PN-AAZ-150
ISN 54153

LA DYNAMIQUE DE LA COMMERCIALISATION DES CEREALES AU BURKINA FASO

TOME I

ANALYSE ECONOMIQUE DE LA COMMERCIALISATION DES CEREALES

Jacqueline R. Sherman
Kenneth H. Shapiro
Elon Gilbert

Rapport final
Projet de recherche sur la commercialisation
des céréales au Burkina Faso

Elaboré par
Le Centre de recherche sur le développement économique,
Université du Michigan
et
International Agricultural Programs, Université du Wisconsin
pour
L'Agence des Etats-Unis pour le développement international (USAID)
Contrat n AFR-0243-C-00-2063-00

Mai 1987

PREFACE

Les études sur la commercialisation dans les pays en développement servent souvent à confirmer des préjugés. Deux groupes de chercheurs imbus d'hypothèses diamétralement opposées concernant l'efficacité et la compétitivité d'un même système de commercialisation peuvent parvenir à réunir des arguments concluants à l'appui de leur opinion. Il n'est pas rare que les deux perceptions soient fondées. La présente étude sur la commercialisation céréalière du secteur privé au Burkina Faso corrobore ce principe. La concurrence et la collusion, l'efficacité et l'inefficacité peuvent souvent aller de pair et changer face à de nouvelles conditions. Les dispositions collusoires d'une année risquent de se dissoudre avec l'intensification de l'offre disponible au début d'une mauvaise récolte. L'imposition de restrictions sur les mouvements céréaliers peut s'accompagner d'une accentuation majeure des différences de prix entre les régions.

En effet, il se peut qu'il soit vain de chercher à établir un point d'équilibre dans l'évaluation d'un système de commercialisation entre l'efficacité et la concurrence, d'une part, et l'inefficacité et la collusion, d'autre part. La plupart des systèmes, tout comme dans le cas du Burkina Faso, se situent à un niveau intermédiaire. La tâche du chercheur doit consister à distinguer les éléments du système qui fonctionnent raisonnablement bien de ceux qui doivent être améliorés. La recherche orientée vers la politique, comme l'étude qui nous occupe, doit approfondir la question en vue de définir un ensemble de points à améliorer qui sont susceptibles d'être mis en oeuvre. La définition de cet ensemble doit prendre en compte les objectifs stratégiques gouvernementaux, les contraintes pesant sur l'action gouvernementale et l'existence de mesures d'amélioration réalisables, qui aient fait leur preuve de préférence.

L'étude de la commercialisation céréalière du secteur privé au Burkina Faso s'inscrit dans une démarche plus vaste appuyée par l'USAID/Burkina Faso, laquelle comprend l'aide à la commercialisation du secteur public dont se charge l'OFNACER. La raison d'être essentielle de cette étude réside dans le fait qu'il est indispensable de mieux comprendre la

commercialisation céréalière du secteur privé de manière à identifier les besoins d'amélioration et les rôles éventuels que doivent jouer la politique et les programmes du secteur public, notamment le rôle de l'OFNACER.

L'étude comprend deux volets majeurs: d'une part, les études nationales et urbaines confiées au Centre pour la recherche sur le développement économique (Center for Research on Economic Development -- CRED) à l'Université du Michigan et, d'autre part, les études réalisées au niveau villageois qui ont été menées par les Programmes agricoles internationaux à l'Université du Wisconsin. Le CRED s'est chargé de la coordination générale des travaux de recherche. Le rapport principal présente et intègre les conclusions des deux volets majeurs de l'étude. Une série séparée de rapports de recherche (voir les Tomes III et IV) porte sur les contributions particulières de chercheurs individuels dans le cas des études villageoises et de la mission spéciale du Dr Mahir Saul. Les résultats de la reconnaissance du marché réalisée à l'échelle nationale sont présentés sous la forme d'une série d'études régionales couvrant l'ensemble du pays (Tome II).

L'étude de la commercialisation céréalière privée du Burkina Faso a utilisé diverses méthodologies et a généralement cherché à ne pas restreindre ses vues par l'adhésion à un seul paradigme. Les résultats ont éclairé le système de commercialisation à plusieurs égards. Ces travaux ont également révélé les limites des méthodologies disponibles pour étudier la commercialisation. Par exemple, il n'existe pas de façon simple d'obtenir des informations sur les mouvements céréaliers, lesquelles constituent un volet essentiel des informations nécessaires pour comprendre et contrôler le système de commercialisation. Les études villageoises ont été sérieusement entravées par le fait que la période des recherches sur le terrain a coïncidé avec une mauvaise année culturale, phénomène qui a sérieusement affecté le volume de céréales commercialisées par les producteurs. L'étude des systèmes de commercialisation particuliers aux pays en développement ne revêt toujours pas le caractère scientifique souhaité; et il subsiste un besoin très marqué d'affiner les méthodologies axées sur les besoins et les questions des décideurs. L'étude a néanmoins appliqué des techniques de reconnaissance rapide (RR) au niveau des études villageoises, lesquelles ont révélé le potentiel considérable de cette approche.

Les travaux de recherche sur le terrain compris dans l'étude ont été menés à bien par des équipes de chercheurs du CRED et l'Université du Wisconsin durant 1983-85. Les études sur le terrain et l'analyse ultérieure ainsi que sa rédaction ont été coordonnées par le Dr Jacqueline Sherman, attachée au CRED, dont la longue association avec la commercialisation céréalière au Burkina Faso a rendu son concours extrêmement précieux pour l'effort de recherche. Le Dr Sherman a assuré la direction des études urbaines et nationales.

Le personnel de recherche résidant chargé des études nationales a compris Chantal Dejou qui a conjugué le travail de recherche aux tâches administratives durant la première année du projet avant de pouvoir se concentrer sur les études de RR. Les rapports régionaux (Tome II) qui représentent les documents de travail issus de l'effort de RR devraient s'avérer particulièrement utiles aux chercheurs et aux fonctionnaires concernés par les efforts visant à évaluer et améliorer la commercialisation dans des parties spécifiques du pays. La productivité de Mme Dejou durant la dernière période des travaux de recherche sur le terrain a été largement imputable aux contributions d'une assistante administrative, Marily Knierieman, qui a administré avec énormément de compétence les activités du projet sur le terrain durant sa période critique finale.

Par suite de l'insuffisance anormale des précipitations, trois villages sur quatre de l'échantillon que nous avions choisi étaient des villages déficitaires en 1983-84. Dans la mesure où il était très important que nous comprenions le comportement des producteurs excédentaires et celui des producteurs déficitaires, nous nous sommes efforcés de trouver parmi les autres chercheurs du Burkina Faso une personne détenant des informations sur le comportement des cultivateurs des régions excédentaires en ce qui concerne la commercialisation céréalière. Christopher Pardy, qui fait partie de l'Unité des systèmes agricoles de la SAFGRAD, et le Dr Mahir Saul, attaché à l'Université de l'Illinois, ont voulu collaborer avec nous. Tant l'envergure que la profondeur de nos conclusions sur le comportement des ménages en matière de commercialisation ont sensiblement bénéficié de la collaboration de l'un et l'autre chercheur.

Pardy, qui faisait partie de l'équipe de recherche de la SAFGRAD, avait étudié les cultivateurs dans quatre villages éparpillés dans le Burkina Faso. La SAFGRAD a accepté d'analyser leurs données socio-économiques à

titre de contribution à notre rapport final (Tome III, Rapport de recherche n°4). Nous avons apporté notre soutien conjoint à cette démarche.

Saul avait travaillé à Baré, près de Bobo-Dioulasso; ses données étaient compatibles avec les nôtres. Il a accepté de collaborer avec nous et nous avons repris son poste à son départ. L'association de Saul avec le projet a été relativement brève, mais le rapport de sa mission consultative (Tome IV, Rapport de recherche n°5) a fortement marqué l'esprit de toutes les personnes concernées par l'étude. S'appuyant sur son abondante recherche relative à la commercialisation au Burkina Faso, le Dr Saul a pu mettre en lumière les conditions et les relations contribuant à interpréter et à qualifier les résultats des autres volets de l'étude.

Les efforts conjoints déployés par les membres de l'équipe des études villageoises recrutée par l'Université du Wisconsin ont amélioré notre compréhension du rôle des cultivateurs dans le marché. Ils nous ont également permis d'élaborer et d'éprouver des hypothèses concernant le comportement des ménages parmi les groupes socio-économiques et les zones écologiques. Charles May a concentré son analyse sur la compréhension du comportement des cultivateurs dans la zone déficitaire (Tome III, Rapport de recherche n°2). Il s'est également chargé de la tâche gigantesque de superviser la collecte des données dans tous les sites, à quoi s'ajoutait la coordination et la supervision du codage, du traitement et de la saisie sur micro-ordinateur des données issues des études villageoises. Le Dr Constance McCorkle a effectué l'étude de cas de Dankui (Tome III, Rapport de recherche n°1). Ira Green s'est concentrée sur la compréhension de la commercialisation dans la région de la Volta Noire (Tome IV, Rapport de recherche n°6). Ellen Szarleta s'est attachée à comprendre le comportement des cultivateurs de Baré, l'un des villages excédentaires (Tome III, Rapport de recherche n°3).

Savoir si l'étude qui suit permet ou non de mieux comprendre les systèmes de commercialisation et les méthodologies présidant à l'étude de ces systèmes est une question qui revêt moins d'importance que l'utilité des conclusions pour le Burkina Faso. Nous estimons que l'existence et la contribution du système particulier à la commercialisation céréalière privée sont compatibles avec les objectifs stratégiques de la révolution tels que nous les comprenons. Nous estimons également que cette contribution peut

être fortement accrue et nous voulons croire que la présente étude aidera le gouvernement dans cette tâche.

Elon H. Gilbert
Banjul, La Gambie

Jacqueline R. Sherman
Boston, Massachusetts

Kenneth H. Shapiro
Madison, Wisconsin

Mai 1987

REMERCIEMENTS

Le succès de ce vaste projet, qui a été mené sur le terrain, était subordonné aux efforts déployés par d'innombrables personnes: celles qui ont participé au stade initial de la proposition, celles qui ont coordonné les moyens logistiques qui ont permis aux chercheurs de parvenir à pied d'oeuvre, et toutes celles qui ont contribué à forger des liens de coopération avec le gouvernement hôte, à établir des relations de travail et à gagner la confiance des agriculteurs, des commerçants, et de tous ceux qui ont aidé les chercheurs à analyser les données, et à élaborer le rapport final. La qualité de nos travaux de recherche n'aurait pas atteint un tel niveau, sans cette assistance collective.

Nous désirons, en tout premier lieu, rendre hommage aux efforts des nombreux commerçants et agriculteurs qui nous ont épaulés au cours des 15 mois que nous avons passés sur le terrain. Nous n'aurions pas été en mesure d'achever nos travaux de recherche, sans leur coopération et sans l'intérêt qu'ils nous ont accordés. Ils nous ont offert leur temps et leur hospitalité, pratiquement sans compensation. Ils ont patiemment répondu à nos questions et toléré une intrusion dans leurs vies et leurs affaires.

La collecte routinière des données a été effectuée par une large équipe d'enquêteurs disséminés à travers le pays. Leur dévouement et leur sens de l'humour ont contribué à la haute qualité des données que nous avons recueillies. L'équipe chargée des enquêtes préliminaires était composée de: Jean-Baptiste Kafando, Clément Lingani, Dona Coulibaly, Soulimane Seye, Souleymane Nacambo et Dramane Kone. L'équipe chargée des études villageoises comprenait: Amadou Ouédraogo, Ibrahim Traore, Youssouf Drame, Hamidou Ouédraogo, Abdramane Nacro, Désiré Sanou, Eugène Sanou, Sibiri Sanou, Téné Sanou, Jean-Martin Sanou et Abou Sanou. Kalizetta Ouédraogo était responsable des entrevues consacrées aux études en milieu urbain à Ouagadougou. Notre équipe de chercheurs avait pour adjoints Albert Ouédraogo et Charles Bonkougou.

Marily Knieriemen, qui dirigeait le bureau, était responsable de la coordination des questions relatives à la gestion du projet au Burkina Faso. Yaovi Aholou participait à diverses tâches administratives dans ce bureau et notamment à celle de secrétaire. La saisie des données était assurée par Kwame Nkruma et Esther Ankomah. Nos chauffeurs, Kisto Traore et Harouna

Guira, avaient non seulement pour tâche de nous piloter et de faire en sorte que nous arrivions à bon port, mais souvent, et pour les besoins de la cause, ils faisaient fonction d'enquêteurs au marché et de traducteurs. Hama Bara, Boukari Kabore et Adama Ouédraogo écartaient les indésirables et faisaient office de plantons.

Nous avons constamment bénéficié de l'assistance de nombreux directeurs et responsables de l'OFNACER (l'organisation à laquelle nous étions associés) et tout particulièrement de celles de: feu Laurent Ouédraogo (l'ancien directeur-général) et de ses prédécesseurs, Jean-Pierre Ouédraogo (le directeur commercial), M. Benon (le directeur des finances), M. Boro (directeur de la logistique et des transports et Tim Mooney (chef comptable). Les nombreux officiels de l'ORD, de même que les Hauts-commissaires et Préfets avec lesquels nous nous sommes mis en rapport, ont toujours été obligeants. Nous avons également contactés et obtenu la coopération de maintes organisations privées à buts non lucratifs opérant au Burkina, notamment celles de Sauvons les Enfants et des Six S. MM. Daouda et Somda, de la Direction des Etudes et Projets au ministère de l'Agriculture et de l'Elevage, ont témoigné de l'intérêt à l'égard de nos travaux de recherche, et les ont constamment soutenus.

Nous avons bénéficié de la perspicacité, de l'expérience et de l'esprit critique d'autres chercheurs affectés au Burkina Faso; il convient notamment de citer les noms de Peter Matlon de l'ICRISAT, Herb Ohm, Ron Cantrell et Chris Pardy de la SAFGRAD, M. Moussie de l'OFNACER, Tom Reardon et Talidia Thombiano du CEDRES, H. Schar, Michael Roth et Hans Bliler.

Ce projet a été financé par le bureau de l'Agriculture de l'USAID au Burkina Faso. Nous désirons également remercier les nombreux membres de ce bureau qui nous ont aidés financièrement et politiquement pour mener à bien nos efforts de recherche,et tout particulièrement: Al Smith, John Becker, Bonaventure Traore et Lee Hall. Ils ont fait preuve de souplesse en nous autorisant à incorporer de nouvelles méthodologies afin d'accomplir notre tâche et, visiblement, se sont intéressés aux résultats que nous avons obtenus.

Enfin, il y a lieu de mentionner ici le soutien logistique, administratif et technique fourni par le personnel affecté au siège du Centre de Recherche sur le développement économique (CRED) et des Programmes agricoles internationaux (IAP). Sherry Cogswell du CRED a coordonné la gestion du

projet dans sa totalité. Lynn Nelson et Loretta Erdahl l'ont géré au nom de l'IAP. Patty Humphrey (CRED) qui a dactylographié le rapport final a été secondée dans cette tâche par Cathy Warner(CRED), Nancy Fox (IAP), Leslie Cline et Rachel Tannenbaum. Marian Milbauer, Barbara Smith et Mark Weisbrot ont participé à l'analyse des données.

Anne Bagnoli, qui a édité le rapport dans sa forme finale, a également été chargée de la publication des versions anglaises et françaises du document. La responsabilité des illustrations a été confiée à Jane McCormick. Carol Wilson avait, quant à elle, été chargée de la préparation du rapport préliminaire.

Un certain nombre d'autres chercheurs associés au CRED et à l'IAP ont participé au projet en nous faisant part de leurs idées, de leurs critiques et de leur expertise au plan technique. Larry Herman qui a lancé le projet au Burkina Faso, nous a également aidé à sélectionner les enquêteurs et les sites. Marie Claire Huber et Lynn Ellsworth se sont jointes à l'équipe de l'IAP, à Madison. Edgar Ariza-Nino est intervenu dans l'élaboration de la méthodologie nécessaire aux recherches et dans le traitement par micro-ordinateur des saisies et analyse des données recueillies sur le terrain. Charles Steedman, le directeur-adjoint du CRED, a contribué au projet grâce aux conseils et au soutien qu'il nous a prodigués.

Ce projet de recherche s'est avéré, pour chacun d'entre nous, une expérience riche d'enseignements aux plans professionnels et personnels. Nous osons espérer que les résultats que nous avons obtenus permettront dans une certaine mesure d'améliorer les conditions de vie des nombreux burkinabè qui se sont liés d'amitié avec nous et qui nous ont secondés dans notre tâche.

Nous nous sommes efforcés ici de rendre hommage aux efforts de tous ceux qui ont pris part à ces recherches. Le concours de chacun importait et a été apprécié. Si nous avons péché par omission, nous nous en excusons. Et, d'avance, nous vous remercions de votre compréhension.

Il va sans dire que nous assumons l'entière responsabilité des erreurs qui auraient pu se glisser dans ce rapport.

Elon H. Gilbert
Banjul, Gambie

Jacqueline R. Sherman
Boston, Massachusetts

Kenneth H. Shapiro
Madison, Wisconsin

RESUME ANALYTIQUE

Le gouvernement du Burkina Faso accorde une importance capitale à la sécurité alimentaire du pays. Conscient de l'importance que revêt le système de commercialisation des céréales pour atteindre cet objectif, le gouvernement burkinabé a amorcé un programme de recherches afin de déterminer comment fonctionne le marché céréalier et d'évaluer son comportement. Ce rapport présente les résultats des travaux de recherche. Sur la base de ces résultats, il offre des recommandations susceptibles d'améliorer l'efficacité du système de commercialisation.

Trois études ont été entreprises simultanément. L'utilisation de techniques pour enquête préliminaire rapide a permis de procéder à une investigation du réseau commercial mis en place au Burkina Faso. Le comportement du producteur en matière de commercialisation a été étudié dans cinq villages à partir des méthodes de gestion des exploitations; un seul et unique sondage été effectué à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso auprès de consommateurs et de vendeurs de plats préparés afin d'étudier le marché et les habitudes du consommateur. Les résultats de ces études sont résumés ci-dessous.

Le secteur privé dispose fondamentalement de deux types de chaînes de commercialisation:

1. il existe d'une part, une chaîne entièrement financée par les propres capitaux d'un commerçant.

2. et de l'autre, une chaîne où les intermédiaires marchandent (négocient des transactions au comptant) chaque fois que des céréales changent de mains.

Les commerçants s'approvisionnent en céréales auprès des producteurs sur les lieux mêmes des marchés ou hors des marchés établis, à savoir dans les villages, le long des routes conduisant aux marchés ou de carrefours. La méthode usuelle d'approvisionnements dans une région donnée, est fonction de l'importance des marchés en tant que points d'échange commerciaux, des conditions des routes et du volume des surplus commercialisés.

Dans le secteur public, la responsabilité de la commercialisation des grains est confiée à l'OFNACER, un organisme semi-public qui, autrefois,

avait le monopole du commerce des céréales. Il achète et vend aux prix homologués. Les prix payés à la production sont annoncés en octobre. L'OFNACER se procure des céréales auprès des groupements villageois, des commerçants et directement à la production. Lorsque les récoltes sont particulièrement mauvaises, l'OFNACER ne peut obtenir qu'un très faible volume de céréales aux prix homologués. A l'issue de la campagne officielle d'achats, il doit souvent passer des contrats avec des commerçants travaillant à leur compte, afin de se procurer des quantités supplémentaires de céréales, qu'il doit de ce fait payer plus cher. Les prix de détail sont annoncés en mars au début de la campagne officielle de vente.

Un producteur installé dans une région largement excédentaire dispose de plusieurs options: il a le choix entre céder ses céréales à un habitant de son village, ou bien les vendre à un groupement villageois ou encore à l'un des nombreux négociants opérant sur le marché de sa région ou à proximité. En pareil cas, les intermédiaires se livrent une âpre concurrence. Cette concurrence se manifeste non seulement dans les prix offerts au producteur, mais aussi dans les services qui peuvent lui être rendus. En revanche, les producteurs originaires de régions déficitaires ou dont les excédents sont marginaux n'ont généralement pas autant d'options à leur disposition. Et la concurrence à l'achat est nettement moins vive dans ces régions.

Les commerçants s'efforcent, et ce à n'importe quel niveau, de parvenir à des arrangements de prix collusoires. A l'évidence, une telle pratique décourage les tactiques concurrentielles qui, de ce fait, doivent être axées sur des facteurs n'ayant aucun rapport avec les prix. Cependant, en dépit de ces accords, il a été constaté que les producteurs obtiennent des prix plus avantageux lorsque des commerçants, en quête de céréales, doivent se rendre dans plus d'une région déficitaire. Dans ce cas, plus la concurrence s'accentue plus les accords collusoires tendent à voler en éclats.

Dans les régions excédentaires, les groupements villageois qui procèdent activement à des transactions pour le compte de l'OFNACER, constituent une force importante sur le marché tant qu'ils maintiennent leurs achats de céréales. Lorsque la concurrence se durcit dans le secteur céréalier, prenons l'exemple de cultures à cycle végétatif court, il n'est pas rare que ces groupements villageois soient contactés, par des

commerçants, qui désirent acheter leurs grains à des cours plus élevés que ceux cotés officiellement.

Dans les régions déficitaires ou bien a- usant des excédents marginaux, les banques de céréales dirigées par des groupements villageois s'efforcent d'offrir au consommateur une alternative autre que celle qui consiste à s'adresser aux commerçants. Elles commencent à établir des liens commerciaux avec les groupements villageois des régions excédentaires et avec des grossistes. Bien que des banques de céréales soient installées dans des régions qui accusent des surplus, elles ne sont cependant pas très répandues car leur intervention s'y avère moins nécessaire.

Dans les régions où la demande est effective, une concurrence acharnée se manifeste pour attirer la clientèle. Par contre, dans les régions rurales du Yatenga ou du Sahel, certes la demande existe, mais ce qui fait défaut c'est l'argent pour acheter des céréales. Aussi nombre de commerçants préfèrent n'entreprendre aucune transaction dans ces régions en raison des pressions exercées au plan social pour les amener à vendre des céréales à crédit.

L'OFNACER ravitaille surtout les principaux centres urbains. Dans les régions rurales, il intervient principalement dans les secteurs chroniquement déficitaires. Toutefois, même dans ces régions, ce ne sont pas nécessairement les plus pauvres qui bénéficient de prix officiels subventionnés. Si l'on se fonde sur les résultats d'études entreprises sur le comportement du consommateur, il s'avère que 10 à 20% de l'échantillonnage achètent régulièrement leurs céréales en très petites quantités. Il s'agit ici des plus pauvres d'entre eux. Etant donné que l'OFNACER ne vend pas de céréales en si petites quantités, il va sans dire que cette catégorie de consommateurs n'a pas accès à celles qui sont subventionnées.

La différence existant entre les prix homologués et ceux pratiqués sur le marché a eu pour conséquence de créer deux liens importants et astucieux avec le secteur privé. Etant donné que certains employés de la fonction publique (tels par exemple, les militaires) ont la possibilité de se procurer des céréales à crédit auprès de l'OFNACER, les commerçants de Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou achètent ces mêmes céréales aux employés en question et pour 500 F. CFA de moins qu'au prix courant. Ceci permet aux fonctionnaires d'arrondir leur fin de mois et aux commerçants de vendre des céréales aux cours du marché. Dans certains cas des commerçants réussissent

à acheter directement des céréales auprès de l'OFNACER et de les revendre aux prix du marché.

Les gros commerçants se livrent une vive concurrence pour s'approvisionner en céréales par le biais d'intermédiaires. Ceci vaut particulièrement pour les cultures à cycle végétatif court, le négociant étant quasi certain de pouvoir revendre tout ce qu'il achète.

Dans le cas des secteurs où les excédents commercialisables sont plus faibles et plus irréguliers, les achats effectués par l'entremise d'intermédiaires l'emportent sur ceux réalisés directement auprès du producteur. Les négociants travaillant à l'échelle régionale ou nationale préféreraient laisser le soin aux commerçants locaux de se charger des opérations de ramassage. Cette remarque vaut tout particulièrement en ce qui concerne les marchés qui ont la particularité de se tenir plus fréquemment et dans le cas de régions reculées où le système d'acheteur attitré au niveau du village fonctionne d'une manière adéquate.

