

OFFICE DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE OUTRE-MER

CENTRE DE PETIT BASSAM

DES RELATIONS PRIVILÉGIÉES
À LA CONCURRENCE ENTRE COMMERÇANTS

P. RICHARD

Communication présentée au séminaire du Centre Ivoirien de Recherches
Economiques et Sociales : "Les cultures vivrières, élément stratégique
du développement agricole Ivoirien".

Abidjan, 11-15 Mai 1982

O.R.S.T.O.M. Fonds Documentaire

N° : 21773 ex 4

Cote : B

DES RELATIONS PRIVILÉGIÉES A LA CONCURRENCE ENTRE COMMERÇANTS

La commercialisation des produits vivriers a été marquée pendant les années 1970 par des tentatives de réorganisation de la part des pouvoirs publics ivoiriens. L'approvisionnement des populations en produits alimentaires constitue, en effet, un problème majeur qui prend de plus en plus un caractère d'actualité et se transforme périodiquement en véritable crise.

L'ensemble de la population urbaine augmente trois fois plus rapidement que la population rurale, celle de la capitale Abidjan, quatre fois. Le problème fut donc posé en terme de quantités mais aussi d'efficacité ; les sources d'approvisionnement ne pouvaient que se multiplier et se diversifier, la longueur des circuits s'accroître, à la collecte de la production comme à la redistribution vers la consommation. Le système privé de commercialisation, déjà en place et précisément qualifié de "traditionnel", semblait ne pouvoir y répondre de façon suffisamment satisfaisante.

Certaines situations ou pratiques étaient alors perçues comme ne devant plus durer, notamment (1) :

- "un marché dont l'équilibre instable menace la santé économique et sociale du pays" ;
- un système de commercialisation qui s'est "constitué de façon spontanée et anarchique", une commercialisation "totalement inorganisée" ;
- des "accords très stricts" passés entre collecteurs qui divisent la région en "zones de prospection bien délimitées", une "offre totalement atomisée" et une "concurrence à l'achat inexistante" ;

(1) Cf. IDET-GEGOS 1962/63 "La distribution en Côte d'Ivoire. Note de synthèse" Minst. des Fin. des Aff. Eco et du Plan de la Rép. de Côte d'Ivoire, 28 p. multigr.

MINIST. DE L'ECO. ET DES FIN. DE LA REP. DE COTE D'IVOIRE 1971
"Réforme de la commercialisation des produits vivriers" Abidjan, 19 p. multigr. + annexes.

AGRIPAC 1974 "Halles et Marchés de Côte d'Ivoire" Minist. de l'Eco. des Fin. et du Plan de la Rép. de Côte d'Ivoire, Abidjan, 4 tomes multigr.

- une multitude de "petits intermédiaires habiles... qui ont trouvé là un domaine très fermé et sans concurrence" ;

- des commerçants qui recherchent "plus la spéculation qu'un écoulement régulier" des produits.

Une telle perception des choses pose à son tour le problème de la place de ce secteur commercial dans l'économie nationale et de la nature réelle de l'activité de ses agents. En particulier, elle met en cause les rapports que ces mêmes agents entretiennent entre eux.

C'est l'analyse de ces rapports qui fera l'objet de ces quelques pages ; elle s'appuiera principalement sur des enquêtes effectuées entre 1976 et 1981 auprès de différentes catégories de commerçants - des grossistes aux détaillants, sur et hors marchés - installés à Abidjan et plus encore à Korhogo et au sud de la ville dans la zone de production vivrière (1). Les données statistiques et les études qualitatives sont en général encore trop insuffisantes ou trop ponctuelles ; il ne s'agira que d'apporter ici quelques éléments utiles à une réflexion plus large et collective.

Les modalités d'accès au commerce et l'importance prise par certains groupes sociaux retiendront d'abord notre attention. La diversité des situations, à l'intérieur des différentes catégories d'intervenants, sera ensuite dégagée à travers un certain nombre de pratiques, l'attachement aux produits et les capacités de chacun. Les rapports prévalant entre agents de catégories différentes, à l'intérieur des circuits commerciaux, pourront enfin être appréciés dans leur nature ainsi que dans leurs effets sur le marché des vivriers.

Le "problème vivrier ivoirien" forme lui-même un ensemble dont les composantes sont ici supposées connues dans leurs grandes lignes, notamment :

- la production : capacités et diversité - morcellement - croissance en partie absorbée par les cultures d'exportation - évolution des structures socio-économiques ;

- la consommation : croissance de la population non-productive, même en milieu rural - possibilités de substitution et évolution des modèles - revenus et capacités ;

- la commercialisation : structures anciennes - multiplication et monétarisation des échanges - tensions sur les marchés et déséquilibre offre/demande - différents types de circuits et d'agents - capacités économique et

(1) RICHARD (P.) 1981 "La commercialisation devant le problème vivrier en Côte d'Ivoire. Eléments d'analyse et de réflexion à partir des produits du Nord" Centre ORSTOM de Petit-Bassam, Abidjan, 328 p. multigr.

physique de conservation des produits - évolution des prix à long terme et tendances inflationnistes - importance du secteur commercial en général dans l'économie ivoirienne ;

- l'intervention de l'Etat : sur cultures d'exportation, cultures vivrières et riz - organisation du crédit à la production (CREP et BNDA) -, transformation du paddy et importation du riz - expérience AGRIPAC et tentatives de réforme de la commercialisation - mise en place des coopératives et et des GVC - fixation ou soutien des prix de certains produits à la production ou à la consommation.

