

## **« Lorsque le gros maigrit, le maigre meurt » : l'organisation du commerce de l'oignon en Afrique de l'Ouest**

*Olivier David et Paule Moustier \**

Le rapport du commerce régional africain au commerce national et international fait l'objet de nombreux débats. Le commerce régional est souvent présenté comme un commerce d'opportunité fragilisant l'émergence d'un commerce national compétitif. Ainsi, le commerce de manioc, légumes et produits animaux du Zaïre vers le Congo et la République centrafricaine a été longtemps traité comme une activité irrégulière, voire illégale, qui « casserait » les prix des denrées sur les marchés de Bangui ou Brazzaville [CNA, 1989; Souka, 1991]. Ce serait surtout la difficulté à maîtriser ces flux informels par des politiques de taxation qui serait considérée comme négative pour les économies nationales.

Cependant, et de manière plus récente, le commerce régional a également été présenté par les politiques comme une opportunité de substitution à moindre coût aux importations d'Europe, ou comme un complément en termes de débouchés aux exportateurs africains traditionnellement portés vers des marchés européens où la concurrence s'accroît [voir notamment les travaux de la CMA-AOC, Conférence des ministres de l'Agriculture de l'Afrique de l'Ouest et du Centre].

C'est ainsi la notion même d'« intégration régionale », pourtant souvent citée comme une évidence, qui pose question. Si l'intégration est définie comme la mise en complémentarité d'espaces nationaux avec des cadres socioculturels et politiques convergents, il est légitime de se demander si le commerce régional répond effectivement à un tel objectif.

Afin de dépasser des présupposés délibérément favorables ou défavorables au commerce régional, une approche centrée sur les stratégies et organisations des acteurs du commerce nous semble particulièrement éclairante. Les résultats de ces stratégies ne doivent pas être évalués par les seuls critères de coût, concurrence et transparence, mais prendre en compte l'objectif de minimisation des risques dans un environnement d'instabilité et d'information imparfaite, ainsi que les effets directs et indirects sur le développement d'un capital productif [Baris, Couty, 1981; Lambert, Egg, 1994; Moustier, Leplaideur, 1996]. Cette approche appliquée au domaine des céréales montre que le commerce régional est dominé par des oligopoles de commerçants grossistes qui entretiennent des relations de

---

\* Chercheurs CIRAD-FLHOR.

hiérarchie et de crédit avec leurs fournisseurs et distributeurs, relations qui renvoient à la notion de réseau [Egg, Igué, Coste, 1988; Lambert, Egg, 1994]. Le réseau peut être qualifié comme une série de connexions d'acteurs en termes de liens territoriaux, familiaux, historiques, culturels, ainsi que de relations hiérarchiques, de dépendances et d'obligations [Devisse, 1972; Dufourt, 1995]<sup>1</sup>. Ces réseaux s'avèrent efficaces en termes de circulation de crédit et d'information et de stabilité dans l'approvisionnement des urbains.

Nous proposons ici de tester la pertinence de ces démarches sur le commerce de l'oignon à destination d'Abidjan, capitale économique de la Côte-d'Ivoire. Ce commerce fait l'objet d'échanges régionaux et internationaux particulièrement intéressants et dynamiques, mais jusqu'alors mal documentés.

En Afrique, dans un contexte d'urbanisation croissante, les légumes représentent un enjeu commercial de plus en plus important. Cependant, le caractère fortement périssable de la plupart des légumes et la quasi-inexistence d'infrastructures de stockage adaptées expliquent que ces produits soient surtout cultivés en zone périurbaine et échangés sur de courtes distances. Le commerce régional des légumes frais est de faible ampleur, et joue sur des complémentarités saisonnières entre pays voisins – c'est le cas des échanges entre le Sénégal et la Guinée-Bissau par exemple [David, Moustier, 1993]. Dans le groupe des légumes, l'oignon offre une spécificité marquée : sa durée de conservation avant dégradation de sa qualité est relativement longue – plus de trois mois – et il existe des infrastructures de stockage permettant d'augmenter fortement cette durée. Ces caractéristiques expliquent que l'oignon puisse faire l'objet d'un commerce de longue distance. Ainsi, en 1995, il représentait plus de la moitié des échanges de légumes entre les pays d'Afrique de l'Ouest (données FAO).

L'oignon est plus périssable que des produits comme les céréales et son commerce présente donc des risques plus élevés, d'autant plus que le marché est plus étroit. Nous nous demandons si le commerce de produits du cru, plus périssables et moins stratégiques que les produits céréaliers, met en œuvre des formes d'organisation similaires, et présente les mêmes atouts en termes de stabilité de l'approvisionnement urbain et de compétitivité. Nous nous interrogeons également sur la capacité d'adaptation de ce commerce à un environnement changeant, alors que les échanges ont connu deux fortes perturbations en 1994 : la dévaluation du franc CFA et l'arrêt des mesures préférentielles de la CEAO en faveur des produits du cru. Le commerce régional d'un produit local peut-il faire l'objet d'une organisation marchande compétitive, pérenne, et motrice d'un développement productif?

Dans un premier temps, nous précisons les méthodes de collecte des données présentées. Puis nous décrivons les caractéristiques de l'oignon en termes de production et de consommation qui s'avèrent déterminantes dans l'organisation des échanges. Nous présenterons ensuite les espaces de l'approvisionnement d'Abidjan en oignons, et la place qu'occupe le commerce régional dans les flux

---

1 Nous utiliserons le terme plus neutre de filière pour désigner l'ensemble des agents économiques qui contribuent directement à la production, puis à la transformation et à l'acheminement jusqu'au marché de réalisation d'un même produit [Duruflé, Fabre, Yung, 1989].

globaux et l'organisation socioéconomique du commerce régional, en termes de relations entre les opérateurs. Enfin nous évaluerons le fonctionnement de cette organisation en termes de coût de l'approvisionnement des consommateurs relativement à des sources d'approvisionnement alternatives, ainsi qu'en termes de capacité d'adaptation et d'effets sur le secteur productif.

## Méthode

L'analyse de l'approvisionnement d'Abidjan en oignons a été menée de 1994 à 1997<sup>2</sup>. Le protocole de recherche est axé sur : l'analyse des déterminants des choix de consommation des ménages urbains; le repérage des systèmes d'approvisionnement dans l'espace et le temps; l'analyse des contraintes, stratégies et revenus des agents de la production et du commerce et la mise en évidence des formes d'organisation des systèmes d'approvisionnement; le suivi d'indicateurs sur l'approvisionnement des marchés (prix, quantité, qualité); l'analyse historique des changements dans les systèmes d'approvisionnement et les stratégies d'acteurs.

Ce protocole s'appuie sur la série d'enquêtes suivantes : enquêtes de consommation; suivis sur les marchés; entretiens auprès de producteurs et commerçants. Les données secondaires disponibles sont très limitées ou obsolètes. En particulier, l'enquête budget-consommation en Côte-d'Ivoire date de 1979, avant le programme d'ajustement structurel et la dévaluation du franc CFA. Les registres des douanes donnent des indications sur la nature du chargement des camions et leur tonnage. Les informations communiquées directement aux postes frontières sont plus exactes que celles qui sont officiellement diffusées par la direction générale des douanes, mais les quittances sont très incomplètes, et les données recueillies auprès des importateurs s'avèrent plus fiables [David, 1997].