Bien que le système de commercialisation soit à bien des égards très concurrentiel à chaque échelon, il n'en demeure pas moins qu'un grand nombre de commerçants prospères constituent une force importante sur le marché en raison des capitaux substantiels dont ils disposent. Ces négociants devancent indiscutablement leurs concurrents dans tous les aspects du commerce des céréales en raison même des services qu'ils sont en mesure d'offrir à leurs clients.

L'analyse des prix montre que, dans l'ensemble, il y a concordance dans les cours pratiqués dans les régions, ce qui laisse également à penser que les signaux donnés par les prix sont communiqués à l'intérieur de secteurs bien délimités et ceci vaut davantage pour les zones excédentaires que pour celles accusant des déficits. Les résultats sont quelques peu mitigés d'une région à une autre en ce qui concerne l'intégration des marchés. Il a été constaté que les marchés qui sont situés en bordure de routes, où les frais de transports sont plus élevés qu'ailleurs, sont moins bien intégrés. Il en est de même des marchés situés dans des régions caractérisées par un faible volume d'échanges commerciaux, dont l'intégration laisse à désirer. En ce qui concerne certaines régions reculées, nous ne possédons malheureusement pas de barème de prix. Si l'intuition autorise à penser, qu'en pareil cas, les échelles de prix sont probablement intégrées, cela ne vaut peut être pas

pour les marchés avec lesquels les habitants de ces régions éloignées sont amenés à traiter.

Les fluctuations saisonnières de prix correspondent aux frais d'emmagasinage du commerçant, à l'exception toutefois de la Volta Noire, la région la plus productrice du pays.

L'analyse des marges commerciales et de la rentabilité des investissements reflete de grands écarts saisonniers le long de parcours différents. Les commerçants qui s'approvisionnent dans les régions excédentaires réalisent des bénéfices substantiels après les récoltes. Les marchands qui effectuent des livraisons de céréales au Sahel pendant la période de la soudure, prélèvent de larges marges bénéficiaires. Etant donné qu'il est difficile d'estimer les marges et d'évaluer avec exactitude les coûts, il est donc difficile aussi de tirer des conclusions générales sur le point de savoir si les négociants empochent des bénéfices excessifs et, dans l'affirmative, le long de quelles routes.

Enfin, les marchés sont devenus plus compétitifs et plus intégrés qu'il y a dix ou vingt ans, à cause de changements intervenus avec le temps et du déclin de la production. Il semble que cette situation résulte de pressions accrues exercées sur le marché afin de procéder à la redistribution d'approvisionnements de plus en plus insuffisants. Les résultats de cette enquête permettent de tirer plusieurs conclusions:

1. Les marchés fonctionnent bien dans les régions <u>excédentaires</u>. Les producteurs ont à leur disposition divers points de vente. Les signaux donnés par les prix sont transmis et bonne note en est prise. La concurrence est intense.

2. Les marchés opèrent avec moins de facilité dans les régions <u>déficitaires</u>. Un moins grand nombre de commerçants s'approvisionnent dans ces secteurs. Quant la demande est suffisamment élevée, les commerçants sont attirés dans lesdites régions, mais les transactions y sont plus risquées. Bien que le système de distribution soit adéquat, les reflux entraînés tout particulièrement pendant la période de la soudure et de l'hivernage constituent indiscutablement un problème dans de telles régions.

3. <u>Les fluctuations saisonnières de prix</u> résultant du cycle annuel de l'offre et de la demande en produits agricoles, ne sont pas excessives. Elles ne fournissent aucune raison de suspecter une rentabilisation démesurée provenant de la constitution de stocks par les commerçants et ce pour la plupart des régions.

4. La <u>rentabilité des capitaux engagés</u> au titre du commerce céréalier mené dans les secteurs d'approvisionnements après la récolte, peut

supporter une plus large concurrence malgré un marché déjà compétitif. Une plus grande concurrence s'avère également nécessaire en ce qui concerne les transactions opérées dans les régions déficitaires, telles que celles du Yatenga et du Sahel.

5. La disponibilité des moyens de transport, de même que leur coût, influencent largement le prix des céréales et le bon fonctionnement du système de commercialisation. L'amélioration des infrastructures routières et l'accroissement des crédits d'investissement dans le secteur des transports contribueraient à alléger ce problème.

6. Les commerçants appartenant au secteur privé trouvent des moyens de participer aux activités du secteur public et dans la mesure du possible, d'en tirer partie. Cette attitude n'est pas toujours à déplorer.

7. Les commerçants du secteur privé offrent souvent des services difficilement accessibles ailleurs (par exemple, ventes à crédit à des employés de la fonction publique), octrois de crédits pour l'achat de céréales, régularité des approvisionnements en céréales, possibilité d'acheter en petites quantités, etc.

8. Il est néanmoins permis de se demander si toutes les tranches de la population bénéficient des activités du secteur public, et notamment ceux qui sont les plus démunis. Les pauvres résidant dans les centres urbains et dans les régions rurales sont ceux qui sont le moins en mesure de tirer avantage des choix offerts au titre de la commercialisation des céréales. Les politiques qui tiennent compte des intérêts de la classe moyenne n'auront pas d'incidence sur le niveau de vie des économiquement faibles. Il convient dès lors d'envisager des programmes spécialement conçus pour les éléments pauvres de la population. Ceci exigera de très grands efforts de décentralisation au niveau communautaire.

9. Les banques de céréales gérées par les groupements villageois opèrent différemment selon la nature des régions. Les banques de céréales fonctionnent dans de meilleures conditions dans les régions accusant des déficits céréaliers et démontrent qu'elles sont en mesure de résoudre le problème du reflux. En revanche, dans les régions excédentaires où les besoins sont moins sensibles, les groupements villageois qui négocient l'achat des céréales pour le compte de l'OFNACER, ne procèdent pas en règle générale, à des transactions pour eux-mêmes. Dans ces régions, les groupements villageois interviennent plus activement au plan social communautaire. Ils bâtissent des écoles, de même que des dispensaires et dirigent des pharmacies de type villageois.

10. La description des activités relatives à la commercialisation aux niveaux du producteur et du consommateur ainsi que l'analyse des facteurs régissant la concurrence devraient faire apparaître sans ambiguïté le fait que les intérêts des producteurs et des consommateurs sont diamétralement opposés. En conséquence, toute politique visant à satisfaire simultanément aux besoins des uns

et des autres, est vouée à ne pas répondre à leurs aspirations. Tel est le cas de la politique de prix que l'OFNACER est prié d'appliquer au niveau du consommateur et du producteur.

11. Dans les régions rurales l'OFNACER satisfait aux besoins des pauvres, essentiellement par le biais de ses distributions d'aide alimentaire. Les consommateurs qui, dans les centres urbains, bénéficient de l'intervention de l'OFNACER appartiennent à la classe moyenne ou bien se trouvent en bas de l'échelle de cette classe. Malgré les subventions accordées sur les ventes au détail dont bénéficient les citadins, elles sont hors de portée des économiquement faibles.

Nous avons identifié cinq objectifs fondamentaux et connexes auxquels le gouvernement du Burkina Faso attache de l'importance et qui sont affectés par le système de commercialisation des céréales.

- Des quantités suffisantes de céréales doivent être disponibles pendant toute l'année, à un prix raisonnable et ce dans tout le pays.
- Les débouchés qu'offrent les marchés devraient permettre de procéder pendant toute l'année à des achats à des prix rémunérateurs.
- La sécurité alimentaire doit aboutir à l'auto-suffisance au plan national pour ce qui concerne les denrées de première nécessité.
- Les revenus de tous les habitants doivent être adéquats.
- L'équité doit régner au niveau intra et inter-régional.

Les politiques mises en oeuvre pour améliorer la sécurité alimentaire semblent être entravées par des facteurs contraignants relevés au Burkina Faso et dans les pays avoisinants. Il convient donc de tenir compte des facteurs suivants dans la formulation de politiques de commercialisation, afin d'en maximiser l'efficacité:

1. Les ressources financières sont limitées.
2. Les capacités de gestion et de capacités administratives sont insuffisantes (ce qui dans les deux cas résultent d'engagements dépassant largement les disponibilités).
3. Il incombe au gouvernement de générer des revenus.
4. Il est nécessaire d'apaiser les rivalités régionales.
5. Assurer le ravitaillement en vivres de l'armée est une nécessité.

6. Au nom d'impératifs politiques il faut être en mesure de faire face aux crises à court terme. Par exemple, la nécessité de distribuer des secours alimentaires d'urgence.

7. Le fait que les bureaucraties font preuve d'une inhérente rigidité. Elles opèrent au mieux de leur capacité dès que leur jugement et leur discrétion deviennent superflus. Elles se doivent de fonctionner automatiquement si:

   a. le niveau des abus est marginal,
   b. les critères requis en matière de gestion sont minimisés,
   c. les processus engagés sont à l'abri des caprices de dirigeants politiques.

8. L'insuffisance des éléments d'information permettant d'arrêter des décisions en toute connaissance de cause.

Sur la base des conclusions tirées ci-dessus et compte tenu des objectifs du gouvernement et de ses contraintes, nous nous permettons de recommander l'adoption des politiques suivantes.

A notre avis, le gouvernement doit admettre officiellement l'importance revêtue par le secteur privé dans la commercialisation des céréales. Les politiques pratiquées devraient encourager la participation du secteur privé aux efforts de commercialisation et décourager le maintien de relations acrimonieuses entre le secteur public et le secteur privé.

Les mesures à prendre devraient tenir compte de cinq éléments majeurs: (i) nécessité de clarifier le mandat de l'OFNACER; (ii) de promouvoir le rôle du secteur privé dans le domaine commercial; (iii) de mettre en place les infrastructures nécessaires pour garantir l'efficacité du système de commercialisation des céréales; (iv) d'étayer les institutions locales qui interviennent dans la commercialisation des céréales vivrières et (v) renforcer le dispositif à la disposition du gouvernement du Burkina Faso afin de lui permettre d'analyser la situation au plan de la sécurité alimentaire et de prendre les mesures qui s'imposent.

Mandat de l'OFNACER

Les objectifs contenus dans la politique contradictoire qui consiste à garantir des prix rémunérateurs à la production et des prix abordables pour le consommateur à travers le Burkina Faso, créent une situation insoluble pour le secteur public (l'OFNACER) et, par conséquent, pour la population en général. Il existe dans toutes les régions, des cas de personnes qui ne sont pas en mesure de satisfaire à leurs besoins alimentaires. Une politique d'assistance sociale semble donc s'imposer pour venir en aide à

ces indigents. Il importe cependant de ne pas confondre la nécessité d'adopter de telles mesures avec la politique actuellement en vigueur au niveau de la production.

Le gouvernement devrait explicitement faire valoir que la principale force de l'OFNACER réside dans la distribution des céréales en gros et tout particulièrement de l'aide alimentaire. Il conviendrait que ses achats soient limités aux régions accusant de larges excédents; que ses activités de ventes au détail soient restreintes. Il serait souhaitable en outre, d'examiner la possibilité d'établir des liens entre les banques de céréales et l'OFNACER.

Activités commerciales du secteur privé

Le gouvernement devrait commencer à adopter une série de mesures homogènes afin d'encourager le secteur privé à participer à la commercialisation des céréales. De telles mesures devraient inclure la levée de toutes les restrictions sur l'acheminement des denrées alimentaires à l'intérieur du pays de même que vers et en provenance des nations voisines. Si le gouvernement maintient ses prérogatives d'homologuer les prix, ils ne devraient s'appliquer qu'aux transactions effectuées par l'OFNACER. Celles opérées par le secteur privé devraient être guidées par les prix du marché.

Services auxiliaires

Routes. Les routes desservant certaines régions de production et de consommation doivent être améliorées afin d'abaisser les frais de transports. Ceux-ci sont particulièrement élevés sur les axes routiers de: Dédougou/Ouahigouya, Ouagadougou/Dori et au-delà, de même que sur la ligne Gaoua/Ouagadougou. La réfection des routes situées dans la région orientale, dans celles du Sahel et de Kaya s'avère également nécessaire.

Services d'information sur les marchés. La mise en place immédiate d'un système qui permettrait aux commerçants d'obtenir des informations sur les conditions des marchés, est une nécessité. Parmi les possibilités à envisager se trouve la radio qui aurait le mérite de relier les marchés ruraux aux centres urbains.

Institutions locales

Les institutions locales telles que les banques de céréales sont en mesure de jouer un rôle actif en matière de services dans le domaine de la commercialisation, ce qui n'est pas le cas des commerçants. Il conviendrait

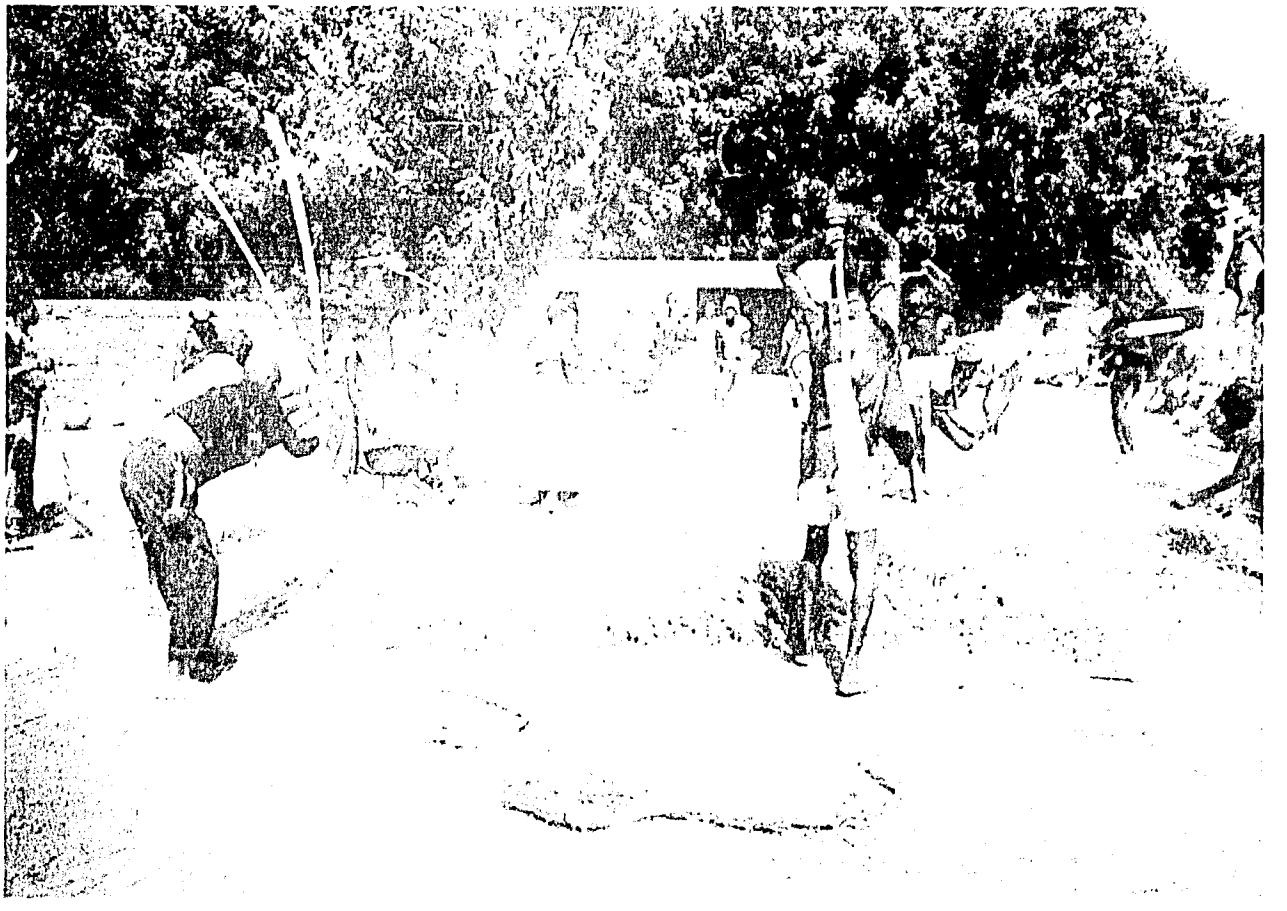
que le gouvernement encourage de telles prérogatives en prenant les dispositions voulues pour améliorer les systèmes de gestion et de procédures administratives utilisés par les groupements villageois. Les qualifications professionnelles recherchées concernent essentiellement les domaines suivants: comptabilité, inventaires, supervision des employés, prise de décisions, délégation de pouvoirs, relations avec le gouvernement et les organisations non gouvernementales.

Capacité analytique

Les décideurs doivent être informés de la situation du marché céréalier. Or, plus la qualité de l'information ira en s'améliorant, plus elle sera utilisée efficacement. Pour y parvenir, une attention toute particulière devrait être attachée aux procédures suivantes:

- Collecte des données et analyse systématique des prix hebdomadaires de gros et au détail, à travers le pays.
- Collecte et analyse des informations relatives aux mouvements céréaliers.
- Prise rationnelle d'échantillonnages des producteurs engagés dans la commercialisation des céréales.
- Collecte et analyse des données commerciales ayant trait aux céréales en particulier et aux produits alimentaires en général.

Un paysan transporte le mil du champs avec sa charrette.



Battage du riz dans la concession du Manga Naba (Chef de Canton).

Un grand grenier en banco.

Des tresses de sorgho rouge sont offertes en cadeau au chef de village à l'occasion de sa fête annuelle.

Un commerçant de céréales et son apprenti attendent les clients. Les mesures correspondant à l'assiette et à la

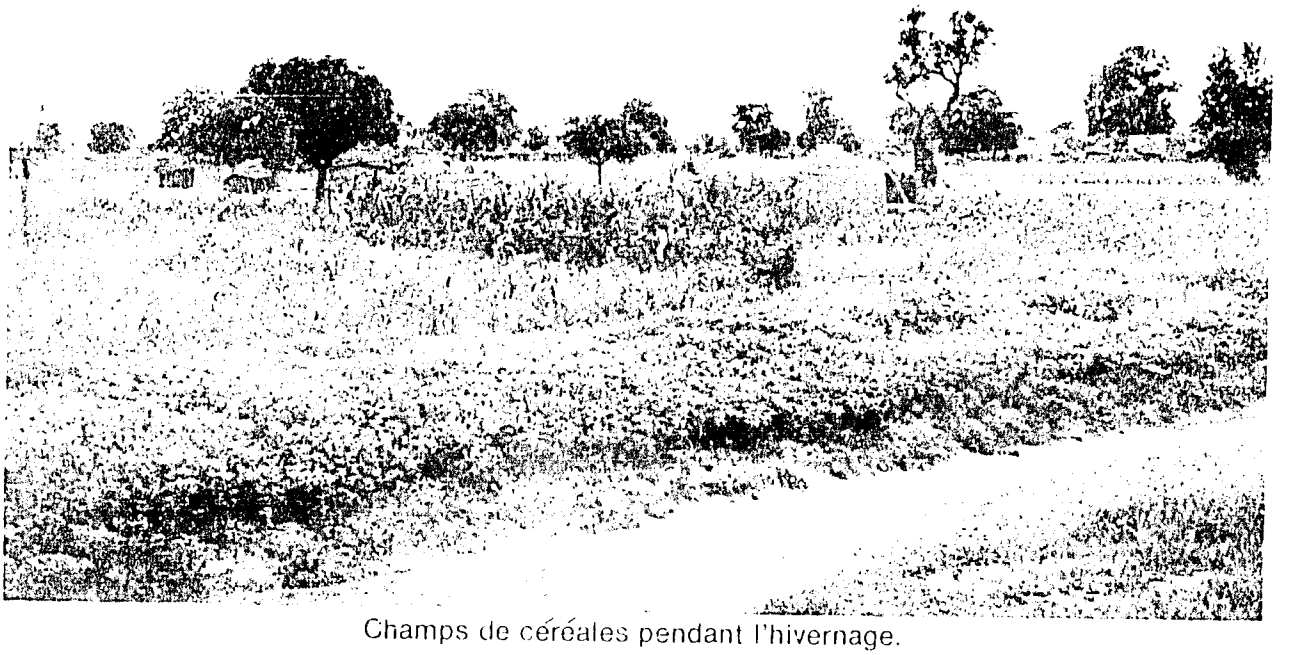
Les vendeuses de céréales au marché de Pissila.

Une préparatrice de beignets dans son emplacement au marché de Manga.

Les céréales au marché de Manga.

Près de Garango (région du Centre-Est) pendant la saison sèche.

Une dolotière dans son emplacement à côté du marché de Manga.



Champs de céréales pendant l'hivernage.

Une route pendant l'hivernage après l'effondrement d'un pont. Beaucoup de villages sont isolés pendant plusieurs jours après les fortes pluies.