*
* *
*

L'ACCES AUX ACTIVITES COMMERCIALES

L'accès à une activité de commercialisation de produits vivriers apparaît bien souvent comme étant libre, comme ne supposant au préalable quasiment aucune condition d'ordre économique si ce n'est la détention d'un petit capital ou même d'une simple somme d'argent de quelques milliers de Francs CFA. Il en est ainsi du moins pour la vente au détail. Certaines vendeuses ont un chiffre d'affaires quotidien qui ne dépasse guère 1.000 F.CFA; elles s'approvisionnent sur un marché et revendent, parfois aussitôt et au micro-détail, sur ce même marché ou plus couramment dans leur village, au coin d'une rue ou sur le pas de leur porte... Le produit est recédé comme tel ou semi-transformé en farine, pâte, plat cuisiné... Le petit bénéfice ainsi dégagé permet à ces femmes d'acheter les légumes, condiments et épices, poissons pilés ou séchés, etc... qui entreront dans la préparation des plats du jour même.

Sur les marchés ruraux, l'achat direct aux producteurs, en vue de la revente à la consommation sur un marché urbain voisin, nécessite la détention d'un capital déjà plus important, ne serait-ce que pour constituer un volume d'affaires justifiant le déplacement. Cependant, les acheteuses-revendeuses qui pratiquent cette activité se feront facilement prêter l'argent nécessaire si elles n'ont pas auparavant accumulé un capital suffisant, par exemple grâce à un premier petit commerce.

Une telle facilité d'accès au commerce des vivriers est en réalité plus atténuée qu'elle ne le semble au premier abord. Elle résulte largement de phénomènes de *redistribution des revenus* et d'une spécialisation sexuelle et sociale du travail. Elle s'estompe d'autant plus que l'activité prend de l'ampleur et nécessite alors une *implantation* sur le marché des échanges et la *détention* d'un capital plus important.

Les marchés de consommation (non-producteurs), principalement de type urbain, bénéficient d'une demande croissante et permanente -parfois insatisfaite mais diffuse- aux revenus monétaires pour la plupart réguliers et situés dans une large échelle. Ils exigent donc un système de commercialisation tout autant diffus et permanent, c'est à dire formé d'un grand nombre d'agents, ce qui favorise une ponction notable sur les revenus. Ces phénomènes intéressent d'ailleurs l'ensemble des activités tertiaires, et principalement les activités commerciales qui en représenteraient les deux-tiers. Ils sont peut être plus accentués dans le domaine des produits alimentaires, en particulier celui des vivriers qui s'attache en effet au quotidien.

Cela ne suffit cependant pas à expliquer la place des femmes d'une part, des membres de certaines ethnies ou de certaines communautés nationales d'autre part, dans le commerce de vivriers.

- Hommes et femmes dans le commerce des vivriers.

Dans la structure socio-économique traditionnelle, la femme a une *fonction dans la production* même. Elle cultive, donc participe à l'approvisionnement du foyer et surtout possède sa propre source de revenus. La pratique d'un commerce lui permet de tenir ou d'affirmer cette fonction. Elle profite alors de la *nécessité* d'un tel commerce au niveau économique plus général, dépassant le simple niveau d'équilibre à l'intérieur de la cellule familiale ou du groupe social.

Ainsi, pour ne prendre qu'un exemple extrême, les Dioula (ethnie Malinké) de Waraniéné - village situé à proximité de Korhogo - possèdent une tradition commerciale ancienne ; déjà au siècle dernier, ils s'adonnaient à cette activité jusqu'au Ghana, en Guinée et au Mali. Ils se sont spécialisés dans le tissage artisanal, activité traditionnelle pour ce groupe ethnique. Ils n'étaient que de médiocres cultivateurs comparés à leurs voisins Sénoufo auxquels ils devaient acheter les produits dont ils avaient besoin. Les femmes,

de leur côté, se contentaient de filer le coton. Depuis, la plupart font du commerce de vivriers, et cela de façon soutenue ; avec d'autres femmes Sénoufo, elles collectent les produits sur les marchés ruraux situés jusqu'à une soixantaine de kilomètres de leur village, produits qu'elles revendent sur le marché urbain de Korhogo. Ces acheteuses-revendeuses ont su associer la nécessité d'approvisionner leur village et la naissance d'un marché de consommation tout proche et en pleine expansion. D'ailleurs, les mères des femmes actuelles de Waraniéné faisaient déjà du commerce. Très tôt promise à son futur époux, la femme doit cependant attendre d'être mariée et d'avoir eu ses premiers enfants avant de se lancer dans le commerce. C'est donc son rôle spécifique de *femme* qui prime. Mais, par la suite, son absence une bonne partie de la journée est d'autant mieux acceptée qu'elle concourt à l'approvisionnement, en revenus et en produits, du groupe villageois comme du groupe familial : une partie des vivriers collectés est détournée du commerce pour être revendue dans le village et notamment aux époux qui ont normalement la charge de cet approvisionnement.

Il n'en reste pas moins que la place de ces femmes dans le commerce diminue au fur et à mesure que l'activité exige plus de *moyens* en temps et surtout en capital. Quelques femmes font bien le commerce des vivriers selon des volumes plus importants - en concurrence ou non avec de véritables grossistes - mais plutôt sur de courtes ou moyennes distances. Elles ont aussi tendance, semble-t-il, à s'attacher à des produits assez périssables et d'une production diffuse, tels que les ignames, les légumes ou la banane plantain. Elles sont alors en général des femmes d'âge mûr et souvent économiquement indépendantes.

Les hommes se réservent les activités plus permanentes et de plus d'ampleur. Ils restent le *support* du groupe familial, groupe qui profite de ces activités et bien souvent y participe (fils, frères, alliés...). L'accès à ces activités est nettement moins facile ; volumes, capacités et risques sont d'une autre *dimension*. La réussite suppose de la part de l'agent une implantation préalable sur le marché des échanges.

Une partie des grossistes ayant un magasin à Korhogo ont débuté dans l'activité commerciale comme acheteurs villageois ou comme collecteurs pour le compte d'une société et, plus récemment, d'autres grossistes. D'autres ont commencé par être détaillants, étalagistes ou boutiquiers. Ces derniers, comme d'anciens apprentis, manoeuvres, salariés, etc... se rencontrent plutôt chez les magasiniers simples revendeurs, et non collecteurs à la production ; ils ont un volume d'activité moins important.

A Abidjan, situé en général à plus grande distance de cette production, la collecte - parfois au service d'un tiers puis de façon indépendante - a constitué l'étape décisive de près de la moitié des grossistes - magasiniers redistributeurs rencontrés à proximité des marchés d'Adjamé et de Koumassi. D'autres ont été vendeurs de vivriers au détail ou en demi-gros sur les marchés de la capitale. Certains, encore, sont passés par la vente ambulante de tissu, de cola... ou bien par la vente sur étal.

Ce genre d'activités commerciales, liées souvent aux vivriers, semble constituer, pour l'instant, la principale des étapes d'accès au commerce de gros. Il en est une autre, réservée notamment aux Haoussa et qui est liée plus encore aux magasins mêmes de vivriers : à leur arrivée à Abidjan, ces originaires du Nigéria deviennent déchargeurs de produits et porteurs entre les magasins et les marchés ; quelques-uns réussissent à s'attacher à l'un de ces magasins où ils deviennent gardiens de nuit, puis aides et gérants occasionnels. C'est alors qu'ils se forment, établissent des relations personnelles avec d'autres magasiniers et commerçants, et parviennent à se constituer un petit capital. Cela acquis, ils peuvent s'établir, souvent progressivement, en association avec d'autres ou à leur propre compte.

- Une place de choix pour certains groupes sociaux

Capacité financière et technique, division sexuelle du travail, ne suffisent pas non plus à expliquer la place qu'occupent certains groupes. Ce dont il est finalement question c'est en réalité des rapports socio-économiques élargis.

D'après le Recensement général des Activités en milieu urbain en 1976, les *étrangers* constituent plus des trois-quarts des exploitants des établissements commerciaux (moins des deux-tiers pour les autres activités), alors qu'ils forment moins du quart de la population en Côte d'Ivoire (1). Ce sont les ressortissants de quelques pays africains seulement qui sont les plus nombreux parmi ces exploitants. Il s'agit principalement de ressortissants du Mali, de la Haute-Volta et de la Nigeria, c'est à dire pour beaucoup de régions de savane ou du Sahel possédant une tradition certaine d'échanges comparative-ment à la Côte d'Ivoire et plus encore à ses populations de forêt.

(1) Cf. MINIST. DE L'ECO. DES FIN. ET DU PLAN DE LA REP. DE COTE D'IVOIRE
1978 "Principaux résultats du Recensement Général de la Population de 1975.
Côte d'Ivoire entière. Résultats définitifs"
Direction de la Statistique, Abidjan, 91 p. multigr.
1977 "Recensement Général des Activités en Milieu Urbain 1976"
Direction des Etudes de Développement, Abidjan, 4 tomes multigr.

Même parmi les Ivoiriens, les membres des ethnies *autochtones* sont peu nombreux chez les exploitants d'établissements commerciaux à l'inverse des membres des ethnies du Nord du pays, les Sénoufo et surtout les Malinké. Chez eux plus qu'ailleurs, par exemple à Korhogo, ces Malinké et Sénoufo constituent une part importante, sinon exclusive, des exploitants, notamment les trois-quarts des magasiniers-grossistes en viriers.

La question du caractère quelque peu *marginal* - du point de vue social - de l'activité commerciale peut être posée. Ainsi, pour garder le même exemple, Korhogo est la métropole du pays Sénoufo, mais nombre des membres de cette ethnie pratiquant le commerce appartiennent à des groupes différents des groupes autochtones de la ville même ou de sa proche région. Beaucoup sont aussi des membres de groupes traditionnellement artisans, les Diéli et les Logon. Ceux-ci se distinguent des autres Sénoufo déjà par leurs structures sociales internes, notamment matrimoniales ou de production ; beaucoup aussi sont islamisés et ont même abandonné certaines pratiques et institutions traditionnelles comme le "Poro".

Les Dioula forment des îlots en pays Sénoufo mais ils y restent minoritaires. L'histoire et l'attachement des Malinké à l'activité commerciale font que, d'une manière générale, ils sont confondus avec les commerçants que l'on désigne volontiers par extension sous le terme de "*dioula*". On les retrouve à travers toute la Côte d'Ivoire, comme à Abidjan, et plus encore dans les régions, telles que le Centre-Ouest, précisément les plus productrices et exportatrices de vivriers.

Le caractère particulier et, semble-t-il, marginal de l'activité commerciale - caractère que l'on retrouve certainement dans d'autres pays que la Côte d'Ivoire et même dans des pays non "en voie de développement" - est doublé par une *spécialisation des groupes* selon les produits. Cette spécialisation porte tout à la fois sur le commerce de vivriers, sur celui de la viande ou celui du poisson, du monton sur pieds ou des volailles, sur les différents stades de transformation des produits, etc... et même souvent sur la vente des plats cuisinés, des vêtements ou des tissus, des produits manufacturés ou des marchandises diverses, etc... Elle peut intervenir en profondeur à l'intérieur de chaque catégorie de produits où ressort, dans une large mesure, un lien étroit entre origine de la personne et origine du produit.