Les enquêtes de consommation ont porté sur 100 ménages à Abidjan, 100 à Ouagadougou et 50 à Bobo-Dioulasso. Les ménages ont été choisis de manière raisonnée en fonction de leur quartier et type d'habitation. Les questions ont porté sur les dépenses en oignons, les préférences en termes de qualité, les sources d'approvisionnement, les variations de comportement en fonction des prix et des budgets disponibles.

L'identification des systèmes d'approvisionnement a été conduite à partir de l'aval, c'est-à-dire des marchés d'Abidjan, Bouaké, Bobo-Dioulasso, Ouagadougou et Niamey. Sur ces marchés terminaux ont été réalisées des enquêtes auprès d'un échantillon de détaillantes<sup>3</sup> afin de suivre la variation des provenances de l'oignon selon les périodes de l'année. Sur ces marchés ont également été relevés les cours de l'oignon au détail, les coûts de commercialisation, les volumes vendus et les marges réalisées. Les relevés ont été conduits à une fréquence mensuelle d'octobre 1994 à fin 1995. C'est à partir du relevé des quantités achetées par les détaillantes, de la durée de vente déclarée et de la provenance des marchandises

2 Cette analyse fait l'objet d'une thèse en géographie par O. David (direction université de Nanterre, accueil CIRAD-FLHOR).

3 Dix détaillantes par marché pour six marchés de la ville représentatifs de la diversité socioéconomique des quartiers urbains.

qu'a été estimé le pourcentage d'oignons provenant des différentes zones de production et d'importation.

Une fois les opérateurs identifiés, des entretiens ouverts ont été menés auprès d'une centaine de détaillants et demi-grossistes, une cinquantaine de grossistes et importateurs d'Abidjan, Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, ainsi qu'une vingtaine de transporteurs. Les questions ont porté sur l'historique des activités, l'accès aux moyens de fonctionnement et à l'information, les relations entre fournisseurs et distributeurs, les relations avec les pouvoirs publics, ainsi que les résultats chiffrés de l'activité (coûts, prix, volumes et bénéfices). Ce travail s'est avéré particulièrement délicat pour les importateurs – une dizaine à Abidjan – tant ces opérateurs privés sont réticents aux investigations d'individus « étrangers » à leur réseau. Au bout d'un an, les plus importants d'entre eux ont toutefois accepté d'ouvrir leurs cahiers de comptes<sup>4</sup>. D'autres ont accepté de tenir des cahiers de dépenses durant les trajets effectués entre les zones de production et le marché terminal. Enfin, plusieurs voyages dans des camions d'oignons du Niger à Abidjan ont permis d'observer les transactions et d'interroger plus librement les opérateurs. Des informations chiffrées, notamment le niveau des prélèvements douaniers, ont été croisées avec les déclarations d'autres opérateurs, en particulier les agents des douanes.

Pour connaître les caractéristiques de la production d'oignons, des enquêtes ont été effectuées auprès des producteurs du Niger (Gaya, Madaoua, Keïta, Birni n'Konni), du Bénin (Malanville), du Burkina Faso (Koudougou) et de Côte-d'Ivoire (Korhogo). Une première enquête rapide sur large échantillon (420 exploitants) avec des données de base sur l'exploitation a permis de dresser des typologies par pays et de choisir une centaine d'« exploitations types » auprès desquelles a été passé un questionnaire approfondi sur les pratiques culturelles, les déterminants de la mise en marché et les relations avec les commerçants.

### Consommation, production et approvisionnement

Au terme de ces différentes enquêtes et analyses, on peut dire qu'Abidjan, avec ses trois millions d'habitants, représente un des plus gros marchés africains pour l'oignon en Afrique de l'Ouest. Les dépenses des consommateurs ont été estimées à plus de 10 milliards de francs CFA en 1996. En 1996, l'oignon représente 21 % des dépenses en légumes des ménagères s'approvisionnant sur les marchés d'Abidjan et près de 4 % de leurs dépenses alimentaires<sup>5</sup>. La consommation moyenne a été estimée à 7 kilos par habitant et par an, soit 21 500 tonnes. L'oignon est présent dans l'ensemble des plats pour ses valeurs odorantes et gustatives. Les enquêtes suggèrent une faible élasticité de la demande par rapport aux prix et aux revenus. Les comportements d'achat, au bulbe ou « à la tranche », lorsque le pouvoir d'achat diminue, témoignent d'un fort attachement à ce produit. L'oignon n'est pas un condiment accessoire. Les caractéristiques de sa

4 Ces cahiers répertorient les quantités d'oignons vendues à crédit à leurs clients habituels. Ils mentionnent donc les volumes distribués et les prix de vente.

5 Enquête effectuée auprès de 100 ménages abidjanais de Yopougon et d'Adjamé en novembre 1994 et renouvelée en novembre 1996. Source : O. David.

consommation donnent aux opérateurs du commerce des marges de manœuvre importantes pour augmenter les prix sans pénaliser le volume de leurs débouchés.

En termes de qualité, plus de 70 % des ménagères expriment des préférences pour l'oignon violet cultivé au Niger, au Burkina Faso et en Côte-d'Ivoire, plutôt que l'oignon jaune de Hollande, ou l'échalote de Côte-d'Ivoire, du fait de son goût jugé plus piquant et de sa faculté à « épaissir » les sauces [David, Moustier, 1996]. Les différences entre les préférences pour les qualités d'oignons disponibles sont surtout liées à l'ancienneté de l'installation en ville et au statut professionnel. Ainsi, l'urbanisation favorise la diversification de la demande [David, Fondio, Moustier, 1997].

Le Niger, qui produit environ 200 000 tonnes d'oignons par an, est le premier pays producteur de la zone sahélienne. La principale zone de production au Niger est localisée dans un triangle formé par les trois villes de Tahoua, Birni n'Konni et Madaoua, toutes trois situées dans le département de Tahoua, entre le massif de l'Ader et la frontière du Nigeria. Dans cette région, l'oignon est la principale culture commerciale. Il est surtout cultivé en saison sèche, et irrigué à partir de motopompes individuelles. Les récoltes s'étalent de mars à juin, et le stockage peut atteindre six mois. Dans la région de Gaya-Malanville est cultivé un oignon plus précoce récolté dès décembre. Cette pratique se développe également dans les environs de Madaoua.

Le Burkina Faso connaît une importante croissance de sa production d'oignons depuis plusieurs années. Évaluée autour de 25 000 tonnes au début des années quatre-vingt-dix, elle dépasse les 40 000 tonnes en 1995. Par ailleurs, la qualité des oignons produits permet aux producteurs et commerçants de pratiquer un stockage sur cinq à six mois.

En Côte-d'Ivoire, la qualité est également une caractéristique de la production. Ce pays bénéficie des travaux d'amélioration d'un projet de la FAO qui, dans la zone de Korhogo, a travaillé dix années à l'élaboration d'une variété adaptée aux conditions agroclimatiques de la région, sur la base d'un matériel végétal d'origine nigérienne : le violet de Galmi. La commercialisation de ces semences sélectionnées auprès des producteurs ivoiriens explique la production naissante observée dans ce pays : 3 500 tonnes en 1994, 4 800 tonnes en 1995.