TABLE DES MATIERES

Page

PREFACE. iii

REMERCIEMENTS. ix

RESUME ANALYTIQUE. xiii

LISTE DES TABEAUX. xxvii

LISTE DES SCHEMAS. xxxi

LISTE DES CARTES xxxiii

LISTE DES SIGLES xxxv

1. INTRODUCTION 1

1.1 Cadre général 3
1.2 Objectifs et méthodologie de l'étude. 7

1.2.1 Le réseau de commercialisation 9
1.2.2 Comportement du producteur 10
1.2.3 Comportement du consommateur 10

1.3 Objet et présentation de ce tome. 11

1.4 Rémarques sur l'orthographie des noms de lieux. 13

2. APERCU DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION 15

2.1 Evolution historique du réseau de commercialisation . . . 15
2.2 Etudes de cas des circuits de commercialisation types . . 24

2.2.1 Maïs circulant de Guéléoungo à Ouagadougou 27
2.2.2 Sorgho blanc circulant de Koumana à Ouahigouya . . 28
2.2.3 Petit mil circulant de Tenkodogo à Gorgadji. . . . 30
2.2.4 Sorgho blanc circulant de Léo au centre de l'OFNACER à Koudougou puis revenant à Léo pendant la soudure 32

2.3 Offre et demande en céréales. 36
2.4 Géographie de la commercialisation des céréales 44
2.5 Circuits de commercialisation 51

2.5.1 Circuits de commercialisation du secteur privé . . 51
2.5.2 Le secteur public. 63

2.5.2.1 Prix officiels. 67
2.5.2.2 La campagne d'achat 68
2.5.2.3 La campagne de vente. 74
2.5.2.4 Organisations non gouvernementales (ONG). 81

Page

2.5.3 L'interaction des circuits de commercialisation des secteurs privés et public. 84

2.6 Conclusion. 91

3. LA DYNAMIQUE DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION 93

3.1 Evaluation du système de commercialisation. 94

3.1.1 La théorie 95
3.1.2 Critiques de la théorie et de son application. . . 98
3.1.3 Analyse des performances du marché 101

3.2 Concurrence entre les intermédiaires. 104

3.2.1 Obstacles à l'entrée sur le marché 104

3.2.1.1 La patente. 104
3.2.1.2 Le droit de place du marché 106
3.2.1.3 Le syndicat des marchands 107
3.2.1.4 Relations ethniques et familiales 107
3.2.1.5 Capital 107

3.2.2 Achat de céréales aux producteurs. 108

3.2.2.1 Concurrence par prix ou unité de mesure . 108
3.2.2.2 Concurrence non fondée sur les prix . . . 113
3.2.2.3 Résumé. 116

3.2.3 Achat de céréales à des intermédiaires 117

3.2.3.1 Concurrence fondée sur les prix 117
3.2.3.2 Concurrence non fondée sur les prix . . . 118
3.2.3.3 Résumé. 119

3.2.4 Vente aux consommateurs. 120

3.2.4.1 Concurrence fondée sur les prix 120
3.2.4.2 Concurrence non fondée sur les prix . . . 121
3.2.4.3 Résumé. 123

3.3 Collusion 124

3.3.1 Par les intermédiaires 124
3.3.2 Par les producteurs et les consommateurs 126

3.4 Coordination verticale. 128
3.5 Formation des prix. 130
3.6 Performance du marché 133

3.6.1 Intégration des marchés. 133

Page

3.6.1.1 Intégration au sein des régions 136
3.6.1.2 Intégration entre les régions/commerce à longue distance 140

3.6.2 Marges commerciales. 144

3.6.2.1 Coûts de commercialisation. 147
3.6.2.2 Evaluation de la rentabilité de l'investissement. 153

3.6.3 Fluctuations saisonnières des prix 155

3.7 Variations dans le temps. 159

3.7.1 Mouvements géographiques 159
3.7.2 Concurrence. 160
3.7.3 Organisations communautaires 160
3.7.4 Réactions aux restrictions gouvernementales. . . . 161

3.8 Résumé. 161

4. COMPORTEMENT DES PRODUCTEURS 165

4.1 Les villages de l'échantillon et la méthode de l'enquête. 165
4.2 Conditions commerciales dans lesquelles opèrent les exploitants 167

4.2.1 Variations saisonnières. 168
4.2.2 Variations régionales. 169
4.2.3 Variations locales 170
4.2.4 Compétitivité. 171

4.3 Commercialisation des excédents 172

4.3.1 Volume des excédents commercialisés. 172
4.3.2 Participation des ménages. 174
4.3.3 Ventes par ménage. 174
4.3.4 Explication des variations du volume des excédents commercialisés 174

4.4 Saisonnalité. 176

4.4.1 La nature de la saisonnalité 176
4.4.2 Saisonnalité des ventes et des achats de céréales. 179
4.4.3 Commercialisation des céréales par rapport aux autres transferts de céréales et de fonds. . . . 182
4.4.4 Variations des schémas de commercialisation selon les ménages. 186

5. COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS 189

5.1 Etudes de cas sur les consommateurs 190

5.1.1 Famille à revenu moyen à Ouagadougou 190
5.1.2 Famille à revenu intermédiaire à Ouagadougou . . . 191

Page

5.1.3 Famille à revenu intermédiaire de Bobo-Dioulasso . 191
5.1.4 Préparatrice de dolo à Ouagadougou 191
5.1.5 Vendeuse de riz en sauce à Bobo-Dioulasso. 192
5.1.6 Vendeuse de boules d'akassa à Bobo-Dioulasso . . . 192

5.2 Comportement d'achat des consommateurs finaux 193

5.2.1 Partenaires commerciaux. 193
5.2.2 Echelle des transactions 195
5.2.3 Fréquence des achats de céréales 197
5.2.4 Emplacement des achats 199

5.3 Comportement d'achat des préparatrices de plats cuisinés. 199

5.3.1 Partenaires commerciaux. 201
5.3.2 Echelle des transactions 203
5.3.3 Fréquence des achats de céréales 203
5.3.4 Lieu d'achat des céréales. 206

5.4 Achats institutionnels de céréales. 206

5.5 Conclusions sur le comportement d'achat des consommateurs 209

6. CONCLUSIONS ET OPTIONS STRATEGIQUES. 211

6.1 Resultats et conclusions. 213

6.1.1 Structures de production 213
6.1.2 Commerce du secteur privé. 214
6.1.3 Collusion en matière de prix 215
6.1.4 Commerce du secteur public 216
6.1.5 Commerce: compétitivité, intégration, marges et variations saisonnières. 218
6.1.6 Comportement commercial du producteur. 219
6.1.7 Comportement commercial du consommateur urbain . . 221
6.1.8 Conclusions. 222

6.2 Options strategiques visant à améliorer le système de commercialisation 224

6.2.1 Objectifs stratégiques 224
6.2.2 Stratégies et contraintes. 225
6.2.3 Mesures stratégiques spécifiques 230

6.2.3.1 Mission de l'OFNACER. 232
6.2.3.2 Promotion du commerce du secteur privé. . 233
6.2.3.3 Services de soutien commercial. 233
6.2.3.4 Institutions locales. 234
6.2.3.5 Capacité analytique 236

BIBLIOGRAPHIE. 243

LISTE DES ANNEXES. 249

ANNEXES. 251

LISTE DES TABLEAUX

Tableaux — Page

2.1 Production régionale, importations, exportations et aide alimentaire. 37

2.2 Besoins céréaliers régionaux 1971-1983 39

2.3 Characteristiques des participants du marché 64

2.4 Prix d'achat officiel au producteur (en FCFA au kilogramme). . . 69

2.5 Prix d'achat officiel au consommateur (en FCFA au kilogramme). . 69

2.6 Quantités des céréales achetées par l'OFNACER auprès de différentes sources. 70

2.7 Ventes mensuelles de l'OFNACER pour toutes les céréales et par région (tonnes) 1982-83 75

2.8 Ventes mensuelles de l'OFNACER pour toutes les céréales et par région (tonnes) 1983-84 76

2.9 Ventes mensuelles de l'OFNACER de différentes céréales pour tous les centres 1982-83 77

2.10 Ventes mensuelles de l'OFNACER de différentes céréales pour tous les centres 1983-84 78

2.11 Ventes annuelles de l'OFNACER pour différentes céréales et par région (tonnes) 1982-83 79

2.12 Ventes annuelles de l'OFNACER pour différentes céréales et par région (tonnes) 1983-84 80

2.13 Les principales banques de céréales au Burkina Faso. 88

3.1 Droit et patente pour les commerçants: Importateur, exportateur, et importateur-exportateur. 105

3.2 Unités de mesure utilisé 109

3.3 Coefficients de correlation intra-régionale pour les prix constants du petit mil correspondant à un sac de 100 kg. . . . 137

3.4 Coefficients de correlation intra-régionale pour les prix constants du sorgho blanc correspondant à un sac de 100 kg . . 138

3.5 Coefficients de correlation intra-régionale pour les prix constants du petit mil correspondant à un sac de 100 kg. . . . 141

3.6 Coefficients de correlation intra-régionale pour les prix constants du sorgho blanc correspondant à un sac de 100 kg . . 142

Tableaux

Page

3.7 Estimations approximatives des marges nettes de sorgho blanc pour certains axes commerciaux 145

3.8 Coûts de personnel estimatif pour certains axes commerciaux. . . 148

3.9 Frais de transport 150

3.10 Fluctuation saisonnière des prix en pourcentage pour certains marchés 156

3.11a Coût estimatif de l'entreposage pendant sept mois à divers taux d'intérêt et différentes pertes d'entreposage. . 157

3.11b Coût estimatif de l'entreposage pendant huit mois à divers taux d'intérêt et différentes pertes d'entreposage. . 157

3.11c Coût estimatif de l'entreposage pendant neuf mois à divers taux d'intérêt et différentes pertes d'entreposage. . 157

4.1 Ventes de céréales et récolte dans neuf villages du Burkina Faso, 1983-1984. 173

4.2 Ventes et achats de céréales par trimestre pour cinq villages du Burkina Faso, 1984 180

4.3 Nombre de ménages avec le plus gros volume de ventes et d'achats à chaque trimestre dans cinq villages du Burkina Faso. 181

4.4 Nombre de ménages effectuant l'essentiel de leurs achats à chaque trimestre 183

4.5 Nombre de ménages effectuant l'essentiel de leurs achats à chaque trimestre 183

4.6 Transferts de céréales commerciaux et non commerciaux. 184

4.7 Transferts non commerciaux de céréales et de fonds par trimestre. 185

5.1 Choix de vendeur par le consommateur urbain pour différentes céréales (échantillon entier). 194

5.2 Importance des transactions effectuées par les consommateurs . . 196

5.3 Fréquence des achats effectués par les consommateurs urbains pour 198

5.4 Localisation de achats effectués par les consommateurs urbains . 200

5.5 Choix de vendeur par les preparatrices de plats cuisinés pour différentes céréales (échantillon entier) 202

Tableaux | Page

5.6 Importance des transactions effectuées par les préparatrices de plats cuisinés pour différentes céréales. 204

5.7 Fréquence des achats effectués par les préparatrices de plats cuisinés pour différentes céréales 205

5.8 Localisation des achats effectués par les préparatrices de plats cuisinés pour différentes céréales 207

LISTE DES SCHEMAS OU FIGURES

Schéma — Page

2.1 Chaînes de commercialisation des études de cas. 26

2.2 Production par habitant, importations et aide alimentaire 38

2.3 Réseau de commercialisation céréalière au Burkina Faso. 52

2.4 Les Principales chaînes de commercialisation privées. 53

4.1 Prix au marché villageois du petit mil, prix d'achat au producteur (au kg). 177

4.2 Prix au marché villageois du sorgho blanc, prix d'achat au producteur (au kg). 178

LISTE DES CARTES

Carte		Page
1.1	Provinces et régions (depuis le 15 août 1984)	4
2.1	Chaînes de commercialisation des études de cas	25
2.2	Déficit/excédent céréalier moyen par habitant 1977-82	40
2.3	Principaux flux céréaliers	45
2.4	Typologie des marchés	48
2.5	Fréquence des marchés	49
2.6	Conditions routières	50
2.7	Les principaux systèmes d'achat des céréales	62
2.8	Emplacement et capacité des centres OFNACER	66
2.9	Achats et ventes de l'OFNACER par région 1982-83	82
2.10	Achats et ventes de l'OFNACER par région 1983-84	83
2.11	Emplacement des banques de céréales au Burkina Faso	87
4.1	Emplacement des villages de l'échantillon au Burkina Faso	166

LISTE DES SIGLES

ACDE	Agence Canadienne pour le Développement de l'Enfance
ADRK	Association pour le Développement de la Région de Kaya
ADS	Agricultural Development Support Project
AVV	Autorité des Aménagements des Vallées des Volta
BCEAO	Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest
BICIA	Banque International pour le Commerce, l'Industrie et l'Agriculture
BIR	Bureau des Institutions Rurales
CDG	Centre de Gestion
CDR	Comité pour la Défense de la Révolution
CDRY	Comité de Développement de la Région de Yako
CEDRES	Centre d'Etudes et de Documentation pour la Recherche en Economie Sociale
CENATRIN	Centre National pour le Traitement d'Information
CERCI	Centre d'Etudes et de Recherches sur les Cultures Irriguées
CFJA	Centre de Formation de Jeunes Agriculteurs
CIDR	Centre International pour le Dévelopment Rural
CILSS	Comité Permanent Inter-état de Lutte Contre la Sécheresse dans le Sahel
CNCA	Caisse Nationale de Crédit Agricole
COE	Conseil Oecuménique des Eglises
COOP	[Groupement villageois] coopératif
CRED	Center for Research on Economic Development
CRS	Catholic Relief Services (CATHWEL)
CSPPA	Caisse de Stabilization des Prix des Produits Agricoles
CTFT	Centre Technique Forestier Tropical
DAAF	Direction des Affaires Administratives et Financières
DEP	Direction des Etudes et Projets
DIRC	Direction des Institutions Rurales et du Crédit
DSA	Direction des Services Agricoles
ESSEC	Ecole Supérieure des Sciences Economiques
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
FCFA	Francs CFA (50 FCFA = 1 franc français)
FDC	Fonds de Développement Communautaire/Save the Children
FDR	Fonds de Développement Rural
FED	Fonds Européen de Développement
FEER	Fonds de l'Eau et de l'Equipement Rural
FOVODES	Fondation Voltaique du Développement et de la Solidarité
FSU	Farming Systems Unit
GS	Groupement [villageois] spontané
GVPC	Groupement villageois précoopératifs
HER	Direction des Services de l'Hydraulique et de l'Equipement Rural
HIMO/PSTP	Programmes de travaux publics à haute intensité de main-d'oeuvre
IBRD	International Bank for Reconstruction and Development
ICRISAT	International Crop Research Institute for the Semi-arid Tropics
IFPRI	International Food Policy Research Institute
IGHV	Institut Géographique de la Haute Volta

INSD	Institut National de la Statistique et de la Démographie
IR	Institutions Rurales
IRAT	Institut de Recherche Agronomique Tropicale
IRCT	Institut de Recherches du Coton et des Textiles Exotiques
IRHO	Institut de Recherches pour les Huiles et Oléagineux
MCH	Maternal and Child Health
MCODIM	Ministère de Commerce, du Développement Industriel et des Mines
MDR	Ministère de Développement Rural
MET	Ministère de l'Environnement et du Tourisme
OFNACER	Office National des Céréales
OMR	Organisation du Monde Rural
ONAC	Office National du Commerce Extérieur
ONBI	Office National des Barrages et de l'Irrigation
ONERA	Office National d'Exploitation des Ressources Animales
ONG	Organisation non gouvernementale
ORANA	Organisme de Recherches sur l'Alimentation et la Nutrition Africaines
ORD	Organisme Régional de Développement
OVPB	Organisation des Volontaires des Pays-Bas
PAM	Programme Alimentaire Mondial
PAN	Plan Alimentaire National
PDAHB	Projet de Développement Agricole des Hauts-Bassins
PDAOV	Projet de Développement Agricole de l'Ouest Volta
PDRI	Projet de Développement Rural Intégre
PIS/AFRICARE	Plan Intérieur de Séquénéga
PPIB	Plan de Parrainage International de Boulsa
PPIK	Plan de Parrainage International de Kaya
PVOV	Projet Vivrier de l'Ouest Volta
RR	Reconnaissance Rapide
SAFGRAD	Semi-Arid Food Grain Research and Development Program
SATA	Service de l'Alimentation et de la Technologie Alimentaire
SIX S	Se Servir de la Saison Sèche en Savanne et au Sahel
SOFITEX	Société Voltaique des Fibres Textiles
SOVOLCOM	Société Voltaique de Commercialisation, maintenant appelée FASO YAAR
TWIS	Training Women in Sahel
UGVO	Union des Groupements Villageois de l'Oudalan
USAID	United States Agency for International Development
UVOCAM	Union Voltaique de Coopératives Agricoles Maraîchères

CHAPITRE 1

INTRODUCTION

La production vivrière est le pilier de l'économie du Burkina Faso, mais elle ne satisfait pas aux besoins de ce pays. D'après le rapport de Haggblade sur la sécurité alimentaire au Burkina Faso (1984), la production locale ne répond qu'a 60-75 pour cent des besoins en protéines et 40-70 pour cent des besoins en lipides. Au cours des vingt dernières années, la consommation alimentaire n'a satisfait en moyenne que 85 pour cent des besoins de base. Pendant les années de sécheresse, la situation s'est naturellement aggravée. L'autosuffisance de la production, tout en constituant un objectif stratégique explicite, est loin d'être une réalité.

La hausse de la production, toutefois, n'est pas le seul moyen d'atteindre la sécurité alimentaire. La nature précaire de la production, sa distribution géographique inégale et le besoin d'alimenter une population urbaine a souligné la nécessité de distribuer efficacement la production. Le système de commercialisation peut jouer un rôle important en encourageant la production ainsi qu'en distribuant les approvisionnements. Il convient de noter, toutefois, que les incitations des prix du marché ne conduiront qu'à une hausse de la production si les cultivateurs sont en mesure de réagir. Sans l'application de programmes techniques appropriés, les hausses de la production seront tout au plus infimes.

Le Gouvernement du Burkina Faso et l'Agence des Etats-Unis pour le développement international (USAID) reconnaissent tous deux que le système de commercialisation des céréales pour l'alimentation humaine constitue un chaînon important de la sécurité alimentaire. Ils ont ensemble entamé une étude sur le système de commercialisation des céréales afin de contribuer à déterminer les rôles les plus appropriés et éventuellement utiles que le gouvernement pourrait jouer pour améliorer les capacités d'autosuffisance alimentaire du Burkina Faso. L'étude a été confiée au Centre de recherche pour le développement économique (CRED) de l'Université du Michigan, aidé de l'Office des programmes agricoles internationaux de l'Université du Wisconsin-Madison (IAP). Nous espérons que les résultats recueillis dans le présent rapport seront utilisés par le Gouvernement du Burkina Faso, l'USAID et d'autres bailleurs de fonds afin de les aider à formuler une stratégie nouvelle en matière de commercialisation des céréales au Burkina Faso

Cette étude comporte trois objets: (1) fournir au Gouvernement du Burkina Faso les données de base nécessaires à l'élaboration d'une stratégie agricole et commerciale efficace; (2) évaluer le fonctionnement du système de commercialisation et (3) formuler des recommandations pour la mise en oeuvre de stratégies, de programmes et de projets qui pourraient améliorer le système de commercialisation. La conception de la recherche, examinée à la section 1.2., traduit ces buts.

Les résultats de l'étude sont récapitulés dans quatre tomes. Le présent tome expose les données recueillies sur le comportement du consommateur, ainsi qu'une synthèse des données et de l'analyse des Tomes II, III et IV. Le Tome II, Rapports régionaux, présente des données sur tous les aspects du système de commercialisation pour chaque région géographique. Les Tomes III et IV, Rapports de recherche, contiennent des rapports séparés couvrant différents aspects du système de commercialisation des céréales. Quatre des six rapports présentent des données et une analyse sur le comportement du producteur. Les Tomes I, III et IV existent à la fois en anglais et en français. Le tome II n'existe qu'en français.

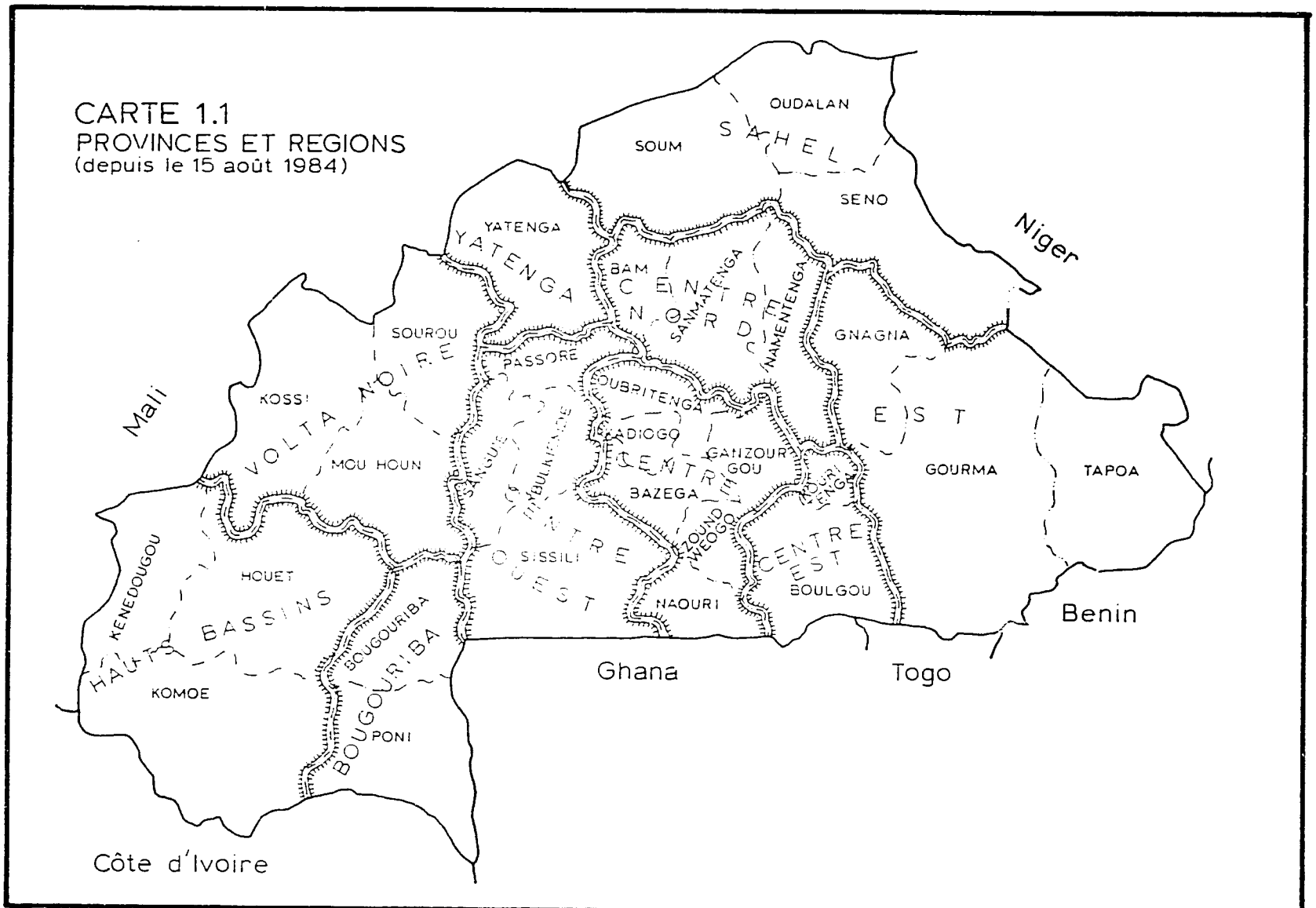
1.1 CADRE GENERAL

Les fluctuations d'une annee à l'autre de la production vivrière de base, occasionnées principalement par les changements atmosphériques, influencent depuis longtemps les secteurs ruraux du Burkina Faso et des autres pays du Sahel. Autrefois, ces fluctuations étaient atténuées au niveau des ménages par les stocks de report constitués les années de bonnes récoltes. Au cours des dernières années, toutefois, la croissance rapide de la population, la réduction des bonnes terres disponibles dans les régions à forte densité de population (notamment le Plateau Mossi) et l'abandon général des activités de production vivrières pour les cultures de rapport et d'exportation et les activités non agricoles ont contribué, du fait également des longues périodes, parfois, de faibles précipitations, à entraîner un déclin de la production vivrière par habitant. L'accélération de l'urbanisation et l'extension des réseaux de transport ont abouti au développement des systèmes de commercialisation des aliments de base qui ont relié les régions rurales entre elles et aux centres urbains. Les habitants des régions rurales, de même que ceux des centres urbains, ont de plus en plus compté sur le système de commercialisation pour remédier aux insuffisances de la production locale. Dans les régions plus arides comme le Yatenga et le Sahel, il est nécessaire de combler les déficits en aliments de base en faisant venir des approvisionnements d'autres régions ou en ayant recours aux importations presque toute l'année (voir Carte 1.1).[1] Les pénuries alimentaires, conjuguées à la hausse des prix, notamment pendant la période de soudure, sont de plus en plus courantes dans les régions urbaines, tout comme dans les régions rurales.

Ces conditions n'ont fait qu'attirer davantage l'attention et l'intérêt des responsables. Le Burkina Faso et les pays voisins ont réagi en tentant de stabiliser les prix des aliments de base par le biais de décrets ou d'interventions directes. Le gouvernement fixe les prix d'achat et de vente officiels chaque année. L'Office national des céréales (OFNACER), une organisation parapublique, autrefois un monopole qui fonctionne désormais en

---

[1] Avant 1984, le Burkina Faso était divisé entre dix départements administratifs. Il est maintenant divisé en 30 provinces. Les régions de production, unités décentralisées du Ministère de l'agriculture et de l'élevage, correspondaient aux départements.



Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

parallèle avec le secteur privé, achète et vend les céréales à des prix officiels. En général, ces efforts destinés à stabiliser les prix et à améliorer l'efficacité du système de commercialisation moyennant l'intervention directe du gouvernement se sont révélés peu fructueux. Les prix continuent à monter au-dessus des niveaux officiels lorsque les approvisionnements sont restreints et seule l'aide alimentaire importée a empêché de graves pénuries de se produire. Ces programmes gouvernementaux requièrent des besoins considérables en ressources rares, tout particulièrement en compétences administratives et gestionnaires, et grèvent les recettes gouvernementales.

A la vue des résultats décourageants de l'intervention du secteur public, les gouvernements et les bailleurs de fonds se sont tournés vers le secteur privé. La présente étude de la commercialisation des céréales au Burkina Faso résulte de ce nouvel intérêt pour le rôle que pourrait jouer le secteur privé afin d'encourager les objectifs nationaux. Ce changement ne constitue pas un abandon de la participation du secteur public à la commercialisation. Au contraire, il traduit la prise de conscience de plus en plus marquée que i) le secteur privé continue à réaliser des fonctions importantes en matière de distribution des céréales malgré le mépris du gouvernement et son refus de le reconnaître et que ii) les engagements financiers et gestionnaires du gouvernement sont supérieurs aux ressources dont il dispose et sont fortement tributaires de la générosité des bailleurs de fonds. Le Gouvernement du Burkina Faso cherche visiblement à réaliser des progrès pour atteindre les objectifs nationaux tout en réduisant sa dépendance vis-à-vis des bailleurs de fonds. Il est donc essentiel que des programmes soient conçus pour mobiliser efficacement les ressources du secteur privé aux niveaux villageois et national afin de permettre la réalisation des objectifs nationaux.

La nature des rapports entre le secteur public et le secteur privé sur le plan de la commercialisation des céréales a eu tendance à être contradictoire. Chaque secteur a considéré l'autre avec une certaine méfiance. Les responsables du gouvernement interprètent souvent les grandes fluctuations de prix et les pénuries épisodiques comme étant le reflet de l'inefficacité, la malversation et l'avarice des commerçants privés. Ces derniers ont l'impression que les réglementations gouvernementales, y compris les contrôles des prix, ne sont qu'une cause d'ennuis. Au pire,

elles empêchent, tant le secteur privé que le secteur public, de tirer profit des fonctions de commercialisation essentielles (telles que le stockage et la distribution à long terme et l'approvisionnement des régions reculées).

La stratégie actuelle est fondée sur la conviction que si les activités commerciales sont confiées au secteur privé, les producteurs seront insuffisamment payés pour la vente de leurs céréales et que les consommateurs paieront un prix trop élevé pour les acheter. Il est estimé que le secteur privé procure des céréales à des tarifs excessivement élevés et qu'il n'approvisionne pas les régions où la distribution est onéreuse.

Les programmes actuels peuvent reposer sur les hypothèses contestables concernant les causes des problèmes spécifiques. En effet, une bonne part du problème réside peut-être dans la structure et la tendance actuelles de la production céréalière au Burkina Faso et non pas dans un mauvais fonctionnement du système de commercialisation privé.

1.2 OBJECTIFS ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Un système de commercialisation assure un lien entre les producteurs et les consommateurs. En termes fonctionnels, ce système recouvre tous les aspects de redistribution du produit: ventes et achats à divers niveaux, stockage, transport, traitement, normalisation, financement, capacité à supporter les risques et renseignement du marché. Ce système est au moins à trois dimensions. Il relie les facteurs économiques, les facteurs de temps et les facteurs d'espace géographique.

Les théories économiques sur le comportement du marché reposent sur l'hypothèse que la société veut obtenir des producteurs de denrées et de services une bonne performance. Elle doit inclure la coordination des éléments suivants:

1. Le système brassera et distribuera les marchandises au coût le plus faible conforme aux conditions technologiques et politiques et en accord avec les désirs des producteurs et des consommateurs et avec leurs moyens pour payer les services de commercialisation.

2. Le système de commercialisation dirigera les mouvements de marchandises des producteurs désireux de vendre aux marchés de consommation dont les prix traduisent une marge conforme au premier critère sur le coût minimum du brassage et de la distribution.

3. Les prix rempliront la fonction économique consistant à affecter les ressources à leur usage le plus productif, de telle sorte que que les coûts réels de la production se dégagent des prix à la consommation et que les prix à la production évoquent la volonté des consommateurs de payer (Herman, 1981, p. 82).

4. Le système contribuera à réaliser les buts socio-économiques de la stratégie de développement d'un pays.

La réalisation de ces buts implique l'efficacité de la répartition--la norme qu'utilisent les économistes pour mesurer la performance. Il est néanmoins difficile de déterminer dans quelle mesure un système particulier réalise ces buts.

Nous considérons le système de commercialisation des céréales comme un réseau, ou un sous-secteur. Cette optique fournit le cadre nécessaire à l'analyse, en insistant sur la bonne compréhension du rôle des institutions et des participants intervenant dans ce sous-secteur, leurs rapports les uns avec les autres et leurs effets sur le comportement du marché. Le paradigme structure-comportement-performance (SCP) permet d'analyser les niveaux

horizontaux du sous-secteur. Pour étudier les rapports verticaux, nous insisterons sur la bonne compréhension du fonctionnement de ces liens entre les différents marchés et les différents participants.

Le paradigme SCP énonce des liens causaux entre la structure du marché et le comportement du marché et entre le comportement du marché et la performance du marché, où:

1. La structure du marché se rapporte aux aspects de l'organisation du marché qui influencent la nature de la concurrence et de la tarification.

2. Le comportement du marché est la méthode appliquée par une entreprise pour s'adapter aux marchés sur lesquels elle intervient. Cette définition inclut les méthodes de fixation des prix, de promotion et de coordination des ventes et le niveau des stratégies agressives ou exclusives utilisées pour lutter contre les concurrents existants ou éventuels.

3. La performance du marché représente les résultats économiques de la structure et du comportement du marché, spécifiquement la relation entre les marges distributives et les coûts de l'établissement des services de commercialisation (Scherer, 1980).

La théorie SCP suggère que certaines structures de marché entraîneront un comportement particulier de certaines entreprises participantes et qu'un type de comportement déterminé entraînera une performance particulière de la part d'une industrie. Elle analyse la performance d'une industrie dans le contexte d'une série de conditions de base de l'offre et de la demande, qui traduisent le niveau de technologie, les goûts des individus et les qualités spécifiques du produit ou du processus de production.

La façon dont le système de commercialisation des céréales fonctionne résulte du comportement de nombreux individus, travaillant dans bien des endroits différents, et prenant tous des décisions au même moment. Notre plan de recherche repose sur la prémisse que, pour bien comprendre comment le système fonctionne, il faut l'examiner en considérant tous les participants du système. Les responsables qui interviennent dans le fonctionnement du système de commercialisation se répartissent en trois catégories: les producteurs, les consommateurs et tous les types de commerçants et autres intermédiaires. Les principaux éléments du programme de recherche sont donc les suivants: une étude des marchés nationaux et régionaux, analysant en particulier le comportement des intermédiaires; une étude du comportement des producteurs des zones de production excédentaire

et déficitaire et une étude du comportement d'achat du consommateur, axée sur les régions urbaines.[2]

Les trois parties composant l'ensemble du projet ont été conçues et réalisées par une équipe de chercheurs pluridisciplinaire. Etant donné l'orientation interdisciplinaire de cet effort de recherche, des méthodologies de recherche multiples ont été appliquées pour compiler les données qualitatives et quantitatives nécessaires composant les trois parties du projet. (Voir annexes C, D et E pour de plus amples détails sur les méthodologies utilisées.)

1.2.1. Le réseau de commercialisation

Ce volet recouvre tous les aspects de la commercialisation entre le producteur et le consommateur. Une étude de reconnaissance a été menée dans la plupart des régions du Burkina Faso. Une première série de questions générales ont été posées à toute une gamme de participants du marché. Dans certaines régions, cette enquête a été suivie d'interviews plus approfondies auprès d'informateurs coopératifs essentiels afin d'obtenir des renseignements sur des aspects plus délicats du commerce. Une troisième enquête a été effectuée dans certaines régions afin de clarifier et d'examiner les hypothèses avec les informateurs essentiels. Ces enquêtes ont été établies d'après les lignes directrices de l'interviewer et non pas à partir de questionnaires structurés. Tous les types de participants au marché ont été interviewés afin d'obtenir des informations sur ceux qui échangent les céréales, sur les rapports entre les intermédiaires, sur les conditions d'échange, sur l'orientation et l'ampleur des mouvements de céréales et sur le fonctionnement du réseau de commercialisation. Les prix ont été relevés sur certains marchés. La méthodologie de reconnaissance rapide appliquée à ce volet de l'étude est décrite à l'Annexe C, Tome 2, Rapports régionaux, qui présente les résultats en détail.

---

[2] La majorité des études précédentes se sont axées sur un ou deux aspects du système de commercialisation. Aucune de ces études n'a essayé de couvrir tous les niveaux du marché de l'ensemble du pays. En essayant de le faire dans notre étude, nous nous sommes également efforcés de ne pas empiéter sur les études antérieures. Là où d'autres chercheurs avaient déjà effectué des enquêtes exhaustives, nous avons soit essayé de compléter leurs résultats avec des données récentes (par exemple ORD oriental), soit collaboré avec eux pour essayer d'incorporer leurs résultats et leurs conclusions, comme dans les cas du SAFGRAD (Programme de recherche et de développement des céréales pour l'alimentation humaine en régions semi-arides) et de l'ICRISAT.

1.2.2. Comportement du producteur

Les études villageoises ont été axées sur la compréhension du comportement du producteur vis-à-vis du marché. La conception du présent volet repose sur l'idée que les ménages et les marchés font partie d'un système économique intégré et que pour bien comprendre les diverses parties composant ce système, il est nécessaire d'étudier le comportement des producteurs et leur zone de commercialisation. Les données ont été recueillies à partir d'un échantillon de 250 ménages répartis entre cinq villages (trois dans la zone de production excédentaire et deux dans la zone de production déficitaire). Les marchés aux environs de ces villages ont également été étudiés afin de déterminer les conditions de marché spécifiques dans lesquelles les producteurs prenaient leurs décisions. Appliquant une méthode de gestion agricole, les ménages composant l'échantillonnage ont été interviewés régulièrement pendant une année entière afin de recueillir des données budgétaires couvrant tous les aspects de l'économie des ménages. Une description plus en détail de la méthodologie figure à l'Annexe D.

1.2.3. Comportement du consommateur

Les recherches sur le comportement du consommateur ont été concentrées sur deux régions urbaines principales, Ouagadougou et Bobo-Dioulasso. Les consommateurs et les préparatrices de plats cuisinés de ces deux villes ont été interrogés sur leurs usages concernant l'achat de céréales afin de déterminer l'importance relative des circuits de commercialisation urbains spécifiques. Ce volet constitue la partie de l'étude la moins développée. Une description de la méthodologie est présentée à l'Annexe E.

1.3 OBJET ET PRESENTATION DE CE TOME

En accord avec le triple objet de l'étude, le tome de synthèse présent apporte des données de base sur le système de commercialisation, évalue son fonctionnement et formule des recommandations afin de l'améliorer. Les résultats des études recouvrant chacun des trois volets sont compilés dans le présent tome, composant les chapitres 2 à 5. Les documents d'appui ayant servi à l'analyse se trouvent dans les annexes et les autres tomes, qui sont énumérés à l'Annexe A. Les conclusions et les recommandations stratégiques sont examinées au Chapitre 6.

Le Chapitre 2 présente un aperçu de la commercialisation des céréales au Burkina Faso. Ce chapitre commence par décrire les circuits de commercialisation caractéristiques des secteurs privés et publics. L'offre et la demande en céréales sont examinées, suivi d'une description de l'aspect géographique du comportement de commercialisation. Le Chapitre 2 s'achève par une description en détail des circuits de commercialisation privés et publics.

Le Chapitre 3 porte sur le comportement du marché, commençant par une description des obstacles à l'accès au marché. Ce chapitre examine ensuite la concurrence entre les intermédiaires et la coordination verticale du circuit de commercialisation à tous les niveaux. Cet examen est suivi d'une analyse des prix, puis de conclusions sur l'intégration des marchés, les marges de commercialisation et les fluctuations tarifaires saisonnières. Enfin, les changements intervenant à la longue sur le marché sont étudiés. Une bonne part de l'analyse présentée au présent chapitre est reprise plus en détail dans le Tome II.

Le Chapitre 4 synthétise les analyses du comportement du producteur qui sont présentées au Tome III. Les thèmes spécifiques abordés sont les suivants: sécurité de céreales, décisions concernant l'écoulement des céréales, éléments déterminants de l'excédent commercialisé, comportement de commercialisation et égalité entre les ménages.

Le Chapitre 5 traite le comportement de commercialisation des consommateurs. Les données recueillies des enquêtes auprès des consommateurs et des préparatrices de plats cuisinés sont présentées dans ce chapitre. L'analyse aboutit à des conclusions sur l'importance de divers circuits pour satisfaire la demande du consommateur.

Le Chapitre 6 commence par un examen des résultats et des conclusions du programme de recherche. Ce chapitre aborde ensuite les objectifs stratégiques du gouvernement. Il s'achève par une étude de plusieurs options pour améliorer le système de commercialisation reposant sur l'analyse précédente.

Nos résultats confirment certains des aspects de la sagesse conventionnelle tout en réfutant d'autres. Dans l'évaluation des résultats à des fins d'application pour la formulation d'une politique générale, il est essentiel de reconnaître les nuances qui existent et de prendre en compte l'expérience passée pour prévoir l'incidence éventuelle des réformes stratégiques.

Le principal point fort de cette recherche réside peut-être dans le fait qu'elle couvre l'ensemble du pays. Nous avons insisté tout particulièrement sur les comparaisons entre les régions et les groupes socio-économiques. Les différences entre les groupes, les régions, les types de marché, etc. sont essentielles pour comprendre le fonctionnement du système. Le Burkina Faso n'est pas un pays uniforme. Les mesures stratégiques, pour être efficaces, doivent être formulées tout en s'assurant qu'elles s'appliquent à un environnement divers comme celui du Burkina Faso.

1.4 REMARQUES SUR L'ORTHOGRAPHE DES NOMS DE LIEUX

Nous espérons que les lecteurs, les lecteurs burkinabè particulièrement, seront indulgents quant à l'orthographe des noms des villes et des villages du Burkina Faso, abondament cités au cours de ce volume. Bien que cela ne soit pas évident au premier abord, il y a "une certaine méthode" dans notre fantaisie en ce qui concerne cette orthographe: le premier principe que ce volume a tenté de suivre est celui de la fidélité à une seule orthographe pour chaque lieu d'un bout à l'autre des rapports. Il est toutefois possible que ce principe n'ait pu être appliqué de façon aussi parfaite que nous l'aurions souhaité.

Mais le problème majeur restait le choix de l'orthographe pour chacun de ces lieux, car chaque référence disponible à ce propos offrait une orthographe différente. Nous entendons par référence les documents officiels nationaux, les documents régionaux, les cartes régionales obtenues auprès de l'IGHV (Institut Géographique de la Haute-Volta) et la carte nationale, carte routière vendue dans le commerce, dessinée de même par l'IGHV. Outre ces références classiques, les chercheurs de CRED ont aussi mémorisé l'orthographe de très nombreux noms de lieux tels qu'ils sont communément écrits ou prononcés dans les villages en question ou au sein de la région.

La règle que nous avons tenté de suivre a été arbitrairement choisie, dans un souci de plus grande clarté, de la façon suivante:

La source de référence pour l'orthographe des noms de lieu au Burkina Faso au sein du texte de ce volume est la carte nationale de l'IGHV. Tous les noms de villages ou de marchés qui n'apparaissent pas sur cette carte sont alors écrits dans le texte tels qu'ils apparaissent sur les cartes régionales obtenues à l'IGHV et reproduites dans les rapports régionaux. Aussi étonnant que cela paraisse, l'orthographe du nom des lieux sur ces deux sources de référence est presque systématiquement différente, et parait souvent surtout au sein des cartes régionales assez divergente de l'orthographe pratiquée par les burkinabè eux-mêmes. A titre d'exemple, selon la carte nationale de l'IGHV, nous écrirons Dissin, Kokologo, Koumbri, Legmouin, Solé, Didir et Markoy et non Dissine, Kokologho, Koumbry, Legmoin, Sollé, Didyr et Markoye, même si ces derniers semblent être plus communs.

De ce fait, les lecteurs noteront une fréquente dissimilarité entre l'orthographe utilisée dans le texte et celle apparaissant sur les cartes régionales. Nous espérons que la localisation sur la carte (principal intérêt des cartes régionales au sein des rapports) des centres mentionnés dans le texte, n'en sera pas trop ardue pour autant.

Un dernier mot sur le nom des lieux: Nous écrirons "Haute Volta" quand il s'agira d'un événement qui a eu lieu avant le changement de nom le 4 août, 1984.

CHAPITRE 2

APERCU DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION

La bonne compréhension du fonctionnement du système de commercialisation des céréales permettra d'identifier les facteurs qui empêchent ce système d'être plus efficace. Le présent chapitre réunit des informations de base sur les systèmes de commercialisation nationaux et régionaux. Il commence par une brève présentation historique de la commercialisation des céréales dans la région. Cette présentation est suivie d'études de cas sur les principaux circuits de commercialisation afin d'illustrer la dynamique du processus de commercialisation de même que la variété des accords de commercialisation. La Section 2.3 résume ensuite l'offre et la demande régionales afin d'offrir un tableau historique plus général des équilibres de céréale pour chaque région. La Section 2.4 décrit les activités commerciales de l'ensemble du pays afin de répondre aux questions suivantes: où se situent les différents centres d'offre et de demande? et quelles sont les directions des courants commerciaux? La Section 2.5 examine les différents circuits de commercialisation, tant privés que publics. Le Tome II, Rapports régionaux, fournit des informations plus détaillées sur chaque région.

2.1. EVOLUTION HISTORIQUE DU RESEAU DE COMMERCIALISATION DES CEREALES[1]

Les marchés de céréales du Sahel se sont formés après la Deuxième Guerre mondiale et ont acquis leur configuration actuelle plus précisément à la suite de l'indépendance politique des pays de la région, à la fin des années 50 et au début des années 60. Les deux facteurs essentiels qui ont contribué à donner à ces marchés leur allure actuelle sont la croissance des grandes villes et les événements liés à la sécheresse de 1972-1973. Malgré l'incidence des événements récents, ces marchés revêtent des caractéristiques héritées d'une période plus ancienne. La présente section offre une brève description du passé commercial du Burkina Faso afin de

---

[1] La présente section est tirée du rapport de recherche de Saul (Tome IV).

servir d'introduction aux informations plus détaillées qui suivent sur le réseau de commercialisation actuel.

Les échanges commerciaux de l'Afrique de l'Ouest, pratiqués sur de grandes distances, ont captivé l'imagination des observateurs, tant la population indigène que les étrangers, pendant de nombreuses générations. Un facteur moins souvent évoqué, qui caractérise également ce marché, porte sur les échanges à petite échelle, pratiqués à l'intérieur du village ou entre villages, qui étaient encouragés et facilités par les échanges sur de grandes distances. Sur les territoires où les rapports entre les communautés locales étaient relativement pacifiques et les places de marché institutionnalisées (telles que le Royaume des Mossis), les transactions commerciales se déroulaient au sein de ces marchés. Là où les rapports entre les communautés locales se caractérisaient par de fréquentes éruptions de violence (tel que dans la région ouest de ce qui constitue dorénavant le Burkina Faso), ces communautés étaient fortement tributaires d'un réseau de marchands ambulants.

Avant la Deuxième Guerre mondiale, les céréales représentaient l'une des marchandises vendues sur ces réseaux commerciaux à petite échelle. La demande en céréales a été créée d'un côté par l'activité importante de fabrication de dolo (Héritier, 1975) et d'un autre côté par les pénuries alimentaires locales et sporadiques résultant des variations micro-climatiques de même que par les différences de capacité de production des ménages. Certains ethnologues ont réalisé des recherches fort documentées sur la valeur culturelle enracinée des populations opposées à la vente des produits vivriers dans de nombreuses régions de l'Afrique de l'Ouest, valeur qui a parfois été interprétée comme une indication que le commerce des céréales n'a débuté que lorsque la destruction de l'organisation et des idéologies précoloniales a permis de surmonter cette aversion à vendre. En réalité, les interdictions concernant la vente de produits vivriers ne s'appliquent en général qu'aux stocks collectifs des groupes agricoles organisés. A l'extérieur de ce cadre, il existe souvent aussi des terres servant à la production individuelle. La production de ces cultures individuelles est en général écoulée sur le marché local.

Il est bien connu que dans la région entourant la ville appelée de nos jours Bobo-Dioulasso, les commerçants mandé caractérisés par le terme générique de Jula pratiquaient le commerce sur de grandes distances. Les

échanges locaux étaient pratiqués par un groupe décrit avec beaucoup moins de précision, les Zara.[2] A la différence des Bobos, les Zara ont depuis longtemps fait preuve de leurs ambitions politiques.[3] Voyageant fréquemment, les hommes et les femmes zaras ont entretenu un réseau de troc et d'échanges systématiques, utilisant comme monnaie les cauris ou d'autres devises le cas échéant. Leur mobilité a été facilitée par le succès d'un régime d'Etat pratiquement imposé dans la section sud du fleuve Volta par l'un des clans de Sia, en alliance avec les princes appartenant aux Ouattaras Julas de Kong, ou sous la subordination de ces princes.

Les échanges se déroulaient habituellement de la façon suivante: Les femmes commerçantes zara s'établissaient dans un village et s'associaient à un homme qui s'était installé là pour représenter le clan dominant des Zara de Sia. Dans le village où elles s'établissaient, les femmes passaient une bonne partie de l'année seules, échangeant des petites quantités de céréales pour du poisson séché et du sel (dont une partie provenait du nord et d'un commerce sur une grande distance) ou d'autres condiments transformés à partir de produits locaux, et, enfin, à brasser et à vendre de la bière et d'autres boissons alcoolisées. Elles vivaient du revenu tiré de ces activités et apparemment, contribuaient souvent, avec ce revenu, à la subsistance de leurs hommes. Elles menaient ce genre d'activité dans de nombreux villages (où elles avaient des liens de parenté ou des rapports d'affinité) pendant toute l'année, transportant périodiquement une partie des denrées accumulées d'un endroit à l'autre afin de tirer profit des pénuries relatives.

L'administration coloniale a introduit un nouvel élément dans les échanges de céréales. Tout d'abord, il s'est établi une demande stable en soldats et une administration à l'origine faible, mais croissante. Puis

---

[2] Les Zara parlent la même langue que les Bobo, la population agricole dominante dans les régions qu'ils habitent. Cette langue est incompréhensible pour les habitants parlant le Jula-Bambara même si elle est d'origine mandé. Mais les Zara se sont détachés de cette population agricole en adoptant des caractéristiques culturelles différentes (telles que l'habillement).

[3] Ils ont dominé le village de Sia (l'un des deux noyaux de Bobo-Dioulasso), mais des groupes s'identifiant comme appartenant aux Zara étaient parsemés dans ce qui constitue dorénavant les provinces de Houet, Kossi et Moun-Houn (les anciens départements des Hauts-Bassins et de la Volta Noire) (Le Moal, 1980:16-27).

l'administration coloniale a étendu le régime monétaire européen à la population locale en rétribuant la main-d'oeuvre sous forme de salaire et en lui faisant payer des impôts (recrutement de l'armée, travaux publics et embauche dans les entreprises privées). Enfin, l'administration coloniale a fourni des fondations politiques et institutionnelles et soutien nécessaire à l'établissement de grandes compagnies d'export-import qui ont réalisé l'articulation de l'économie locale avec le marché de l'Europe de l'Ouest.

Dans les années 40, le territoire appelé aujourd'hui Burkina Faso était couvert par six grandes compagnies,[4] qui possédaient des comptoirs dans les 12 provinces de la colonie et réalisaient 75 pour cent du commerce d'importation et 100 pour cent du commerce d'exportation (Bollinger, 1974, p.18). Le commerce d'exportation consistait à collecter les produits oléagineux, principalement les noix de karité,[5] mais aussi l'arachide et le sésame. Les exportations de noix de karité sont restées importantes pendant toute la période d'indépendance et constituent aujourd'hui un facteur essentiel de la balance des paiements nationale.

Durant cette période, le secteur du commerce qui a été laissé aux négociants africains regroupait des activités telles que la vente des noix de Kola, des condiments, des produits alimentaires et du bétail. Les groupes possédant une base ethnique contrôlaient ces activités (principalement les Yarsé et les Haoussa dans les régions du centre et de l'est, les Jula et les Zara dans l'ouest). La majorité des membres de l'élite commerciale qui est apparue durant la période suivante sont originaires de ces groupes. Plusieurs commerçants de Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou qui ont été interviewés soit possédaient un parent qui avait pris part à ce commerce précolonial soit avaient commencé dans leur enfance comme apprentis auprès d'un individu qui possédait une expérience analogue.