Ainsi, pour n'en rester qu'aux produits agricoles alimentaires, nombre de grossistes en mangues, de la collecte dans le nord du pays comme en Haute-Volta et au Mali, à la revente à Abidjan, sont originaires du village de Wollo situé près de Korhogo au coeur d'une zone densément productrice. Sur les marchés de la capitale, la vente au détail des fruits et principalement des oranges est le fait de Guinéennes et surtout de Maliennes, alors que les femmes Koyara de Mankono (Malinké) sont plutôt spécialisées dans les citrons, les Malinké de Bondoukou et les Baoulé offrent souvent de l'igname et que les femmes Sénoufo sont les principales vendeuses de légumes.

La spécialisation tient aussi au fait que le commerce s'appuie sur un système de *relations personnalisées* entre agents. Ce système est lui-même facilité par la spécificité des rapports préexistant à l'intérieur de chaque groupe ethnique ou de même origine géographique, ainsi qu'entre ces groupes. Ces relations, au contenu social prononcé, sont en effet déterminantes quant aux rapports économiques prévalant entre agents de commercialisation, que ce soit au niveau des individus ou à celui des catégories auxquelles ils appartiennent.

*
* *
*

UNE DIVERSITE DE SITUATIONS

La *multiplicité des intervenants* est une des caractéristiques essentielles du système commercial en général. Elle correspond à une nécessité mais profite, jusqu'à les provoquer, de certains types de rapports entre agents, rapports qui peuvent alors atténuer la concurrence déjà affectée par la diversité des capacités de chaque agent.

- Regroupement et association des commerçants.

Une des premières choses qui frappent, sur les marchés comme dans les quartiers environnants et souvent sur les autres divers lieux d'échanges, est la tendance au regroupement des commerçants, non seulement par produits mais aussi par catégories, c'est à dire suivant leur place dans les circuits.

De ce point de vue, les *marchés ruraux* de savane se ressemblent fortement. Les vendeurs de produits manufacturés et divers occupent toujours le même endroit bien déterminé, comme le font, chacun de leur côté, les vendeurs de tissu, les potières, les vendeurs de volailles, de plats cuisinés, de fruits, de produits artisanaux, etc... Le regroupement des vendeurs de vivriers, par ailleurs plus nombreux, est moins net mais se fait de toute façon, par village et sur plusieurs endroits. Les grossistes - collecteurs sur bascules, quant à eux, s'alignent sur le côté, à proximité de l'emplacement réservé aux véhicules de transport. Dans le même voisinage sont rassemblés les sacs des commerçantes qui procèdent à leurs achats dans le marché. La plupart des grossistes, acheteuses-revendeuses et vendeurs non locaux de marchandises repartiront sur les mêmes véhicules.

En ville, la plupart des *magasins de vivriers* sont situés le plus près possible du marché, rejetés parfois dans les rues adjacentes par les magasins des autres commerces. Beaucoup sont implantés à plusieurs dans un même bâtiment, et nombre servent d'entrepôts aux commerçantes détaillantes. Si certains coûts peuvent alors être réduits, l'accès de la clientèle et des fournisseurs ne peut être aussi que facilité.

Un tel regroupement dépasse les simples niveaux technique et social ; il cache des *liens plus étroits* entre mêmes sortes d'agents qui peuvent devenir de véritables partenaires. En effet, une certaine entraide préside aux rapports que ces agents établissent entre eux, entraide qui débouche elle-même sur une association oeuvrant du ponctuel au permanent.

Ainsi, c'est plus sa capacité financière (encaisse disponible et possibilité de crédit), en fonction de l'état du marché tel qu'il le prévoit, qui limitera le volume d'achat d'un grossiste, plutôt que sa capacité de stockage. Contre une somme assez modique (500 F.CFA la tonne en 1978 à Abidjan), la présence d'un autre magasinier à ses côtés lui permet d'entreposer un arrivage lorsqu'il manque lui-même de place ; elle lui permet aussi de s'absenter pour affaire personnelle, récupération d'argent, transaction ou autre activité éventuelle, sans pour cela être obligé de recourir à un aide ou à un salarié permanent. A l'inverse, l'insuffisance de son encaisse, la rareté des produits, les risques encourus, etc... peuvent le pousser à s'associer avec d'autres commerçants ou même à dépendre de l'un d'eux.

Un seul grossiste peut être le véritable acheteur ou servir de caution pour un chargement qu'il redistribue ensuite à ses partenaires. Souvent d'ailleurs, plusieurs personnes sont attachées à un même magasin. Leurs

relations sont alors complexes et vont de l'aide familiale à l'association. Aide familial, salarié ou gérant participe au bénéfice du grossiste et tire parfois des gains personnels de transactions effectuées par lui-même ou en son absence. Les associés, quant à eux, ne sont pas non plus toujours sur le même pied d'égalité. Certains ne sont à l'origine que des aides ou des gérants qui ont réussi à travailler en partie à leur propre compte, d'autres sous-louent au premier locataire. La frontière entre ces différentes sortes d'intervenants reste finalement assez *floue*, et chaque cas est lui-même rarement fixé.

Certains collecteurs aussi, cependant établis dans leur propre magasin mais pour le compte d'un autre grossiste qui les préfinance parfois, opèrent en partie pour leur propre compte, sur le même produit ou bien sur un produit différent.

- Des degrés différents de spécialisation.

De telles pratiques se retrouvent chez d'autres catégories d'agents, par exemple chez les acheteuses-revendeuses sur marchés de production ou chez les vendeuses-détaillantes à la consommation. En général, le choix des personnes se fait à l'intérieur des groupes sociaux - du groupe familial au groupe ethnique ou national - mais il répond à la nécessité d'une implantation préalable sur le marché des échanges. C'est pourquoi, notamment, la spécialisation des agents par produits ou groupes de produits se pratique ailleurs que chez les seules détaillantes, et en dehors de toute considération géographique ou même ethnique. Cette spécialisation est en effet liée à la *nature des produits* et à *l'état du marché*.

Le paddy est un des rares produits qui retient l'attention de presque tous les collecteurs, son écoulement étant assuré par le circuit d'Etat. Ce n'est plus le cas des autres vivriers, surtout lorsqu'ils sont périssables, comme la banane plantain, les tubercules et les fruits, qui s'abîment facilement, se stockent peu longtemps et subissent des variations de cours assez sensibles. Il n'est pas étonnant que ces vivriers fassent l'objet d'une collecte par un nombre plus réduit d'agents qui centrent leur activité dessus.

Au sud de Korhogo, par exemple, en pleine zone de production, ce sont toujours les mêmes quelques acheteurs villageois ou sur bascules qui procèdent à l'achat d'ignames, les autres ne s'y intéressant qu'occasionnellement. Quelques produits ne sont jamais retenus par les grossistes en dehors de ceux qui en font leur exclusivité. Le néré, le karité, l'anacarde, le gingembre... à la

production relativement diffuse, voire occasionnelle, exigent quant à eux l'intervention d'un réseau d'agents collecteurs et ne sont aussi regroupés en gros que par quelques commerçants bien particuliers. Une telle spécialisation se fait aussi à la collecte au détail ou demi-gros par les acheteuses-revendeuses dans les zones de production en savane, pour les mêmes produits ou pour des produits plus encore spécifiques ou secondaires comme le miel, la plupart de condiments, les feuilles, etc... produits qui supposent l'accès à une clientèle ou à des méthodes de transformation et de conservation déterminées.

Dans une certaine mesure, le riz peut aussi faire l'objet d'une spécialisation de l'activité de commerçants, mais pour des raisons d'ordre différent. Le manque de disponibilités financières de la part de l'organisme d'Etat chargé de l'achat et de la transformation du paddy, les conditions d'agrément ou l'obligation de payer comptant pour obtenir le produit décortiqué ou importé, limitent le nombre de commerçants grossistes à ceux qui ont la capacité de supporter de telles contraintes. Ils impliquent l'établissement d'un système de relations, horizontales ou verticales, entre commerçants, les autres devant passer par les premiers, en amont comme en aval.

A la consommation, la spécialisation des commerçants, même à l'intérieur d'une même catégorie, apparaît plus évidente ; le marché est quotidien, plus morcelé et peut être plus sensible, alors que les sources d'approvisionnement sont plus nombreuses. A Abidjan, cette spécialisation est parfois poussée à l'extrême, à un seul produit. Elle est par contre atténuée dans les centres secondaires où le marché est nettement moins étendu et la demande relativement moins diversifiée du fait d'une plus grande homogénéité de la population et, en partie, des revenus.

Ainsi, toujours à Korhogo, le riz (circuit d'Etat) et le maïs (en provenance du Centre-Ouest) sont quasiment les seuls vivriers retenus par les grossistes-magasiniers qui ne vont pas eux-mêmes sur les lieux de la production mais se fournissent auprès d'autres commerçants. Cependant, ces deux céréales retiennent aussi l'attention des autres grossistes-magasiniers qui procèdent, quant à eux, à la collecte d'autres vivriers.

D'ailleurs, qu'ils soient simples revendeurs ou qu'ils soient aussi collecteurs, près de la moitié de ces grossistes de Korhogo pratiquent une *activité supplémentaire* à celle du seul commerce de vivriers de base. Un tiers de ces derniers font un autre commerce : autres produits agricoles, engrais, boissons, produits manufacturés ou divers. Certains installent une petite boutique dans leur magasin. D'autres vendent des matériaux de construction,

fournissant petites villes et villages dans un secteur florissant mais non suffisamment vaste pour justifier l'implantation de commerçants spécialisés dans ces localités ; dans les plus grands centres, ils présentent l'intérêt de vendre au détail et d'accepter de pratiquer le crédit. Quelquefois, ces commerçants s'associent, en profitant du retour d'un camion de vivriers envoyé à Abidjan, pour s'approvisionner en gros ou demi-gros et réduire certains de leurs coûts. Quelques uns, même, vendent des sacs de sel ou achètent des marchandises locales (comme des marmites artisanales) à l'occasion de leur voyage sur les marchés ruraux lors de la collecte. Ceux qui ont conservé une activité agricole ont tendance à s'intéresser aux cultures spéculatives (fruits, coton, riz). Si un certain nombre, enfin, possèdent un véhicule de transport (rarement plus), c'est plutôt dans le but de faciliter leur activité commerciale ou pour répondre à une opportunité souvent sans suite.

- Une large échelle d'activités.

Etat du marché et capacités de chacun pourraient expliquer le degré d'intensité de l'activité des commerçants, *en volume et dans le temps*, plus encore à la production où le marché est moins permanent et moins diversifié.

Sur les marchés urbains de consommation, chaque vendeuse, du moins celle qui peut être qualifiée de véritable professionnelle, s'attache à un marché où elle occupe quasiment toujours la même place, place d'ailleurs implicitement considérée comme réservée. A la production, les commerçants procédant à la collecte hors marchés tendent d'abord à assurer la réussite de leur activité dans une zone donnée, les transactions ayant un contenu fortement personnalisé. Les marchés n'y sont par contre qu'hebdomadaires, selon la semaine locale ou civile ; les acheteurs, au détail ou en gros, les fréquentent selon un certain roulement, mais quelques uns vont d'une zone à l'autre, lorsqu'ils ne s'abstiennent pas une partie de l'année. Les critères essentiels deviennent *opportunités et possibilités*.

Le tiers de collecteurs sur bascules, recensés au cours d'une même campagne sur les marchés situés dans le sud du département de Korhogo, ne fréquentaient qu'occasionnellement ces marchés ; ils profitaient de l'abondance des vivriers dans cette zone pendant la pleine période de commercialisation mais restaient plutôt attachés à d'autres zones. La moitié des autres collecteurs, soit aussi à peu près un tiers de l'ensemble, n'étaient que des acheteurs villageois qui n'exerçaient leur activité qu'à demeure ou sur le marché le plus proche. Une partie du tiers restant disparaissaient à leur tour lorsque les quantités offertes devenaient trop faibles.

Il en est un peu de même, mais à un degré moindre, pour les acheteuses-revendeuses sur les mêmes marchés. Ces commerçantes ont nettement tendance à s'attacher étroitement à une zone encore plus réduite de marchés. Leur nombre baisse aussi, mais dans des proportions moins sensibles, lorsque les quantités offertes diminuent. Les acheteuses-revendeuses ne peuvent en effet fréquenter quotidiennement les marchés de production, absorbées qu'elles sont quand même par leurs tâches familiales et surtout par la revente au détail sur un marché de consommation proche, quelquefois après transformation de leurs produits. De plus, leur volume d'affaires, donc leur bénéfice, se situe à un niveau bien inférieur, niveau qui ne leur permet pas de supporter certains coûts et certains risques mais les oblige à une activité permanente ; ceci est d'autant plus vrai qu'elles doivent assurer l'approvisionnement de leur propre groupe.

La diversité des agents commerciaux, à l'intérieur d'une même catégorie et bien entendu en fonction de l'offre et de la demande, peut donc moduler, voire freiner, les phénomènes de concurrence. Cela semble plus sensible entre collecte et redistribution, c'est à dire au stade du regroupement en gros des vivriers. Le nombre d'intervenants y est plus faible. Les *capacités nécessaires* à l'exercice de l'activité sont plus importantes. Offre et demande sont éloignées l'une de l'autre, alors que le marché est affecté par le fait que beaucoup de produits ne sont pas durablement ni facilement stockables.

A la collecte à la production par contre, comme à la revente à la consommation, les intervenants sont multiples. Le marché est lui-même plus *transparent* alors que producteurs et consommateurs semblent acquérir une meilleure position. Les premiers tendent à étaler leurs ventes, pressés qu'ils sont par une demande en croissance continue. Les seconds modifient leurs modèles de consommation, au profit notamment du riz et de produits importés, contraints qu'ils sont par l'évolution comparée des prix comme des revenus, ou encore de la vie urbaine.

Il n'en subsiste pas moins une diversité flagrante des échelles d'activités entre les différents commerçants, diversité que la multiplicité n'a pu véritablement entamer. Pour ne prendre qu'un exemple extrême, les rizières du Nord du pays ont été approvisionnées à la fin des années 1970 pour plus de la moitié de leur tonnage par seulement quelques commerçants qui représentaient souvent moins de 10 % de l'ensemble de leurs fournisseurs. Si plus du quart de ces derniers ne parvenaient à livrer que moins de 5 tonnes de paddy, près des deux-tiers moins de 20 tonnes, quelques commerçants ont apporté sous leur nom entre 500 et 1.000 tonnes chacun.

Les moyens organisés ou dégagés par l'Etat - Caisses rurales d'Epargne et de Prêt, Banque nationale de Développement agricole, Sociétés locales ou sectorielles d'encadrement - restent contraignants, limitent le nombre de personnes pouvant bénéficier d'un crédit et libèrent des prêts souvent insuffisants. Seul le système privé pouvait mieux répondre aux besoins exprimés par les producteurs, en particulier le secteur commercial en contact permanent et direct avec eux et qui détient des garanties suffisantes, la production, par son activité même. Cependant, les capacités du secteur commercial peuvent aussi être limitées du fait de l'immobilisation de capital que de telles pratiques impliquent. Cela place le producteur dans une situation difficile ; le prix des prêts accordés est élevé, et il est par ailleurs souvent obligé de "brader" une partie de sa production dès après récolte, même s'il essaie par la suite d'étaler ses ventes.

Ces pratiques sont significatives du lien existant entre producteurs et commerçants. Elles procèdent de rapports personnalisés et se caractérisent par une souplesse certaine, contrairement au secteur d'Etat (ou considéré comme tel), que ce soit en matière de crédit, d'encadrement ou d'achat (sociétés de développement, rizeries, coopératives). Le secteur privé a une fonction qui dépasse finalement son simple rôle de commercialisation. Il a l'avantage de posséder la qualité essentielle d'être *disponible*, bien évidemment à condition qu'il en retire un *bénéfice* en conséquence.

- Des facteurs favorables à une concurrence limitée mais certaine

Pour en revenir aux seuls agents commerciaux, les rapports économiques qu'ils établissent entre eux, vont de l'indépendance à la dépendance totale, souvent au gré des moments ou des situations, c'est à dire du marché.

Certes, à la collecte de la production comme à la redistribution vers la consommation, certains agissent pour le compte d'autres commerçants. Ils sont préfinancés ou sinon trouvent là le moyen d'assurer leur approvisionnement ou l'écoulement de leur marchandise. Ils gardent généralement la possibilité de jouer sur les prix, en aval ou en amont, et n'hésitent pas à se réserver une partie de leur activité ; la *souplesse* des accords passés avec ceux pour lesquels ils travaillent le leur permet.

De même, l'approvisionnement à crédit, par exemple pour une vendeuse au détail, oblige rarement le commerçant à se fournir chez la même personne. La seule obligation reste le paiement au plus tard après écoulement du lot engagé. Liberté est laissée à ce commerçant de se fournir par la suite chez un concurrent

met le commerçant dans une situation différente selon qu'il se place dans la partie amont ou la partie aval de la transaction. Ce commerçant doit aussi tenir compte des contraintes qu'il subit par ailleurs, notamment sa capacité à supporter un report d'encaisse ou ses obligations à l'égard de ses propres fournisseurs.

La pratique du crédit se raréfie d'autant plus que les transactions se situent au stade de gros ou vers la production ; les *volumes* mis en cause sont d'un autre ordre de grandeur, ou bien les relations commerciales sont *moins personnalisées ou plus distantes*. Nombre de magasiniers-grossistes des centres de consommation, et même à Abidjan, doivent attendre d'avoir écoulé une bonne partie de leurs stocks, en général plusieurs semaines, avant de pouvoir se réapprovisionner. Cela constitue un facteur limitant de l'activité, ce qui est moins le cas à la vente au détail à la consommation où le roulement s'effectue en quelques jours.

A la *production*, la pratique du crédit reste exceptionnelle. La disposition d'une encaisse importante est nécessaire aux grossistes collecteurs, d'autant plus que le transport suppose une organisation et des charges élevées relativement à la valeur livrée dans les centres de consommation (du quart au tiers le plus souvent) (1). Le nombre des intervenants a tendance à s'élever et les volumes à diminuer au fur et à mesure que la distance entre production et consommation se réduit. Certaines transactions tiennent même du détail, et à une large échelle, lorsqu'il s'agit d'un centre urbain approvisionné par sa propre zone environnante.

Il arrive que le crédit se pratique à la production, mais alors en sens inverse. Le collecteur achète des vivriers au paysan quasiment avant récolte, sur pied ou à un prix convenu très bas ; il peut aussi lui prêter une somme d'argent ou bien lui céder à crédit de la marchandise ou des produits dont il a besoin. En effet, dans le nouveau système de production qui se met en place - croissance des cultures d'exportation, nouvelles techniques, recours à une main-d'oeuvre extérieure, évolution des structures socio-économiques, monétarisation des rapports, etc...- les *besoins* tendent à précéder la production qu'ils commandent et dont ils modulent les rapports. La recherche de leur satisfaction devient le garant du développement du nouveau système de production.

(1) Cf. S.E.D.E.S. 1972 " La commercialisation des vivriers. Etude économique" Minist. du Plan de la Rép. de Côte d'Ivoire, Abidjan, vol. 1, 155 p. multigr.

Les moyens organisés ou dégagés par l'Etat - Caisses rurales d'Epargne et de Prêt, Banque nationale de Développement agricole, Sociétés locales ou sectorielles d'encadrement - restent contraignants, limitent le nombre de personnes pouvant bénéficier d'un crédit et libèrent des prêts souvent insuffisants. Seul le système privé pouvait mieux répondre aux besoins exprimés par les producteurs, en particulier le secteur commercial en contact permanent et direct avec eux et qui détient des garanties suffisantes, la production, par son activité même. Cependant, les capacités du secteur commercial peuvent aussi être limitées du fait de l'immobilisation de capital que de telles pratiques impliquent. Cela place le producteur dans une situation difficile ; le prix des prêts accordés est élevé, et il est par ailleurs souvent obligé de "brader" une partie de sa production dès après récolte, même s'il essaie par la suite d'étaler ses ventes.

Ces pratiques sont significatives du lien existant entre producteurs et commerçants. Elles procèdent de rapports personnalisés et se caractérisent par une souplesse certaine, contrairement au secteur d'Etat (ou considéré comme tel), que ce soit en matière de crédit, d'encadrement ou d'achat (sociétés de développement, rizeries, coopératives). Le secteur privé a une fonction qui dépasse finalement son simple rôle de commercialisation. Il a l'avantage de posséder la qualité essentielle d'être *disponible*, bien évidemment à condition qu'il en retire un *bénéfice* en conséquence.

- Des facteurs favorables à une concurrence limitée mais certaine

Pour en revenir aux seuls agents commerciaux, les rapports économiques qu'ils établissent entre eux, vont de l'indépendance à la dépendance totale, souvent au gré des moments ou des situations, c'est à dire du marché.

Certes, à la collecte de la production comme à la redistribution vers la consommation, certains agissent pour le compte d'autres commerçants. Ils sont préfinancés ou sinon trouvent là le moyen d'assurer leur approvisionnement ou l'écoulement de leur marchandise. Ils gardent généralement la possibilité de jouer sur les prix, en aval ou en amont, et n'hésitent pas à se réserver une partie de leur activité ; la *souplesse* des accords passés avec ceux pour lesquels ils travaillent le leur permet.

De même, l'approvisionnement à crédit, par exemple pour une vendeuse au détail, oblige rarement le commerçant à se fournir chez la même personne. La seule obligation restée le paiement au plus tard après écoulement du lot engagé. Liberté est laissée à ce commerçant de se fournir par la suite chez un concurrent

de son précédent fournisseur ou auprès de toute source d'approvisionnement. En sens inverse, ce fournisseur peut accepter ou refuser de céder sa marchandise à crédit. Ce système aussi à l'avantage de rester souple et d'assurer approvisionnement et écoulement pour chacun des partenaires. Cette *assurance* est d'autant plus intéressante, voire nécessaire, que les transactions se font dans un espace relativement clos comme c'est le cas de la redistribution à la consommation urbaine.

La pratique du crédit n'est pas réservée au seul commerce de vivriers et même de produits alimentaires. Elle concerne largement l'ensemble du commerce. Cependant, le marché des vivriers est, de ce point de vue aussi, peut être plus sensible. La demande est quotidienne et en pleine croissance ; les possibilités de substitution entre produits n'empêchent pas qu'elle soit incompressible (du moins à court terme). La plupart de ces produits sont peu ou pas stockables. La revente finale à la consommation est très diffuse ; elle suit l'*évolution des revenus* dans le temps comme dans l'espace, et les volumes et les sommes engagés sont le plus souvent très faibles. Les intervenants sont multiples et l'entrée dans la branche d'activité reste ouverte.

Le jeu de tous ces éléments constitue un frein à toute pratique de *monopole* ou de *blocage du marché*. Il n'est pas étonnant que ce ne soit guère que le riz qui aurait pu faire l'objet d'une certaine rétention de la part de commerçants et peut-être de producteurs (1975-1977-1981). Parmi les vivriers, c'est quasiment le seul produit dont la commercialisation est encadrée et l'accès conditionné au stade de gros, donc limité, alors que sa demande est la plus forte et en expansion. C'est aussi le vivrier le plus facilement conservable, et à long terme, alors qu'une grande partie de son achat évite le détail (vente courante par sacs de 60 à 100 kg).

En dehors des variations saisonnières et des véritables crises, les tensions sur le marché de certains vivriers (pénurie ou prix élevés), semblent d'une autre nature. Elles résultent plutôt des *déséquilibres* entre offre et demande ou au niveau des revenus. Le riz a pris de l'importance au détriment d'autres vivriers ; il est d'une manipulation facile (conservation, préparation) et d'un rapport calorie/prix intéressant. La consommation de ces autres vivriers tend à se restreindre, à devenir occasionnelle ou à prendre un caractère de luxe.

Ainsi, le mil, un des aliments traditionnels de base des populations de savane, voit sa production freinée par celle de cultures plus spéculatives ; il est de plus en plus réservé à une consommation d'appoint ou à certaines

périodes ou encore à de fêtes religieuses, parfois jusque dans les zones de production. De même, le maïs est de plus en plus détourné vers la consommation animale, et l'arachide pourrait l'être vers la transformation industrielle, ce qui a provoqué une hausse de leur prix dès la production. Quant à l'igname, son cas est exemplaire : la fragilité du produit et le niveau relativement élevé de son prix à la production, surtout pour les variétés les plus appréciées du Nord-Est, ajouté à ses coûts de collecte et de transport, entraînent des difficultés d'écoulement sur les marchés de consommation, même à Abidjan, où le niveau général des revenus ne suit pas.

Plusieurs catégories d'intervenants peuvent se côtoyer jusqu'à se faire concurrence à différents stades d'un même circuit de commercialisation. Les marchés de consommation sont approvisionnés à la fois par des grossistes-magasiniers de tailles diverses, les détaillantes et les micro-détaillantes, ou encore les collecteurs eux-mêmes. La collecte à la production, sur marchés comme parfois hors marchés, se fait à la fois par des grossistes et par des commerçantes achetant des lots moins importants ou au détail. A l'inverse, il peut arriver qu'une catégorie de commerçants ait véritablement mainmise sur certains marchés, en dehors de toute considération de quantités ou de nature des produits. C'est le cas de quelques marchés ruraux, près de Korhogo, où les acheteuses-revendeuses sont si bien implantées que les collecteurs sur bascules n'ont plus aucun intérêt à s'y rendre. Mais ces marchés sont précisément secondaires.

D'une manière générale, les catégories d'agents se différencient tout autant par leur *rôle* spécifique que par la mesure de leurs capacités. Ainsi, pour reprendre le même exemple sur les marchés ruraux de la région de Korhogo, les acheteuses-revendeuses retiennent une gamme de produits beaucoup plus large que ne le font les collecteurs sur bascules qui, eux se limitent aux vivriers de masse. De plus, elles assurent l'écoulement de la production quand celle-ci se fait au détail. Tout autant que de concurrence, il s'agit bien là de rôles complémentaires.

* .

* * .

* .

Capacités propres et insertion dans un système de relations à caractère social ou personnalisé prononcé marquent donc de façon fondamentale l'activité des agents commerciaux. Plus que du seul marché des vivriers et même du marché des produits alimentaires, cela semble d'ailleurs le fait de l'ensemble du secteur commercial. C'est que ces secteurs, comme la plupart des secteurs tertiaires, s'insèrent eux-mêmes dans un système économique global, profitent d'une certaine atomisation de l'offre ou plus encore de la demande pour faire jouer à leur avantage des mécanismes de redistribution des revenus.

A bien des égards, le marché des vivriers est un marché plus sensible et pratiquement incompressible, bien qu'en constante évolution. Etant donné le cadre dans lequel il fonctionne, il est un secteur d'activités particulièrement ouvert mais à certains niveaux seulement. Le grand nombre de ses agents, donc la faiblesse du volume d'affaires de la plupart et l'importance de la fonction qu'ils exercent, constituent des facteurs à première vue négatifs mais déterminants quant à un équilibre socio-économique plus général.

La majeure partie de ce marché des vivriers passe cependant entre les mains de véritables professionnels, caractère qui ne se mesure pas tant par rapport aux volumes traités par chacun mais en fonction du résultat de leur action. Cette action, qui consiste à mettre en relation offre et demande, devient d'autant plus difficile à mener qu'offre et demande correspondent de moins en moins. Le secteur commercial privé a réussi à mettre sur pied un système qui pourrait être le garant d'une efficacité. En favorisant certains types de relations entre les agents intervenant à tous les niveaux, ce système assure à chacun un minimum de possibilités, voire de stabilité, et permet donc en retour aux mécanismes de concurrence de jouer dans une large mesure.

L'évolution différenciée de l'offre et de la demande peut raisonnablement faire douter de la suffisance d'un secteur. Mais elle pose en réalité le problème plus vaste de la répartition des activités, des moyens et des revenus dans l'ensemble de l'économie ivoirienne.