Jusqu'à la fin des années quatre-vingt, le marché d'Abidjan était approvisionné d'août à février par les oignons importés d'Europe (à plus de 90 % des Pays-Bas) et de mars à juillet par ceux du Niger. Au début des années quatre-vingt-dix, les commerçants nigériens diversifient leurs zones d'approvisionnement et acheminent sur Abidjan un oignon cultivé dans la région nigéro-béninoise de Gaya-Malanville. Celui-ci, récolté dès décembre, arrive sur les marchés ivoiriens en janvier. Il en va de même pour ceux produits au Nigéria et commercialisés par les Nigériens. Par ailleurs, la maîtrise du stockage permet à l'oignon nigérien de se maintenir sur Abidjan jusqu'à la mi-octobre. En 1991, le Niger exportait 20 000 tonnes vers la Côte-d'Ivoire. Alors que l'oignon hollandais approvisionnait ce pays d'août à mars dans les années soixante-dix et quatre-vingt, son créneau de vente se réduit de septembre à février au début des années quatre-vingt-dix.

Avec la dévaluation du franc CFA, les importations européennes enregistrées à Abidjan chutent de 25 000 tonnes (leur niveau moyen de 1984 à 1994) à 5 000 tonnes

en 1994. En revanche, les oignons en provenance du Niger passent de 29 500 tonnes en 1993 à 34 000 tonnes en 1994 dont 19 000 sont consommées à Abidjan [David, 1997]. Mais le renforcement du flux nigérien ne suffit pas, en 1994, à satisfaire la demande urbaine. Que ce soit en période d'abondance ou de pénurie, la filière nigérienne, bien que nettement majoritaire, a vu ses parts de marché se réduire entre 1994 et 1995. Elle doit composer avec un flux croissant d'oignons et d'échalotes en provenance de Côte-d'Ivoire qui constituent plus de 20 % des flux en 1995 alors qu'ils étaient pratiquement négligeables en 1994 (fig. 1). Des oignons du Burkina Faso sont également présents mais leur commercialisation semble davantage viser le marché de fin d'année, période devenue fort rémunératrice depuis le net ralentissement des importations européennes causé par la dévaluation.

Figure 1 – Évolution de la répartition des oignons par origine sur les marchés d'Abidjan (1994-1995)

en % *	Période d'abondance		Période de pénurie	
	Jun 1994	Jun 1995	Octobre 1994	Octobre 1995
Niger	75	60	45	39
Hollande	0	0	55	22
Burkina Faso	13	8	0	13
Côte-d'Ivoire	0	28	0	20
Échalote de RCI	2	4	0	6
Échalote du Mali	10	0	0	0

\* en % des volumes totaux commercialisés par 60 détaillantes de six grands marchés d'Abidjan : Adjamé, Treichville, Yopougon, Abobo, Koumassi et Marcory.  
Source : Enquêtes O. David.

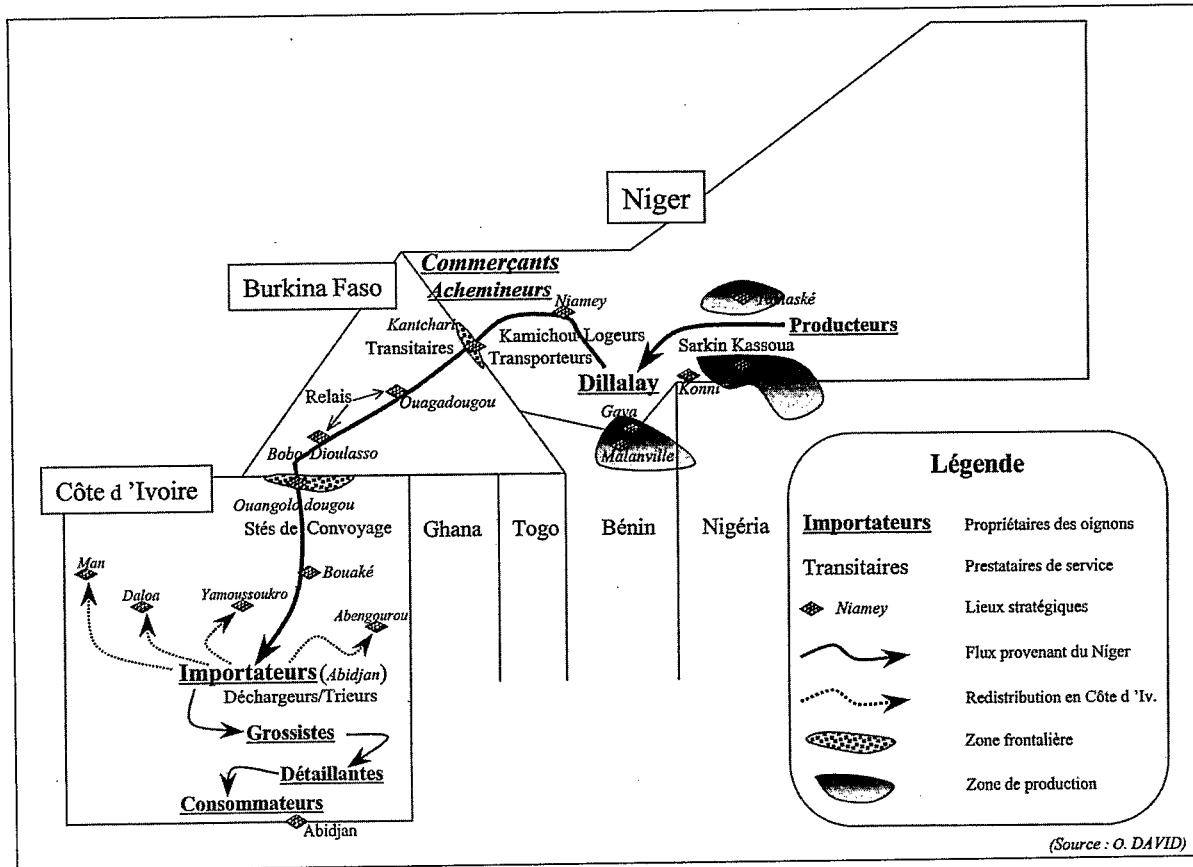
## Les acteurs de l'approvisionnement

Différents opérateurs acheminent l'oignon jusqu'au consommateur final – plus de 2 500 kilomètres entre le département de Tahoua et Abidjan – et entretiennent des relations pour exercer leurs activités commerciales. Le dernier maillon est représenté par les détaillantes (fig. 2)<sup>6</sup>.

D'après nos estimations, on compte environ 10 000 détaillantes d'oignons dans la ville d'Abidjan, qui commercialisent individuellement de faibles volumes (en moyenne 130 kilos par mois). Elles s'approvisionnent auprès de 150 demi-grossistes, eux-mêmes ravitaillés par des grossistes importateurs basés à Abidjan, au nombre de dix environ. Les grossistes importateurs sont ravitaillés

6 Les acteurs du commerce de détail sont du sexe féminin, tandis que la plupart des autres opérateurs du commerce de l'oignon sont masculins.

Figure 2 – La filière d'approvisionnement d'Abidjan en oignons du Niger



en oignons du Niger par des grossistes expéditeurs basés au Niger, au nombre de trente environ, répartis dans les différentes zones de production. Ces expéditeurs se chargent de l'affrètement de camions en provenance de Niamey pour la collecte de l'oignon et son transport jusqu'à Abidjan en sacs d'une centaine de kilos, reconditionnés à Abidjan par les grossistes importateurs ou les demi-grossistes. La plupart d'entre eux, appelés *dillalay* (sing. *dillali*), possèdent des magasins de stockage dans les zones de production. D'autres n'en possèdent pas et s'approvisionnent auprès des *dillalay*. Nous appellerons ces intermédiaires des commerçants achemineurs.

Les grossistes sont liés à un certain nombre de prestataires de services qui n'exercent pas de transfert de propriété sur les produits, comme les transitaires chargés de remplir les formulaires de douane, les convoyeurs qui accompagnent les convois de camion et négocient au plus bas les montants réclamés par les douaniers et autres agents de l'administration, ainsi que toute une série de logeurs, de manutentionnaires et d'informateurs sur lesquels nous reviendrons.

Les grossistes importateurs achètent également l'oignon de Hollande auprès des importateurs libano-syriens et ivoiriens, qui dirigent des sociétés d'importation de produits agroalimentaires.

Les oignons qui proviennent du Burkina Faso empruntent plusieurs moyens de transport. Certains sont transportés par camions de faible tonnage ou par voiture dont la taille permet d'emprunter des routes secondaires et de franchir discrètement les frontières. D'autres sont commercialisés par des femmes ivoiriennes qui se déplacent en bus, les sacs d'oignons emportés comme bagages personnels. Des commerçants ivoiriens et burkinabé s'approvisionnent également à Koudougou, grand marché d'oignons burkinabé, acheminés par train vers la Côte-d'Ivoire. Ce commerce risque cependant de se réduire depuis que le RAN (réseau Abidjan-Niamey) a été racheté par des opérateurs privés réunis au sein du consortium Sitarail et que les arrêts dans la gare de Koudougou sont passés de sept à deux par semaine.

### *Les liens entre commerçants de l'oignon nigérien*

La dizaine d'importateurs nigériens basés à Abidjan constituent les véritables « têtes » de réseaux oligopolistiques. Ce sont eux qui décident des volumes à faire venir du Niger et des prix d'achat à leurs fournisseurs. Le plus ancien importateur est appelé *Sarkin Albaça*, ce qui signifie « chef des oignons <sup>7</sup> ». Ce chef est propriétaire de cinq camions de trente tonnes. Il est le plus important commerçant d'oignons d'Abidjan. Les importateurs se réunissent une fois tous les deux mois autour de leur « chef » pour discuter de la politique de commercialisation du Niger en Côte-d'Ivoire. L'oligopole <sup>8</sup> maintient

7 Tous les termes en italiques sont du dialecte haoussa, la langue parlée par tous les opérateurs du commerce régional de l'oignon nigérien, hormis les détaillantes.

8 La structure du marché est à la fois oligopolistique et oligopsonique, nous utiliserons le terme d'oligopole pour la désigner.



son hégémonie par différentes stratégies, parmi lesquelles la maîtrise de la diffusion sur les marchés par un réseau de « fidèles » demi-grossistes en aval et le contrôle de l'information relative aux volumes en circulation et donc aux prix.

À l'aval, à Abidjan, les demi-grossistes nigériens se fournissent quasi exclusivement auprès de « leurs » importateurs. Plusieurs demi-grossistes opèrent par quartiers d'Abidjan et constituent les relais attirés des grossistes importateurs. Leur fidélité se paie en retour d'un crédit, payable sur vingt, trente jours ou plus selon les saisons. Le délai permet aux demi-grossistes de pratiquer à leur tour un différé de paiement à l'égard des détaillantes et de fidéliser ainsi leur clientèle. Cette dépendance financière est essentielle au contrôle du marché par les grossistes importateurs. En échange, les demi-grossistes d'Abidjan peuvent stocker 20 à 50 sacs d'oignons chacun, ce qui permet aux importateurs de faire occasionnellement entrer l'équivalent de 10 à 20 camions à Abidjan sans que cette offre supplémentaire perturbe les prix.

En amont, au Niger, les grossistes expéditeurs qui souhaitent acheminer leur marchandise sur Abidjan téléphonent à l'un des importateurs pour connaître les prix en cours, l'état de saturation du marché et obtenir le feu vert pour se rendre dans la ville ivoirienne. Le degré de connivence entre l'expéditeur et le réceptionnaire importateur garantira la qualité des informations transmises. Les grossistes importateurs, qui concentrent l'ensemble de l'information relative aux flux, peuvent anticiper les prix à la baisse ou à la hausse lors de leurs négociations. Nous avons observé que le « chef » des oignons a occasionnellement laissé entendre que ses camions arrivaient pleins alors qu'ils sont à moitié vides du fait de ventes en cours du voyage. Il a également affirmé à d'éventuels fournisseurs que ses camions étaient sur la route vers Abidjan alors qu'ils roulaient vers une autre destination. Notons également que les grossistes importateurs confortent leur pouvoir de négociation des prix en diversifiant leurs activités et leurs sources de revenus, notamment par l'import-export de produits alimentaires transformés, même si le commerce de l'oignon est la première activité en termes de chiffre d'affaires.

Tous les importateurs cherchent à avoir une information globale sur les flux en provenance du Niger. Ils ont pour cela leurs « hommes de confiance » ou *barai* (sing. *bara*) localisés dans certains villages, à Niamey ou à l'entrée de Côte-d'Ivoire, à Ouangolodougou, où se trouvent les sociétés de convoiage. Ces sociétés, tout comme les autres *barai* localisés au Niger, informent les importateurs d'Abidjan des volumes en circulation. La traversée du Burkina Faso demeure source de nombreuses incertitudes, notamment sur les conditions générales de transport, le temps de traversée et les frais à engager. Et le projet de mettre en place une société de convoiage dès l'entrée au Burkina Faso reste un objectif à atteindre pour les leaders de la filière nigérienne. En attendant, les plus puissants d'entre eux entretiennent des relations individuelles avec quelques « contacts » à Ouagadougou ou Bobo-Dioulasso.

Quoi qu'il en soit, un grand écart persiste entre les fournisseurs nigériens et les acheteurs d'Abidjan quant à la connaissance relative aux flux. Nous nous trouvons ici dans une situation typique d'asymétrie d'information. Mais cette

supériorité dans le contrôle de l'information s'accompagne de services en retour, en particulier financiers. Les grossistes importateurs d'Abidjan paient comptant un chargement entier provenant du Niger. Un grossiste expéditeur qui souhaiterait s'adresser directement aux demi-grossistes pour contourner l'oligopole mettrait une semaine à distribuer son chargement et plus d'un mois à récupérer son argent. Sans compter qu'un tel acte l'exclurait d'une série de services (hébergement à Abidjan, prêt d'argent, cadeaux...) qui accompagnent les transactions menées avec les grands importateurs d'Abidjan. Par ailleurs, les importateurs peuvent soutenir financièrement leurs fournisseurs lorsque ceux-ci sont mis en difficulté lors du trajet (panne, accident) ou à l'arrivée (taux de perte trop important). Les différents opérateurs de la filière qui travaillent avec un grand commerçant d'Abidjan ont tous, un moment ou un autre, une dette envers lui ou une reconnaissance personnelle qui joue en faveur de leur « fidélité » à son égard.