Dans les années 40, des camions appartenant à des particuliers sont devenus disponibles et ont offert la possibilité d'entamer un commerce (pour une bonne part illégal) avec le Ghana et le Nigéria. Des animaux étaient

---

[4] Il s'agit de: C.F.A.O., S.C.O.A., Peyrissac et Co., C.I.C.A., C.A.M.I.C.O. (une filiale de C.A.C.O.M.A.F.) et la compagnie française du Niger (une filiale de UNILEVER).

[5] Les noix de karité proviennent d'un arbre protégé, mais non cultivé (Butyrospermum Parkii); il faut les retirer de la chair du fruit, les faire sécher au-dessus du feu et les décortiquer avant de les vendre, activité exclusivement féminine.

transportés dans ces pays et échangés contre des biens de consommation. Ces échanges étaient d'autant plus rentables du fait de la limite entre les zones monétaires françaises et britanniques.[6] Les origines de quelques fortunes commerciales actuelles très importantes reposent sur les activités de cette période.

Le réseau dendritique que les compagnies européennes ont établi pour les cultures destinées à l'exportation a multiplié les circuits qui sont responsables des mouvements actuels à la fois de céréales et de cultures pour l'exportation. Les sociétés européennes n'éprouvaient alors qu'un intérêt secondaire pour les céréales; mais elles en achetaient pour approvisionner les camps militaires et l'administration civile. Elles érpouvaient même parfois des excédents qu'elles écoulaient dans les villes. C'est ainsi que quelques individus se sont lancés dans le commerce au détail en achetant en gros auprès de ces sociétés pour revendre sur le marché de la ville, activité qui jusqu'alors était dominée par les femmes.

L'exportation des produits oléagineux a atteint son apogée juste après la Deuxième Guerre mondiale, puis ses profits ont commencé à décliner après 1952, en partie pour des raisons liée aux conditions du marché mondial et en partie (probablement pour un plus fort pourcentage) du fait de l'application de nouvelles réglementations régissant l'emploi de la main-d'oeuvre dans l'Afrique de l'Ouest francophone (Coquery-Vidrovitch, 1975).[7] Les compagnies ont d'abord essayé de transférer les comptoirs à leurs anciens directeurs et, cette tentative ayant échoué, elles se sont mises à coopérer avec les négociants locaux qu'elles avaient considérés jusqu'alors comme leurs concurrents. Vers la fin des années 50, elles s'étaient entièrement réduites aux centres de Ouagadougou et de Bobo-Dialasso. La collecte des produits d'exportation était assurée par un réseau d'agents qui finançaient leurs activités moyennant des avances de caisse reçues des compagnies exportatrices.

---

[6] Pour un rapport d'une incidence antérieure de ce commerce pendant la Première Guerre mondiale, consulter Bâ (1973), Chapitre 5, p. 68-76.

[7] La réglementation a introduit le salaire minimum calculé sur une base horaire, la sécurité sociale, facteurs soutenus et surveillés par des syndicats actifs, ce qui a eu pour effet d'atténuer l'écart entre les salaires de la métropole et les salaires de la colonie.

Vers la même époque, les deux principales villes se développaient rapidement aussi. Leur population augmentait alors que le volume de céréales produites par les habitants diminuaient en raison de la densité de population plus élevée. L'administration coloniale aggravait ce processus en barrant à l'agriculture des régions étendues à des fins d'urbanisation.[8] Lorsque la demande des villes est devenue importante, les agents des compagnies expatriées se sont mis, comme activité complémentaire, à acheter des céréales et des produits tels que des grains de néré[9] pour leur propre compte. Vers cette époque, certains d'entre eux avaient accumulé suffisamment d'argent pour financer des activités complémentaires pour leur propre compte, mais les fonds que leur procuraient les compagnies européennes les aidaient encore à diversifier leurs efforts.

La majorité des gros commerçants interviewés sont venus dans les villes dans les années qui ont suivi la Deuxième Guerre mondiale: bon nombre d'entre eux ont débuté comme agent de collecte des cultures d'exportation; d'autres avaient une autre activité qu'ils ont complétée avec la collecte des cultures d'exportation. Certains de ceux qui ont le mieux réussi combinaient plusieurs de ces activités. Le commerce avec la zone britannique continuait d'être très lucratif. Au cours de cette période, les petits véhicules d'une tonne sont apparus sur le marché, permettant ainsi aux entrepreneurs du Burkina de se lancer dans les activités de transport de passagers et de marchandises. Certains ont ouvert des brasseries pour la consommation. Ces combinaisons ont permis de consolider les fortunes modestes qui s'étaient constituées au cours de la période précédente.

Comme ce fut le cas ailleurs (par exemple en Sénégambie, voir Appleby, 1985), les compagnies européennes d'export-import n'ont pas pu survivre à l'indépendance nationale, mais apparemment pour des raisons très différentes. Vers l'époque de l'indépendance, les premiers agents des compagnies installées à Abidjan, qui étaient alors des courtiers travaillant

---

[8] Les administrateurs coloniaux ont loti de vastes étendues qui sont aujourd'hui les centres d'affaires de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso, en traçant de larges avenues et en expulsant souvent par force les habitants. Certaines régions agricoles à la périphérie des villes ont été barrées aux cultures pour d'autres raisons. Par exemple, la région de Dinderesso, où se trouvaient les exploitations des habitants du quartier de Tounouma, dans la ville de Bobo-Dioulasso, a été déclarée forêt protégée.

[9] Grains de Parkia biglobosa destinées à la consommation locale.

pour des sociétés concurrentes en Europe, ont commencé à pénétrer cette enclave qui était donc fort protégée, en quête de denrées agricoles à exporter. Ils ont essayé de coopter les agents africains des compagnies établies localement ou de convaincre d'autres commerçants prospères de collaborer avec eux. Le transfert du pouvoir politique aux élites nationales a renforcé davantage les possibilités qui s'offraient aux hommes d'affaires locaux. Notamment à Bobo-Dioulasso, on observait la percée d'un nouveau groupe de Mossi (pour la plupart d'origine yarsé et provenant des provinces de Yatenga et de Passoré) aux dépens des souches plus anciennes d'origine jula et zara.[10]

Quelques années après l'indépendance, les compagnies européennes établies au Burkina Faso ont entièrement renoncé à leurs activités d'exportation. Dans les années 60 et au début des années 70, certaines de ces compagnies et bon nombre de petites entreprises qui appartenaient à des Français ont fusionné entre elles ou ont complètement mis fin à leurs opérations. Elles ont également vendu de vastes biens fonciers qu'elles possédaient dans le secteur commercial de la ville, qui ont été entièrement achetées par la nouvelle génération d'hommes d'affaires locaux à l'aide de grands prêts bancaires.

Le gouvernement militaire qui est arrivé au pouvoir en 1966 a créé une Caisse de stabilisation et a proposé des prêts à court terme afin de stimuler davantage l'africanisation du secteur des cultures d'exportation. La BND (Banque nationale de développement, possédée à 55 pour cent par le gouvernement) a pris les devants en fournissant des crédits de campagne d'achat à court terme et à faible intérêt. Les autres banques du pays, qui sont toutes détenues en partie par le gouvernement, ont suivi l'exemple. Ces crédits ont paré au besoin pour les commerçants africains de s'affilier à des importateurs européens par manque de capital. La combinaison de ces crédits avec d'autres prêts commerciaux généraux ont procuré un pouvoir financier sans précédent à cette nouvelle élite commerciale. Certains des commerçants interviewés ont insinué que les connexions politiques étaient essentielles à l'obtention de ces prêts. Deux des plus importants

---

[10] La mobilité facilitée par ces conditions propices au commerce et à l'enrichissement est si remarquable que certains individus qui avaient débuté à la fin des années 50 avec un seul petit véhicule possèdent aujourd'hui un parc entier de semi-remorques.

négociants de céréales de Bobo-Dioulasso, d'origine jula, ont déclaré qu'ils n'avaient jamais obtenu de prêt, et pour l'un, malgré de nombreuses tentatives. Cette affirmation contraste avec certains autres cas, par exemple celui d'un homme d'affaires éminent de Ouagadougou dont le solde débiteur en matière de prêt se situerait autour de 500 millions FCFA.

Le commerce des céréales s'est développé progressivement au point de devenir presque aussi important que celui des cultures d'exportation. D'après les récits des commerçants, la relance de ce commerce a pour origine la sécheresse de 1972-73. Ils affirment également que depuis la sécheresse, les provinces du nord qui avaient l'habitude de vendre des céréales à la capitale, comme le Yatenga, le Passoré et le Sanmatenga, ont toujours semblé être en déficit. Cette situation a renforcé la nécessité d'échanges inter-régionaux.

Aujourd'hui, les circuits qui écoulent les cultures d'exportation et ceux qui alimentent les villes en céréales sont les mêmes. Au plus bas niveau, le même personnel est engagé dans ces deux circuits. Les acheteurs des marchés villageois collectent tous les produits, parfois pour le compte de deux personnes différentes; par exemple, ils achètent des cultures d'exportation pour le compte d'un employeur et des céréales pour leur propre compte, ou associent aux cultures d'exportation toute une gamme de produits villageois tels que la volaille, les petits ruminants, les épices et le miel. Aux niveaux supérieurs, il existe quelques différences dans l'organisation entre les cultures d'oléagineux et les cultures vivrières, étant donné que les denrées d'exportation sont amassées progressivement et restent aux centres d'exportation de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso. Par contre, les céréales traversent tout un circuit enchevêtré de vente en gros et de vente au détail avant d'atteindre le consommateur. Au niveau des plus gros commerçants et des détaillants des villes, on peut remarquer une certaine spécialisation des cultures d'exportation et des céréales respectivement. Cette spécialisation provient du fait que la majorité des gros commerçants nationaux préfèrent négocier pour des sommes plus élevées et renoncer au commerce des céréales ou n'y prendre part que dans des conditions particulières, alors que les détaillants se heurtent à une demande bien supérieure en céréales que pour tout autre produit agricole. A la plupart des autres niveaux, la spécialisation est peu marquée et la majorité des commerçants traitent plusieurs sortes de denrées et de cultures

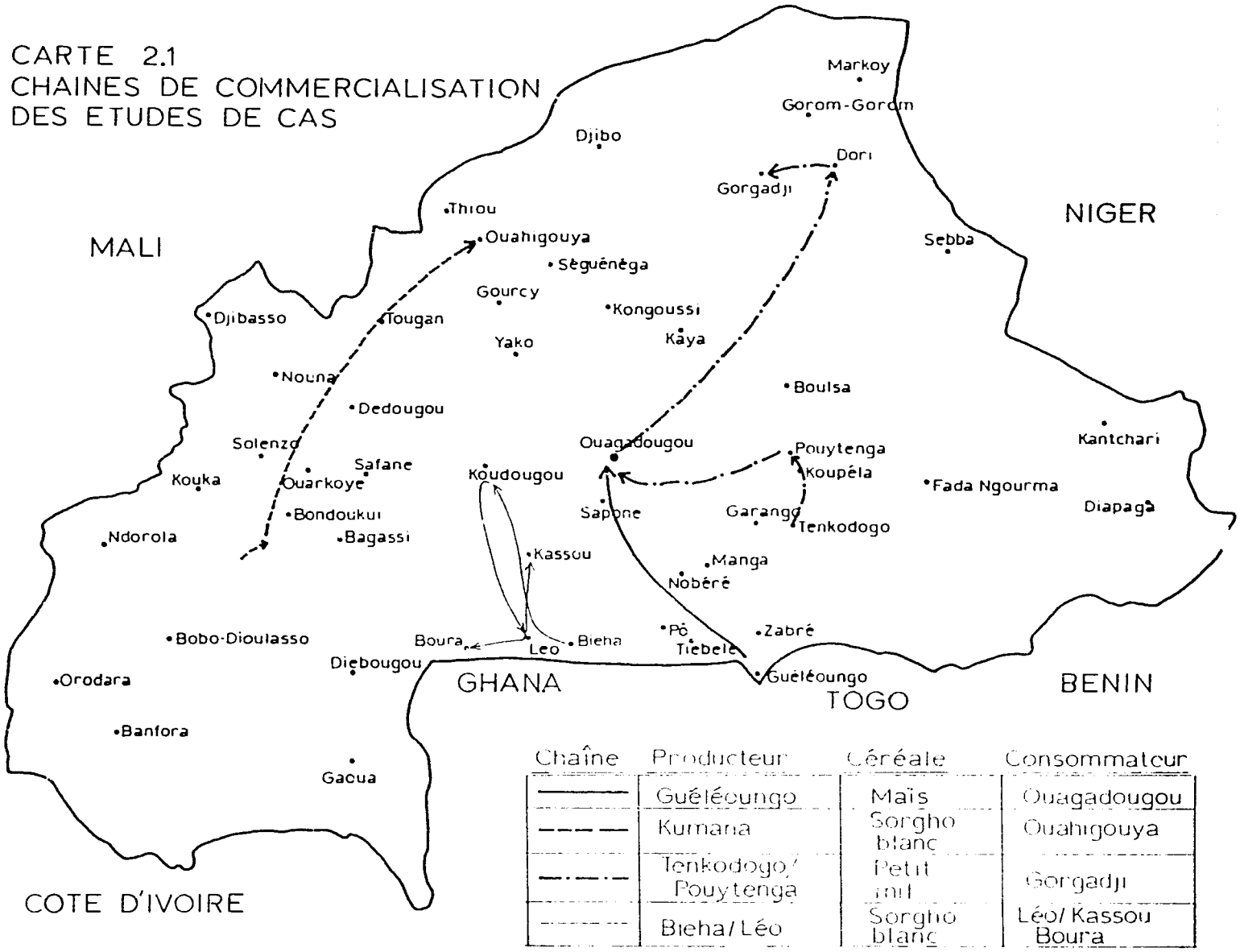
d'exportation, favorisant souvent l'une ou l'autre en fonction de la saison et de la conjoncture du marché.

2.2 ETUDES DE CAS DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATIONS TYPES

Les études de cas présentées dans cette section sont destinées à illustrer la dynamique du système de commercialisation des céréales. Il existe une telle diversité d'intermédiaires, de conditions de transaction, de types de marché et de combinaisons de marché qu'il est difficile de saisir clairement l'importance des circuits particuliers ou des accords de commercialisation. Ces études de cas ont été élaborées afin de mettre en valeur les principales caractéristiques ou relations des circuits de commercialisation que nous avons jugés, après une analyse minutieuse, importants sur le plan économique. Les quatre études de cas illustrent les quatre circuits de commercialisation principaux ou caractéristiques que nous avons identifiés: trois circuits privés et un circuit public. Le choix de régions particulières, de commerçants et d'intermédiaires sert uniquement d'exemple. Les circuits peuvent exister dans toute région possédant les caractéristiques géographiques et commerciales appropriées. Le lecteur est libre de sauter la présente section pour passer directement à la Section 2.3, mais nous faisons constamment allusion aux études de cas dans la suite du chapitre.

Quatre sacs de céréales différentes, provenant de différentes régions, sont suivis jusqu'à leur destination finale. La principale distinction qui caractérise les quatre exemples est le nombre d'intermédiaires composant le circuit, le type de relations commerciales qui existent entre eux et la rapidité de distribution. La carte 2.1 présente l'itinéraire suivi par chaque sac. Le premier, un sac de maïs, part de Guéléoungo, au sud de Ouagadougou à la frontière du Ghana, et atteint un consommateur de Ouagadougou. Le second, un sac de sorgho blanc, quitte un village situé près de Koumana (au sud de Dédougou) pour atteindre Ouahigouya. Le troisième, un sac de petit mil, provient d'un producteur de la région de Tenkodogo, et après une étape à Ouagadougou, se rend à Dori pour atteindre finalement un consommateur de Gorgadji. Le quatrième, un sac de sorgho blanc, qui voyage par les circuits publics, provient de producteurs de Bieha, près de Léo, est transporté à l'entrepôt de l'OFNACER à Koudougou, puis retourne à Léo pour être vendu à des consommateurs de Kassou ou de Boura. La figure 2.1 récapitule les quatre études de cas.

CARTE 2.1
CHAINES DE COMMERCIALISATION
DES ETUDES DE CAS



Chaîne	Producteur	Céréale	Consommateur
———	Guéléoungo	Maïs	Ouagadougou
— — —	Kumana	Sorgho blanc	Ouahigouya
—·—·—	Tenkodogo/ Pouytenga	Petit mil	Gorgadji
- - - -	Bieha/Léo	Sorgho blanc	Léo/Kassou Boura

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

SCHEMA 2.1 CHAINES DE COMMERCIALISATION DES ETUDES DE CAS

Chaînes / Characteristiques	GUELEDOUNGO OUAGADOUGOU	KUMANA OUAHIGOUYA	TENKODOGO GORGADJI SAHEL	LEO/KOUDOUGOU KOUDOUGOU/LEO
Type de cereales	Maïs	Sorgho blanc	Petit mil	Sorgho blanc
Date d'observation	10 septembre 1984	2 décembre 1984	1er septembre 1984	Janvier 1984
Prix au sac / Intermédiaires / Unité de mesure / Transports	7500F Femme du producteur de Ohama Yoruba assiette GUELEDOUNGO OUAGADOUGOU Commerçant - 1e équipe Décortiqueur - Détaillant Sac (Camion) OUAGADOUGOU Marché central Sac (charrette) 10000F Consommateur	6000F Producteur Tohiri Tines Agent villageois Tohiri Sacs Coordonnateur KUMANA Mil/plette KUMANA Sacs (Camion) Grossiste Saint Louis Sacs (Camion ou charrette) Détaillant au marché d'Ouahigouya Tines 13500F Consommateur	12000F Producteur Tenkodogo Tenkodogo Marché Sankinsé Assiette (Camion) Vendeuse Tenkodogo 14000F Assiette Yoruba (Camion) Grossiste Sac 15000 (Camion) GORI Grossiste Sac 18000 (Camion) Détaillant Gorgadji Boîte de tomate 21000F Consommateur	Janvier 6400F Producteur Biéha Tine ou assiette (Camion) Janvier Centre OFNACER (Léo) Sacs (Camion) Centre OFNACER Koudougou Sacs (Camion) Centre OFNACER Mai à juillet Sacs (Camion) Centre de ventes OFNACER DOURA Groupe villageois projet KASSOU Sacs 9200F Consommateur
Temps utilise	12 jours	1 mois	1 mois	4 - 6 mois
[1] Marge brute [2] Coûts directs	Marge brute 2500F Coûts directs 1170F	Marge brute 4500F Coûts directs 1600F	Marge brute 9000F Coûts directs 4500F	Marge brute 2800F Coûts directs ?

1 Marge brute = Prix de vente final - Prix de vente initial

2 Coûts directs par sac = Droits de transport, sacs vides et chargement.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

2.2.1 Maïs circulant de Guélécungo à Ouagadougou

Le 10 septembre 1984 est un jour de marché à Guéléoungo, comme c'est le cas un jour sur trois. De nombreuses femmes de producteurs transportent les céréales de leurs concessions pour les vendre. Aujourd'hui, Fatimata apporte du maïs de sa concession. Son mari, comme beaucoup d'hommes de la région environnante, a besoin d'argent pour payer des funérailles. Fatimata sait que bon nombre de commerçants de Ouagadougou viendront en camion au marché. Chacun d'entre eux essaiera de se procurer son maïs. Elle vendra ses deux tines de maïs directement à l'un d'entre eux, en utilisant l'assiette yoruba comme unité de mesure, récipient local contenant environ 2,5 kg, qu'elle apporte avec elle. Le frère du commerçant essaie sans succès de se servir de son assiette sankinsé, légèrement plus grande, pour mesurer. Etant donné que le commerçant est pressé de collecter autant de céréales que possible, il offre un prix plus intéressant que celui offert par les commerçants locaux les jours où il n'ya pas de marché. Elle obtient 185 FCFA par assiette. En fait, tous les vendeurs du marché de Guéléoungo sont payés en cedis (la devise ghanéenne), où vous pouvez obtenir 200 cedis pour 625 FCFA.

De tous les chemins qui conduisent au marché, d'autres femmes, des centaines d'entre elles, portent leur chargement de céréale sur la tête. A l'aide des récipients pour mesurer, le commerçant remplira rapidement de maïs son sac, qui peut contenir l'équivalent de 40 assiettes. Un spécialiste fermera alors le sac en le cousant et des apprentis le chargeront sur un camion. Quarante-cinq commerçants et apprentis (et à l'occasion d'autres passagers) viennent prendre place dans ce camion, un Isuzu de sept tonnes, s'asseyant sur les 100 sacs de céréales, afin de retourner à Ouagadougou, où ils arrivent aux alentours de 23 heures. Le lendemain matin, les céréales de notre commerçant sont déchargées au marché central, où il a sa boutique, alors que les autres commerçants transportent leurs céréales dans des charrettes jusqu'à leur propre magasin. Jusqu'à présent, notre commerçant, "El Hadj", a payé 7500 FCFA pour les céréales, 200 FCFA pour le sac, cinq FCFA pour le coudre, 115 FCFA pour le mesurage (tous deux payés en cedis), 750 FCFA pour le transport en camion et 100 FCFA pour le chargement sur le camion et le déchargement. Les coûts de commercialisation atteignent 1170 FCFA. Le coût direct du sac de céréales

revient donc à près de 8670 FCFA, auquel il faut ajouter éventuellement une petite somme correspondant aux cadeaux remis aux douaniers le long de la route.

Le sac restera en magasin quelque temps étant donné qu'il n'a pas fait partie des 50 sacs qu'El Hadj vient de vendre à un détaillant au prix de 9500 FCFA le sac. Douze jours plus tard, il est enfin vendu à 10.000 FCFA à un consommateur qui peut se permettre d'acheter le sac en entier. Il est alors transporté à la concession du consommateur, à Gounghin, où son prix à la consommation vaut 10.300 FCFA. Par la suite, le maïs est battu pour 1200 FCFA par sac, puis moulu pour 750 FCFA supplémentaires par sac.

Le fonctionnaire qui achète le maïs s'est toujours approvisionné auprès d'El Hadj, qui lui offre des conditions de crédit renouvelable. Il paie les céréales du mois précédent lorsqu'il vient chercher le sac du mois suivant. Il connait bien El Hadj et est sûr que le sac qu'il choisit contient le montant correct de maïs de bonne qualité, même s'il ne le mesure jamais.

Depuis que notre sac a quitté Guéléoungo, El Hadj y est probablement retourné au moins quatre fois. De nombreux autres sacs de maïs ont suivi le même circuit.

2.2.2 Sorgho blanc circulant de Koumana à Ouahigouya

Amadou Ouédraogo, qui travaille à Koumana, vient de recevoir une somme d'argent supplémentaire de son patron, qui habite à Ouahigouya, pour acheter des céréales pour son compte. C'est aujourd'hui le 2 décembre et les plusieurs millions qu'il a reçus à l'origine de son patron pour son premier voyage de reconnaissance sont presque épuisés. Il serait tout à fait inopportun pour lui d'être privé d'argent maintenant. Bon nombre de producteurs ont fait la récolte et ils sont presque tous en train de vendre en ce moment deux ou trois tines de céréales. Certains d'entre eux vendent même plusieurs sacs parce qu'ils ont besoin d'une grosse somme d'argent. Lorsqu'Amadou a adressé une demande pour une nouvelle somme d'argent par l'intermédiaire d'un transporteur, trois jours auparavant, il a spécifié le prix actuel de chacun des produits qu'il achète d'ordinaire. Amadou s'attend à recevoir de l'argent ainsi que des instructions sur ce qu'il doit acheter.

Amadou a réparti les "millions" entre ses agents locaux qui se trouvent dans un certain nombre de villages, dont Tchiookui, Ouarkoye et Bondukui. Ils achètent pour lui puisqu'il ne peut pas couvrir à lui seul la région

entière et qu'il a besoin d'acheter aussi rapidement que possible. Pour chaque sac qu'il collecte, Yssoufff, l'agent local de Tchiookui, reçoit une commission de 100 FCFA d'Amadou, quel que soit le type des céréales ou de produit. Amadou recevra à son tour une commission de 250 FCFA par sac de son patron, Salif.

Amadou a maintenant reçu la somme d'argent supplémentaire qu'il avait demandée, ainsi que l'autorisation de Salif de payer 100 FCFA de plus par tine. Il pourra ainsi rivaliser avec les nouveaux-arrivés de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso et avec les groupes villageois locaux. Aujourd'hui, il va quitter Tchiookui pour vérifier et enregistrer les transactions d'Yssouff de la semaine dernière et lui donner de l'argent. Amadou a de la chance que Salif lui ait fait cadeau d'une mobylette, même s'il préférerait ne pas avoir à payer l'essence de sa propre poche.

Yssouff sait qu'Amadou vient en général le voir tous les vendredis, jour du marché à Tchiookui. Il a vraiment de nouveau besoin d'argent étant donné qu'il a presque tout dépensé pour acheter trois sacs de sorgho blanc à un compagnon producteur. Son voisin avait besoin d'argent pour rembourser une dette auprès d'un parent et savait qu'Yssouff possédait l'argent nécessaire pour acheter les céréales. Yssouff a acheté les céréales au prix de 1000 FCFA par tine. Etant donné qu'il a pu se servir de son propre récipient de mesure, le même que celui qu'utilisent les autres commerçants locaux de toute la région, chaque tine était vraiment bien pleine. En conséquence, les sacs de six tines pesaient plus de 100 kg chacun. Il a déjà collecté 20 sacs. La semaine prochaine, Salif enverra probablement un camion à Tchiookui pour ramasser le sorgho blanc et l'arachide qu'Yssouff a achetés.

Salif louera le camion à Ouahigouya, un Isuzu de 7 tonnes, pour 90.000 FCFA. Le camion transportera ses propres céréales et celles d'autres commerçants s'il reste de la place. Il transporte aussi en général cinq ou six passagers de Dédougou en échange de 2500 FCFA chacun.

Salif sait qu'il vendra certains de ses sacs à un détaillant de Ouahigouya qui les attend déjà. Ce commerçant vend rarement un sac entier à la fois. Il préfère vendre à la tine -- la tine de Ouahigouya (14 kg), qui est beaucoup plus petite que celle de Koumana. Il remplira de nouveau les sacs qu'il achètera à Salif afin que chacun d'entre eux contiennent six petites tines. Il obtiendra 1750 FCFA par tine. Il faudra probablement pas

mal de temps au détaillant pour vendre son stock étant donné qu'en ce moment, la demande à Ouahigouya est relativement faible. Si Salif ne vend pas trop de sacs à crédit, il pourra récupérer son argent rapidement et sera alors en mesure d'envoyer de nouveau de l'argent à Amadou.

2.2.3 Petit mil circulant de Tenkodogo à Gorgadji

Cette année, le mois de septembre est la période la plus difficile de la soudure étant donné que la récolte de 1983-84 a été mauvaise au Burkina Faso et que les prix des céréales sont très élevés, notamment pour le petit mil, qui est très rare. Le 9 septembre 1984, Ousmane quitte, avec beaucoup d'autres commerçants, le marché de Sankariaré, à Ouagadougou, pour Pouytenga, où le marché a lieu tous les trois jours. Ousmane possède un grand entrepôt près du marché de Sankariaré. Il achète au moins 5000 sacs par an, principalement dans l'est, mais aussi dans le sud et dans la Volta Noire. Ousmane préfère revendre ses céréales le plus rapidement possible aux détaillants de Ouagadougou ou aux grossistes et aux détaillants venant de Kaya et de Dori.

Aminata vend sur le marché de Pouytenga depuis longtemps. Elle a l'habitude de se rendre dans les environs de Tenkodogo pour acheter des céréales aux cultivateurs sur les marchés de cette région. Il y a deux jours, elle est allée au marché de Tenkodogo et a acheté du petit mil aux producteurs à 300 FCFA l'assiette. Elle a payé 350 FCFA pour le transport en camionnette de chacun des cinq sacs jusqu'à Pouytenga.

Dès qu'Ousmane et que ses collègues arrivent au marché, ils commencent à acheter des céréales. Ousmane achète le petit mil d'Aminata, à l'assiette suivant l'usage, au tarif de 350 FCFA par assiette, le taux en cours pour la journée. Cette fois-ci, elle a eu de la chance de pouvoir tout vendre aux commerçants de Ouagadougou, étant donné qu'ils achètent habituellement à de plus gros marchands de Pouytenga. A l'exception des plus gros commerçants, ils se servent tous de l'assiette yoruba comme unité de mesure, en comptant 40 pour remplir un sac. Le prix à l'assiette est le même pour tout le monde les jours de marché. Cependant, lorsqu'Aminata ne peut pas tout vendre aux commerçants de Ouagadougou, elle doit revendre le reste aux plus gros commerçants de Pouytenga à un tarif légèrement inférieur: 325 FCFA l'assiette. Tout le monde sait qu'Aminata, comme toutes les autres femmes commerçantes, se sert de l'assiette sankinsé (une assiette plus grande) pour l'achat et de l'assiette yoruba pour la vente. Elles sont également si

habiles pour mesurer, quel que soit l'acheteur, qu'elles peuvent tirer un petit profit sur chaque transaction même si elles doivent acheter et revendre au même prix! A Tenkodogo, il est parfois difficile pour les commerçants de faire concurrence aux femmes étant donné qu'elles sont toujours prêtes à offrir au producteur 10 FCFA de plus par assiette.

A la fin de la journée, Ousmane a transporté ses sacs en camion jusqu'à Ouagadougou pour 350 FCFA chaque. Un des sacs de petit mil qu'il vient d'acheter sera emmagasiné pendant une semaine environ, puis vendu avec quelques autres à un commerçant de Dori, Rasmane, pour 15.000 FCFA. Ousmane a l'intention de cesser de se rendre à Pouytenga jusqu'à ce que le prix baisse lorsque le petit mil nouvellement récolté arrivera du Togo.

A la mi-septembre, la route qui mène à Dori est presque impraticable. Le coût de transport d'un sac est très élevé, 1750 FCFA. Outre le transport, il faut tenir compte des coûts du sac usagé (200 FCFA) et du coût de chargement et de déchargement du camion chaque fois qu'il s'embourbe (100 FCFA à chaque fois). Rasmane ne rencontre pas de problème cette fois-ci. Il doit seulement payer 100 FCFA pour la manutention de chaque sac, comme Ousmane. Le petit mil arrive rapidement et en bonne condition à Dori. Il vendra quelques sacs (y compris celui de Tenkodogo) à la même personne, Barry Salam, un ami commerçant de Gorgadji. Barry paiera 18.000 FCFA pour le sac, moins que le prix au détail sur le marché de Dori. Barry aura ensuite à payer 1400 FCFA par sac pour le transport et 100 FCFA par sac pour le chargement et le déchargement. Etant donné que les sacs n'ont pas encore été de nouveau remplis, ce qui aurait été le cas si le petit mil avait été vendu directement à des consommateurs de Dori, ils pèsent toujours environ 105 kg chaque.

Une fois à Gorgadji, Barry Salam vend le petit mil par boîte de tomate ou par petit bol en plastique. Il peut vendre environ 60 boîtes de tomate sur son sac de 105 kg (peut-être une ou deux de plus s'il se sert d'une boîte spéciale). A la fin de septembre, tous les commerçants de Gorgadji paieront 350 FCFA pour une boîte de tomate d'environ 1,7 kg.

Alima a besoin de petit mil mais n'a pas d'argent pour en acheter. Elle est apparentée à la famille de Barry et pourra donc obtenir une boîte de tomate de petit mil à crédit, qu'elle paiera lors de la prochaine récolte. Etant donné que Barry la connaît bien, elle n'aura à payer que 350 FCFA. S'il était moins sûr d'être remboursé, il pourrait être tenté de

demander des intérêts. Juste avant l'arrivée d'Alima à son magasin, Barry a vendu une tine à crédit à un cultivateur qui a promis de lui redonner deux tines dès qu'il aura moissonné. Barry se demande s'il pourra le rembourser si la récolte est aussi mauvaise que l'an dernier.

2.2.4 Sorgho blanc circulant de Léo au centre de l'OFNACER, à Koudougou puis revenant de nouveau à Léo pendant la soudure

En janvier 1984, Oumarou, un agent local de l'OFNACER qui travaille à Léo, s'est heurté à de nombreuses difficultés pour obtenir des céréales des producteurs de la région de Léo. Les commerçants étaient fort actifs, achetant pour leur propre compte, ou pour des négociants de Ouagadougou, ne laissant aucune occasion aux agents de l'OFNACER ni aux groupes villageois d'acheter avec l'unité de mesure officielle (la tine de 16 kg de sorgho blanc). Chaque fois qu'ils essayaient de leur faire concurrence au même endroit, les commerçants offraient un prix légèrement plus élevé à l'assiette, l'unité de mesure locale que tout le monde utilise dans cette région. En conséquence, Oumarou a dû aller plus loin, jusqu'à Béun ou Bieha, afin d'acheter des céréales pour l'OFNACER au prix officiel de 6400 FCFA le sac.

Le sorgho qu'Oumarou a collecté sur le marché de Bieha a été envoyé au centre de l'OFNACER à Léo quelques jours plus tard, où il a été ajouté à d'autres sacs que les groupes villageois ont pu acheter pour le compte de l'OFNACER. Les groupes villageois touchent une commission sur les céréales qu'ils fournissent à l'OFNACER: deux FCFA par kg ou 200 FCFA par sac.

Cette saison, les groupes villageois de la région ont déployé tous leurs efforts pour procurer des céréales à l'OFNACER. Les camions du centre de l'OFNACER à Koudougou se sont rendus à Léo pour collecter les céréales. S'il est difficile de savoir à combien reviennent les coûts de transport des céréales de Léo à Koudougou pour l'OFNACER, les transporteurs privés demandent en général entre 1000 et 1500 FCFA pour ce transport.

La demande à Koudougou va être assez élevée cette année en raison de la récolte médiocre dans les environs immédiats de Koudougou. Le directeur du centre de l'OFNACER à Koudougou ressent donc une certaine frustration à appliquer la directive du bureau central lui imposant d'étaler ses achats sur toute la région. Il pense que cette directive va nuire à sa campagne d'achat. Il sait qu'il serait plus efficace de concentrer tous les efforts de ses agents dans les zones les plus productives de la région, telles que

Zamo (qui a procuré environ un tiers du total des achats pour la région l'an dernier), Fara et Léo. Il a également appris que la collecte des céréales avec la collaboration des groupes villageois peut entraîner des problèmes. Par exemple, le centre de Koudougou a reçu quelques jours auparavant des sacs de céréales d'un groupe villageois de Léo qui ne conteanaient pas le montant correct. Le groupe avait rempli les sacs avec des assiettes, des gobelets en plastique ou même de petites louches.

Les agents de l'OFNACER comme Oumarou doivent acheter les céréales en prenant comme unité de mesure la tine officielle sans "chapeau" (la partie bombée du contenu lorqu'il dépasse le bord du récipient). Mais il est difficile pour Oumarou, de même que pour les groupes villageois, d'insister sur la mesure de la tine sans chapeau si le producteur, ignorant la règle ou la tine officielle, ne se plaint pas lorsqu'il achète avec la tine locale (le sceau 33, dont il faut cinq pour remplir un sac).

Quelques sacs livrés par des commerçants locaux sont également venus s'ajouter aux sacs qu'Oumarou et que son collègue Gabriel ont collectés à Léo. Le Haut Commissaire avait demandé que les commerçants fournissent des céréales. Bon nombre d'entre eux, cependant, n'en ont pas vendues à l'OFNACER. Ils ont soutenu que le tarif de l'OFNACER, même avec le complément des quatre FCFA par kg pour le transport et des quatre FCFA par kg pour le coût des sacs, n'était pas suffisamment élevé compte tenu des prix qu'ils devaient payer aux producteurs pour l'achat des céréales.

Les sacs d'Oumarou sont stockés dans l'entrepôt de Koudougou, qui a également reçu des approvisionnements de Dédougou et de Ouagadougou. Après quatre mois environ, le directeur de l'OFNACER et les autorités de Léo ont demandé que les céréales soient expédiées à leur centre de ventes. Les sacs qu'Oumarou a collectés en janvier retournent donc à Léo en juillet.

La route qui relie Koudougou à Léo est mauvaise et parfois impraticable à certains endroits durant l'hivernage. Les transporteurs privés réclament environ 1750 FCFA par sac pour le voyage à cette époque de l'année.

Quelques jours auparavant, le 23 juillet, le représentant des ventes de l'OFNACER à Léo a vendu son dernier sac. Aujourd'hui, le 26, des personnes n'arrêtent pas de défiler au siège de l'OFNACER pour savoir si la nouvelle cargaison de céréales est arrivée. Dès qu'elle sera arrivée, le magasinier vendra le stock au sac, et non pas en quantités plus petites. Le

consommateur devra présenter sa carte de famille afin de pouvoir acheter, procédure destinée à empêcher les commerçants d'acheter de gros volumes.

En mai, certains des sacs qu'Oumarou avait achetés aux producteurs de Léo ont été revendus à des consommateurs de Boura au tarif de 9200 FCFA le sac. Sur le marché privé, le prix des céréales fournies par un commerçant, le seul capable d'en stocker depuis la récolte, se situe autour de 12.000 FCFA le sac. Elles reviennent plus cher quand il les vend à l'assiette ou lorsqu'elles sont écoulées par les vendeuses qui sont allées au Ghana s'approvisionner.

Si les banques de céréales étaient plus nombreuses dans la région de Léo, et si elles fonctionnaient mieux, un plus gros volume de céréales aurait pu être distribué dans les villages, mais en unités plus petites, comme c'est le cas dans le nord de la région de Koudougou, dans le Yatenga ou dans la région de Dori. A Léo, comme dans toutes les autres régions, le préfet peut demander une certaine quantité des céréales de l'OFNACER afin de satisfaire la demande locale. Kassou, qui se trouve entre Koudougou et Léo, fait partie des centres qui ont récemment reçu sept tonnes de céréales par suite de la demande du préfet. Yssouff, un agriculteur de Kassou, a pu ainsi partager un sac de céréales de l'OFNACER avec un autre agriculteur. Ils ont chacun vendu un mouton afin de se procurer suffisamment d'argent pour acheter les céréales.

Toute la population locale de Kassou, ainsi que les employés des services publics, comptent sur l'OFNACER pour se procurer des céréales. La banque de céréales de Kassou, financée par le Fonds du développement rural (FDR), n'a pas pu collecter de céréales cette année. Les commerçants de Ouagadougou ne sont pas intéressés à venir à Kassou pour vendre durant l'hivernage en raison du mauvais état des routes et de la demande relativement faible. Cette année, la situation est si mauvaise que le préfet a envoyé un SOS à Ouagadougou et a reçu du sorgho américain du Programme alimentaire mondial (PAM), mais il ne durera pas longtemps.
A l'heure actuelle, les consommateurs de Kassou ne tiennent pas acheter de grandes quantités de céréales à la fois. Ils pensent qu'ils consommeront moins s'ils achètent en moindres quantités. Ils achètent une ou deux assiettes de sorgho blanc à la fois aux vendeuses au prix de 350 FCFA chacune (l'équivalent de 14.700 FCFA le sac). Certains consommateurs essaient d'acheter à crédit à l'un des rares commerçants locaux. Bon nombre

d'entre eux espèrent recevoir de l'argent de leurs parents à Ouagadougou et en Côte d'Ivoire. Très bientôt, tous les consommateurs de Kassou, y compris ceux qui parcourent 30 km à bicyclette pour s'y rendre, vont constater à leur arrivée que l'entrepôt de l'OFNACER est vide et devront, comme c'est souvent le cas, s'adresser aux commerçants ou à des cultivateurs plus prospères pour l'achat de céréales.

2.3 OFFRE ET DEMANDE EN CEREALES

Les données historiques sur la production et la population révèlent que les déficits céréaliers nationaux s'aggravent. Il en résulte donc une plus grande dépendance vis-à-vis des produits alimentaires importés. La structure de production géographique se modifie également, la production de céréales devenant plus importante dans le sud, qui est moins peuplée que les autres régions.

Le volume de céréales disponible annuellement est présenté au Tableau 2.1, qui récapitule des chiffres sur la production par région, les importations nationales, les exportations, l'aide alimentaire et le total des céréales disponible annuellement. La figure 2.2 présente les importations commerciales, l'aide alimentaire, les besoins alimentaires et la production par habitant. Le Tableau 2.2 présente la demande, sous forme de demande céréalière régionale calculée d'après les données démographiques[11] et un minimum de consommation nécessaire de 180 kg par personne.[12] La Carte 2.2 présente la conjoncture déficit/excédent moyenne qui s'est produite au cours des cinq dernières années, compte tenu des chiffres de production et de population régionaux.

On peut tirer des conclusions précises:

- La production céréalière du Burkina Faso est en général déficitaire.
- L'accroissement démographique annuel est supérieur aux hausses de production annuelles.
- Même les régions les plus productives éprouvent des déficits

---

[11] Les chiffres démographiques sont présentés au tableau B.1 et la production par habitant est présentée au tableau B.2 de l'Annexe statistique.

[12] Haggblade (1984, p. 52-54a) explique l'application de différentes estimations du besoin de consommation minimum. Nous appliquons l'estimation de 180 kg/personne étant donné qu'elle correspond au minimum nécessaire en calories. Le tableau B.3 présente les besoins en céréales si on tenait compte d'une consommation de 192 kg/personne.

TABLEAU 2.1

PRODUCTION REGIONALE, IMPORTATIONS, EXPORTATIONS ET AIDE ALIMENTAIRE
1971-1983

Année	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Est	Hauts-Bassins	Yatenga	Sahel	Bougouriba	Volta Noire	Production locale totale	Importations	Exportations	Aide alimentaire	Total[a] diponible	Total[b] disponible ajusté
1971	136107	56780	123509	61953	73333	81457	58230	26151	102545	117113	837178	26375	534	0	737442	741184
1972	143858	59529	108210	77519	73812	73560	63300	19694	102652	115790	837924	5719	154	39000	756800	757596
1973	134600	54900	104800	100000	19100	73900	58200	20100	49700	98700	714000	41227	390	37000	684736	690765
1974	226500	52400	114700	153000	93100	124300	88200	43100	45800	94200	1035300	106106	78	95000	1081032	1096917
1975	169100	87100	125800	177600	93800	120600	95200	44400	69700	212800	1196100	31959	189	24000	1072454	1077173
1976	146962	61439	96070	78481	98874	89556	63904	42000	63568	172214	913068	35709	9566	23000	825250	826780
1977	169098	65854	117029	84066	106188	98044	71706	31214	66609	208640	1018448	64070	234	25000	954516	964033
1978	148873	64064	115738	105690	101260	138021	75585	52537	74523	177000	1053291	115399	125	88000	1098571	1115831
1979	181969	74295	103237	97411	107039	128390	66793	44086	79586	193770	1076576	99358	413	41000	1055034	1069773
1980	154209	81371	75888	86721	62650	128568	39309	45100	84682	153924	912422	88518	339	39000	902737	915879
1981	196351	80968	131572	110550	88453	138413	68925	67701	88453	175320	1146706	77321	109	38000	1089912	1101466
1982	186915	65150	88577	82230	89452	148389	53523	57300	88783	200750	1061069	n.a.	n.a.	56000	n.a.	n.a.
1983	165161	90938	86131	107459	84215	119903	53151	37220	73833	175415	993426	n.a.	n.a.	39000	n.a.	n.a.

SOURCE: Bulletin de Statistiques Agricoles: Campagnes 1978-1979, 1979-80, 1980-81, 1981-82 and Campagnes 1982-83, 1983-84 and Haggblade (1984).

NOTES: a) Inclut 85 pour cent de la production plus les importations et l'aid alimentaire, moins les exportations.
b) Ajustement basé sur l'estimation que les statistiques officielles sous-évaluent les importations à raison de 15 pour cent et les exportations à raison de 40 pour cent.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

SCHEMA 2.2
PRODUCTION PAR HABITANT, IMPORTATIONS ET AIDE ALIMENTAIRE 1971-1983

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

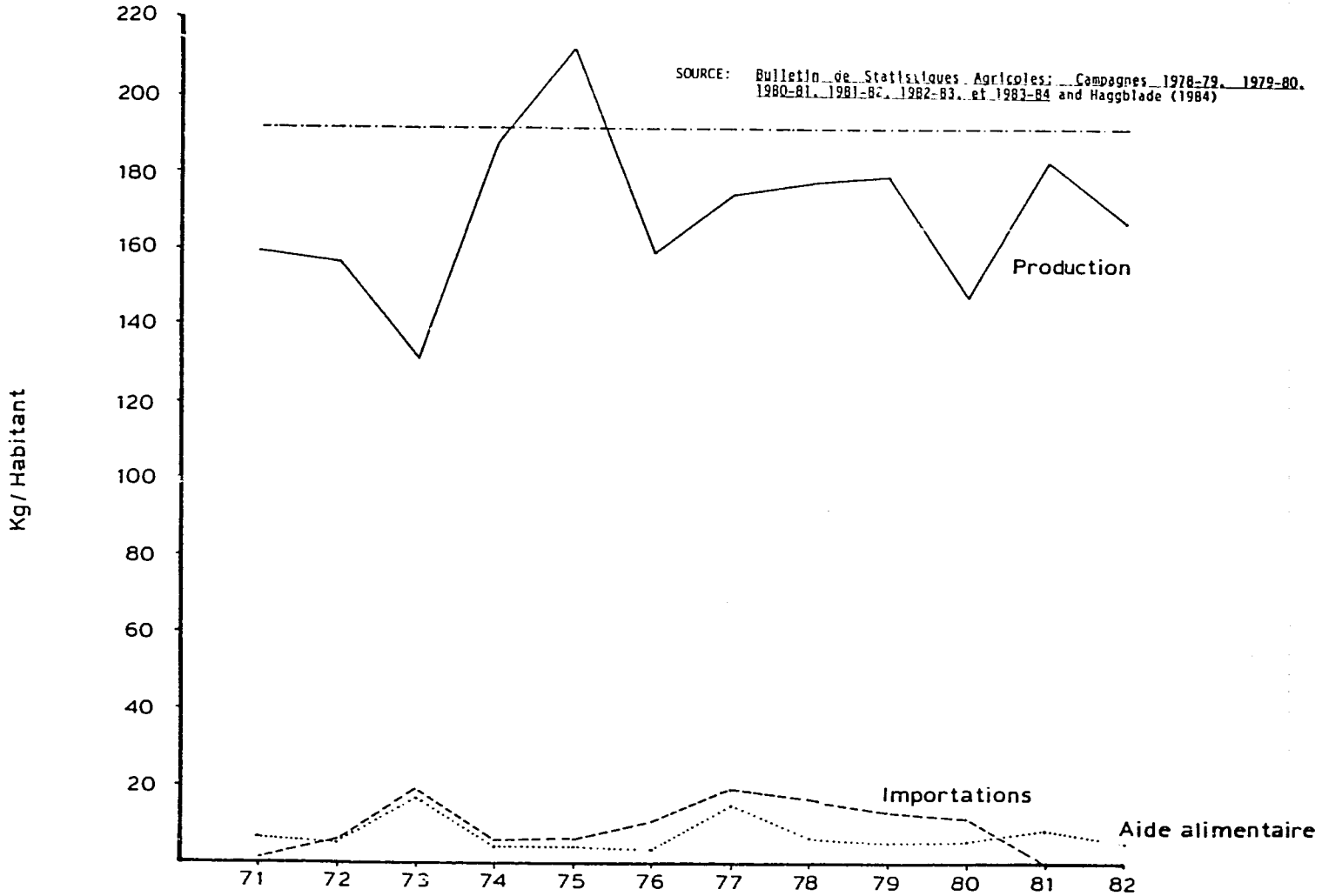


TABLEAU 2.2

BESOINS CEREALIERS REGIONAUX
1971-1983
(in kilograms)

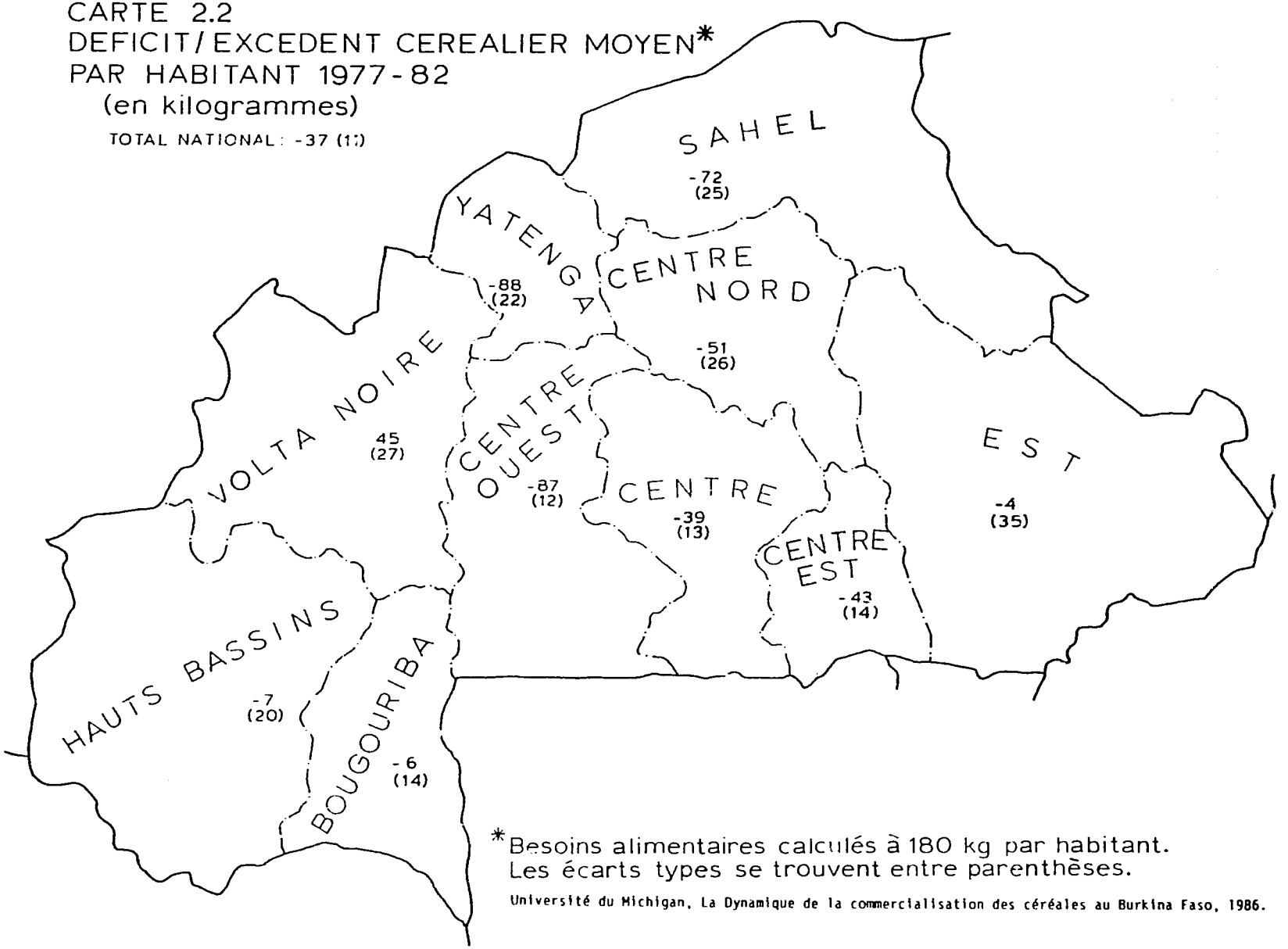
Année	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Est	Hauts-Bassins	Yatenga	Sahel	Bougouriba	Volta Noire	Total
1971	158580	68040	106200	132480	68400	97920	89100	59580	60120	106920	947340
1972	161460	69300	108000	134820	69660	99720	90540	60480	61200	108720	963900
1973	164340	70380	109980	137160	70920	101340	92160	61560	62100	110700	980640
1974	167220	71640	111960	139500	72000	103140	93780	62640	63180	112500	997560
1975	170100	72900	113760	142020	73260	104940	95400	63720	64260	114480	1014840
1976	172980	74160	115740	144360	74520	106740	97020	64980	65520	116460	1032480
1977	176040	75420	117900	146880	75780	108540	98820	66060	66600	118440	1050480
1978	179100	76680	119880	149580	77220	110520	100440	67140	67680	120600	1068840
1979	182160	78120	121860	152100	78480	112500	102240	68220	68940	122580	1087200
1980	185400	79380	124020	154800	79740	114300	104040	69480	70200	124740	1106100
1981	188640	80820	126180	157500	81180	116280	105840	70560	71280	126900	1125180
1982	191880	82260	128340	160200	82620	114840	107640	71820	72540	129060	1141200
1983	195120	83700	130500	162900	84060	120420	109440	73080	73800	131400	1164420

SOURCE: Calculé à partir des chiffres de population régionale (voir Annexe statistique), en utilisant 180 kg/personne comme besoin de consommation minimale.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

CARTE 2.2
DEFICIT/EXCEDENT CEREALIER MOYEN*
PAR HABITANT 1977-82
(en kilogrammes)

TOTAL NATIONAL : -37 (11)



*Besoins alimentaires calculés à 180 kg par habitant.
Les écarts types se trouvent entre parenthèses.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

annuels. La Volta Noire est la seule région qui connaît un excédent depuis 1975/76.[13]

Les variations atmosphériques d'une année sur l'autre sont la principale raison des grandes oscillations dans la production annuelle. On peut distinguer des tendances générales dans la production au cours des 13 dernières années. D'après les calculs de Haggblade, le taux de croissance annualisé de la production pour la période 1961-1979 se situe entre 1,0 et 1,4 pour cent, suivant que les statistiques de la FAO ou celles du Ministère du développement rural (MDR) sont appliquées (voir Haggblade, 1984, p. 21). Ces deux taux sont inférieurs au taux de croissance démographique annuel. Cependant, les statistiques s'appliquant à la période 1971-1983 indiquent que la production s'est accrue annuellement de 1,7 pour cent durant cette période. Ce pourcentage est plus proche du taux de croissance démographique annuel.

Il existe des différences considérables dans les taux de croissance de la production régionale. Les tendances générales sont les suivantes: un déclin de la production par habitant dans le nord et le plateau Mossi, aboutissant à une hausse des déficits céréaliers, et une augmentation de la production par habitant dans les régions de la Volta Noire et du Sud-Ouest, entraînant un accroissement des excédents (ou une baisse des déficits). Comme nous le montrerons plus loin, ces changements dans la structure de production ont provoqué des changements importants dans les mouvements commerciaux.

La demande locale en céréales excède l'offre. Pour faire face aux déficits annuels de la production céréalière, le Burkina Faso doit importer des volumes considérables de céréales pour l'alimentation humaine, dont une grande proportion est sous forme d'aide alimentaire. Ces expéditions représentent 20 à 50 pour cent des importations totales. Même malgré ces importations, les ressources disponibles en céréales ne couvrent pas la

---

[13] D'après nos calculs, la Bougouriba connaît de faibles déficits céréaliers chaque année. Dans cette région, toutefois, les tubercules constituent une source alimentaire importante qui n'est pas prise en compte dans nos chiffres. Par conséquent, la Bougouriba est au moins autosuffisante. Les statistiques pour les Hauts-Bassins recouvrent la Comoe (étant donné que cette région n'a été déclarée région séparée qu'en 1978). La Comoe est autosuffisante. Les Hauts-Bassins sont une région déficitaire en raison de la forte population urbaine de Bobo-Dioulasso.

demande telle qu'elle est calculée d'après le minimum nécessaire par habitant.

La variation extrême de l'offre comparée à la demande sur les marchés locaux exige que le système de commercialisation des céréales redistribue les céréales à l'intérieur même des régions et en particulier entre les régions. Les variations des conditions atmosphériques et les différences annuelles dans la production, tant régionale que nationale, exigent une certaine souplesse dans le système de commercialisation, notamment aux extrémités du système, là où les céréales sont achetées aux producteurs et vendues aux consommateurs ruraux.

Les variations de l'offre et la demande au cours d'une même année sur certains marchés font peser un fardeau supplémentaire sur le système de commercialisation. La dimension temporelle concernant les activités commerciales est le mieux exprimée par l'évolution des prix au cours de l'année. Les prix détruisent l'interaction du comportement de vente des producteurs, du comportement d'achat et de vente des commerçants, de la demande de consommation et des changements des coûts de commercialisation avec le temps. Les prix sont examinés au Chapitre 3.

C'est la sagesse traditionnelle qui porte les producteurs à vendre juste après la récolte (les prix sont bas). Les producteurs qui ont des excédents vendent aussi juste avant la récolte suivante, liquidant leurs stocks quand les prix sont élevés. Les ventes anticipées aux commerçants ont lieu avant la récolte, mais la livraison n'est effectuée qu'après la saison de la récolte, accroissant ainsi les ressources disponibles en céréales à cette époque. Les commerçants achètent généralement chaque fois qu'ils peuvent, commençant le plus tôt possible après la récolte. La majorité de ces achats semblent être renouvelés aussi vite que possible. Néanmoins, il arrive qu'une partie de ces achats soit stockée jusqu'à six mois. Le stockage inter-annuel par les commerçants semble se produire très rarement. L'OFNACER achète à partir du moment où son prix d'achat est annoncé jusque vers le mois de mars.

La demande en céréales est relativement constante tout au long de l'année. La demande urbaine et industrielle doit être entièrement satisfaite par le marché. La demande des consommateurs ruraux en céréales commercialisées s'élève vers la fin du calendrier agricole dans les régions déficitaires, lorsque les stocks au niveau de l'exploitation sont faibles.

L'OFNACER vend tout au long de l'année, mais 90 pour cent de ses ventes sont réalisés entre mars et octobre.

2.4 GEOGRAPHIE DE LA COMMERCIALISATION DES CEREALES

La géographie du système de commercialisation national est déterminée principalement par l'emplacement des principales zones excédentaires et déficitaires (consulter la Carte 2.2). Les principales zones d'excédent de céréales se situent dans le sud et l'ouest alors que les principales zones déficitaires se situent dans le nord. Les principaux mouvements s'établissent naturellement des régions excédentaires vers les régions déficitaires mais ils se forment également des mouvements inter-régionaux importants. Dans chaque région ou zone, il existe des marchés déficitaires et excédentaires et les mouvements de céréales sont en partie une réaction aux forces de l'offre et de la demande. Il s'établit un mouvement de céréales d'une région à une autre. La Carte 2.3 présente la direction et l'ampleur relative des principaux mouvements de céréales.

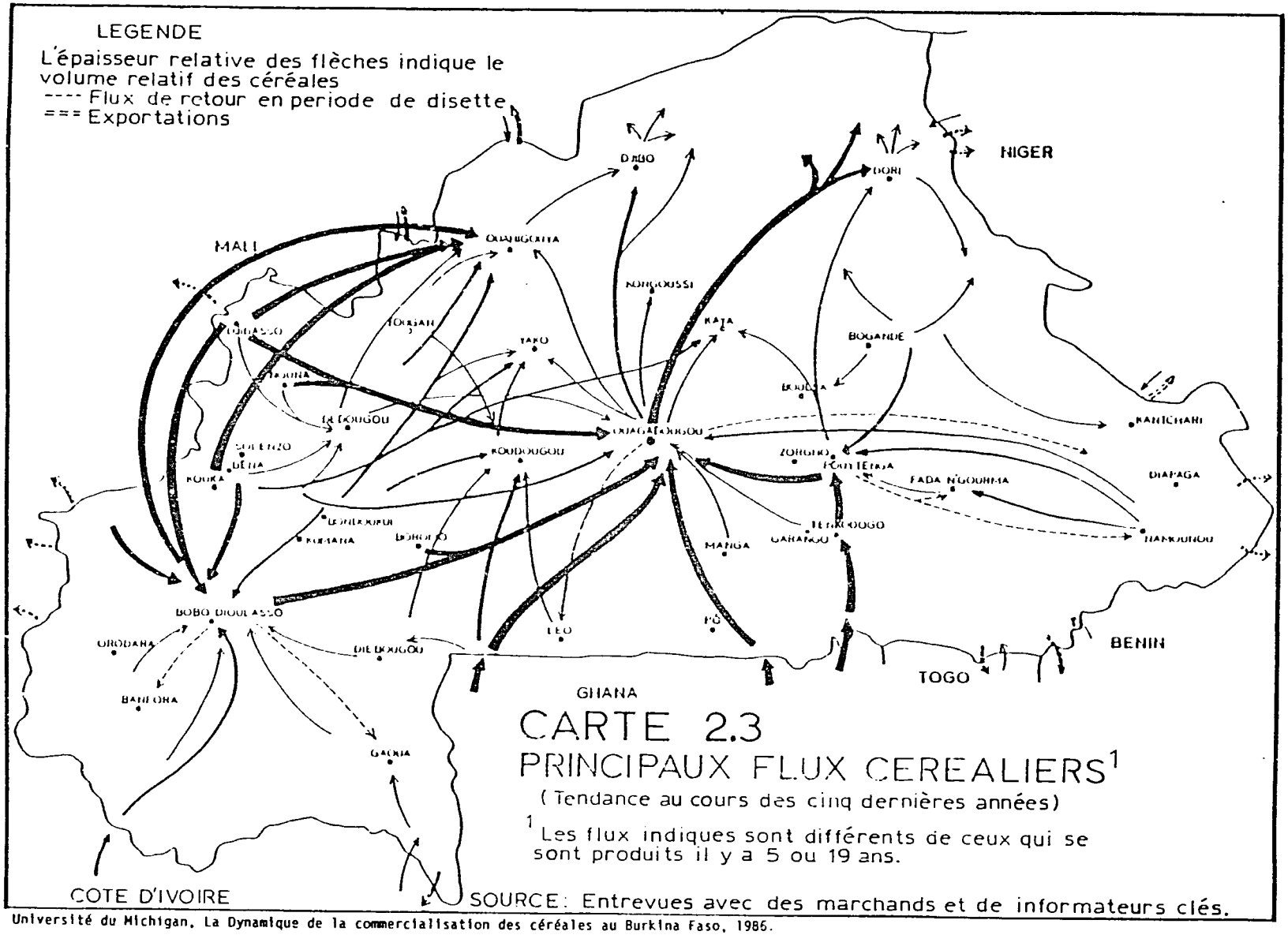
Au niveau national, les mouvements les plus importants sont les suivants:

Bobo-Dioulasso à Ouagadougou
Ouagadougou à Dori
Volta Noire au Yatenga
Volta Noire à Ouagadougou
Volta Noire à Bobo-Dioulasso
Pouytenga à Ouagadougou (du Burkina Faso, du Togo et du Ghana)
Du Centre-Sud du Burkina-Faso à Ouagadougou

Des informations plus détaillées sur les mouvements inter-régionaux sont présentées dans les études régionales individuelles (Tome II).

Les cibles des principaux mouvements sont les régions urbaines et semi-urbaines où la demande est élevée. Au sein de chaque région déficitaire, cependant, il existe une forte demande de la part des consommateurs ruraux. Une partie de cette demande est satisfaite par la production locale, mais le reste doit être pourvu par les importations régionales par l'intermédiaire des centres urbains. Le besoin d'approvisionnement de ces régions rurales constitue un problème que le secteur privé a du mal à résoudre.

Par suite des caractéristiques de l'emplacement ou de l'offre/demande locales, les marchés spécifiques jouent des rôles distincts dans le processus de commercialisation. Nous classons les points d'échange et les centres d'échange dans les huit catégories suivantes:



CARTE 2.3

PRINCIPAUX FLUX CEREALIERS[1]

(Tendance au cours des cinq dernières années)

[1] Les flux indiques sont différents de ceux qui se sont produits il y a 5 ou 19 ans.

SOURCE: Entrevues avec des marchands et de informateurs clés.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

- Centres de distribution nationaux. Ces villes servent de centres de collecte, de distribution et d'expédition des céréales pour le marché national. Il s'agit de Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et Koudougou. Les activités de distribution ont lieu principalement près d'un ou de deux marchés de la ville comme Sankariaré e le marché central de Ouagadougou et les marchés centraux de Bobo-Dioulasso et de Koudougou.

- Marchés ruraux internationaux. Ces marchés servent de points de collecte régionale, mais sont également, élément plus important, des marchés de transit pour les importations et pour les exportations provenant des pays voisins. Les principaux marchés sont Pouytenga, Djibasso, Guéléoungo, Hamlé et Bitou.

- Centres urbains régionaux. Ces centres sont des marchés de collecte, de distribution et de consommation qui approvisionnent la population urbaine locale et servent de circuit pour l'approvisionnement régional. On peut citer comme exemples Fada N'Gourma, Dori, Ouahigouya et Kaya.

- Centres semi-urbains régionaux. Ces marchés se trouvent dans les sous-centres administratifs. Dans les zones excédentaires, ce sont des points de collecte (ainsi que des points d'approvisionnement), et dans les zones déficitaires, ce sont des points d'approvisionnement pour satisfaire la demande à la fois rurale et urbaine. On peut citer comme exemples Manga, Gourcy, Léo, Pô, Solenzo, Tougan et Nouna.

- Marchés ruraux importants. Ces marchés se trouvent en général aux carrefours importants ou dans les centres administratifs. Ils servent les besoins d'une grande population rurale. Dans les régions excédentaires, ce sont des points de collecte pour les commerçants de céréales. On peut citer comme exemples Béna, Kouka et Béranga.

- Petits marchés villageois ruraux. Ces marchés se rencontrent dans tout le pays, généralement aux abords d'un village ou dans une zone située entre plusieurs villages. L'emplacement spécifique est souvent déterminé par l'usage. Ce sont des marchés de consommation au détail. Dans la saison qui suit la récolte, ils attirent les commerçants de céréales locaux.

- Marchés de consommation urbains. Ces marchés se trouvent dans les villes et servent les consommateurs habitant dans différents quartiers. Leur hiérarchie suivant la taille et l'emplacement est analogue à celle des marchés ruraux. En général les commerçants de céréales de même que les vendeuses et les préparatrices de plats cuisinés se trouvent au marché et près du marché.

- Village ou concession ou niveau du cultivateur. C'est un emplacement important pour la première vente du produit.

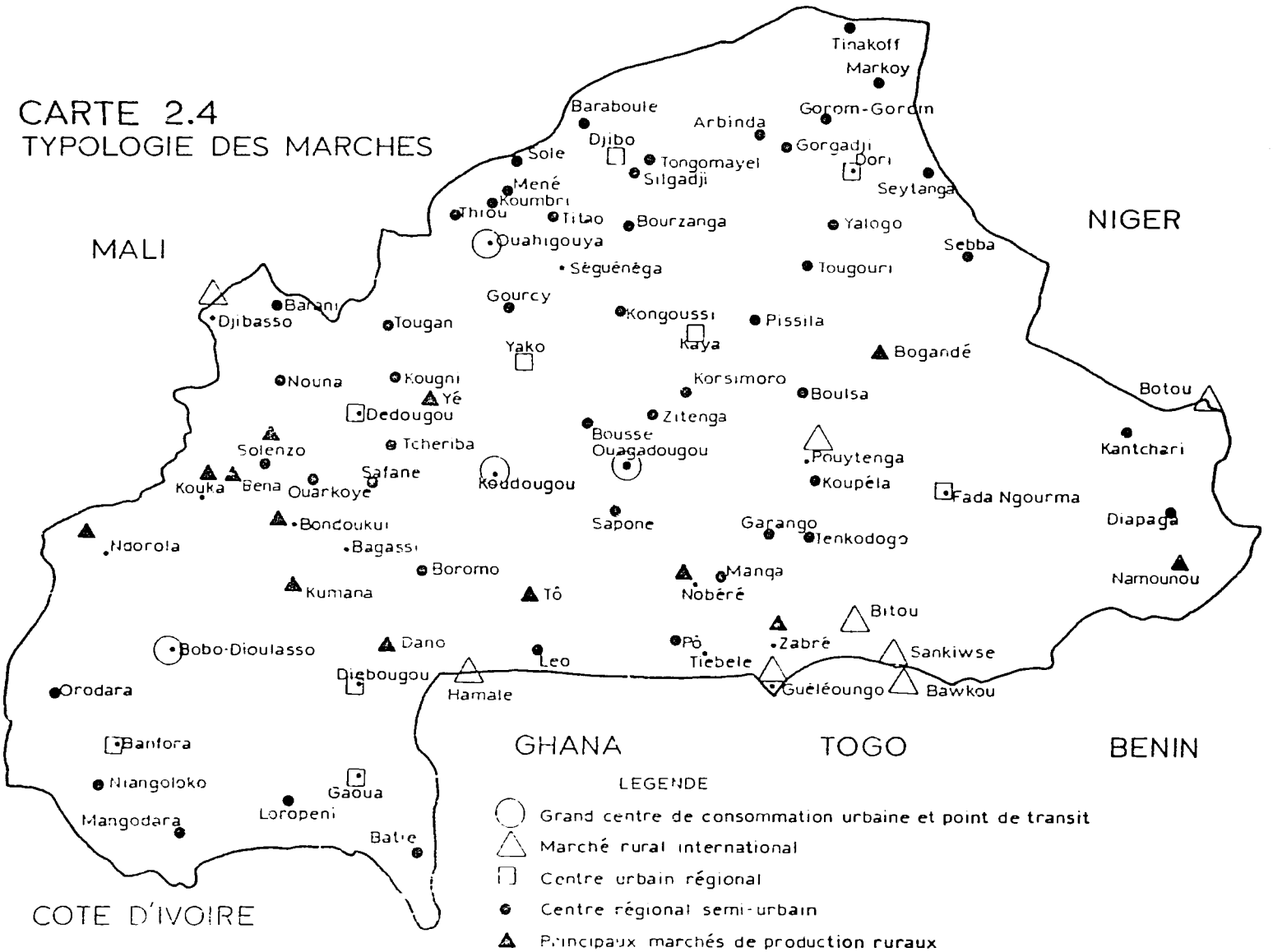
Les marchés spécifiques peuvent rentrer dans plusieurs catégories. Par exemple, Sankariaré, à Ouagadougou, représente à la fois une part importante du centre de distribution nationale de Ouagadougou (avec les activités de vente en gros) et un important marché de consommation au détail. Pareillement, les principaux marchés de Bobo-Dioulasso et de Ouahigouya vendent à la fois en gros et au détail. La Carte 2.4 présente les principaux marchés qui rentrent dans les diverses catégories. Les petits marchés ruraux ne sont pas pris en compte étant donné qu'ils sont trop nombreux pour être tous identifiés. La Carte 2.5 indique la fréquence des marchés dans les différentes régions.

L'infrastructure routière est l'élément final nécessaire pour bien comprendre la structure géographique des mouvements de céréales. La Carte 2.6 présente l'état des routes de l'ensemble du Burkina Faso. Il existe quatre principales routes goudronnées: une route sur l'axe nord-sud, reliant Pô à Ouagadougou et continuant jusqu'à Yako et Ouahigouya;[14] une route reliant la frontière togolaise à Koupéla; la principale route est-ouest qui relie la frontière nigérienne à Fada N'Gourma, puis dessert Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et enfin Banfora; et une quatrième route desservant la frontière avec la Côte d'Ivoire. La plupart des routes, cependant, ne sont pas goudronnées. Les plus importantes sont en général nivelées après l'hivernage. L'état des routes non goudronnées se détériore rapidement pendant l'hivernage, relevant considérablement le coût de transport. De nombreux villages sont inaccessibles par moyen de locomotion pendant plusieurs jours de suite en plein milieu de l'hivernage (juillet--septembre).

---

[14] Lorsque l'équipe de recherche est partie, en février 1985, la route était goudronnée jusqu'à Yako et il était prévu de la goudronner jusqu'à Ouahigouya.

CARTE 2.4
TYPOLOGIE DES MARCHES



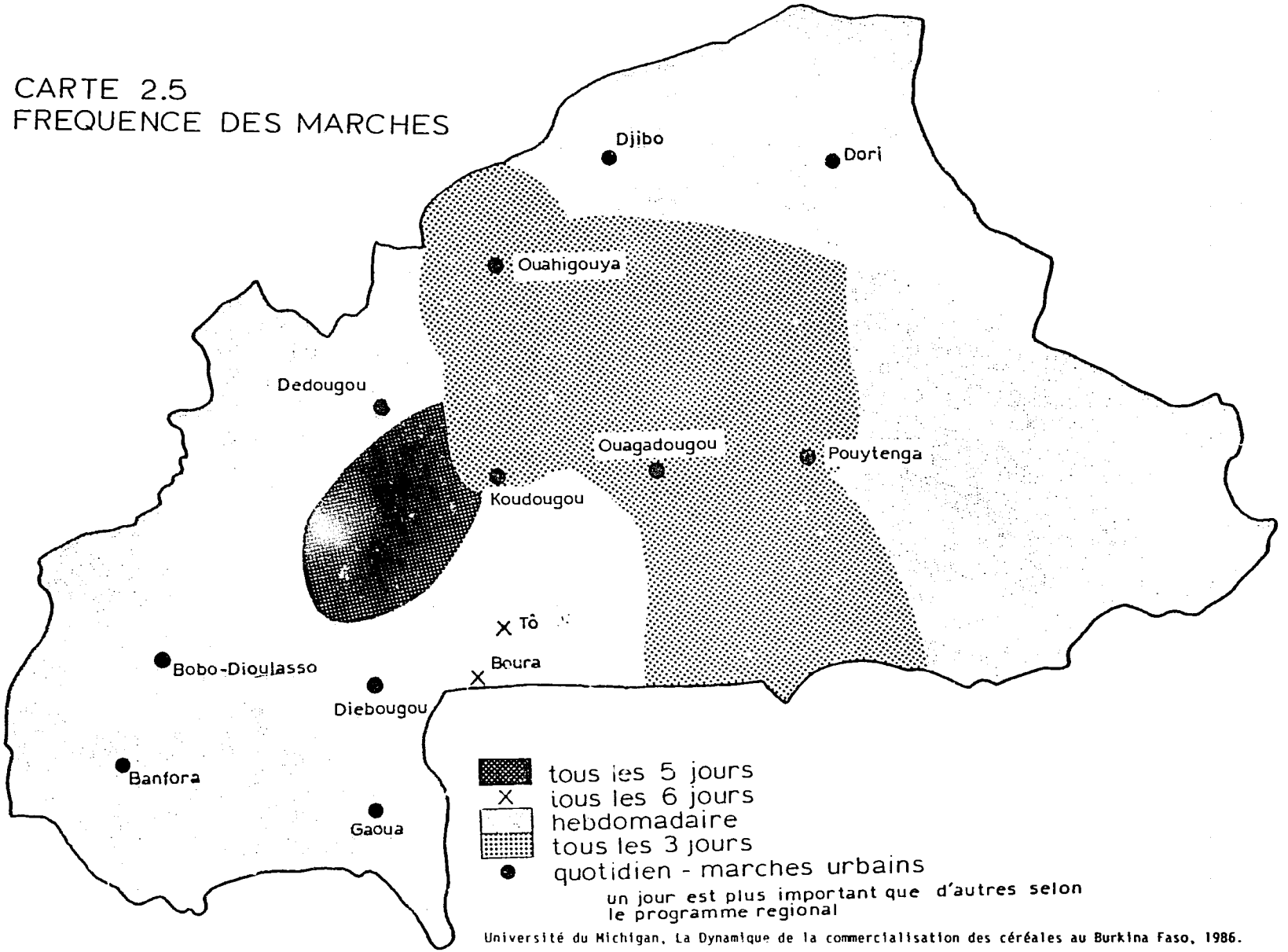
LEGENDE

- Grand centre de consommation urbaine et point de transit
- Marché rural international
- Centre urbain régional
- Centre régional semi-urbain
- Principaux marchés de production ruraux

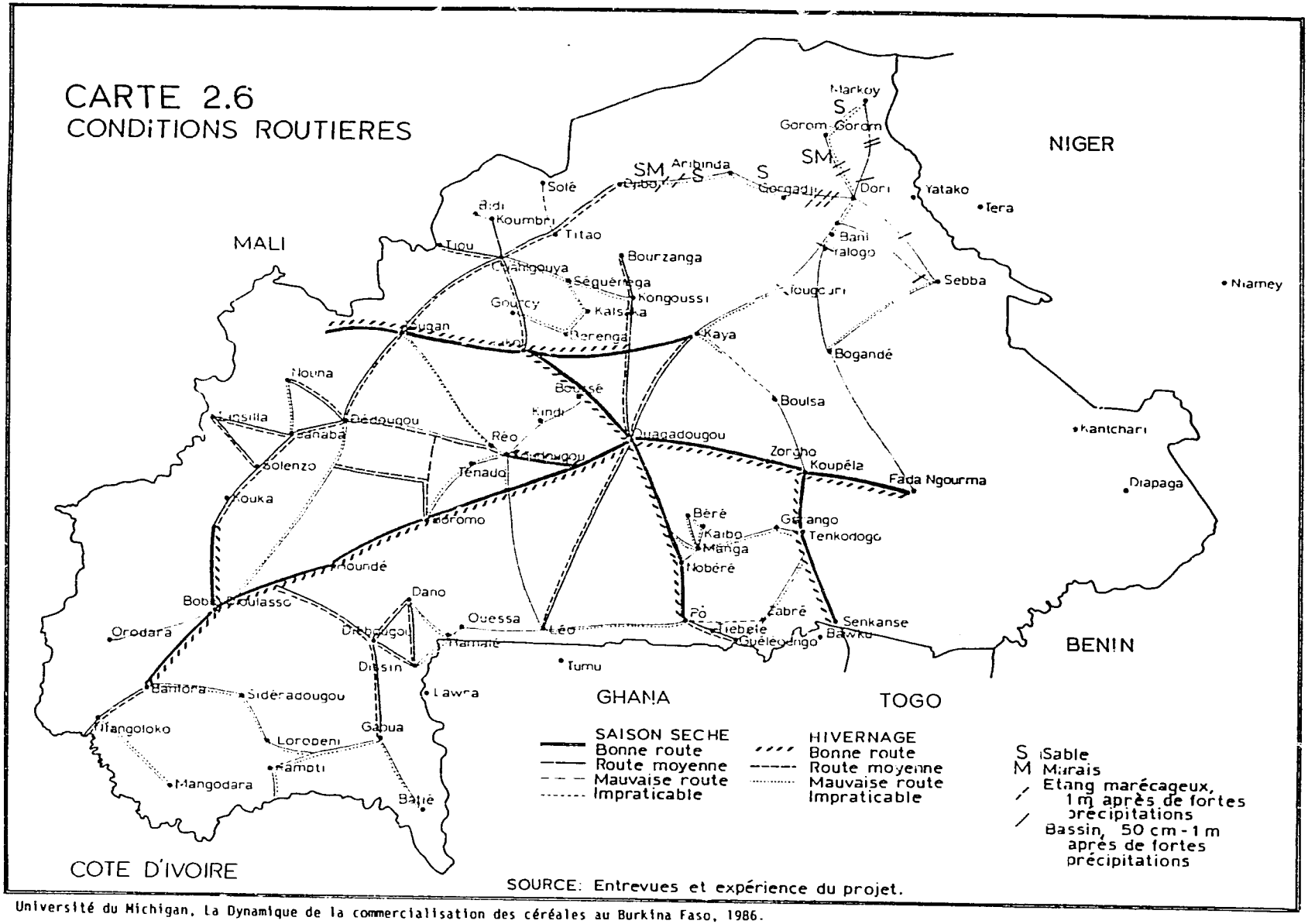
SOURCE Basé sur des entrevues avec des marchands et des fonctionnaires, ainsi que sur des observations par des équipes chargées des entrevues dans chaque région

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

CARTE 2.5
FREQUENCE DES MARCHES



Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.



Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

2.5 CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Entre la première vente et la vente finale, il existe plusieurs circuits possibles pour l'écoulement des céréales, comme l'ont indiqué les études de cas. Les différences se situent au niveau des partenaires commerciaux, au niveau de l'orientation du commerce, au niveau du transport et au niveau des accords de financement. La Figure 2.3 illustre les différents noeuds du réseau de commercialisation des céréales, de la production à la consommation en passant par les importations, y compris tous les choix et organisations intermédiaires. Le réseau couvre le secteur privé et le secteur public. Il est nécessaire de bien comprendre les caractéristiques spécifiques du commerce privé pour analyser à la fois l'efficacité du secteur privé et l'environnement compétitif et commercial dans lequel se déroulent les activités du secteur public.

2.5.1 Circuits de commercialisation du secteur privé

Les circuits de commercialisation du secteur privé redistribuent les céréales achetées aux producteurs aux consommateurs entre les régions et à l'intérieur des régions, des zones rurales aux zones urbaines, au sein des zones rurales et au sein des zones urbaines. Les trois parties de la Figure 2.4 montrent les circuits de commercialisation les plus importants pour la distribution des céréales d'une région à l'autre (en général d'une région excédentaire à une région déficitaire) et pour la redistribution des céréales à l'intérieur d'une région particulière. Nous les récapitulons comme suit:

i) Les céréales passent par un circuit d'intermédiaires financés entièrement par un commerçant particulier;

ii) Les céréales sont achetées au producteur par un commerçant indépendant (et son équipe) qui n'habite pas la région;

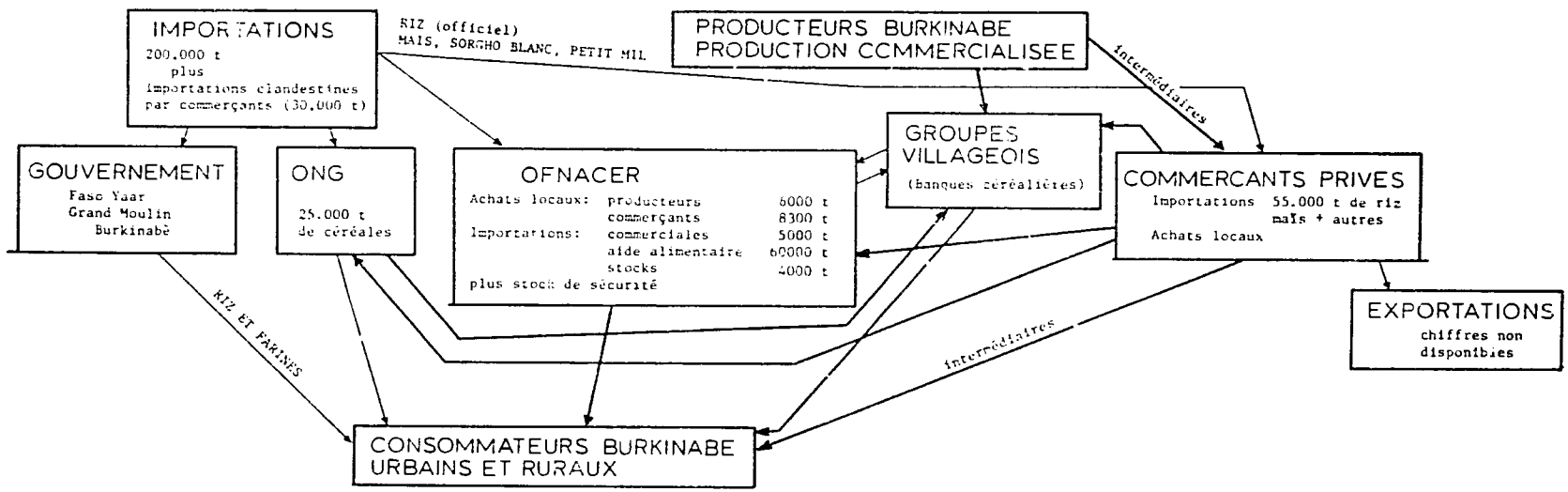
iii) Les céréales sont achetées directement au producteur par un commerçant local indépendant ou sont vendues directement par le commerçant au consommateur.

Quelle que soit la zone géographique, certains circuits prédominent plus que d'autres. Un autre circuit répandu partout, mais qui n'est pas examiné, est la vente directe du producteur au consommateur.

L'importance relative des différents circuits dans une zone particulière affecte le degré de compétitivité tout comme le niveau auquel

SCHEMA 2.3 RESEAU DE COMMERCIALISATION CEREALIERE AU BURKINA FASO[1]

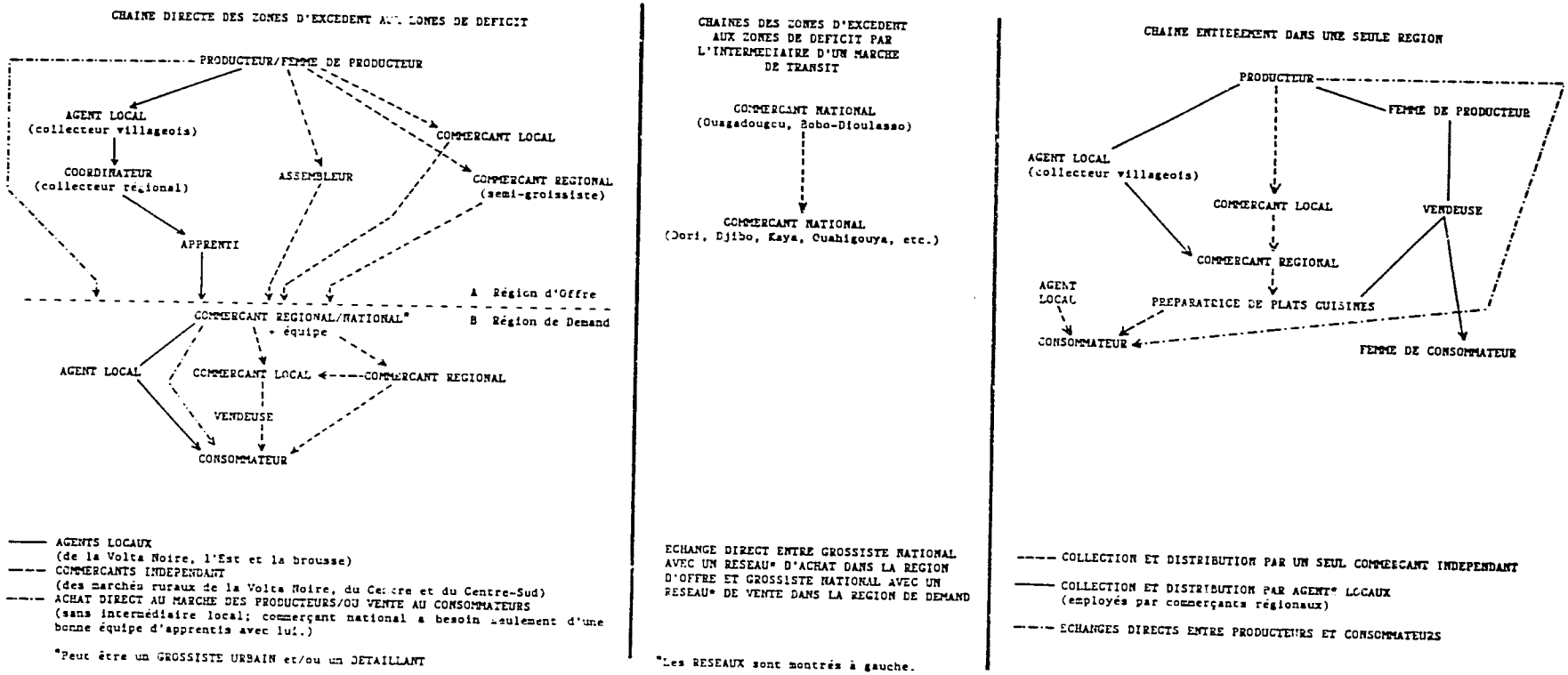
(quantités de céréales en tonnes (t))



[1]Les chiffres de 1983-84 sont approximatifs. Ils représentent une synthèse de différentes sources, y compris l'OFNACER, la Caisse générale de péréquation et les Bulletins statistiques.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

SCHEMA 2.4 LES PRINCIPALES CHAINES DE COMMERCIALISATION PRIVEES



Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

intervient la concurrence. Ce point est étudié plus en détail au Chapitre 3.

Nous allons examiner chacun des circuits, en décrivant et en illustrant d'exemples les principaux participants du marché. Le rapport de recherche de Saul (Tome IV) fournit un examen plus détaillé des différents types de commerçants et de leurs activités diverses.[14]

Le premier circuit rappelle le plus celui décrit dans la seconde étude de cas, le sorgho blanc acheté à Kumana. Le commerçant distribue de l'argent à des coordinateurs régionaux. Ils distribuent des fonds aux agents villageois ou aux collecteurs villageois qui achètent aux producteurs de leur village et des environs. Le coordinateur collecte les céréales à un point central, et, lorsqu'il a collecté suffisamment de céréales, il prend contact avec le commerçant pour qu'il envoie un camion les ramasser.

L'élément qui distingue ce circuit des autres est que la chaîne d'intermédiaires est intégrée verticalement. Un commerçant national ou régional finance toute une équipe d'agents de collecte, d'agents villageois, de coodinateurs régionaux et d'apprentis. Ils touchent soit une commission sur chaque sac collecté soit un salaire. Si l'ampleur de son capital le lui permet, le commerçant peut posséder des équipes dans plusieurs régions. Si le commerçant connaît une région particulièrement bien et est en mesure de se débrouiller, il n'a parfois pas besoin de coordinateur. Son équipe peut se composer des agents suivants:

- Les collecteurs villageois sont des habitants des villages qui achètent les céréales pour le compte d'un commerçant. En général, ils opèrent uniquement dans leur propre village. Leur importance dans la hiérarchie du village rend les habitants plus désireux de leur vendre. Le commerçant procure le capital et verse une commission.

- Les collecteurs régionaux achètent les céréales dans les villages, et parfois sur les marchés, avec le capital d'un commerçant et touchent une commission. Ils possèdent un réseau de collecteurs villageois (moyennant des relations personnelles) à qui ils distribuent le capital du commerçant et auprès desquels ils collectent les céréales.

Les acheteurs villageois constituent un élément essentiel de la composition de ce circuit; ce sont habituellement des cultivateurs prospères

---

[14] Des classifications analogues sont données par Ouédraogo, 1983, Sherman, 1984, et Haughton, 1985.

qui commencent à acheter des céréales ou à exporter des cultures au moment de la récolte avec des fonds avancés par de gros commerçants. Les rapports commerçant et acheteur-cultivateur peuvent se poursuivre pendant plus d'une génération. Par exemple, Saul a parlé avec un jeune cultivateur de N'Dorola qui avait été un acheteur villageois pour l'un des plus importants négociants en céréales de Bobo-Dioulasso:

> Son père avait occupé la même fonction pour le père du négociant. Le jeune homme m'a dit qu'un jour, il a décidé d'aller à Bobo-Dioulasso pour travailler comme peintre. Sur place, il a été en contact étroit avec le négociant qui était un de ses clients dans la ville. Après quelques années, le fils du négociant qui avait commencé à reprendre l'affaire a proposé au jeune homme de retourner dans son village natal et de travailler pour eux, remplaçant ainsi son père qui devenait âgé. Le jeune homme a fini par apprendre toutes les aptitudes nécessaires pour ce travail, et durant notre conversation en présence d'autres cultivateurs, il a raconté avec humour les nombreux tours qu'il jouait en utilisant de fausses unités de mesure pour évaluer le volume de céréales.

- Les vendeurs villagois sont un groupe analogue aux collecteurs villageois. Ils servent d'intermédiaires pour approvisionner les maigres marchés des régions déficitaires. Un commerçant régional, qui s'intéresse à vendre au détail dans les zones reculées, donne au vendeur un certain volume de céréales à vendre à partir de son village. Lorsqu'il a tout vendu, il peut revenir en ville chercher des céréales. Cette pratique est très répandue dans les régions de Djibo et de Dori, où les routes sont très mauvaises, les distances entre le village et le marché importantes et la demande sporadique et faible.

Les activités des collecteurs et des vendeurs villageois sont financées par les commerçants soit régionaux soit nationaux.

- Les commerçants régionaux sont installés dans la principale ville commerciale d'une région mais pratiquent le commerce dans toute la région. Ils disposent d'un ou de plusieurs agents, peuvent stocker des céréales pendant de longues périodes, les transporter et les revendre à l'intérieur de la région et pratiquent en général le commerce d'autres marchandises (cultures de rapport, bétail ou articles de consommation), et possèdent parfois leurs propres camions. Ils détiennent souvent des bars et des minoteries.

On peut citer comme exemple de négociant régional un gros commerçant de Pissila, interviewé à la fois par Saul (Tome IV) et par Déjou (Tome II). Il pratiquait le commerce des céréales et des oléagineux depuis le début des années 60, tout d'abord en tant qu'agent, puis pour son propre compte. Dans les années 60, le commerce des céréales était relativement moins important; la plus grosse partie des céréales nécessaires pour alimenter la ville

étaient fournies par de petits commerçants installés dans des centres secondaires ou par les cultivateurs mêmes qui transportaient personnellement le produit. Progressivement, le négociant a diversifié ses activités et a acquis de gros véhicules. Il a reçu de gros prêts à partir de 1979, date de l'ouverture de la succursale locale de la BND à Kaya. Etant donné que cette zone est maintenant en général déficitaire, il achète la plus grosse partie de ses céréales à des commerçants de Ouagadougou, mais il reçoit également des approvisionnements de l'ouest où il envoie de temps en temps un "frère" les acheter.

- Les commerçants nationaux sont installés principalement à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso. Quelques-uns sont établis à Ouahigouya. Ils disposent d'équipes d'agents qui achètent des céréales dans les zones excédentaires du Burkina Faso. Ils pratiquent souvent le commerce d'autres denrées, telles que la noix de karité et l'arachide, et possèdent parfois des licences d'export/import. Ils ont leurs propres camions et engagent souvent des investissements dans des activités non commerciales telles que le bâtiment. Ils possèdent des entrepôts dans la ville où ils mènent leurs activités et peuvent stocker des céréales pendant de longues périodes.

Il existe une différence dans les activités des plus gros commerçants de céréales de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso; dans cette ville-ci, toutes les céréales sont collectées directement dans les régions de production alors que dans la capitale, les négociants ne collectent qu'une partie des céréales de leur région. Ceci est également vrai pour les gros centres de consommation tels que Ouahigouya ou Yako. Outre ce qui est collecté par les agents et les commercants indépendants dans les régions de production, un groupe de négociants très prospères s'occupe de faire venir de grosses quantités de céréales de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso.

Depuis la hausse sensible des déficits, les commerçants des régions déficitaires essaient souvent d'acheter sur des marchés qu'ils ne connaissent pas. En l'occurrence, ils ne savent pas nécessairement quels sont les commerçants qui possèdent des céréales à une époque particulière. Etant donné qu'ils n'habitent pas dans les centres urbains où se trouvent les marchés de transit les plus importants, ils doivent consacrer du temps à acquérir des informations sur les marchés, ce qui constitue souvent une dépense onéreuse. Ils s'adressent parfois à des courtiers pour les aider à trouver les céréales dont ils ont besoin et à établir des contacts avec les commerçants appropriés.

- Les courtiers relient les acheteurs en gros aux vendeurs. Ils ne prennent jamais possesion des céréales mais possèdent parfois des installations de stockage dans un marché de transit qu'ils peuvent louer aux vendeurs. Ils prélèvent une sorte de commission sur la transaction qu'ils réalisent.

Les commerçants régionaux et nationaux peuvent aussi acheter directement aux producteurs ou aux commerçants indépendants locaux dans les régions de production. Il s'agit là du second circuit, illustré par la première étude de cas concernant l'achat de maïs à Guéléoungo. Les commerçants arrivent au marché avec une équipe composées d'apprentis et d'assembleurs.

- