installe dans un centre qui attire acheteurs et revendeurs, alors que le second va vers le consommateur à faible revenu qui doit, de surcroît, lui payer cher ses services.

Chaque consommateur contribue pour près de 1 400 F par an au profit net du commerce. *Cette somme représente plus de deux mois de ses dépenses en achats de marchandises.*

Pour l'ensemble de ces deux secteurs, les recettes nettes s'élèvent à 80 % de recettes brutes (1 237 millions sur 1 546). Dans le secteur moderne, ce pourcentage est ramené à 70 % contre 88 % dans le petit détail. Il convient de noter à ce propos que la plupart des entreprises européennes possèdent leurs propres bâtiments, donc ne paient pas de loyer.

*Le taux d'efficacité du capital peut être considéré comme taux net* en ce sens que l'amortissement des installations mobilières et immobilières des entreprises commerciales a été réalisé depuis fort longtemps. Très peu d'entre elles possèdent du matériel roulant. Ce taux d'efficacité du capital est de 88 % pour l'ensemble des entreprises, dont 41 % pour le secteur moderne et 380 % pour le petit détail. Notons que le taux d'escompte pratiqué en Côte d'Ivoire est de 6 % par an.

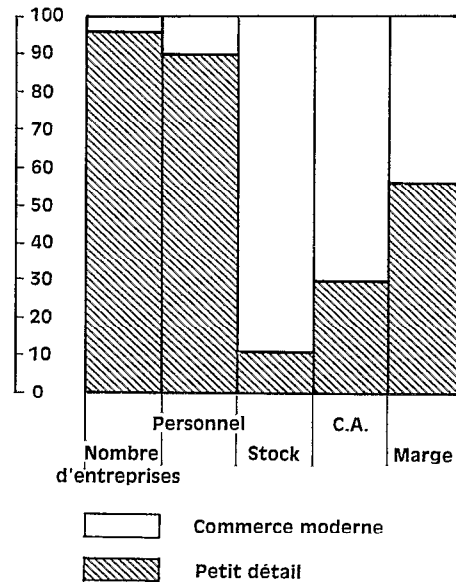
Les quelques observations qui précèdent permettent de penser que le circuit de distribution de

marchandises dans la région de Bouaké et en fait dans l'ensemble de la Côte d'Ivoire représente, comme caractéristique fondamentale, le partage du commerce en 2 secteurs nettement différents :

— un secteur dit moderne, installé uniquement en ville et détenu presque entièrement par des entreprises étrangères à la Côte d'Ivoire.

— et un secteur dit « petit détail » dépourvu de toute forme d'organisation précise, et dont les commerçants sont des Africains.

La nationalité de l'entreprise indique ainsi sa place dans le commerce intérieur de la Côte d'Ivoire.



Graphique N° 2. — Comparaison des secteurs du commerce

## 2 — Entreprises de transport en commun

Les voitures de transport en commun de la région appartiennent exclusivement à des Africains. Les entreprises individuelles européennes et libanaises qui y existaient auparavant, ont cessé de fonctionner en raison de la faible rentabilité de leur exploitation et de la prolifération des entreprises africaines.

En effet, il y a 1 801 voitures de transport en commun immatriculées dans la région (1), soit 1 voiture pour 580 habitants ou 300 adultes, sans compter les voitures de l'extérieur qui transportent pour le compte de la région.

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

(1) Parc total : 4 168 véhicules, dont 1 961 voitures légères, 2 189 camions et camionnettes, 18 remorques et semi-remorques.

TABLEAU 9  
COMPTES D'EXPLOITATION DES ENTREPRISES DANS LE TRANSPORT ROUTIER

	DÉPENSES										RECETTES			CAPITAL			Taux d'efficacité du capital	Observations
	Carburants	Entretien	Syndicat et « coxeurs »	Patente, vignette, assurance, visite technique	Salaires	Divers	Total des dépenses	Brutes	Après déduction de frais généraux	Fonds fixes	Fonds de roulement	Total Capital						
PAR UNITÉ (en milliers de francs)																		
Taxi en ville .....	450	35	37	75	69	3	667	937	270	477	45	522	52 %					
Voiture légère ou « taxi de brousse » .....	300	39	117	118	100	41	715	1 126	411	800	35	835	49 %					
Car .....	437	51	78	169	133	104	978	1 597	625	900	555	955	62 %					
Camions .....	769	73	37	251	253	53	1 436	4 211	2 775	1 500	90	1 590	174 %					
POUR L'ENSEMBLE DES ENTREPRISES (en millions de francs)																		
Taxi en ville .....	144	10	12	24	22	1	213	300	87	153	14	167						
Taxi de brousse .....	144	15	44	45	38	16	272	429	157	505	13	328						
Car .....	378	44	67	146	115	90	840	1 393	543	799	48	847						
Camions .....	180	7	9	58	59	12	335	985	650	361	21	372						
Total .....	816	86	132	273	234	119	1 660	3 097	1 437	1 608	96	1 704	84 %					



Plus significatif encore, 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 ces transporteurs étrangers. Sur ce marché sahélo-éburnéen, *le déficit de la région s'élève à 134 millions de francs (importation de transport : 143 ; export : 9 millions).*

A ces résultats d'exploitation, on doit ajouter l'amortissement et les intérêts payés (crédit auto), ce dont les transporteurs ont omis de tenir compte. Souvent, ils ne calculent pas à long terme les chiffres d'exploitation de leur entreprise.

De cette recette annuelle de 1 437 millions de francs pour toutes les entreprises de transport, (taxis en ville compris), il faut déduire :

- Les amortissements : 362 millions (1)
- Les intérêts de crédit auto : 107 millions (2)
- Le taux d'escompte officiellement pratiqué en Côte d'Ivoire à 6 % : 96 millions.
- Total = 565 millions d'amortissement et de frais financiers.

Les recettes nettes sont donc ramenées à 872 millions pour 1 801 voitures soit 484. 175 F par voiture et par an ou 40 347 F par mois, sans compter les risques de pannes graves et d'accidents non couverts par l'assurance au tiers.

Dans la presque totalité des voitures enquêtées, le propriétaire ou son « frère » de confiance accompagne le véhicule et travaille comme receveur. La recette nette de 40 347 F par mois équivaut alors à son salaire mensuel.

Le taux net d'efficience du capital après amortissement sera de 51 % seulement contre 380 % dans le commerce du petit détail. Mais la « qualité sociale du transporteur », d'après ce que l'on pense en général, a compensé le mauvais calcul à très court terme. A ce propos, il convient de noter que le transport n'est pas une profession. C'est un métier secondaire ou une activité d'appoint. Pour toute la région de Bouaké, il existe seulement 3 entreprises de transport qui possèdent chacune un parc de plusieurs voitures (4 et plus) mais dont les propriétaires exercent également des activités politiques ou syndicales (ou les deux à la fois). Ces activités représentent pour eux une véritable carrière. Pour le reste des transporteurs, les patrons sont soit commerçants, soit fonctionnaires, soit planteurs ou cultivateurs, soit propriétaires d'immeubles en location. Il existe même parmi les transporteurs des retraités africains de l'armée française. En général, les propriétaires des véhicules ne travaillent pas, ils emploient des chauffeurs, acceptent les apprentis et font accompagner leurs véhicules par des frères ou par des hommes de confiance. Les comptes sont faits tous les jours ou après chaque voyage à longue distance. Il n'est pas rare de voir une voiture acheter une quantité d'essence tout juste suffisante pour le parcours à effectuer.

Pour toute la région de Bouaké, il n'existe aucun atelier d'entretien appartenant en propre à des entreprises de transport. Au moins 3 véhicules sur 4 sont passibles de contravention à la visite technique. Quant à la charge utile autorisée, elle est très largement dépassée pendant la période de traite, période de pointe de l'année : plus du tiers (37 %) des véhicules est surchargé, alors qu'en période hors traite 1 voiture sur 3 n'est employée qu'à demi ou moins de sa charge utile.

Nous étudierons les fluctuations dans les transports, dans le chapitre sur les problèmes économiques du commerce régional (chapitre 5).

---

(1) Après 4 ans d'utilisation, la voiture est revendue à 10 % de son prix d'achat neuf, soit une perte de 1 448 millions en 4 ans, ou 362 millions par an.

(2) A l'achat d'une voiture on verse seulement un acompte (1/3 environ) le reste est réglé par traites entre 6 et 9 mois, ce qui comporte un intérêt de l'ordre de 10 % en moyenne.

Les chiffres ci-dessous peuvent montrer la physionomie générale des transports qui desservent la région (entreprises de la région et hors de la région, mais transportant pour la région).

- Véhicules mis en circulation depuis 3 ans et plus = 13 % du nombre total (1)
- Entreprises possédant 4 voitures et plus = 3 % du nombre total
- Entreprises possédant 1 voiture = 75 % du nombre total
- Entreprises possédant 2 voitures = 17 %
- Temps d'exercice du « métier » moins d'un an = 23 %
- Temps d'exercice du « métier » 1 à 2 ans = 32 % du nombre total
- Temps d'exercice du « métier » 5 ans et plus = 17 %

Les voitures de transport en commun de la région sont surtout des voitures de transport de voyageurs (1 567 voitures légères et cars sur un nombre total de 1 801 véhicules). Les camions de marchandises sont de faible tonnage (2,5 t à 6 t). Les remorques, semi-remorques et camions de 8 tonnes et plus appartiennent à des entreprises industrielles européennes.

#### IV — FLUX DE MARCHANDISES ET STRUCTURE DES VENTES

La valeur globale de biens commercialisés dans les régions s'élevant à 20,5 milliards de francs, peut être décomposée comme suit :

- export et réexport : 7,5 milliards
- consommation intermédiaire : 0,7 milliard
- consommation de production rurale : 5,0 milliards
- consommation de marchandises : 7,3 milliards

Plus de la moitié de la consommation finale de la région ( $20,5 - (7,5 + 0,7) = 12,3$  milliards) est consacrée aux produits alimentaires, tissus et tabac :

— Produits alimentaires.....	5,1 milliards soit	41,5 %
— Boissons, tabac.....	1,5 » »	12,2 %
— Textiles, habillement, articles chaussants, ...	1,6 » »	13,0 %
— Biens d'équipement des entreprises, ménages, administration .....	2,1 » »	17,1 %
— Produits d'entretien ménager .....	1,7 » »	13,8 %
— Autres produits manufacturés et artisanaux .....	0,3 » »	2,4 %
	12,3	» » 100 %
Total .....		

Parmi les 17,1 % de biens semi-durables d'équipement, il y a 8,6 % de voitures automobiles et d'articles ménagers, 2,4 % de matériaux de construction (spéculation immobilière en ville surtout). Par contre, les équipements directement productifs dans l'agriculture et dans le secteur industriel ne repré-

(1) Au-delà de 3 ans de circulation, le véhicule peut-être considéré comme « très vieux » et après la 4<sup>e</sup> année, certaines voitures peuvent être revendues à environ 10 % de leur valeur neuve. En général, on doit considérer comme hors service les voitures âgées de 4 à 5 ans.

sentent que moins de 3 % dont 0,7 % seulement pour l'agriculture et l'artisanat, secteurs dominants de l'économie de la région.

Pour mieux apprécier la structure de la consommation de marchandises — domaine qui nous intéresse dans ce chapitre — nous prenons en considération les marchandises vendues par le commerce de la région.

Sur les 7,3 milliards de consommation finale, 888 millions de marchandises (voitures, achats des administrations centrales pour le département, une partie du matériel lourd) ne passent pas par le commerce régional. Les entreprises commerciales de la région ont donc fourni 6 412 millions de francs de marchandises à la consommation finale sur un chiffre d'affaires de 8,7 milliards.

TABLEAU 10

## PROVENANCE ET DESTINATION DES MARCHANDISES

Ventes	Valeur en millions de F	%	Observations
— Au détail à la consommation .....	6 196	97	
— En demi-gros à consommation des collectivités .....	216	3	
Total consommation .....	6 412	100	
dont : — marchandises importées par la région .....	5 550	86	
— production artisanale et industrielle régionale commercialisée par les entreprises commerciales .....	862	14	
— Vente en gros et demi-gros à la réexportation .....	642		
— Vente en gros et demi-gros aux détaillants .....	1 649		
Chiffre d'affaires total .....	8 703		

TABLEAU 11

CHIFFRE D'AFFAIRES ET COÛT DE DISTRIBUTION  
(en millions de francs)

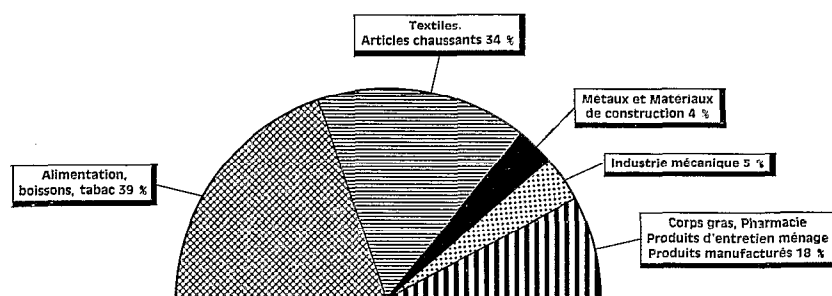
Désignation	Prix de gros	Transport	Marge	Total
C.A. global .....	6 958	196	1 549	8 703
Consommation de marchandises importées	4 165	182	1 203	5 550
Consommation de produits provenant des industries régionales .....	518	1	247	766
Consommation de produits artisanaux de la région .....	76	2	18	96
Total consommation .....	4 759	185	1 468	6 412
Réexportation .....	550	11	81	642
Vente en gros et demi-gros aux détaillants..	1 649	(1)	(1)	1 649

(1) Les transports et marges afférents à ces marchandises sont compris dans le prix de vente aux consommateurs.

*Structure des ventes et de la consommation de marchandises générales*

Les pourcentages ci-dessous nous permettent de situer le niveau de développement de l'économie de la région de Bouaké.

	<i>Consommation</i>
Produits alimentaires, boissons, tabac .....	39 %
Habillement et articles chaussants .....	34 %
Produits des industries mécaniques et métaux destinés à l'équipement ménager et d'exploitation .....	13 %
Produits d'entretien ménager, industries diverses, produits pharmaceutiques .....	14 %
Total .....	100 %



Graphique N° 3. — Structure des ventes de marchandises

Il convient de noter quelques particularités :

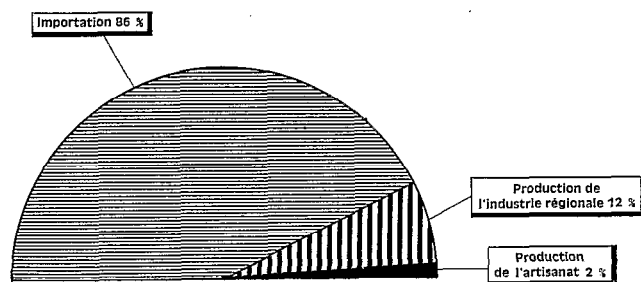
a) La production régionale, cigarettes, textiles, ficellerie et outillage agricole représentent 14 % de la consommation. C'est le taux le plus élevé en Côte d'Ivoire, après Abidjan. Mais ce facteur positif est dû à ce que Bouaké est la seule ville intérieure de Côte d'Ivoire qui ait un embryon d'industrie de transformation de produits d'origine biologique. De terminus colonial, elle s'est transformée depuis la première guerre mondiale en un tremplin de la pénétration coloniale vers d'autres régions ; elle a donc une position privilégiée.

b) Malgré l'existence d'une industrie de textiles à Bouaké, les importations faites par la région pour la consommation s'élèvent à 1 115 millions, soit 79 % de sa consommation de textiles (1).

c) Pour un pays essentiellement agricole (87 % de la population vit de l'agriculture) l'équipement de production agricole ne représente que 0,4 % de la consommation en marchandises (27,6 millions de fabrications artisanales dont 90 % des dabas sont transformées à partir des dabas venues de France et non fabriquées sur place par les artisans). Le niveau technique de la production rurale peut être alors situé avec le minimum d'erreur.

(1) Consommation totale des textiles (pagnes, tissus, lingeries et vêtements de confection) : 1 414 millions.

Production locale consommée sur place : 299 millions dont 232 de production industrielle et 67 de production artisanale.



Graphique N° 4. — Provenance des marchandises

d) Les matériaux de construction sont destinés surtout à l'habitat urbain dont la spéculation immobilière est la principale motivation. La construction d'habitation rurale a connu une chute vertigineuse depuis 1960.

e) Les boissons, vin et bière en particulier, représentent près de 15 % de la consommation.

On peut estimer à plus de 900 F par personne et par an la consommation de vin, de bière et de boissons alcoolisées contre 1 000 F de poissons qui procurent des protéines animales dont les habitants ont grand besoin.

## CHAPITRE 4 — COMMERCIALISATION DE LA PRODUCTION RURALE

### I — FONCTIONNEMENT DES MARCHÉS

Malgré son importance, la production rurale n'a pas de courants commerciaux organisés ; elle est partagée en plusieurs marchés :

— d'abord, un monopole de fait sur les cultures industrielles et d'exportation, monopole détenu par les entreprises libanaises, par les Compagnies agricoles et les sociétés commerciales européennes ;

— ensuite, un autre monopole traditionnel dioula sur le commerce du bétail, du poisson et de la cola ou marché sahélo-éburnéen ;

— enfin, une carence quasi totale d'organisation du commerce de la production vivrière et artisanale dont dépendent, en grande partie, le niveau de vie des ruraux et les chances du développement de l'économie rurale.

La commercialisation de la production rurale, sauf pour certains articles de l'artisanat (instruments aratoires, chaussures) est exclusivement assurée par les femmes des producteurs sur les marchés les plus proches. Il s'agit donc de la vente directe, mais cette forme d'écoulement de produits ne signifie pas forcément une commercialisation, telle qu'elle se fait sur un marché moderne.

En effet, la grande majorité des vendeuses vont à pied au marché le plus proche, portant sur leur tête une cuvette de produits. Certaines font jusqu'à 20 km avec leur charge (30 kg au maximum) qu'elles partagent avec les enfants qui les accompagnent. Elles portent éventuellement leur bébé sur le dos. Dans ces conditions, le produit vendu comporte également le coût théorique de transport du village au marché. On peut alors calculer la rentabilité du travail dans l'agriculture.

Le coût de transport — à cause de la faible valeur de la production rurale et non de celle des tarifs de transport — est prohibitif : environ 20 % du prix des produits que l'on n'est pas certain de vendre (1).

Dans ces conditions, les habitants des villages éloignés des marchés n'y viennent que lorsqu'ils ont vraiment besoin de marchandise. La quantité de produits amenée par eux est donc limitée au minimum nécessaire à l'acquisition de ce dont ils ont besoin : *le troc différé dans le temps et dans l'espace* (échanges faits en une seule matinée sur le même marché). Ce troc différé est beaucoup plus prononcé sur les marchés de brousse que sur les marchés de bourgs ruraux.

Par conséquent, il n'est pas étonnant de constater que cette économie de subsistance n'a pas évolué, malgré la masse monétaire en circulation dans la région, qu'elle est toujours soumise aux fluctuations inhérentes à l'économie de traite et qu'elle dépend encore de l'économie marchande non intégrée.

---

(1) Seulement 3 % de producteurs-vendeurs viennent au marché en voiture. Ceux qui sont à pied 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. Les chiffres qui suivent peuvent nous donner un aperçu général sur ce problème.

	<u>Bourg rural</u>	<u>Marché de brousse</u>
% de personnes venant en voiture .....	11 %	9 %
Nombre de voitures par jour de marché .....	18	9
Chiffre d'Affaires moyen par vendeuse et par jour de marché .....	210 F	140 F

## 1 — Marché de Bouaké

C'est le seul et véritable marché de la production vivrière et artisanale dont le centre est Bouaké-ville (1). Son rayon d'action dépasse largement les limites géographiques et administratives de la région. Sa fonction commerciale suffisamment étendue englobe les principaux aspects de la commercialisation des vivres allant du producteur au consommateur : ramassage, entreposage, stockage, transformation et redistribution.

Les commerçants font le ramassage de produits vivriers présentés sur les marchés du quadrilatère, les acheminent à Bouaké par « cars rapides » (camionnettes Renault 1000 kg). Les artisans et certains producteurs de vivres à proximité de Bouaké-ville y amènent leurs produits. En période de haute conjoncture en ville ou de récolte dans les autres régions, les grossistes de vivres de Bouaké envoient des « ramas-

## COMMERCIALISATION DE PRODUITS VIVRIERS BRUTS

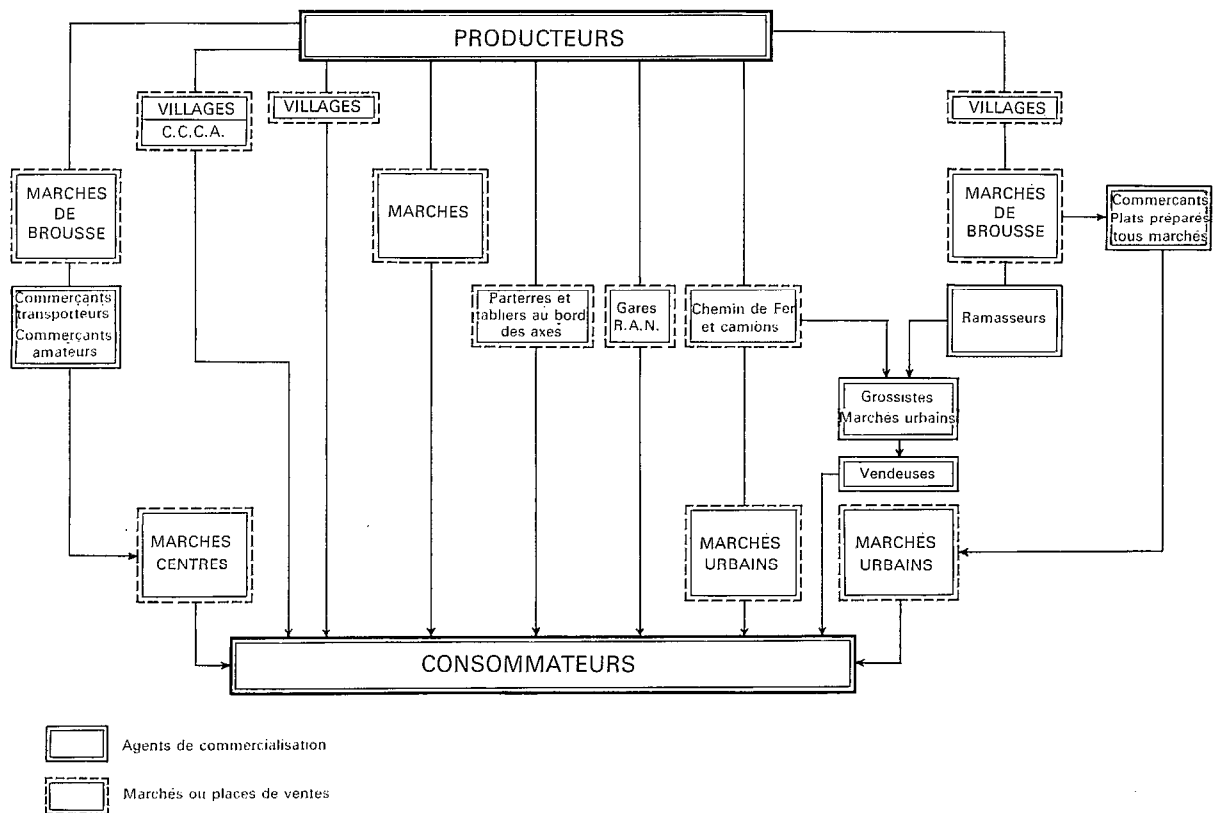


Schéma N° 3. — Commercialisation de produits vivriers bruts

(1) Compte tenu de l'attraction de Bouaké sur la zone de Boli, la zone de Bouaké englobe tous les 10 Centres Ruraux de la région plus 13 marchés de brousse, soit 43 % du nombre de marchés en milieu rural.

COMMERCIALISATION  
DE PRODUITS VIVRIERS TRANSFORMÉS  
FARINE DE MAÏS, DE RIZ, DE MANIOC, ET PIMENT POUDRE

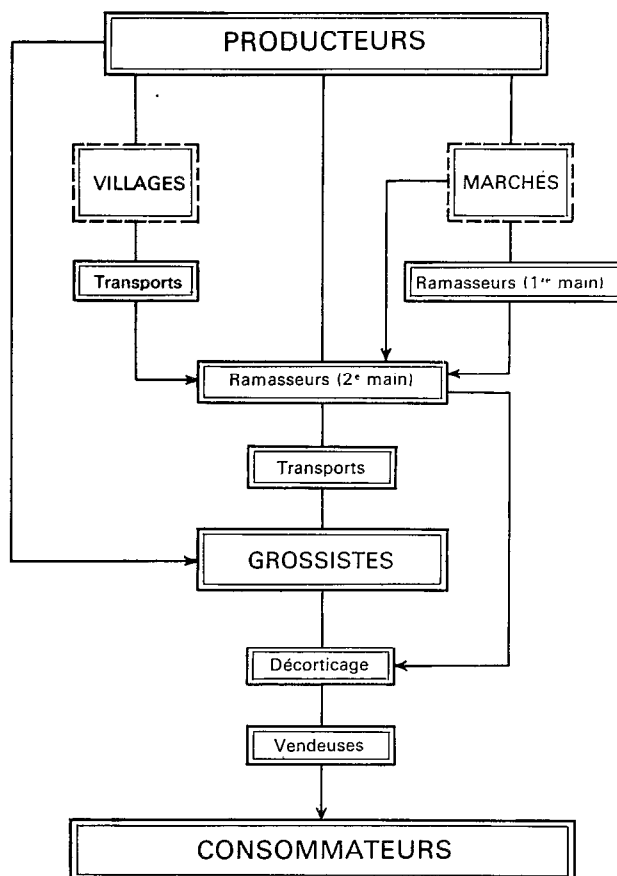


Schéma N° 4. — Commercialisation de produits vivriers transformés

seurs » à Korhogo, à Katiola et à Dabakala pour y acheter ignames, riz, maïs, arachide et volailles. Ces grossistes disposent d'entrepôts de vivres qui leur servent également de magasins de vente :

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

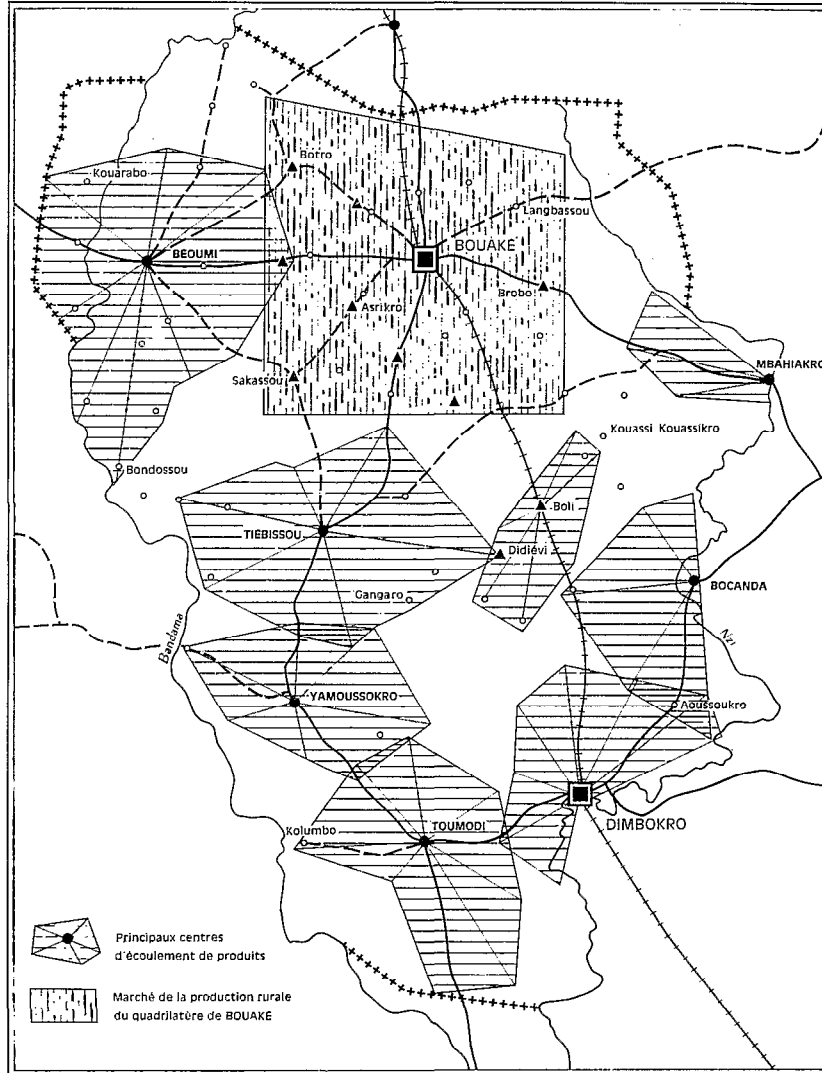
On doit par ailleurs noter que les C.C.C.A. (1) dont la dissolution vient d'être décidée participaient également d'une façon plus ou moins permanente à la commercialisation des produits vivriers comme à celle des produits de la traite. Mais leur participation était négligeable par rapport aux quantités totales commercialisées.

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

— revente au détail par petits tas sur le marché de la ville par des vendeuses,

(1) Centres de coordination et de coopération agricoles.





Carte N° 11. — Principales zones d'attraction des marchés de la production rurale

— envoi dans d'autres régions notamment à Abidjan, à Abengourou et à Daloa, 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 comme précédemment (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 les fournisseurs les plus proches. C'est un marché permanent, le seul.

## 2 — Marchés locaux

Dans les autres centres urbains et semi-urbains au nombre de 7 avec des marchés quotidiens, la commercialisation de la production vivrière est fonction de la consommation de ces centres (exception faite pour Yamoussodro et Toumodi qui se situent sur l'axe principal goudronné 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 pour ces produits. La transformation en farine de certains produits vivriers est faite exclusivement par les artisans-commerçants de détail et en quantité qui ne dépasse pas la demande du moment.

## 3 — Marchés non permanents

On distingue :

a) Les ventes dans les gares de chemin de fer aux voyageurs pour leur consommation. Les produits sont conditionnés en unités de vente nettement plus chères que sur les marchés.

b) 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, cependant les prix sont relativement bas : au même niveau que les marchés les plus proches.

On doit souligner qu'il *n'existe pratiquement pas de commercialisation au village chez le producteur* (1). L'offre étant supérieure à la demande, pourquoi aller chercher ailleurs que sur le marché le plus proche ? Et encore sur les marchés ruraux et sur les marchés de brousse, l'acheteur se trouve en position privilégiée pour le choix d'un produit et des prix (marché hebdomadaire) alors qu'au village il ne peut prétendre à un tel privilège.

Sur les marchés quotidiens en ville, les vendeuses venant des villages environnants sont mieux armées pour soutenir leurs affaires. Si elle ne peuvent vendre tous leurs produits le même jour, elles les confient à une « sœur » et viendront les reprendre le lendemain à la réunion du marché. Pour les produits périssables (tomates, piments verts...) elles regroupent les tas et baissent les prix à la fin du marché ou ramènent le reste chez elles pour la consommation de leur famille. L'écoulement de la production vivrière est essentiellement l'affaire des femmes. Les hommes n'y interviennent qu'en tant que grossistes ou intermédiaires.

## 4 — Produits de la traite

En Côte d'Ivoire, on appelle produits de la traite le café, le cacao et accessoirement les palmistes. Ce sont des produits d'exportation qui constituent la principale ressource en devises du pays. Tout le monde s'y intéresse, du paysan à l'exportateur en passant par les ramasseurs, les 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 font leurs affaires sur les marchés et dans les villages, selon la circonstance du moment et le niveau des prix.

Etant donné la facilité d'écoulement, l'ignorance de la plupart des producteurs, la carence d'une organisation digne de l'intérêt qu'on apporte à ces produits « vitaux », une cascade d'intermédiaires

---

(1) Exception faite pour l'igname et le bangui qui font l'objet des échanges et non de commerce à l'intérieur du village.

intervient dans leur commercialisation. Chaque intermédiaire gagne quelque chose par kg de produit : soit la commission de ramassage, soit le « vol » par le poids et le prix, souvent les deux à la fois, soit la commission de la revente à l'exportateur.

Pour l'ensemble de la région, il y a 24 (1) grandes entreprises qui font la traite, plus 8 organismes d'Etat.

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

Les traitants ou « pisteurs » africains sont des intermédiaires entre le producteur et l'entreprise commerciale de la place sur les principaux points de ramassage (2). On y trouve chaque jour de marché (1 fois par semaine) 34 bascules avec 68 traitants pendant la saison de traite. Leur nombre total est estimé à 300 qui travaillent 4 mois par an avec un bénéfice « officiel » de 200 000 F CFA. Précisons bien que ce bénéfice est *licite ou « officiel »* : le traitant reçoit une avance faite par son bailleur de fonds, va ramasser du café et du cacao avec une commission de 2 F par kg. Donc officiellement, il achète du café à 77 F le kg en brousse, transport 1 F, commission 2 F, soit 80 F le kg de café livré dans un centre chez le « gros-traitant » (3). C'est le prix officiel fixé par le gouvernement de la Côte d'Ivoire. Mais il y a aussi le bénéfice illicite et les sous-traitants.

Nous avons discrètement procédé à des vérifications de prix payés par les traitants ; ces prix varient entre 65 F et 76 F le kg de café au lieu de 77 F (prix « officiel ») :

Moyenne de la 1<sup>re</sup> vérification 70

Moyenne de la 2<sup>e</sup> vérification 65

Moyenne de la 3<sup>e</sup> vérification 75

Moyenne de la 4<sup>e</sup> vérification 76

Il est donc permis de penser que le prix moyen du café acheté sur ces points de vente ou dans les villages (4), dépasse difficilement 75 F le kg. Les bénéfices du traitant seraient donc de l'ordre de 400 000 F par campagne de moins de 4 mois.

N'ayant pas suffisamment de moyens financiers ni de bailleurs de fonds pour se constituer une entreprise de traitant, le sous-traitant possède toutefois une balance romaine (1 500 F) avec un fonds de 1 000 à 3 000 F. Il achète le café par petite quantité, puis le revend immédiatement au traitant installé sur le même marché à proximité de lui et auprès duquel il est « agréé ». Ses fournisseurs ou plus précisément ses victimes sont de tout petits producteurs qui portent seulement quelques kilos sur le marché à chaque fois. En général, il s'agit de « l'épargne-café » réunie par les femmes pour leurs dépenses propres. Comme le sous-traitant se poste à l'entrée du marché, il est donc commode pour la femme de se débarrasser de sa charge de café et d'avoir tout de suite de l'argent pour faire des emplettes, au lieu d'attendre autour d'une

(1) Soit : Sociétés commerciales européennes 13 ; Européens particuliers, 2 ; Libanais 7 ; Africains, 2.

(2) Koidiokro, Sakassou, Agnafoutou, Djébonoua, Asrikro, Moronoubé, Diabo, Kokumbo, Marabadiassa et villages ayant une quantité importante de produit. En ville, les bascules de ramassage sont installées chez les commerçants.

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

Gros traitant = entreprise commerciale ou particulier qui achète les produits par l'intermédiaire de traitants et qui vendent les produits directement à Abidjan.

Traitant = ramasseur pour le compte du gros-traitant,

Sous-traitant = autre intermédiaire qui se trouve entre le producteur et le traitant.

(4) Prix pratiqué au village = 75 F le kg de café.

bascule, perdre du temps, « honteuse » de se montrer avec seulement 1 kg de café qui n'est pas sûr d'être accepté par le « monsieur de la ville » avec sa grande bascule (1). Nous ne pouvons savoir le prix du kg de café acheté par le sous-traitant. Par ailleurs, vu l'état de sa balance et le degré de connaissance de ses victimes, toute vérification s'avère inutile, puisque c'est dans l'ordre des choses (2).

L'achat de palmistes est assuré par une seule société commerciale dont le groupe financier dispose également dans l'industrie de margarine de la plus importante affaire du monde occidental. Dans ce secteur il n'existe pas de sous-traitant vu le volume des affaires. La commission par kg est la même que pour le café ou le cacao (2 F).

Les produits de la traite sont amenés, après ramassage dans les villages ou sur les marchés ruraux, au magasin du commerçant.

Après un conditionnement fait au magasin, le produit est acheminé sur Abidjan à l'exportateur soit par la voie ferrée, soit par la route, selon les possibilités et les prévisions. A noter que pendant la traite, les wagons ne sont pas toujours disponibles. Donc en général seules les sociétés commerciales avec des prévisions de transport régulièrement établies pour leurs marchandises et pour leurs produits, peuvent disposer des wagons à la RAN dont le coût de transport est de 25 % moins cher que par la route. Mais cette dernière offre d'autres avantages : les variations spéculatives.

Le commerçant traitant gagne entre 2 et 3,5 F par kg de café ou de cacao (manutention y comprise) le cours à Abidjan s'élève à 86 pour le café et 76 pour le cacao :

<i>Prix officiel</i>	<i>Café</i>	<i>Cacao</i>
— au producteur	77 F	67 F
— transport du point de ramassage jusqu'en ville	1	1
— commission du traitant	2	2
— transport sur Abidjan	2,5 à 4	2,5 à 4
— commission du commerçant	2 à 3,5	2 à 3,5
	86	76
Total :		

Pour le palmiste, ces mêmes procédés de calculs peuvent être appliqués.

Apparemment, la commercialisation des produits de la traite réglementée par des textes officiels dont on connaît la rigueur ne représente que 10,4 % de marge par rapport aux prix d'Abidjan. C'est donc négligeable, mais réellement, on ne sait à combien s'élève la somme prélevée sur la valeur commerciale et qui devrait normalement revenir au producteur.

En dernier lieu, il convient de signaler 2 facteurs qui pourraient devenir favorables à la commercialisation de ces produits :

— une partie des villages à grande production de café notamment en zone sud présavane, possède une ou plusieurs bascules par village. Mais ces bascules servent à tarer le poids du café par sac de 105 dont moins d'1 kg de sac. Les traitants refusent de peser le café avec la bascule du village et ils comptent pour 100 kg net le sac de café qui pèse plus de 104 kg net de café ;

(1) Cette façon de vendre n'est pas seulement valable pour le café et le cacao, elle est pratiquée également pour les produits vivriers tels que piment, maïs, riz.

(2) Etant donné que le contrôle des prix n'est pas notre travail, qu'il ne nous intéresse que du point de vue économique et que pour la bonne marche de l'enquête nous nous abstenons de toute vérification dont les enquêtés peuvent se rendre compte.

— Jusqu'en 1963, un organisme d'Etat commercialisait également le café et le cacao. Cependant sa part dans le volume total commercialisé était encore faible (seulement 20%). Mais là encore ses commis acheteurs, souvent anciens traitants, n'hésitaient pas à user de leurs procédés habituels (achat effectué à 75-76 F le kg de café au lieu de 78, prix fixé par cet organisme).

## 5 — Cultures industrielles

Les cultures industrielles de la région jusqu'à présent exploitées sont le coton et le tabac. Leur transformation industrielle est assurée par une usine de textiles (Etablissements Gonfreville) et une manufacture de cigarettes (M.T.C.I. ou Manufacture de Tabac de Côte d'Ivoire). Ce sont des entreprises françaises.

Les cultures industrielles, de la production à la commercialisation, sont du domaine de deux compagnies françaises (la CAITA ou Compagnie Agricole et Industrielle des Tabacs Africains, groupe Bastos-Job et la Compagnie Française pour le développement des fibres textiles ou CFDT). Les cultures sont faites par les paysans de la région avec le concours technique de ces deux compagnies. La commercialisation des produits est leur monopole de fait puisqu'il n'y a pas d'autre marché que ceux des entreprises industrielles de transformation avec lesquelles les compagnies sont liées par contrat ou par affiliation financière. Malgré le caractère exclusif du marché, la production de cultures industrielles s'avère encore nettement insuffisante et pour le marché intérieur et pour le marché international.

Les compagnies assurent également la transformation sommaire des produits avant leur livraison à l'industrie : égrenage du coton, fermentation du tabac. Les prix payés au producteur sont fixés d'un commun accord avec l'autorité du pays. Les achats sont faits en principe directement par les agents des compagnies, à l'exception d'une certaine quantité de coton de la variété « Mono » achetée par des intermédiaires. Il en résulte pour les cultures industrielles une régularité et une honnêteté appréciables pour le producteur. C'est probablement le marché le mieux organisé sur le plan commercial.

A côté du marché du tabac industriel, il existe un marché du tabac à priser (habitude des habitants de la région). C'est du domaine de l'artisanat rural qui commercialise lui-même sur le marché de petit détail son produit après transformation sommaire. Le tabac est présenté sous deux formes : tabac en poudre et en « rouleau » (fermentation et tressage en rond sous forme de corde). Leur prix est particulièrement élevé :

307 F le kg de tabac poudre

260 F le kg de tabac « rouleau » (1)

contre 68 F le kg de feuilles séchées vendues à la CAITA.

La quantité absorbée par ce marché est très limitée : seulement 58 tonnes contre 407 tonnes vendues à la CAITA en 1962 (45 tonnes de tabac rouleau pour 11,6 millions de francs et 13 tonnes de tabac poudre pour 40 millions de francs).

Pour le coton, le marché local de coton non égrené est tout-à-fait marginal. Le coton en culture de case ou en culture associée avec les cultures vivrières est destiné essentiellement à l'autoconsommation.

## 6 — Marché Sahélo-éburnéen

Ce marché s'étend en effet des rives du Niger, de la Savane Sahélienne aux lagunes éburnéennes. Le bétail des Etats voisins du Nord (Mali, Niger, Haute-Volta), les poissons fumés et séchés de Mopti

---

(1) Soit environ 200 F le kg de feuilles séchées.

ainsi que leurs produits vivriers (mil, sorgho, riz, maïs, arachide) prennent la route de la Côte d'Ivoire qui, à son tour, offre de la cola et des marchandises à ses voisins du Nord.

Malgré ses dimensions si vastes, tant du point de vue géographique que du point de vue purement commercial et économique, ce marché est pratiquement fermé aux Africains non Dioula et aux étrangers.

Les produits du Nord sont acheminés jusqu'à Abidjan en passant par Bouaké, soit 1 500 km et par tous les moyens de communication possibles : la voie ferrée, la route, le rail et la route, voire à pieds pour une partie du bétail.

Les points de réception les plus importants sont Bouaké et Abidjan. Bouaké étant mieux placé sur ce marché qu'Abidjan, envoie souvent à ce dernier du bétail et des poissons.

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 de ce crédit dont la durée est variable et qui peut aller jusqu'à 3 mois pendant la période creuse, qu'une solidarité commerciale devient de plus en plus invulnérable, donc impénétrable aux « étrangers ». Pour le bétail, le crédit est pratiqué par le producteur de Ségou jusqu'à l'échelon du 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 ont commencé à prendre pied sur les marchés de la région, pour un tiers dans la consommation de sa population. Ces poissons vont parfois jusqu'à Korhogo mais ne franchissent jamais les frontières ivoiriennes, bien que leur prix soit moins cher que celui de Mopti (263 contre 272 F). Il en est de même pour les prix de gros : 100 F contre 130.

D'autre part, il convient de signaler également les habitudes de consommation. Le poisson séché de Mopti est le seul à être présenté sur les marchés (1). Sa très forte odeur donne, semble-t-il, meilleur goût à la sauce de foutou. Le poisson fumé de Mopti sent également plus fort que celui d'Abidjan. En plus, les poissons de Mopti sont des poissons de rivière et en général de taille bien plus grande que ceux de la lagune.

Le marché de la cola est également partie intégrante du commerce dioula. Le bétail et les poissons du Nord servent de monnaie d'échange contre la cola et les marchandises. La cola est donc, enfin, troquée contre les produits du Nord.

Il existe dans la région 27 entrepôts de cola dont 25 à Bouaké, 1 à Toumodi et 1 à Dimbokro. Ces entrepôts dirigent une multitude de ramasseurs qui vont aux villages mêmes de producteurs pour acheter de la cola sur place. Cette cola achetée est expédiée sur les entrepôts où elle est conditionnée dans les 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 une fois les crédits sur le bétail ou sur les poissons acquittés.

Pour se faire une idée de la rentabilité du marché de la cola, voici quelques prix 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) Pour des raisons climatiques (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

Il existe une perte au stockage à l'entrepôt de l'ordre de 15 % mais cette perte est en majeure partie récupérable pour la vente au petit détail sur place à 68 F le kg.

Le marché Sahélo-ébournéen a connu une forte impulsion depuis la fin de 1960, date de l'éclatement de la Fédération du Mali (Soudan et Sénégal). A la suite de cet événement politique d'une importance majeure, les trafics du chemin de fer Bamako-Dakar étant interrompus, les importations de l'ex-Soudan (République du Mali) passèrent désormais par Abidjan. Comme la République du Mali a adopté une politique de restriction des importations et a créé sa propre monnaie, le problème de la demande de marchandises et de produits provenant de l'extérieur devient difficilement soluble. L'union douanière et monétaire de l'Ouest africain dans le cadre de la zone franc étant compromise, le courant des transactions fut alors bouleversé.

Il résulte de cette situation nouvelle que, pour avoir des marchandises et de la cola en Côte d'Ivoire, il faut amener leur équivalent en produits du pays. Le bétail et les poissons étant la monnaie d'échange du commerce existant, se trouvent les mieux placés. Effectivement, ils sont pleinement employés à la fois comme monnaie d'échange et comme source de devises étrangères dont le Mali a grand besoin. Les Maliens ont donc amené le maximum de produits en Côte d'Ivoire pour repartir avec de la marchandise ou de la cola, ou dans certains cas avec des devises en francs CFA versées à la représentation consulaire Malienne en Côte d'Ivoire.

Depuis 1960, le flux de produits maliens a augmenté dans des proportions notables, mais leurs prix n'ont pas varié en Côte d'Ivoire, malgré l'augmentation de prix au producteur du bétail au Mali. Parfois même, surtout en période creuse (entre juin et octobre chaque année) certains commerçants maliens consentent à vendre à perte leurs produits ou pratiquent le dumping pourvu qu'ils puissent avoir de l'argent CFA le plus vite possible et repartir avec une cargaison de marchandises qui, à coup sûr, leur rapporteront bien davantage que la perte consentie.

Dès lors, le marché malo-ivoirien devient un marché conjoncturel à caractère essentiellement spéculatif (1) 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. Donc, autre caractéristique de ce marché : un marché de devises CFA.

## II — PRODUITS ET PRIX

### I — Caractéristiques économiques des échanges

Bouaké est une région essentiellement agricole, les cultures vivrières y occupent une place dominante. La région dispose en outre de larges possibilités naturelles requises pour un développement de l'agriculture, notamment en ce qui concerne les cultures vivrières et industrielles. La région est également encombrée de commerçants et de transporteurs. Malgré toutes ces caractéristiques, il est paradoxal de constater les déficits subis par la région dans certains chapitres de la commercialisation de la production rurale :

---

(1) Les produits sont transportés presque uniquement par camions de 5 t pour arriver au bon moment de la haute conjoncture en Côte d'Ivoire.

— d'abord, une importation nette de 2 milliards de produits vivriers et de 290 millions de cultures industrielles ;

— ensuite, un déficit de 210 millions de transport et de marge commerciale sur le marché sahélo-ébournéen.

Les déficits concernant les produits vivriers sont dus en grande partie aux importations de quatre groupes de produits : les poissons, le bétail, les céréales et les vivres frais. Ces vivres frais, fruits et légumes européens en particulier, peuvent être remplacés par la production locale.

Malgré les pouvoirs et subventions de l'Etat accordés aux Compagnies agricoles (CFDT et CAITA), malgré aussi les efforts déployés par ces compagnies, les industries de la région doivent importer pour la moitié de leur consommation intermédiaire de tabac, coton et sisal. Ceci sans tenir compte des possibilités d'exportation de ces matières premières sur le marché mondial. Ce problème n'est pas simplement commercial, il relève avant tout du domaine économique. L'encadrement rural, par conséquent le perfectionnement des techniques de production, est nettement insuffisant pour ne pas dire inexistant. Le rendement à l'hectare reste très faible (environ le 1/4 de la moyenne mondiale), et partant, le travail productif n'est pas rémunérateur. Dans ces conditions, le prix du produit local est forcément plus élevé que sur le marché mondial, alors que sa qualité n'est pas compétitive. Malgré ce « surpris », les cultures industrielles régionales vendues à la consommation locale sont encore plus chères : les rapports sont de 1 à 3 pour le tabac et de 1 à 2 pour le coton. Les prix de vente à la consommation locale sont donc le paramètre du coût de production.

Pour le bétail et les poissons, la plus grande partie des frais de frêt et des marges est réalisée par des entreprises non ivoiriennes. Les Ivoiriens ne perçoivent que 1 ou 2 F par kg de revente dans la région.

Le riz, la cola et les marchandises exportées et réexportées sont transportées par les mêmes Dioula, les entreprises ivoiriennes gagnent la marge de gros (8 % du CA).

A ce point de vue, Bouaké dont le rôle de plaque tournante du commerce sahélo-ébournéen fait la gloire, n'a pas su tirer parti de celui-ci et de sa position géographique. Ceci malgré le nombre très élevé de transporteurs et de petits commerçants domiciliés dans la région.

TABLEAU 12

COMPARAISON DES COÛTS DE COMMERCIALISATION  
DU MARCHÉ SAHÉLO-ÉBURNÉEN  
(en millions de francs)

Produits	Transport		Marge		Total	
	Importé	Intérieur	Importé	Intérieure	Importé	Intérieur
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

Ce manque à gagner par la région de 572,6 représente 37 % du déficit commercial concernant ce groupe de produit.



TABLEAU 13

MARCHÉ DE LA PRODUCTION RURALE  
(en millions de francs)

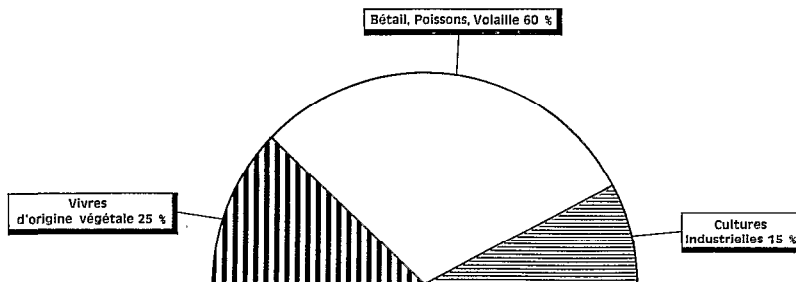
Opérations	Production biologique			V.A. de l'artisanat	Total général
	Vivres cueillettes, chasse pêche	Cultures industrielles et d'export.	Total		
Production régionale commercia- cialisée .....	1 176,4	3 125,1	4 301,5	1 200,0	5 501,5
Importations .....	2 820,9	443,3	3 264,2	1,5	3 265,7
Exportations .....	82,5	2 768,5	2 851,0	43,0	2 894,0
Réexportations .....	696,8	153,8	850,6	—	850,6
Flux nets .....	-2 041,6	+2 479,0	+ 437,4	41,5	+ 478,9

Le tableau n° 13 qui précède mérite 3 observations :

— les cultures d'exportation (café, cacao et palmistes) qui s'élèvent à 2,6 milliards, représentent la principale monnaie d'échange de la région à l'égard de l'extérieur ;

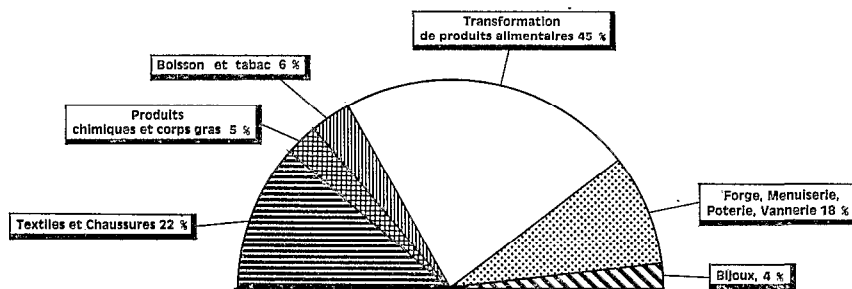
— l'excédent commercial de la production rurale ne représente que moins de 15 % du déficit sur marchandises (environ 3,5 milliards de francs). La balance commerciale de la région est donc déficitaire de l'ordre de 3 milliards de francs ; la couverture des importations est de 71 %.

— l'artisanat occupe encore une place relativement importante dans la production rurale.



Graphique N° 5. — Structure des importations nettes de la production rurale

L'artisanat a survécu malgré les importations massives de produits manufacturés provenant de l'étranger. La production commercialisée de l'artisanat de biens et services (autoconsommation exclue) s'élève à *près* de 2 milliards de francs, soit plus de la moitié de la production industrielle régionale. La production artisanale, sauf les services à caractère urbain, est un complément de l'économie agricole. Les textiles et les articles ménagers occupent 80 % des ventes de l'artisanat en milieu rural. Malgré la concu-

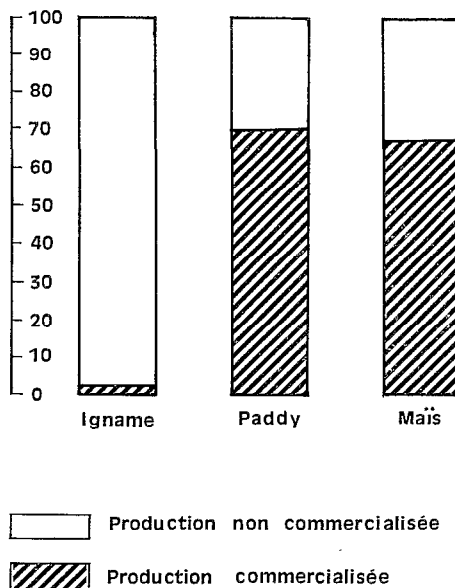


Graphique N° 6. — Structure de la production artisanale commercialisée

rence des textiles européens, la demande de produits de tissage et de teinturerie artisanaux reste importante. L'habitude vestimentaire des habitants, ainsi que la solidité des pagnes baoulé, offrent encore à cette branche un marché appréciable. Toutefois, il faut noter que les pagnes artisanaux coûtent 2 à 4 fois plus cher que les pagnes européens (1 000 à 2 000 F contre 500 à 800 F).

Aussi, pour soutenir la concurrence, l'artisanat baoulé doit-il améliorer sa technique de production et organiser un marché d'exportation.

Les artisans, à l'exception des forgerons et une partie des tisserands, sont à la fois producteurs et vendeurs de leur production. Sur les marchés, la plupart d'entre eux continuent leur travail sous les yeux de la clientèle, leur éventaire de vente et leur atelier se confondant. D'ailleurs, avec le peu de fonds dont ils peuvent disposer, c'est la seule solution qui leur soit possible. Ils n'ont d'autres frais de production (sauf les bijoutiers et les forgerons en ville) et de commercialisation que les achats de matières premières et les redevances de place sur les marchés où ils vendent leurs produits.



Graphique N° 7. — Production et commercialisation des principaux produits vivriers

## 2 — Commercialisation des principaux produits vivriers locaux

Ainsi que nous l'avons vu précédemment, la production vivrière, notamment en ce qui concerne l'igname et le manioc, principaux produits de la région, n'a pas un marché organisé de façon rentable pour un travail productif. Mais, même lorsqu'on consent à vendre à bas prix, il n'y a pas de preneurs. Pour les trois produits dont la production peut être évaluée (igname, maïs, paddy), on peut en estimer à environ 7 % seulement la production commercialisée.

Par contre, pour le goût des consommateurs urbains, les privilégiés, on a importé de Korhogo et de Dabakala (région nord de Bouaké) près de 500 tonnes d'igname par an, soit une valeur de 7,5 millions de francs.

TABLEAU 14

PRODUCTION ET COMMERCIALISATION DE L'IGNAME, DU PADDY ET DU MAÏS (1)

Produits	Production		Commercialisation		% des quantités commercialisées	Observations
	Quantité (tonnes)	Valeur (millions de F)	Quantité (tonnes)	Valeur (millions de F)		
Igname .....	440 000	4 400	10 869	126	3	
Paddy .....	7 500	165	5 200	114	70	
Maïs .....	10 000	104	6 619	69	66	
TOTAL .....		4 669		309		

Pour le manioc, la commercialisation de produit brut ou séché est nettement limitée = 14 millions de francs. Par contre, les produits transformés à base de manioc tels que farine et plats préparés occupent une bonne place sur les marchés : 70 millions de francs. Le chiffre d'affaires total s'élève donc à 84 millions dont 47 millions de valeur ajoutée artisanale.

A l'exception de certains produits d'exportation (cacao, palmiste, cola) et des tubercules (igname, manioc), les prix du reste de la production rurale de la région sont nettement supérieurs aux cours mondiaux. Les principales raisons sont :

- Productivité et rendement très faibles.
- Surprix colonial qui correspondait auparavant à un marché protégé et intégré du pacte colonial,
- Parité du franc CFA.

Rappelons que, dans la plupart des pays en voie de développement du monde, lorsqu'il s'agit d'une importation d'un produit qui existe dans la production locale, le produit importé est moins cher que le produit local.

Le riz et les arachides locales coûtent plus cher au détail que ceux provenant des importations (2). Comme la vente se fait par *cope* (3), on se demande si le consommateur s'en rend compte. Sur certains

(1) Chiffres provisoires. Les chiffres définitifs de l'enquête agricole ne sont pas encore publiés.

(2) Riz = 49 F contre 40 F le kg ; Arachide = 37 F contre 30 F (16 F sur le marché mondial).

(3) Petite calebasse ou cuvette servant de mesure.

marchés urbains et semi-urbains où il y a des consommateurs « éclairés », le pourcentage des invendus est beaucoup plus important pour les produits locaux que pour les produits d'importation. Ceci n'encourage pas la production locale.

Par contre lorsqu'il s'agit d'un produit vivrier local exportable vers l'extérieur de la région, son prix est particulièrement faible par rapport à celui pratiqué sur le marché importateur. Dans ces conditions on ne peut pas dire que les produits vivriers locaux n'ont pas de valeur puisque leur prix de revente en Basse Côte s'élève à 2 ou 6 fois ceux pratiqués dans la région. Par contre, lorsqu'il s'agit d'un produit importé d'autres régions, la différence de prix est de l'ordre de 2 à 3 fois aux dépens du consommateur local.

TABLEAU 15

## COMPARAISON DE PRIX DES PRINCIPAUX PRODUITS VIVRIERS

Produits	Dans la région		Hors région			Observations
	Marché de brousse	Marché urbain	Abidjan et Basse-Côte	Région Nord	Marchés étrangers du Nord	
Igname (1) . . . . .	8	12	20-40	8,5		(1) Principales exportations.
Manioc (1) . . . . .	3	3	18	—		
Maïs . . . . .	8	15	25	8,0	5,0	(2) Région de Korhogo
Riz décortiqué . . . . .	42	49,0	37,5	30,0 (2)	25,0	
Piment sec (1) . . . . .	30	30	238	50,0		(3) Prix du producteur en Basse-Côte
Arachide décortiquée . . . . .	25	37	72	27,0		
Banane plantain . . . . .		15,0	5,5 (3)	20,0		
Oignon . . . . .		80		70	33	

Les trois grands produits d'exportation (igname, manioc et piment sec) rapportent moins d'argent aux producteurs de la région qu'ils ne procurent de profit aux commerçants sur les marchés de Basse-Côte.

## CHAPITRE 5 — PROBLÈMES ÉCONOMIQUES DU COMMERCE RÉGIONAL

### I — PRIX ET POUVOIR D'ÉCHANGE DE LA PRODUCTION RURALE

Les conséquences économiques du problème des prix s'expriment par le pouvoir d'achat des producteurs et les termes de l'échange. Un produit est cher parce qu'il rapporte une somme d'argent importante au producteur ; mais avec cette somme, que peut-il acheter comme marchandise pour sa consommation ? Si cette dernière est encore plus onéreuse que le produit vendu, les termes de l'échange sont forcément défavorables pour le producteur rural. Il s'agit donc, d'une part de trouver les différentes zones de prix qui indiquent la disparité régionale, et d'autre part de rechercher quelle doit être la quantité de produit rural équivalente à une unité de marchandises donnée. Autrement dit, combien faut-il de kg d'igname, de manioc, de maïs, etc. pour échanger contre un kilo de sucre, de sel, un litre de pétrole et un pagnon d'importation ?

En résumé, il s'agit principalement de la formation des prix à différents stades de la commercialisation de produits comme de marchandises, leurs variations, dans l'espace (1).

#### Les zones de prix

La région de Bouaké est divisée en 6 zones de prix. A l'intérieur de chaque zone, les prix sont plus ou moins homogènes. Les indices concernant d'une part les prix de produits locaux et d'autre part les prix de marchandises et de produits importés servent au découpage de ces zones (2).

Pour toute la région, sauf Bouaké-ville (zone A), il n'existe que 2 autres zones où l'indice  $x/m$  est supérieur à 100 :

a) Bouaké-ville : indice 156, cas exceptionnel de la ville commerciale de la région (3) où la majorité des produits vivriers est vendue par des commerçants (revente) et où les prix des marchandises sont les plus bas de toute la région, grâce au nombre important d'entreprises de vente au détail moderne (25 sur un total général de 68) ;

b) zone Toumodi - Dimbokro ou zone B : indice 106. Zone de culture industrielle (principalement), les produits vivriers sont chers et les marchandises sont à des prix abordables grâce aux courtes distances qui la relient à Abidjan par la *route bitumée et par la voie ferrée* ;

c) zone satellite de Bouaké ou zone C : indice 102. La proximité de Bouaké la place en position favorable. Bien que les produits vivriers n'y soient pas chers, les prix des marchandises y sont également modérés. *C'est le rayonnement de Bouaké ville* ;

---

(1) Les variations saisonnières seront analysées dans un paragraphe consacré à l'économie de traite et les fluctuations qui en découlent.

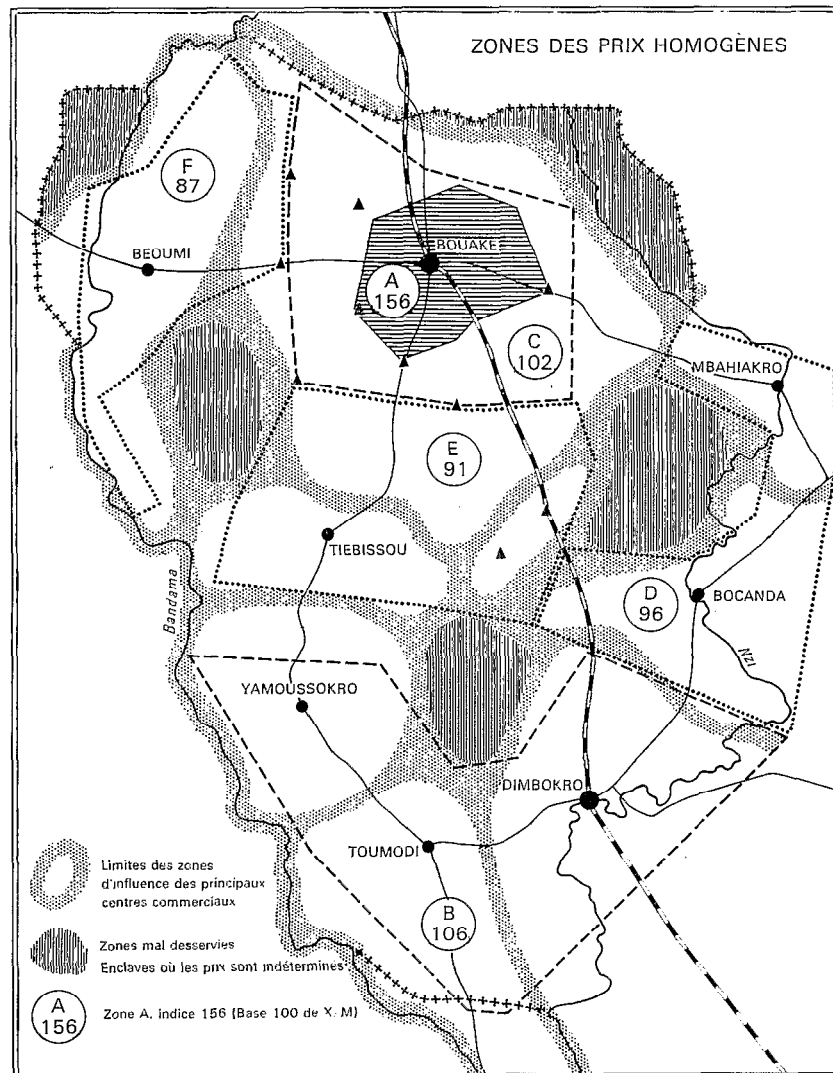
(2) Nous employons ici la technique de calcul du commerce extérieur : les termes de l'échange ou « terms of trade » exprimés en indice par rapport à la base de 100. Indice supérieur à 100, prix d'exportation favorable, indice inférieur à 100 pour le cas contraire. Nous avons pris la vente des principaux produits ruraux comme export désigné par la lettre  $x$  qui est l'indice moyen des prix de vente. Les achats des principaux produits et marchandises de grande consommation importés sont désignés par la lettre  $m$ . Les prix sont des prix moyens pondérés sur la base de l'indice 100 comme moyenne des prix de la région. Le rapport de  $x/m$  indique donc la position de la zone des prix par rapport à la moyenne régionale (indice 100).

(3) Deuxième ville de Côte d'Ivoire, Bouaké est le plus important centre de commerce régional et inter-régional, la plaque tournante du commerce intra-africain de la production rurale.

d) zone est ou zone D (Bocanda - M'Bahiakro) : indice 96. Essentiellement à cultures industrielles (boucle du cacao), cette zone « importe » des vivres dont les prix sont élevés (1 kg igname 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 dans cette zone : ce qui explique un indice inférieur à 100 ;

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

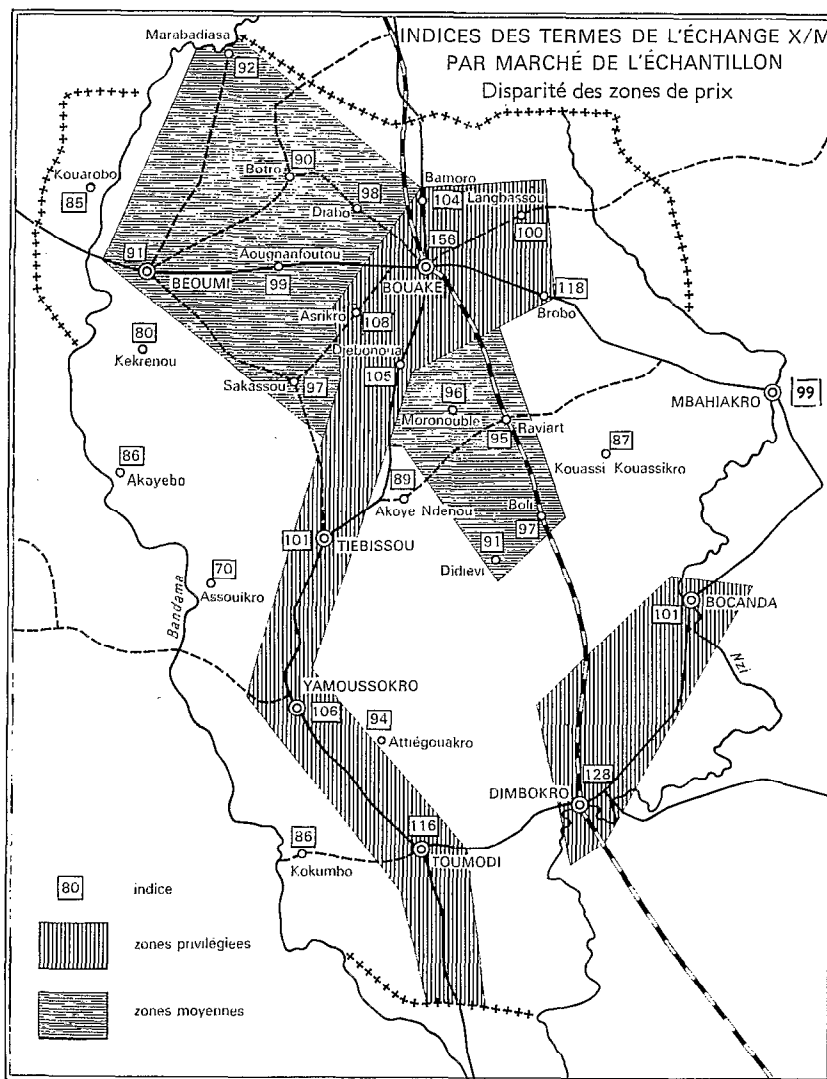
f) zone ouest ou zone F (Béoumi) : indice 87. Cette zone est la plus défavorisée de la région. Fournisseur de produits vivriers, mal desservie par le commerce à cause de l'état de son réseau routier, cette zone enregistre à la fois le plus bas niveau de prix de la production rurale et les marchandises y sont plus onéreuses.



Carte N° 12.

Si on compare les 2 extrêmes (Béoumi et Bouaké-ville (60 km), on doit constater une disparité de l'ordre de 1 à 2 (1 à 1,8). Ce qui veut dire que *pour obtenir une unité de marchandise donnée, Bouaké-ville fournit à peu près moitié moins de produits ruraux que Béoumi*. C'est la principale explication des zones de prix. Voici les différentes unités de produits ruraux à fournir par chacune des zones pour une unité de marchandises données :

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



Carte N° 13.

En valeur absolue, pour certains produits et par marché la disparité des prix est plus prononcée : 1 à 3,5. A Bouaké-ville, 1 kg de sucre vaut 4 kg d'igname, alors que sur les marchés de brousse, il faut 14 kg d'igname pour 1 kg de sucre. Il résulte des observations qui précèdent que :

— le pouvoir d'échange du producteur rural est directement proportionnel à l'importance du marché, donc du degré de monétarisation de l'économie et du volume des transactions,

— le troc différé pratiqué sur les marchés de brousse étant un apanage de l'économie de subsistance, est particulièrement défavorable au producteur rural.

— la disparité entre ville et brousse de la même zone de prix est moins grande que celle qui existe entre la ville et la brousse appartenant à des zones différentes.

La carte des indices par marché de l'échantillon nous montre qu'en milieu rural, seuls les marchés situés dans un rayon de 25 km autour de Bouaké-ville peuvent prétendre à une situation favorable aux producteurs ruraux.

En résumé, on peut dire que 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 milieu rural. Cette situation n'est pas particulière à la Côte d'Ivoire, elle existe dans tous les pays en voie de développement, même dans certains pays développés, mais la disparité y est beaucoup moins prononcée.

## II — ÉCONOMIE DE TRAITE ET FLUCTUATIONS SAISONNIÈRES

### 1 — Rôle des cultures d'exportation

L'économie, comme le commerce de la région, est dominée par les cultures de la traite. Les cultures vivrières qui occupent une plus grande partie de la population de la région, ont essentiellement un rôle de subsistance ; leur quantité commercialisée dépend également de l'ampleur de la traite. Il en est de même pour les constructions d'habitation. La traite est donc le « poumon d'acier » de l'économie régionale.

A l'époque coloniale, cette forme d'économie était cohérente, en ce sens que la colonie est le fournisseur de matières premières à l'industrie métropolitaine, le débouché des produits manufacturés provenant de la métropole et un exutoire pour les capitaux métropolitains en quête des placements les plus rentables. Mais à l'heure actuelle, pour une économie nationale, cette forme d'économie de traite est particulièrement superficielle et bien fragile. Ce qui est plus grave, c'est qu'elle commande toutes les autres activités économiques et en particulier le commerce et les transports.

Ceux-ci subissent des fluctuations saisonnières extrêmement fortes. D'une façon générale, on ne travaille avec l'utilisation optimale des moyens de transport et du commerce, que pendant 4 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, les transporteurs révisent leurs camions ou en achètent d'autres pour la traite. Pour 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 un ou deux principaux produits agricoles, les activités économiques et commerciales se situent à une seule période de quelques mois de l'année. C'est la conséquence d'une production non diversifiée. Mais pour la Côte d'Ivoire qui a presque toujours une balance commerciale excédentaire, pourquoi doit-on con-



centrer toutes les activités économiques dans 4 mois de l'année ? C'est un problème d'organisation du commerce et de technique de stockage des produits.

Sur le plan plus large du commerce mondial, il faut noter aussi que 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.

TABLEAU 16

INDICE DES PRIX A L'EXPORTATION DE PRODUITS PRIMAIRES  
PAR LES PAYS SOUS-DÉVELOPPÉS (1) (Base 100 en 1953)

Groupes de produits	1954	55	56	57	58	59	60	61	62	63
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

Rappelons que l'année de base choisie (1953) est une année de basse conjoncture dont la cause a été « l'après boom coréen ». Depuis cette date, les cours des produits alimentaires n'ont cessé d'enregistrer des baisses notables (20 % en 8 ans). Les deux années favorables étant 1954 (crise indochinoise) et 1957 (lendemain de la nationalisation du canal de SUEZ).

En prévision des suites désastreuses de ces événements, les pays industrialisés ont pris des dispositions pour reconstituer leurs stocks stratégiques.

Sur le plan intérieur, le café et le cacao achetés au producteur en Côte d'Ivoire suivent à peu près la même courbe que sur le marché mondial bien que leur surprix ait été assuré par la France.

<u>Prix F/kg</u>	<u>1954</u>	<u>1962</u>	<u>1963</u>	<u>% baisse</u>
Café .....	154	80	77	50 %
Cacao .....	137	70	67	49 %

Signalons toutefois que grâce à des accords internationaux entre producteurs et acheteurs-transformateurs de ces produits, les cours pourraient être maintenus, voire même réhaussés, mais à la condition qu'il n'y ait ni récession économique (USA en particulier) ni événements importants qui fassent varier les stocks. Ceci concerne le commerce extérieur des produits de traite dont la fragilité ne doit pas être négligée.

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

## 2 — Variations des prix

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

(1) Bulletin mensuel de statistique — 1961 à 1964 — et Annuaire statistique 1960 de l'O.N.U.

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

TABLEAU 17

VARIATIONS SAISONNIÈRES DES PRIX DES PRINCIPAUX PRODUITS ET MARCHANDISES

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

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

C'est aussi pendant cette période de traite que les termes de l'échange des principaux produits contre des marchandises de grande consommation s'élève à l'indice 101 contre 77 pour certaine région pendant la période creuse (juin-septembre).

C'est la seule période de haute conjoncture de l'année. La hausse est beaucoup plus importante pour les produits et marchandises d'importation que pour les produits locaux. Il faut noter cependant la constance des prix de certaines marchandises dont on ne peut pas morceler le conditionnement initial : allumette, pile électrique, boissons gazeuses, boîte de sardines, etc. S'il y a une hausse sur ces marchandises c'est l'affaire du petit détail.

Les fluctuations saisonnières de prix dans la région sont dues à des phénomènes différents, selon la catégorie de marché, comme nous montrent les graphiques ci-après.

— En économie de marché (marché urbain, marché semi-urbain, zone à culture d'exportation) le flux monétaire en circulation pendant et après la traite (janvier à mai) fait monter les prix de produits ruraux. Cette hausse est plus importante que celle concernant les marchandises vendues à l'unité moderne mais reste inférieure à celle des prix du petit détail ;

— En milieu rural, l'apparition de rares primeurs sur les marchés entraîne la hausse des prix de produits vivriers pendant la période de soudure entre les récoltes (3<sup>e</sup> trimestre). Par contre, durant le 4<sup>e</sup> trimestre, période qui coïncide avec celle des récoltes, la chute des prix est plus accentuée que la hausse enregistrée au trimestre précédent.

Sur un plan plus général de l'analyse économique, les observations qui précèdent nous permettent d'avancer trois hypothèses, dont certaines ne suivent pas la loi classique de l'offre et de la demande :

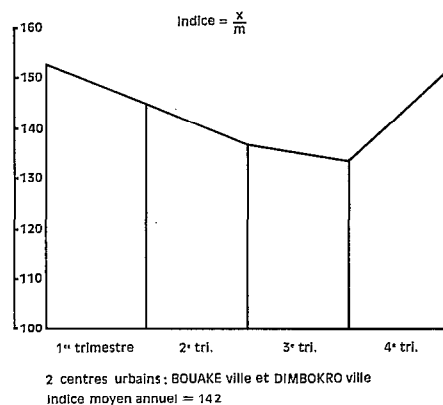
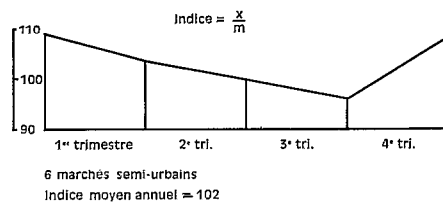
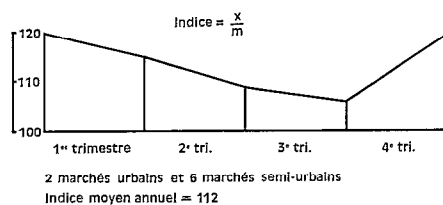
a) Le problème des prix se pose de façon très différente en milieu où domine l'économie monétaire et en économie faiblement monétarisée ;

b) en économie monétarisée, la spéculation a pour origine l'ampleur de la demande du moment et la

(1) Prix au petit détail en brousse.

masse monétaire injectée à courte période alors que l'abondance de l'offre n'a qu'une importance mineure sur la variation des prix,

c) 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. Le comportement humain s'exprime pendant la période de rareté donc incidemment et spécialement pour cette période, la loi de l'offre et de la demande intervient.

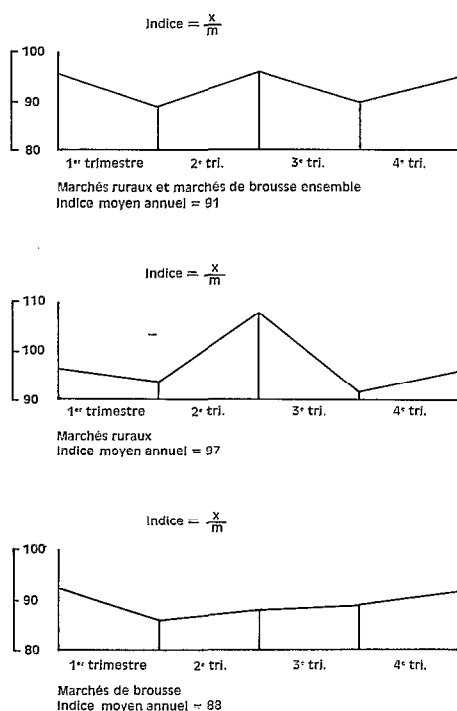


Graphique N° 8. Indice des termes de l'échange en ville.

### 3 — Variation des flux

Dans l'ensemble, on peut dire que les flux de marchandises et le chiffre d'affaire des entreprises commerciales sont partagés à part égale à chaque période caractéristique de l'année :

- 50 % pendant quatre mois de traite
- et 50 % pendant le reste de l'année.



Graphique N° 9. — Indice des termes de l'échange en milieu rural

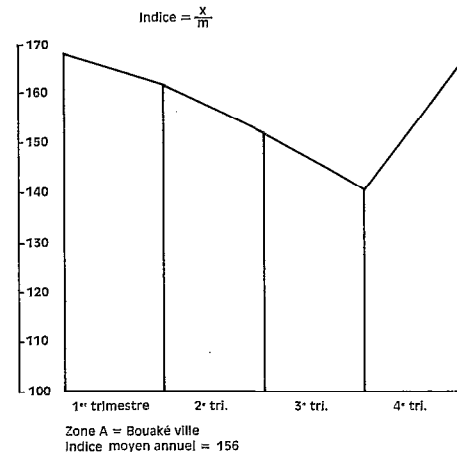
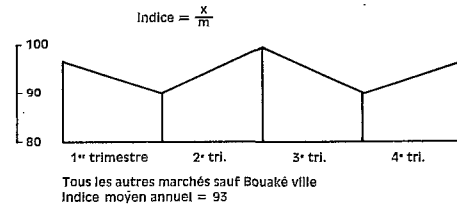
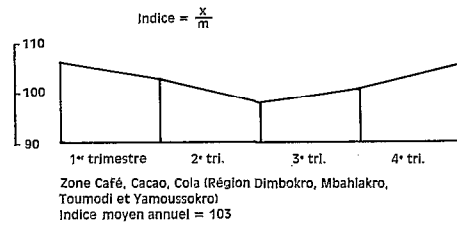
Ce qui veut dire que la marche des affaires durant un mois de traite vaut deux mois « hors traite » et 1,6 fois un mois en moyenne générale de l'année.

Les commerçants 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.

TABLEAU 18

FLUX DE MARCHANDISES ET DE PRODUITS IMPORTÉS ET EXPORTÉS PAR LA RÉGION  
D'APRÈS LES ÉCHANTILLONS (en tonnes)

Provenance	Pendant la traite (4 mois)	Hors traite (8 mois)	Total	Observations
<i>Du Nord</i> (Poissons de Mopti, Vivres agricoles et bétail) .....	123	144	267	
<i>Du Sud (Abidjan)</i> (Marchandises générales, prod. pharm., vivres non agricoles) .....	366	251	617	
<i>Ensemble</i> (en tonnes) .....	489	395	884	
(en %) .....	55	45	100	
Moyenne par mois .....	125	49	74	
Export de la Cola (T) .....	110	242	352	
(%) .....	31	69	100	



Graphique N° 10. — Indice des termes de l'échange par zone de production et Bouaké-ville

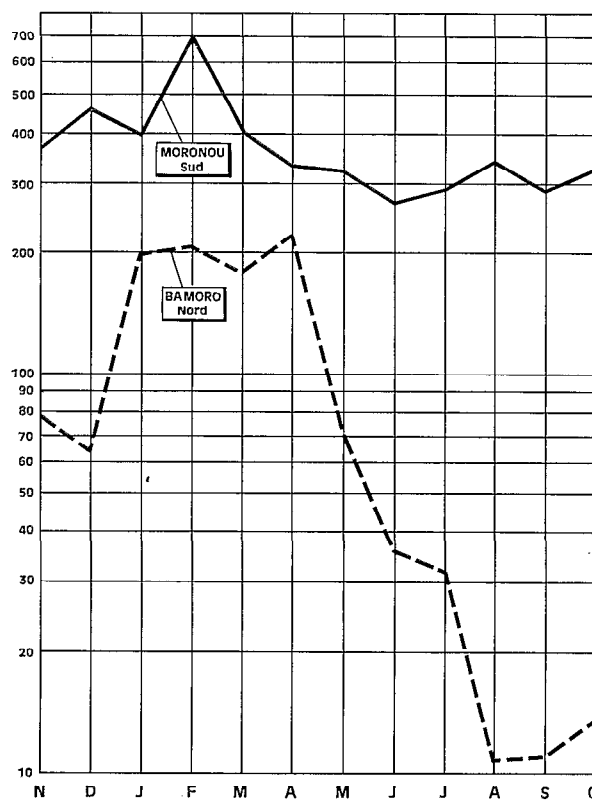
TABLEAU 19

VARIATION SAISONNIÈRE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES VENTES EN GROS ET DEMI-GROS  
(en pourcentage)

Nationalité des entreprises	Traite	Hors traite	Total	Observations
Commerce libanais .....	44	56	100	
Commerce européen .....	56	44	100	
Moyenne pondérée de l'ensemble .....	52	48	100	
Rapport $\frac{1 \text{ mois de traite}}{1 \text{ mois hors traite}}$ .....		2,22	1,59	

TABLEAU 20  
FLUCTUATION DES TRANSPORTS

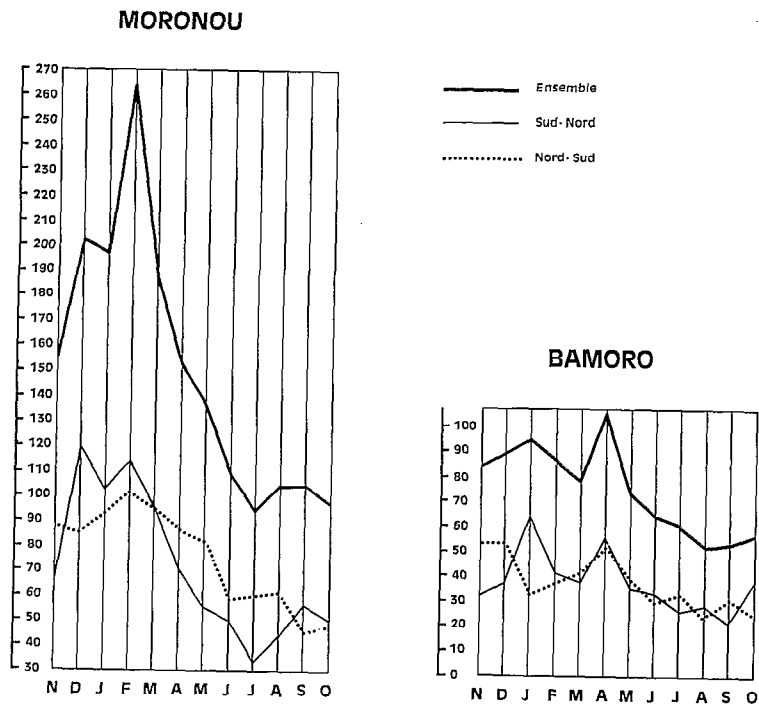
Désignation 1	Pendant la traite 2	Hors traite 3	Moyenne annuelle 4	% de 2/4 5	Observations 6
Nombre de voitures de transport en commun sur l'axe Abidjan-Bouaké (voitures/jour)	307	203	240	+ 28	
Coût par tonnes/km (F)	11,0	9,4	9,8	+ 12	
dont :					
direction Nord-Sud ...	11,5	9,6	10,5	+ 10	
direction Sud-Nord ...	10,7	8,9	9,3	+ 15	



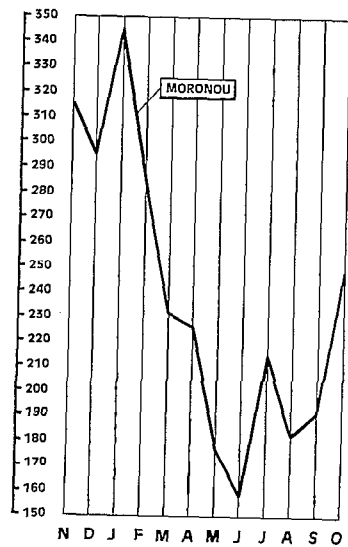
Graphique N° 11. — Circulation sur le grand axe médian - nombre de voitures par jour (toutes catégories)

Rappelons que pendant la traite, 76 % des camions sont abondamment chargés (dont 37 % dépassent la charge utile) alors que pendant le reste de l'année 1 voiture sur 3 n'est chargée qu'à moitié ou moins de sa charge utile.

Spécialement pour le transport des travailleurs saisonniers provenant de Haute-Volta et du Niger,



Graphique N° 12. — Camions de marchandises



Graphique N° 13. — Transport en commun marchandises et voyageurs sur l'axe Abidjan-Bouaké  
 Nombre de voitures par jour.

on trouve souvent des surcharges inimaginables - de 40 à 60 personnes dans un camion T.46 de 5 tonnes de charge utile de marchandises et pour lequel le nombre de voyageurs autorisés ne dépasse pas 20 personnes. C'est une véritable fourmilière humaine qui se déplace. On peut imaginer combien ceci est dangereux.

La plus grande circulation sur les routes se situe pendant la traite :

- + 28 % par rapport à la moyenne annuelle et
- + 51 % par rapport à la période hors traite.

Il convient de noter toutefois qu'en dehors de la traite le transport des marchandises d'Abidjan vers Bouaké est moins irrégulier que la descente de produits. Pendant la période creuse (août) la chute est vertigineuse aussi bien pour la quantité de produits descendus que pour leur coût de transport. C'est le dumping général.

En ce qui concerne la fluctuation des coûts de transport on enregistre une hausse moyenne de 12 % pendant la traite par rapport à la moyenne annuelle et 18 % par rapport à la période « hors traite ». En valeur absolue, ce coût de transport par tonne de marchandises ou de produits varie comme suit entre Abidjan et Bouaké.

*Bouaké-Abidjan (382 km) Abidjan-Bouaké*

Pendant la traite .....	4 000 F .....	5 000 F
« Hors traite » .....	2 000 à 3 000 F .....	4 000 F

Le coût du transport de voyageurs ne subit pas de fluctuation notable sur l'axe principal. Le tarif syndical affiché à l'intérieur de la voiture est respecté sauf sur certains marchés de brousse. Toutefois la surcharge est la règle générale pendant cette période.

### III — ÉCONOMIE « MARCHANDE »

La structure économique de la région peut être schématisée comme suit :

— d'abord un secteur traditionnel de production agricole et d'artisanat qui occupe une plus grande partie de la population et dont la rentabilité de travail productif reste au niveau de l'économie de subsistance. C'est la masse des déshérités ou le tiers-monde de la région.

— ensuite un secteur non intégré représenté par les exploitations modernes de cultures d'exportation, les industries et entreprises modernes étrangères, les services modernes liés à la production et à la commercialisation des produits de ce secteur.

— enfin, un secteur intermédiaire de liaison qui se situe entre les deux paliers ci-dessus. L'artisanat africain (coiffeurs, tailleurs, savetiers, ...) fournit des services nécessités par la vie urbaine ; le commerce et les transports — domaine qui nous intéresse dans cette étude — servent tant bien que mal de courroie de transmission entre la ville et la brousse, entre le distributeur étranger et les consommateurs africains.

Plus qu'une dualité de secteurs, c'est une hétérogénéité au sein de laquelle le secteur non intégré occupe une place dominante. Et ce secteur non intégré a à sa disposition le commerce et les transports comme moyens d'action. Il n'est pas de notre propos d'approfondir l'analyse de structure, toutefois qu'il nous soit permis de penser que la survivance de la structure de production de l'époque coloniale est la cause principale de cette situation. L'économie de traite et de subsistance persiste, tout comme l'encombrement dans le commerce et les transports qu'on peut sans doute désigner sous le nom de secteur marchand.



Dans le secteur privé autre que l'agriculture, les activités de services intermédiaires occupent les 3/4 des travailleurs contre 5 % dans l'industrie moderne et près de 20 % dans l'artisanat de fabrication de biens. Peu de monde dans la production moderne (sans tenir compte de ce que cette production moderne n'a pratiquement pas de prise avec le monde rural) ; beaucoup de personnes dans la commercialisation et des activités annexes, telle est la physionomie générale de l'économie régionale. Si l'on ne connaissait cette économie que par des chiffres, on pourrait penser à une économie qui arrive à un stade achevé d'automation. Au contraire, pour la région de Bouaké, nous sommes ici en présence de la technique de la daba (houe) et de l'économie de subsistance.

Quelques pourcentages doivent pouvoir illustrer l'encombrement dans ces domaines :

— Production de biens .....	25,8 %
dont : — industries modernes .....	5,2 %
— autres entreprises modernes .....	0,9 %
— artisanat .....	19,7 %
— Services .....	74,2 %
dont : — artisanat de services .....	4,4 %
— distribution de marchandises .....	20,3 %
— commercialisation de la production agricole ...	32,2 %
— transports .....	13,8 %
— service domestique et autres .....	3,3 %
— professions libérales .....	0,2 %

Les commerçants et les transporteurs représentent donc les 2/3 (66,3 %) des personnes qui vivent dans le secteur privé autre que l'agriculture.

TABLEAU 21

PRODUCTIVITÉ PAR PERSONNE DANS LE SECTEUR DES SERVICES ET DANS L'INDUSTRIE MODERNE  
(en milliers de francs)

Activités	Chiffre d'affaires annuel	Salaire ou revenu net d'exploitation par mois	Fonds investis	Observations
Commerce général .....	1 060	13	186	(1) Compte tenu du commerce saisonnier.
dont petit détail .....	360	3 (1)	30	
Transports .....	600	23	330	
Commerce et transport .....	870	17	245	
Petit détail et transport .....	640	11	149	
Industrie moderne .....	1 910	19	1 250	
Service domestique .....		6 à 10		

Les revenus nets dans le petit détail et les transports sont très faibles. Si l'on tient compte seulement des commerçants qui exercent leurs activités de façon permanente, on trouvera des chiffres de revenu un

peu plus élevés : 12 000 F/mois. Ce revenu par tête atteint près de 18 000 F/personne et par mois pour la moyenne générale des commerçants et des transporteurs. Par rapport au niveau de vie moyen en milieu rural de l'ordre de 70 dollars ou 17 500 F/an ou 1 460 F/mois, le revenu net des commerçants et transporteurs se situe en haut de l'échelle (rapport de 1 à 12,3). Ce sont donc des privilégiés par rapport à la grande masse de la population aux dépens de laquelle ils vivent. La réduction du nombre de ces gens par une réorganisation des réseaux commerciaux est une nécessité impérieuse.

Quant au bouleversement du marché d'emplois actuel qu'engendrera la nouvelle organisation, il faut tenir compte de deux choses :

— D'abord, les activités actuelles permettent à la majorité des commerçants et des transporteurs ivoiriens qui les pratiquent, de pourvoir tout juste à leurs besoins matériels, puisqu'ils vivent en ville où la vie est plus chère qu'en brousse. Certains d'entre eux ne pratiquent le commerce et les transports qu'en activité secondaire. Ce sont par conséquent des activités peu productives pour eux, mais chèrement payées par les consommateurs, donc irrationnelles pour l'économie de la région.

L'hypertrophie de ce secteur d'activités est particulièrement préjudiciable aux secteurs de productions des biens physiques, tant au point de vue des forces de travail que du point de vue de l'épargne et de l'investissement.

La nouvelle organisation du commerce de détail ne les met pas en chômage, ils le sont déjà partiellement. Bien au contraire, ils peuvent être, soit versés dans un secteur de production (cultures industrielles, artisanat ou industrie), soit convertis en commerçants ou en employés de commerce dans la nouvelle organisation qui créera de son côté de nouveaux emplois.

— Les commerçants étrangers du petit détail sont généralement « de passage » en Côte d'Ivoire, pour une durée déterminée, au même titre que les travailleurs saisonniers. Ils arrivent dans ce pays « pour faire un peu d'argent » et repartent chez eux avec le bénéfice réalisé aux dépens des Ivoiriens. Si l'on réduit le petit détail, sans empêcher leur séjour, ils travailleront en tant que manœuvres dans les plantations en Basse Côte, puisqu'ils viennent ici pour travailler. Ce sera plus rentable pour l'économie ivoirienne, du moment que la Basse-Côte a toujours besoin d'une main-d'œuvre saisonnière. La liberté de circulation des biens et des hommes entre Etats africains ne serait pas atteinte.

## CHAPITRE 6 — PROPOSITIONS DE RÉORGANISATION

En première urgence, nous envisageons des mesures qui doivent permettre d'une part de corriger les termes de l'échange, donc augmentation du pouvoir d'échange de la production rurale, et d'autre part, d'orienter la consommation jugée inutile ou superflue.

### I — MODIFICATION DES TERMES DE L'ÉCHÉANCE ET DE LA CONSOMMATION

Actions prévues :

- réduire le commerce du petit détail et développer la vente au détail du secteur moderne,
- organiser l'écoulement et la commercialisation de la production rurale.

#### 1 — Réduction du commerce du petit détail et développement de la vente du secteur moderne

Par le contrôle très strict des prix dans les localités rurales, l'institution d'une patente et une taxe sur le chiffre d'affaires, le petit détail serait réduit au minimum nécessaire : quelques boutiques dans les villages éloignés.

On peut se demander si les colporteurs ne vont pas augmenter leur prix pour payer les taxes. Il nous semble difficile qu'ils puissent réaliser cette fraude :

— le contrôle strict des prix doit se faire à tous les stades de commercialisation, aussi bien en ville qu'en brousse.

— les prix pratiqués par eux à l'heure actuelle doivent déjà atteindre un certain plafond, vu les possibilités matérielles limitées des consommateurs. D'ailleurs, on ne peut imaginer d'autre parcellisation possible de la marchandise que celle qui se pratique actuellement.

Parallèlement à ces contrôles et taxes, le développement du commerce moderne de vente au détail, le désenclavement des villages mal desservis pour les relier plus directement à la ville ou à un bourg doivent pouvoir porter un coup fatal au petit détail dont on connaît les marges excessives.

Le développement du commerce moderne de détail peut être entrepris sur 3 plans simultanés :

- a) implanter de nouvelles boutiques de détail pratiquant la péréquation des prix brousse-Abidjan ;
- b) développer le commerce coopératif (mixte) par de nouvelles implantations et aussi par l'extension du nombre de consommateurs-coopérateurs, en particulier ceux qui résident dans les campagnes. Il n'est pas impossible d'imaginer un système de livraison à domicile du coopérateur. Dans bien d'autres pays du monde, au début de l'organisation de la distribution de masse, le facteur psychologique du système de livraison à domicile est une motivation plus importante que son aspect publicitaire.

« Ces gens de la ville doivent servir maintenant les campagnards, on a bien employé son argent, prestige et commodité ». Ce qui suppose bien entendu que le coopérateur ou le consommateur campagnard soit débarrassé des contraintes d'ordre social et coutumier, qu'il soit un homme libre de choisir la marchandise et la quantité de marchandise qu'il consomme. C'est un problème politique qui dépasse le cadre de cette étude.

c) organiser par le canal de ces deux catégories d'entreprises ci-dessus ou par d'autres sociétés commerciales conscientes de leur avenir lointain en Côte d'Ivoire, des tournées de cars-bazar dont les prix de vente seraient les mêmes que ceux pratiqués dans la ville la plus proche.

Le système actuel de marché périodique de brousse et des jours de repos au village selon les coutumes des paysans, se prête parfaitement à ces tournées de cars-bazar. En effet, les jours de marché hebdomadaire sont étalés du mercredi au lundi inclus. Ces jours sont les mêmes pour le repos du paysan au village. Les cars pourraient donc faire des tournées d'un à quatre jours selon les distances.

Autre facilité, les marchés de campagne d'une même zone ne sont pas éloignés les uns des autres : en moins de 4 heures, le car peut relier n'importe quel bourg rural ou marché de brousse.

d) conditionner les produits de grande consommation selon les normes de vente du petit détail actuel ou légèrement supérieur à ces normes = 5 francs, 10 francs, 15 francs, 25 francs, etc. Pagnes de 2 yards au lieu de la 1/2 pièce à 6 yards.

Cette nouvelle organisation exige un investissement peu important au départ, investissement qui sera amorti à court terme grâce à la rotation rapide des stocks. A moyen et à long terme, c'est un investissement rentable qui doit assurer l'avenir de ces entreprises dans la vente au détail.

Bien entendu, le contrôle strict des prix doit être observé et pas seulement en ville. Les prix doivent être fixés de façon correcte en tenant compte des réalités régionales et des distances à parcourir par la marchandise (une légère surmarge pour les produits classés « pondéreux »).

*Tout le monde sait qu'on n'emploie pas dans le commerce de monnaie divisionnaire inférieure à 5 F, alors que les prix homologués de certains produits indiquent au détail : 37,5 F le kg ou 32,5 F le litre. Tout le monde sait aussi que tous les commerçants sans exception aucune vendent des produits en arrondissant aux 5 F supérieurs. Ceci dénote d'une façon indiscutable le processus de fixation des prix qui se passe en dehors des réalités les plus élémentaires. Cette situation est beaucoup plus grave qu'on ne le pense, parcequ'elle crée une habitude par laquelle la loi qui protège le consommateur ne peut être respectée ni par le commerçant, ni par le consommateur. Elle est destinée à être violée par le premier avec le consentement implicite du second.*

## 2 — Organisation et développement de la commercialisation de la production rurale

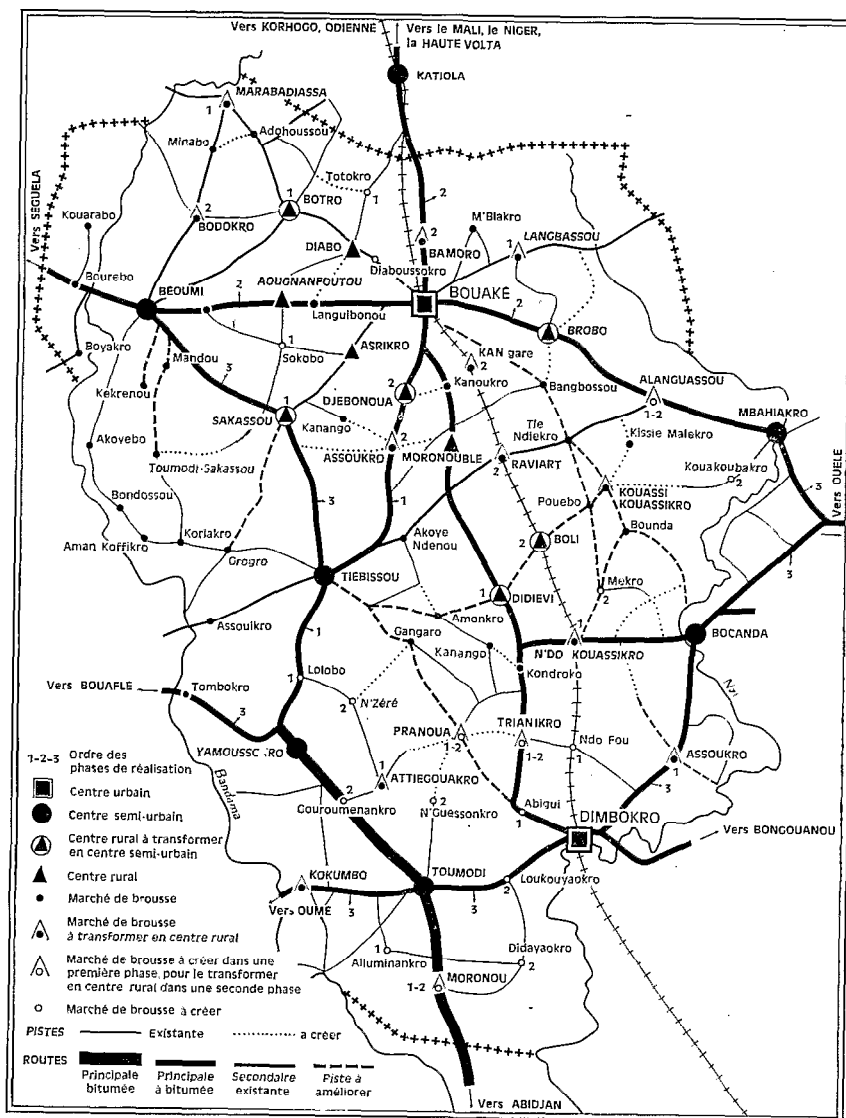
Baisser les prix de détail des marchandises, augmenter la valeur et la quantité de la production rurale commercialisée, sont les deux moyens d'améliorer sensiblement le pouvoir d'échange de la population de la région.

Nous avons vu dans les pages précédentes qu'il n'existe qu'un seul véritable marché de vivres pour toute la région : le quadrilatère de Bouaké-ville. La commercialisation de la production rurale n'est pas organisée, le marché de Bouaké non plus. Donc, toute l'organisation est à faire aussi bien pour la collecte des produits que pour leur stockage, leur conditionnement, leur transformation et leur écoulement.

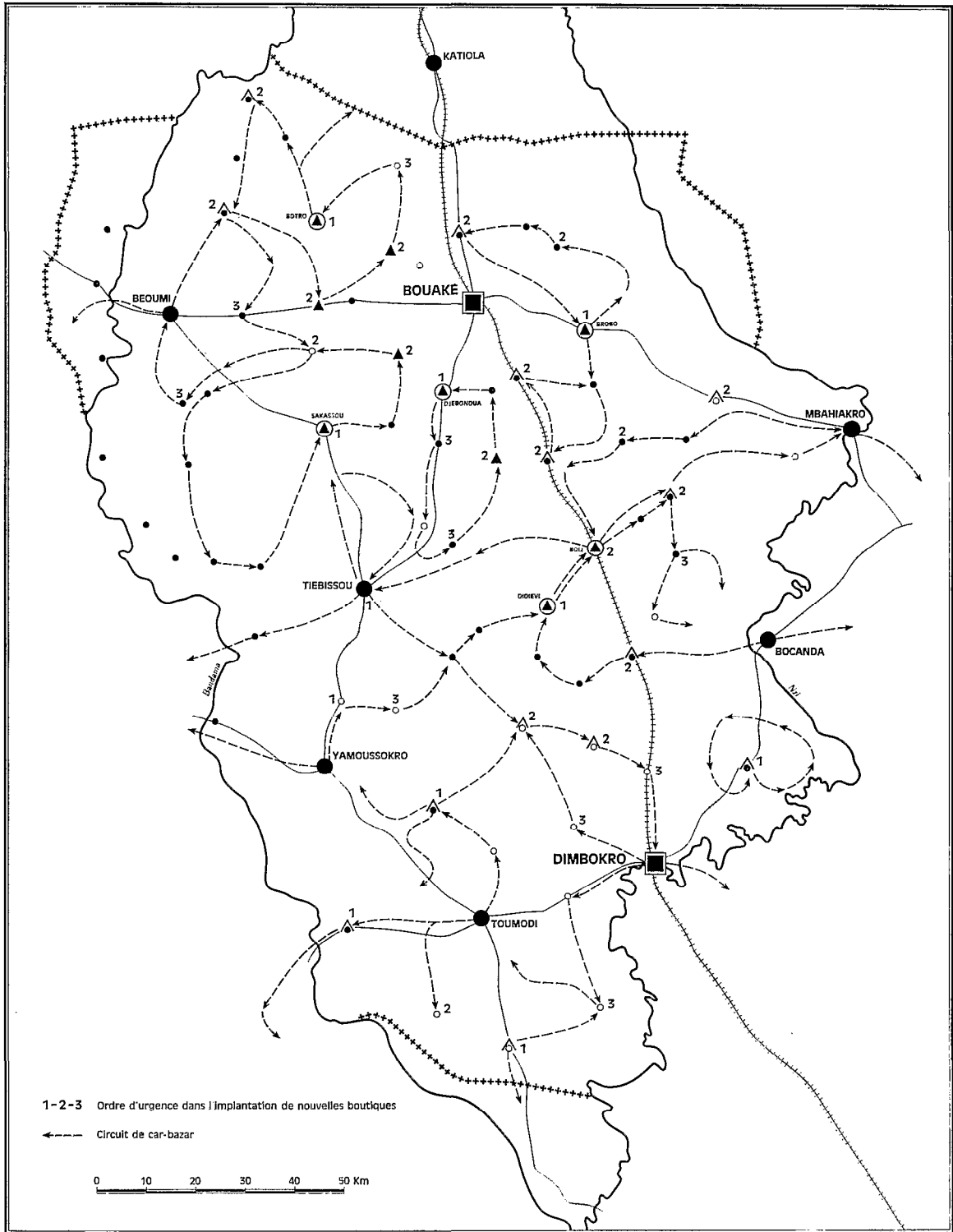
Il est impossible pour une mission d'enquête régionale de prévoir les débouchés extérieurs (pays étrangers) de la production rurale. D'abord, ce n'est pas son travail et ensuite elle n'a pas les moyens matériels demandés pour une telle étude. Toutefois, cette étude analytique doit aussi apporter des données concrètes sur la région de Bouaké. Ces données doivent contribuer à une étude globale à l'échelon national.

### *Écoulement des tubercules vers les marchés extérieurs de la région*

On sait que le marché des tubercules dans la région est déjà saturé, et que d'autre part, la consommation régionale de tubercules dépasse la norme admise par les nutritionnistes. Les surplus sont mal connus, toutefois, on peut admettre qu'il y a un équilibre artificiel dû aux pertes que provoque le stockage,



Carte N° 14



Carte N° 15. — Distribution de marchandises.

conséquence de la technique de conservation mais aussi de l'absence de débouchés extérieurs. Avec la diversification de la consommation des ménages (tubercules + céréales et graminées) et l'organisation de l'écoulement des tubercules, on peut disposer d'un surplus important d'igname, de manioc et de piment exportable.

On sait également que la disparité des prix est importante entre la région de Bouaké et l'extérieur (1 à 4).

Or, le transport entre Bouaké et la Basse Côte ne dépasse pas 3 F par kg de produit. Le profit commercial est donc suffisamment élevé pour qu'on puisse tenter une expérience.

Si le dynamisme commercial des producteurs d'igname n'est pas à la hauteur de cette tâche nouvelle, on peut penser à deux autres solutions à réaliser simultanément :

— mettre en place un groupement ou une coopérative de vente dans chaque centre. Cette organisation devrait disposer de stands de vente et de magasins de stockage sur les marchés extérieurs. Ces stands de vente peuvent être saisonniers ou permanents. C'est une question d'entente entre les Administrations des localités intéressées. Les frais de commercialisation seraient à prélever sur le bénéfice commercial.

— encourager les grossistes et les traitants des grandes villes de la région à écouler les produits vivriers. On peut penser aux grossistes de Bouaké, aux traitants de Dimbokro, de Toumodi et de Yamoussokro, (Bouaké en particulier). Les informations sur les cours des produits et l'aspect général des marchés extérieurs doivent permettre à ces grossistes d'amorcer, concurremment avec les groupements de vente, les nouveaux courants de commercialisation dont le profit pourrait être appréciable. On ne doit pas oublier les transporteurs commerçants, autre groupe d'entrepreneurs possibles du commerce des vivres.

Dans ce domaine encore, il est indispensable que l'action des autorités administratives soit intense et efficace :

— contrôle des achats faits par des ramasseurs et grossistes en vue d'améliorer les prix des produits vivriers, conditions essentielles de la modification des termes de l'échange,

— amélioration de l'infrastructure des points de vente permettant l'écoulement plus facile de ces produits.

#### *Amélioration de l'infrastructure commerciale*

L'amélioration de l'infrastructure commerciale est indispensable à la fois pour l'écoulement des produits, pour la distribution des marchandises et pour la décongestion des villages mal desservis.

#### *Agrandir les centres existants*

— Transformer les centres ruraux les plus importants (Sakassou, Koidiokro, Brobo et Didiévi) en centres semi-urbains par l'augmentation des fréquences de marché et installation de boutiques modernes de vente au détail.

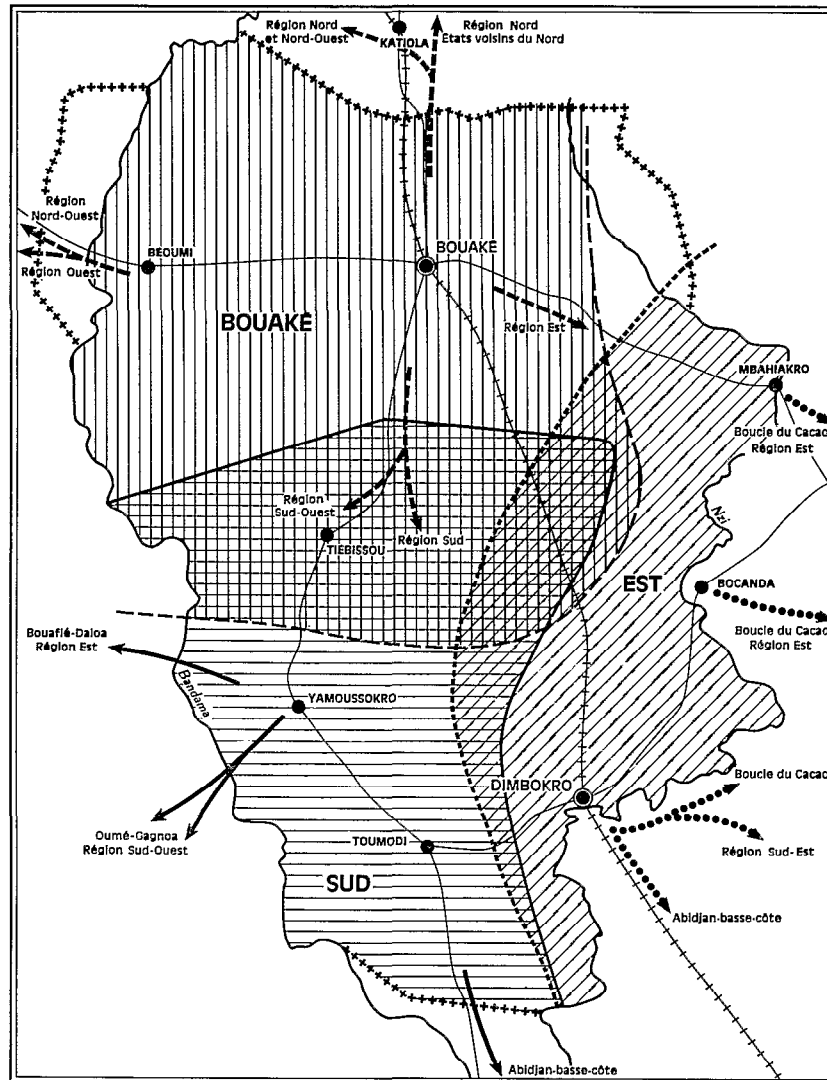
— Transformer certains marchés de brousse en centres ruraux fournisseurs des produits : Langbassou, Marabadiassa, Kouassi Kouassikro et Aoussoukro.

— Créer de nouveaux marchés de brousse : Nguessankro, Alluminankro, Moronou (Toumodi), Abigui, Trianikro, Nofou (Dimbokro), Pranoua, Lolobo (Tiébissou), Alangbassou (M'bahiakro), Totokro (Bouaké), Sokobo (Sakassou).

— Désenclaver les zones mal desservies : Kouassi Kouassikro et zone des quatre frontières entre Dimbokro, Toumodi, Tiébissou et Didiévi, par l'ouverture de nouvelles pistes et l'amélioration de celles qui existent déjà mais qui ne sont pas carrossables en permanence (voir carte). Ce désenclavement doit donner une impulsion aux marchés de brousse existants ainsi qu'aux marchés à créer.

- Créer trois grandes zones ou marchés de produits ruraux :
- Marché est qui regroupe les zones de Dimbokro, de Bocanda et M'Bahiakro.

Les débouchés extérieurs de cette zone seront la Boucle du cacao, région Abengourou-Adzopé, Agboville et Abidjan.



Carte N° 16. Grands marchés de la production rurale.

— Marché Sud qui comprend les zones de Toumodi, de Yamoussokro et de Tiébisso. Ce grand marché Sud desservirait les débouchés extérieurs de l'Ouest et du Sud : Gagnoa, Daloa, Oumé, Bouafé, N'Douci et route d'Abidjan ;



— Marché de Bouaké créé à partir du quadrilatère de Bouaké avec une extension vers l'Ouest (Béoumi), vers le Nord-Ouest (Marabadiassa). Ce sera le plus grand marché de la région constituant la plaque tournante des produits dans toutes les directions dont les principales peuvent être : Abidjan, Etats voisins du Nord et Région du Nord-Ouest et de l'ouest de la Côte d'Ivoire.

Il convient de noter la nécessité de bitumer la route Yamoussokro-Bouaké (ou jusqu'à Katiola) et si possible la route secondaire qui relie Bouaké à M'Bahiakro et à Béoumi. De toutes façons, le tronçon Yamoussokro-Bouaké constitue une urgence de premier ordre.

Dans une seconde phase d'organisation de l'infrastructure commerciale, on peut prévoir le développement des centres existants et la création de nouveaux points de vente comme l'indiquent les cartes qui précèdent.

En ce qui concerne les produits périssables (ou même pondéreux) on peut concevoir une transformation sur place avant la commercialisation. Des études expérimentales faites par la SEDIA sont concluantes en ce qui concerne la partie technique, (manioc, banane, plantin, igname), d'autre part, l'artisanat de transformation a fourni, pour la consommation des villes, une quantité importante de produits transformés (128 millions de farine de riz, de maïs, de manioc, et de piment en poudre). On peut donc :

— Encourager cet artisanat, ouvrir des débouchés extérieurs et bien entendu améliorer la technique pour valoriser davantage le produit, le rendre compétitif sur les autres marchés et en même temps réduire le coût de la transformation ;

— Implanter à titre d'essai de petites industries de transformation sur un des points centraux des 3 grands marchés de production rurale, implantation qui peut être multipliée si les résultats finaux sont concluants et si le produit transformé trouve facilement des débouchés, donc une rentabilité garantie.

### 3 — Orientation de la consommation

La réduction de certains articles de consommation jugés superflus contribue d'une part à l'utilisation judicieuse du peu de revenu monétaire destiné à la consommation, et d'autre part à la formation d'une épargne tant souhaitée. C'est une nécessité d'ordre économique.

Les consommations anti-économiques peuvent être limitées par une politique d'importation et de mesures fiscales. Ce qui permet encore à ceux qui ont des revenus élevés de disposer librement de leur choix en y mettant le prix. Donc la liberté de consommation ne sera pas atteinte. D'ailleurs, les « hauts revenus » consomment souvent plus modestement que certains autres consommateurs. C'est peut-être un des facteurs essentiels du « haut revenu ».

Dans les structures des ventes de marchandises, le chiffre d'affaires réalisé sur ces consommations non indispensables représente plus de 16 %, soit 1 048 millions sur 6 412 millions :

- boissons alcoolisées : 841 millions (13 %)
- vêtements confection : 118 millions (2 %) (tissus non compris).
- chaussures en cuir, importation : 89 millions (1 %).

## II — COMMERCE ET DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Après avoir résolu les problèmes d'urgence, on doit arriver à une nouvelle phase de développement du commerce.

Cette nouvelle phase doit correspondre au lancement du 1<sup>er</sup> plan économique à long terme en Côte d'Ivoire. En fonction des objectifs de production, de consommation et de croissance de ce plan, les orientations définitives du commerce seront mises en application. Des ajustements pourront intervenir durant l'exécution du plan. Toutefois, d'ores et déjà on peut prévoir des actions sur deux plans :

- Consolidation et développement du marché intérieur,
- Mise en place des institutions du commerce.

### 1 — Consolidation et développement du marché intérieur

Durant la phase d'urgence, un embryon d'infrastructure du commerce a été créé. Il convient de la consolider et de la développer dans différents domaines :

- Poursuivre l'implantation de nouvelles boutiques modernes de détail jusqu'à l'échelon des centres ruraux anciens ou nouvellement créés ;

- Multiplier la formule des cars-bazar si l'expérience a été concluante :

- Transformer progressivement les petits centres en bourgs où s'agglomèreront les différentes activités économiques : vente de marchandises, de produits agricoles activités artisanales, centre de transport, postes administratifs, etc. Des essais pourraient être lancés en premier lieu dans des chefs-lieux de sous-préfectures importantes, le problème de construction et d'amélioration des infrastructures de transport doit être résolu en même temps que le lancement des essais :

- Mettre en place l'infrastructure des marchés indiqués par le chiffre 2 (phase 2 sur la carte), à savoir : création de nouveaux marchés, centres ruraux et centres semi-urbains (à partir des centres ruraux les plus importants) ;

- Remanier les fréquences des marchés de telle façon qu'il existe pour les jours ordinaires et selon les habitudes des gens, des marchés tournants dans une zone ou dans une grande zone précédemment définie. On peut augmenter également le nombre de jours des marchés, notamment en ce qui concerne les marchés semi-urbains nouvellement créés et les marchés ruraux. Ce qui va exiger un effort important à fournir, pour améliorer le réseau routier. On peut espérer dans une phase ultérieure, le bitumage des différents tronçons de route :

a) Bouaké-Didiévi-Dimbokro, tronçon qui doit à la fois mettre fin à l'isolement des enclaves du Sud et donner une impulsion aux centres qu'il traverse : Kanoukro, Moronoublé, Didiévi, Pranoua, Trianikro, Abigui,

b) Béoumi-Sakassou-Tiébissou pour décongestionner la zone du Bandama-Sakassou et pour donner une importance bien méritée à la future ville de Sakassou,

c) Marabadiassa-Koidiokro-Diabo-Bouaké pour relier davantage toute la zone ouest du grand marché de Bouaké.

Et d'autre part, l'amélioration du reste du réseau routier, construction et entretien doit être entreprise, pour toute la région. On doit penser également au bitumage des routes importantes qui constituent l'ouverture de la région vers l'extérieur, tronçons M'Bahiakro-Bocanda-Dimbokro-Toumodi-Oumé, tronçon Yamoussokro-Bouaflé-Daloa ;

- Renforcer la place de Bouaké en tant que centre du commerce inter-régional et infra-Africain (pays voisins du Nord). Avec l'élargissement du quadrialatère de Bouaké, en même temps que le développement agricole et industriel de cette région. Bouaké-ville doit jouer véritablement son rôle de plaque tournante à la condition que l'infrastructure du transport et du commerce soit améliorée : gares routières mieux réparties, agrandissement du marché des vivres, création d'entrepôts, de centres de stockage et de conditionnement

plus modernes que ceux qui existent à l'heure actuelle. On doit également développer le commerce de gros et de demi-gros des marchandises, soit par des Sociétés commerciales, soit par des entreprises coopératives ou autres Sociétés de formes juridiques diverses. A ce propos, le commerce ivoirien doit avoir des organes d'importations-exportations qui lui appartiennent ainsi que des postes d'achats installés dans les pays producteurs de marchandises importées ;

— Créer, pour la consommation urbaine principalement, les magasins selon la formule « prisunic » en commençant par Bouaké puis dans les autres grandes villes par la suite (1).

Précisons encore une fois, que toutes les actions proposées ci-dessus devront être intégrées dans le cadre du plan de développement économique dont on ne saurait négliger l'aspect d'organisation institutionnelle du commerce.

## 2 — Mise en place des institutions du commerce

La régionalisation des objectifs du plan de développement réclamerait probablement la création d'une institution ou d'un organisme pour le développement de la région. Dans le cadre de cette institution il faut prévoir un service du commerce étroitement lié au service de la production. Ce service du commerce pourrait dépendre du point de vue administratif et technique, directement du Ministère du Plan ou d'une Direction de ce Ministère. Il aurait pour mission de :

- Développer le commerce régional et extra-régional,
- Contrôler les prix et les produits,
- Surveiller l'application des lois sur le commerce dans tous les domaines, notamment en ce qui concerne les poids et mesures,
- Créer de nouveaux débouchés pour l'industrie nationale et pour l'augmentation de la production agricole,
- Coordonner et réorganiser éventuellement les transports. A ce propos la prolifération des moyens de transport accompagnée d'une mauvaise gestion financière et l'insuffisance de l'entretien technique du parc de transport, mérite qu'on se penche sérieusement sur ce problème d'organisation des transports. Nous avons vu dans les pages précédentes que la rentabilité des transports ivoiriens laisse à désirer et qu'on attache souvent plus d'importance au prestige social qu'à l'efficacité économique.

Il faudrait envisager la réorganisation complète du système existant soit sous forme de société de transport, soit sous forme de contrat de transport dont la responsabilité juridique incombe au syndicat des transporteurs. C'est une question d'organisation à prévoir avec le consentement des transporteurs et de leur syndicat. La limitation des licences de transport et la création des parcs de société sont des hypothèses à retenir,

— Informer les producteurs, les commerçants et les consommateurs des cours et des aspects généraux des marchés de la région et des principaux marchés en dehors de la région. On ne saurait minimiser l'importance des informations sur le commerce. Elles doivent permettre d'augmenter la circulation des marchandises, la commercialisation des produits, donc de modifier les termes de l'échange et de valoriser la production agricole, principale ressource de la région,

— Organiser les marchés comme nous l'avons défini dans un chapitre précédent.

Le commerce intérieur est étroitement lié au commerce extérieur et à la consommation. A l'échelon national, il est alors souhaitable qu'il y ait une direction commune pour ces activités. Cette direction

---

(1) Une société commerciale a déjà étudié la possibilité de créer un magasin de ce genre à Bouaké-ville.

coordonnerait toutes les activités concernant ces trois matières, définirait une politique à suivre et surveillerait son application dans les différentes régions. Une société commerciale dont la forme juridique pourrait être celle d'une société d'économie mixte serait mise en place. Cette société constituerait l'agent d'action de la direction et permettrait également à cette dernière d'intervenir dans le commerce. Elle remplacerait le commerce privé là où ce dernier fait défaut. Dans le cadre de cette société, pourraient entrer le commerce coopératif et les commerçants individuels dont le développement du commerce moderne limiterait les activités.

Cette société devrait avoir une chaîne de distribution à partir des postes d'achats aux producteurs jusqu'à la vente finale aux consommateurs. Elle serait donc le promoteur du commerce ivoirien et l'instrument à l'aide duquel l'Etat interviendrait efficacement et sans contrainte dans le commerce et la consommation.

La Direction du Commerce et de la Consommation devrait pouvoir intervenir dans la commercialisation de cultures industrielles et de produits d'exportation, commercialisation assurée maintenant pas d'autres Ministères.

La mise en place de ces organismes institutionnels permettrait une politique commerciale à la fois centralisée et décentralisée :

- Centralisation en ce qui concerne la conception politique, le contrôle et l'intervention,
- Décentralisation sur le plan de l'exécution et des initiatives régionales.

## CONCLUSION

L'importance du commerce dans le développement économique ne peut être négligée. Le niveau de vie de la population, l'épargne des ménages et les dimensions du marché intérieur dépendent en grande partie du système commercial.

Toutefois, le commerce est partie intégrante de la structure économique. Une action sur le seul secteur commercial n'est qu'un palliatif provisoire. La modification de l'ensemble des structures économiques et sociales — structure de production en particulier — devra permettre un développement harmonieux de l'économie.

Pour la région de Bouaké, comme pour l'ensemble de l'économie nationale, il est indispensable de dépasser le stade de l'économie de traite et de subsistance où se trouve l'origine du secteur intermédiaire marchand. Dans ce secteur marchand, l'accumulation matérielle productive — facteur essentiel du développement économique — est particulièrement faible, alors que près de 90 % de la population de la région (population rurale en particulier) supportent le poids que leur impose l'existence de ce secteur si encombré.

Le marché sahélo-éburnéen, dont les courants d'échanges font partie de la tradition commerciale africaine, est en pleine expansion, mais les éléments d'appréciation — tant au niveau de la statistique qu'au niveau des études générales — sont fort aléatoires. Une étude approfondie concernant ce marché serait très utile à trois points de vue :

- informer chacun des Etats intéressés de ce qui se passe à l'intérieur et au-delà de ses frontières ;
- régulariser et normaliser les courants d'échange de ce marché et, par là même, créer un marché intra-africain nécessité par le développement économique de cette région ;
- dans une perspective plus lointaine et à condition que la conjoncture politique ne s'y oppose, transformer ce marché intra-africain en espace économique, condition importante du développement économique des pays à faible densité démographique.

En ce qui concerne la recherche économique en Afrique, d'énormes difficultés restent à surmonter par les chercheurs. Ces difficultés peuvent être situées sur deux plans :

— *d'abord, sur le plan théorique*, les connaissances des chercheurs proviennent en grande partie de théories élaborées ailleurs qu'en Afrique et à partir des travaux et observations faits sur des pays possédant une structure et un mode de production tout à fait différents de ceux existant en Afrique. La façon de faire, de vivre et de penser du chercheur est également étrangère à l'Afrique. Dans ces conditions, une double adaptation est la condition première de son travail : adaptation de sa théorie étrangère et adaptation de sa personne au milieu social où il est appelé à faire des recherches (1).

— *ensuite, sur le plan technique*, les instruments de recherche et surtout de mesures économiques employés en Occident n'ont probablement pas de valeur universelle. Pourrions-nous, même par simple logique, mettre ensemble la marge réalisée par les vendeurs de cacahuètes, les frais de réparation d'une voiture automobile avec le coût de location d'un travail exécuté par les machines IBM ? Pour beaucoup d'économistes, ces trois activités sont systématiquement groupées dans la même colonne bien commode : les services ou secteur tertiaire. Dans les tableaux des échanges « inter-industriels » (input-output), le kaolin ramassé dans la brousse et l'indigo fabriqué par les teinturiers sont ajoutés aux produits chimiques les plus modernes. Dans un cas comme dans l'autre, les flux sont classés selon leur nature biologique et

---

(1) Ce qui ne veut pas dire que des lois économiques fondamentales changent de nature (accumulation productive, croissance équilibrée, etc.).

leur destination finale (2) sans qu'il y ait le moindre souci d'analyse de mode et des facteurs de production. Ce ne sont que quelques exemples parmi tant d'autres. Il est donc nécessaire pour le chercheur de procéder à une troisième adaptation : celle de ses instruments de recherche et d'analyse.

Enfin, l'économie est partie intégrante du milieu social, les recherches économiques doivent avant tout tenir compte de ce facteur fondamental.

---

(2) Par contre, les bœufs sont mis tous ensemble, alors qu'il y en a pour toutes les destinations et utilisations : bœufs de thésaurisation, bœufs de labour et bœufs de consommation.