Au niveau des zones de production, les grossistes importateurs ont des relations avec un intermédiaire particulier, le *dillali*. Le *dillali* doit son caractère incontournable à sa parfaite connaissance de l'ensemble du marché de la région de production dans laquelle il est implanté (zones de stockage, prix, qualité) et ses informations sont d'autant plus précieuses que l'on s'éloigne de la grande période de production (avril-juin). Cet « intermédiaire » concentre d'importants stocks qu'il collecte au niveau de plusieurs bassins de production. Il est également lui-même grand commerçant, expéditeur vers la Côte-d'Ivoire. C'est lui qui reçoit les grossistes expéditeurs, les loge et les nourrit; qui les oriente vers des intermédiaires situés au niveau des villages et qui les met en contact avec d'autres partenaires pour acheter les sacs et leurs « chapeaux » ou pour charger ces sacs sur les camions.

Le *dillali* doit son autorité auprès des producteurs à sa fonction initiale de principal acheteur de leurs oignons, surtout à l'époque récente où la majorité des villages étaient isolés de la route goudronnée. Le *dillali* était alors l'intermédiaire qui collectait les oignons pour les regrouper dans son village de bord de route (Galmi, Tamaské, Badéguichéri...) où se rendaient les acheteurs. En moins de six années (1988-1994), avec le désenclavement des zones de production de la basse vallée de la Tarka (sous l'impulsion d'un projet FED) ou de l'Ader (projet FAO), les acheteurs ont pu mener leurs camions jusque dans les villages et une série d'intermédiaires locaux est apparue. Depuis cette période, le *dillali* maintient son statut d'intermédiaire privilégié en durcissant ses positions : multiplication des crédits usuraires auprès des producteurs à partir de prêts de campagne pour financer la campagne d'oignons ou de prêt de sacs de céréales en période de soudure, formation plus systématique de stocks et envois croissants de chargements vers les villes du littoral, dont Abidjan. Il en résulte une relation d'intérêts réciproques entre lui et l'importateur même si ces intérêts sont parfois divergents (envois répétés pour les *dillalay* contre maintien d'un prix suffisamment rémunérateur au niveau d'Abidjan pour les importateurs). Certains *dillalay* ont été installés par des importateurs d'Abidjan et sont devenus leur *bara* fidèle, d'autres entretiennent des liens privilégiés avec certains importateurs mais apparaissent ouvertement hostiles à d'autres. Cette structure bicéphale a favorisé, depuis les

événements de 1994, la constitution de sous-réseaux au sein de la filière nigérienne reliant certains *dillalay* fournisseurs à quelques importateurs réceptionnaires privilégiés.

En conclusion, les importateurs forment un véritable oligopole et entretiennent avec leurs fournisseurs et distributeurs demi-grossistes des relations de type réseau où circulent crédit, information, droits et obligations. À l'exception des détaillantes ivoiriennes, les relations de confiance et de fidélisation sont cimentées par une même appartenance religieuse et politique, ainsi que par une origine territoriale commune : le département de Tahoua, d'où beaucoup sont partis au départ dans le cadre de migrations saisonnières. Les demi-grossistes doivent souvent leur installation à Abidjan comme commerçants aux grossistes importateurs.

Les propriétaires des camions 30 tonnes qui sont utilisés pour ce commerce sont également nigériens, tout comme les transitaires situés aux frontières du Burkina Faso et de la Côte-d'Ivoire. Nigériens également, les logeurs qui accueillent les commerçants de passage à Niamey et Abidjan, ainsi que les intermédiaires chargés de mettre en relation commerçants et producteurs.

Des services multiples sont opérés au sein de la filière, au-delà des simples transactions marchandes. Certains sont rémunérés, d'autres non. Certains des agents qui les offrent sont influents, d'autres constituent l'indispensable prolétariat du réseau. Tous fonctionnent selon les logiques sociales et économiques inspirées de la culture haoussa : des échanges marchands accompagnés de multiples services. Un ciment culturel fort, puisant sa cohésion dans un islam pieux et dans le partage de l'expérience du déracinement et du voyage à l'échelle de l'Afrique de l'Ouest [voir Grégoire et Labazée, 1993]. Tous reçoivent la confiance d'au moins un des grands importateurs d'Abidjan, moteurs de cette filière qui compte quelque 13 000 Nigériens. Le commerce de l'oignon nigérien s'inscrit dans une organisation complexe basée sur le respect de chefs... et de chefs riches, auxquels on est généralement redevable. Organes vitaux du réseau, ce sont eux qui doivent être protégés en priorité, pour la survie du groupe entier, comme le traduit un adage haoussa fréquemment inscrit au fronton des camions qui circulent entre le Niger et la Côte-d'Ivoire : « Lorsque le gros maigrît, le maigre meurt. »

### *Les liens entre commerçants nigériens et importateurs d'oignon hollandais*

Les grossistes importateurs nigériens sont liés aux importateurs d'oignon hollandais par des relations de crédit. L'achat des oignons européens représente d'importantes sommes d'argent, notamment durant la période de pénurie, et le remboursement s'effectue généralement une fois la marchandise écoulée. Ce crédit est d'autant plus intéressant pour les commerçants nigériens qu'il leur permet d'acheter les oignons du Niger au comptant au moment de la récolte. Le crédit accordé par les importateurs d'oignons européens permet donc à la filière nigérienne de se réamorcer lorsque se termine la période de pénurie.

Par ailleurs, les oignons de Hollande sont livrés dans des sacs qui comportent de nombreux avantages. Ils ont tout d'abord un maillage espacé qui permet une

bonne aération des oignons. Les sacs provenant de Hollande ont par ailleurs une capacité de 20 kilos, alors que les sacs de jute provenant du Niger contiennent 100 à 120 kilos. Or, en période de pénurie, l'achat d'un sac de 115 kilos chez un grossiste nigérien peut dépasser les 45 000 francs CFA (octobre-novembre), ce qui limite les clients et freine la commercialisation. Les sacs de 20 kilos correspondent alors davantage au niveau de trésorerie des clients. Ainsi, tous les oignons provenant du Niger sont systématiquement reconditionnés dans des sacs de Hollande au niveau des importateurs nigériens ou de leurs demi-grossistes. L'arrêt d'importations de Hollande supprimerait du même coup l'importation de ces sacs, à moins que la dévaluation n'encourage les Nigériens à entrer directement en contact avec des fournisseurs européens.

Les transactions entre l'ensemble des opérateurs des oignons engagent non seulement des marchandises, mais également leur conditionnement, ainsi que des relations de crédit, d'information et de fidélisation, qui les rendent particulièrement interdépendantes et solides, comme le suggère la théorie des transactions associées [voir Bardhan, 1992].

### Formation des prix et compétitivité de la filière nigérienne

Nous abordons à présent les résultats de ces transactions en termes de formation des prix, marges et réaction aux changements de leur environnement économique, notamment la dévaluation. La figure 3 permet d'approcher la formation des prix de l'oignon nigérien en 1993 et 1995.

Figure 3 – Formation du prix du sac d'oignon le long de la filière nigérienne en 1993 et 1995

en FCFA/kg	Prix de vente		Coûts payés par l'agent		Marge nette (gagnée par l'agent – nette de coûts)		Marge nette (en % du prix de vente)	
	1993	1995	1993	1995	1993	1995	1993	1995
Producteur	26	75	18	35	8	40	9	11
Dillali	33	82	2	2	5	5	5	1
Commerçant achemineur	105	156	50	72	22	2	24	1
Grossiste importateur	122	176	8	9	9	11	10	3
Demi-grossiste	140	244	5	6	13	62	14	18
Détaillante	194	496	18	21	36	231	39	66
Total	194	496	101	145	93	351	100	100

Les données de 1995 proviennent d'enquêtes effectuées auprès de chaque niveau d'opérateurs. Les données de 1993 sont des estimations établies à partir d'entretiens rétrospectifs et de divers rapports. Sources : Enquêtes O. David.

De ces estimations, nous retiendrons surtout les points suivants :

a) le différentiel de prix entre l'achat au producteur et la vente au détail a fortement augmenté entre 1993 et 1995 : 168 francs CFA le kilo en 1993, contre 421 en 1995 ;

b) le taux de marge au stade détail est très élevé et a fortement augmenté en 1995 : la marge nette de coûts de la détaillante représente près de 70 % du prix de vente final en 1995, 40 % en 1993 ;

c) les coûts absorbent une grande partie des marges des commerçants grossistes : 60-70 francs CFA par kilo jusqu'au marché de détail ; ces coûts sont constitués à 40 % par des frais de transport et à 40 % par des versements de taxes, officielles pour la moitié et illicites pour le reste ;

d) les marges au kilo, nettes de coûts, étaient assez équilibrées entre producteurs et grossistes importateurs en 1993 et sont devenues bien plus élevées pour les producteurs en 1995.

Nous analysons tout d'abord l'augmentation du prix de détail de l'oignon nigérien, en la mettant en relation avec l'augmentation du prix de l'oignon hollandais depuis la dévaluation (*fig. 4*).

Figure 4 – Évolution du prix des oignons hollandais et nigériens entre 1993 et 1995 (stade grossiste)

(en FCFA par kilo)	Oct.-nov. 1993 *	Oct.-nov. 1994	Oct.-nov. 1995
Prix FOB – Pays-Bas	54	160	120
Prix CAF – port Abidjan	134	269	232
Prix de mise en marché **	168	331	294
Prix oignons du Niger	157	304	209

\* En 1993, 1 FF = 50 FCFA. À partir de 1994, 1 FF = 100 FCFA.

\*\* (Oignon hollandais).

Sources : O. DAVID, travaux d'enquêtes.

Le prix de mise en marché de l'oignon hollandais à la sortie du port d'Abidjan double entre 1993 et 1994 pour passer de 168 francs CFA par kilo à 331 francs CFA. Les importateurs ont réussi à obtenir un coût de transport sensiblement équivalent entre ces deux années (80 francs CFA le kilo contre 70 avant la dévaluation). Mais les taux de droit de douane se sont maintenus en s'appliquant à une valeur de référence exprimée en francs français, d'où un doublement des taxes. Par ailleurs, le prix initial de l'oignon aux Pays-Bas a lui même augmenté, correspondant à une pénurie d'oignons à destination de l'Afrique consécutive à l'ouverture de nouveaux marchés néerlandais vers la Russie et l'Europe orientale.

Les opérateurs de la filière de l'oignon nigérien ont répercuté sur celui-ci la hausse du prix de l'oignon hollandais. Dans un contexte général de forte inflation sur les biens de consommation, les demi-grossistes et les détaillantes ont cherché à maintenir leur pouvoir d'achat en augmentant les produits de leurs ventes, ce qui implique une forte hausse du prix de revente étant donné les faibles volumes qu'elles commercialisent. Alors que le prix de l'oignon a moins que doublé entre

avant et après la dévaluation au niveau des importateurs, il est passé d'environ 250 à 600 francs CFA le kilo (octobre-novembre) au détail.

Ainsi, les différentiels du prix de l'oignon ne peuvent être mis en relation directe avec le degré de concurrence du marché, puisque celui-ci est beaucoup plus élevé au niveau d'un commerce de détail très atomisé que du commerce de gros très concentré; or c'est au niveau du commerce de détail que les taux de marges sont les plus élevés. Outre la structure du marché, les objectifs de revenus des opérateurs économiques, ainsi que l'élasticité de la demande, sont déterminants dans la formation des prix.

Le prix final a été également renchéri par l'augmentation des taxes officielles. En janvier 1994 prend fin la CEAO (Communauté économique de l'Afrique de l'Ouest) qui permettait la libre circulation des produits du cru entre les États membres (Bénin, Burkina Faso, Côte-d'Ivoire, Mauritanie, Mali, Niger, Sénégal). Le manque à gagner des États devait être compensé par une surtaxe touchant les produits exportés hors de la CEAO, mais ce mécanisme n'a pas été effectif. En attendant la mise en place de nouvelles tarifications douanières dans le cadre de l'UEMOA (Union économique et monétaire ouest-africaine), c'est généralement le régime de droit commun propre à chaque État qui prévaut, ce qui se traduit par l'application des droits de douane en Côte-d'Ivoire et la hausse des assiettes tarifaires sur lesquelles sont appliqués les taux des taxes au Burkina Faso (fig. 5).

*Figure 5 – Évolution des tarifs douaniers officiels entre la période de la CEAO et la période de droit commun (mi-94/mi-96), le long de l'axe Niger-Côte-d'Ivoire*

en FCFA par sac	Période CEAO	Période droit commun
Sortie du Niger	assiette : 3 000 FCFA	assiette : 3 000 FCFA
• Taxe statistique (4,5 %)	135	135
• Surtaxe (poste secondaire)	65	65
Transit du Burkina Faso	assiette : 8 000 FCFA	assiette : 15 000 FCFA
• Taxe sur les volumes	50	50
• Fonds de garantie (0,25 %)	20	37,5
• Heure suppl. (facultatif)	17,5	17,5
• Achat de documents (CTR)	1	1
Dédouanement en Côte-d'Ivoire	assiette : 4 000 FCFA	assiette : 8 000 FCFA
• Droit de douane (5 %)	-	400
• Droit fiscal (10 %)	400	800
• TVA (2,5 %)	100	200
Total	788,5	1706

Sources : Entretiens auprès des commerçants et des douaniers [O. David].

Pour la filière nigérienne, à partir de 1994, 12 % des frais officiels incombent à la sortie du Niger, 6 % à la traversée du Burkina Faso et 82 % à l'entrée en Côte-d'Ivoire. Dans un tel contexte, l'oignon produit en Côte-d'Ivoire et dispensé de

toute taxe de dédouanement bénéficie d'un avantage marchand réel. Il en va de même des oignons burkinabé qui entrent le plus souvent en Côte-d'Ivoire sans être déclarés. À l'exception du commerce ferroviaire, le commerce s'est constitué à partir de Ouagadougou ou de Bobo-Dioulasso, en contournant les contraintes liées au durcissement des passages de frontière. Ces inégalités entre les filières se retrouvent dans le prix final des différents oignons au niveau d'Abidjan. En moyenne pour l'année 1995, celui en provenance du Niger se vend 496 francs CFA le kilo, légèrement moins cher que l'oignon hollandais (512). Celui du Burkina Faso arrive au consommateur à 471.

Pendant, les opérateurs de la filière nigérienne restent leaders et réussissent chaque année à commercialiser plus d'oignons vers la Côte-d'Ivoire : 29 500 tonnes en 1993, 34 000 en 1994, 39 000 en 1995, plus de 50 000 en 1996<sup>9</sup>. Ce résultat a été atteint par une réorganisation profonde du réseau, réduisant la fonction de certains opérateurs et concentrant les forces entre les mains de quelques autres, comme le montre, dans la figure 3, la distribution des marges entre les principaux opérateurs.

Les événements importants de cette période sont la forte hausse des marges des producteurs, des demi-grossistes et des détaillantes, et la quasi-disparition du statut de commerçant achemineur.

Les producteurs ont bénéficié d'une nette amélioration de leurs revenus. Les prix moyens de mise en marché sont passés de 3 000 à 8 600 francs CFA le sac de 115 kilos (de 26 à 75 francs CFA le kilo dans le tableau<sup>10</sup>). Il s'agit ici d'une volonté délibérée des commerçants (importateurs soutenus par leurs partenaires *dillalay*) d'inciter les producteurs à produire plus alors que ceux-ci auraient pu être tentés de ralentir la culture après la hausse des coûts de production et l'incertitude quant à l'avenir des conditions de commercialisation générées par la dévaluation. La hausse de la production a partiellement comblé le manque à gagner provoqué par la réduction des volumes importés d'Europe et a permis aux commerçants nigériens de conforter leur position sur le marché régional de l'oignon.

La hausse des marges des producteurs, garants des quantités commercialisables, et des demi-grossistes et détaillants, garants du bon écoulement du produit sur le marché final, s'est faite au détriment des commerçants achemineurs. Ces derniers ont subi la hausse des coûts de commercialisation provoquée par l'arrêt de la CEAO et par la dévaluation du franc CFA et se sont retrouvés pris entre deux pôles décisionnels puissants : le *dillali* et le grossiste importateur. La fonction de grossiste expéditeur isolée du stockage ne devenait plus rentable et ce métier a quasiment disparu. Des commerçants qui pratiquaient la phase d'acheminement ont été réduits au rang de commissionnaires, au service des *dillalay* (exportateurs) ou des importateurs, si ce n'est au rang de clients, voire

9 Estimations effectuées avec l'aide des professionnels de la filière.

10 Ces valeurs ont été calculées à partir des prix de la période de récolte (avril) et des premiers mois de stockage (jusqu'en juillet). Au niveau des prix pratiqués par les producteurs à la seule période de récolte, le sac s'est vendu à 4 000 francs CFA en 1995 contre 1 500 en 1993. Par contre, la valeur d'un sac destiné à rembourser un emprunt s'est maintenue à 1 500/2 000 francs CFA jusqu'en 1995, ce qui a encouragé les commerçants à pratiquer le crédit au désavantage des producteurs.

d'obligés, prêts à effectuer des voyages à perte pour rembourser une dette qu'ils ont contractée auprès d'un de ces grands commerçants.

Nous arrivons là au cœur du fonctionnement du réseau nigérien. La répartition des revenus le long de la filière montre comment le réseau a pu s'adapter aux évolutions du marché par la concentration des pouvoirs et l'intégration des fonctions. Un autre aspect de la capacité d'adaptation du réseau est sa faculté d'articulation avec le commerce national et international.

### **Concurrence et complémentarité des filières sur le marché d'Abidjan**

Après la dévaluation, un renforcement de la concurrence entre commerce régional, national et international était attendu. En fait, ce sont les articulations qui se sont renforcées, sous l'impulsion des « têtes » du réseau régional.

L'analyse de l'organisation du commerce régional a montré trois raisons qui expliquent que la filière nigérienne laisse une place aux oignons européens, et ce même après la dévaluation : le maintien d'une bonne rémunération du marché, le crédit délivré par les importateurs d'oignons hollandais aux commerçants nigériens et l'importance des sacs de conditionnement des oignons hollandais.

Un des effets de la politique d'incitation menée en 1994 et 1995 par les grands commerçants nigériens en faveur des producteurs du Niger a été, en 1996, la hausse importante de la production nationale et une diminution du prix de mise en marché entre 1995 et 1996. Nous estimons que la production nigérienne commercialisée sur le marché ivoirien est passée de 39 000 tonnes à plus de 50 000 tonnes entre 1995 et 1996. En 1996 (de janvier à juin), l'oignon s'est vendu en moyenne 31 francs CFA le kilo. Or, au Burkina Faso, le kilo dépassait les 52 francs CFA. La stratégie développée par les commerçants burkinabé a donc été de cesser de commercialiser les oignons de leur pays et d'aller en acheter, dès le mois de mai 1995, au Niger (Tamaské). Les oignons burkinabé ont été stockés afin d'être vendus ultérieurement, à un prix plus rémunérateur, au Burkina Faso mais aussi en Côte-d'Ivoire, jusqu'à Abidjan.

Devant cette croissance des flux d'oignons burkinabé en 1996, les importateurs nigériens en ont acheté pour les insérer dans leur propre circuit de distribution. Ce choix s'explique par leur crainte de voir se mettre en place de nouveaux réseaux non nigériens de grossistes et demi-grossistes. Mais plus encore, l'oignon burkinabé a permis aux importateurs nigériens d'augmenter le volume de leurs achats et de faire baisser encore davantage le prix d'achat de l'oignon nigérien aux *dillalay*. Il y avait là une volonté délibérée des importateurs nigériens de profiter de la concurrence de leurs fournisseurs pour affaiblir certains *dillalay* en quête de plus de pouvoir dans la filière.

Cette politique de diversification des sources d'approvisionnement a également profité aux oignons de Côte-d'Ivoire, promus par les grossistes de Korhogo et d'Odienné, et dont une partie de la commercialisation en direction des grandes villes de Côte-d'Ivoire passe par le réseau nigérien implanté en Côte-d'Ivoire. Dès 1994, le plus grand importateur d'oignons européens décide d'investir dans l'oignon ivoirien en rachetant une partie délaissée de l'ancien complexe de la Sodefel, dans le Nord de la Côte-d'Ivoire. L'augmentation de l'offre en provenance du Niger, du



Burkina Faso et de Côte-d'Ivoire, a encouragé ces derniers à prospecter de nouveaux marchés d'écoulement, notamment en direction du Ghana (Koumassi).

La période 1994-1996 a révélé l'extraordinaire dynamisme des grands opérateurs nigériens, ivoiriens et burkinabé impliqués dans l'importation sur Abidjan. La diversification des sources d'approvisionnement reflète la complémentarité des flux de différentes origines, complémentarité entretenue par la demande des consommateurs désireux de maintenir une certaine diversité entre les différents oignons et échalotes commercialisables dans la région, et prêts à payer un prix élevé pour cette diversité.

\*

Précisons tout d'abord que les analyses que nous avons présentées devraient être affinées, notamment par un suivi plus précis des revenus globaux des différents opérateurs, même si ce type d'analyse est particulièrement difficile. D'une manière générale, la collecte de données sur le commerce régional de l'oignon implique une longue et profonde immersion dans le milieu des commerçants et transporteurs, ainsi que des méthodes indirectes et croisées pour la quantification des flux à différents points de transaction et à différentes périodes de l'année. Cet investissement est indispensable pour obtenir des informations fiables, souvent contraires aux idées reçues.

Loin d'être un commerce informel d'opportunité, le commerce de l'oignon en Afrique de l'Ouest apparaît en effet comme un commerce géré par des professionnels qui témoignent d'une grande faculté de réaction aux changements de leur environnement. Comme le commerce régional des produits céréaliers, ce commerce est piloté par des oligopoles de grossistes basés en ville, qui orchestrent un réseau de commerçants fournisseurs et de demi-grossistes distributeurs. Cet oligopole peut être considéré comme générateur de rentes; cependant, il se montre capable de les moduler en fonction des évolutions des coûts et de la concurrence. Par contraste avec le commerce régional céréalier, il s'appuie sur des bassins de production africains dont il se montre capable de susciter le développement productif par des prix incitateurs aux producteurs et la prospection de nouvelles zones d'approvisionnement. Enfin, ce commerce n'échappe pas au prélèvement de lourdes taxes officielles et non officielles.

En termes de compétitivité, le fonctionnement du réseau nigérien ne joue pas en faveur d'une substitution systématique aux importations européennes; il a plutôt intérêt à les maintenir à un certain niveau pour bénéficier de crédits avantageux, favorables d'ailleurs au commerce des produits locaux. Par ailleurs, le haut niveau des prix de détail est surtout dû à la faiblesse des volumes mis en jeu par les distributeurs finaux, demi-grossistes et détaillants, plutôt qu'à la structure du marché et des coûts. Ainsi, l'accès au crédit, pour l'ensemble des opérateurs du commerce, semble particulièrement déterminant dans les marges de manœuvre pour l'abaissement des prix finaux et la régression des importations.

Le cas du commerce régional de l'oignon en Afrique de l'Ouest montre la complémentarité des trois échelles de commercialisation, nationale, régionale et internationale. Dans le cas du marché d'Abidjan, le caractère oligopolistique de ce marché

rend difficile la pénétration de nouveaux réseaux burkinabé et ivoiriens. Cependant, à certaines conditions de volumes, prix et/ou qualité, les commerçants haoussa peuvent se fournir en oignons burkinabé. La distribution de l'oignon burkinabé et ivoirien profite ainsi des réseaux mis en place localement par les commerçants régionaux.

Les réseaux régionaux qui commercialisent l'oignon apparaissent de plus en plus comme le moteur des échanges et de l'approvisionnement urbain, au profit des réseaux nationaux et internationaux avec lesquels des complémentarités organisationnelles et stratégiques sont également établies. Les dynamiques du commerce régional montrent la combinaison de logiques de réseaux oligopolistiques, mais également de logiques concurrentielles et de forte sensibilité aux politiques publiques. Dans le cas de ce marché, l'intégration des différents niveaux de commercialisation, du national à l'international, passe bien par les réseaux régionaux.

## BIBLIOGRAPHIE

- BARDHAN P. [1989], « A Note on Interlinked Rural Economic Arrangements », in P. Bardhan (éd.), *The Economic Theory of Agrarian Institutions*, Clarendon Paperbacks.
- BARIS P., COUTY P. [1981], *Prix, Marchés et Circuits commerciaux africains : quelques propositions pour l'étude de la commercialisation des produits agricoles en Afrique*, note AMIRA, n° 35.
- Conseil national de l'Agriculture (CNA) [1989], *Documents de travail, tome I : Analyse de la situation agroalimentaire*, Brazzaville, ministère du Développement rural.
- DAVID O., MOUSTIER P. [1993], *Systèmes maraîchers approvisionnant Bissau : résultats des enquêtes*, Montpellier, CIRAD-UR ECO-FIL, 7.
- DAVID O., MOUSTIER P. [1996], « La formation de la qualité dans la filière oignon en Afrique de l'Ouest », *Fruits*, 51 (5) : 347-358.
- David O. [1997], « L'oignon face aux évolutions du marché régional : le cas du marché ivoirien », *Marchés tropicaux*, 2246.
- DAVID O., FONDIO L., MOUSTIER P. [1997], « Valorisation des échalotes en Côte-d'Ivoire », actes des *Rencontres internationales de gestion des ressources génétiques des plantes en Afrique des savanes*, Bamako, Mali, 24-28 février 1997, document IER, BRG, Solagral : 173-181.
- DE BON H. [1993], *Commercialisation, Culture et Multiplication de l'oignon en Afrique Soudano-sahélienne*, FAO, programme de coopération pour le développement des productions maraîchères en Afrique de l'Ouest.
- DEVISSE J. [1972], « Routes de commerce et échanges en Afrique occidentale (XI<sup>e</sup>-XVI<sup>e</sup> siècle) », *Revue économique et sociale*, L (1) : 42-73 et (3) : 357-397.
- DUFOURT D. (éd.) [1995], « Économie de l'organisation réticulaire », *Économies et Sociétés*, XXIX (9).
- DURUFLÉ G., FABRE R., YUNG J.-M. [1988], *Les Effets sociaux et économiques des projets de développement rural*, ministère de la Coopération, La Documentation française, série Méthodologie.
- EGG J., IGUÉ J. O., COSTE J. [1988], *Échanges régionaux, Commerce frontalier et Sécurité alimentaire en Afrique de l'Ouest : méthodologie et premiers résultats*, INRA-IRAM-UNB, Paris, IRAM.
- LAMBERT A., EGG J. [1994], « Commerce, réseaux, marchés : l'approvisionnement en riz dans les pays de l'espace séné-gambien », *Cahiers des sciences humaines* : 229-254.
- GRÉGOIRE E., LABAZÉE P. (éd.) [1993], *Grands Commerçants d'Afrique de l'Ouest : logiques et pratiques d'un groupe d'hommes d'affaires contemporains*, Paris, Karthala.
- Inter-Réseaux/APM [1997], *Concertation-contractualisation entre producteurs et opérateurs économiques des filières vivrières*, atelier du 7 au 11 juillet 1997 à Mbalmayo, Cameroun, synthèse du groupe de travail « Information ».
- MOUSTIER P., LEPLAIDEUR A. [1996], *Cadre conceptuel pour l'analyse des acteurs commerciaux en Afrique*, document de travail CIRAD pour la FAO, programme « Approvisionnement et distribution alimentaires des villes d'Afrique francophone ».
- SOUKA J. F. S. [1991], *Urbanisation, Approvisionnement vivrier et Consommation alimentaire en Afrique noire : le cas de Brazzaville*, thèse de doctorat en géographie, université Bordeaux-III.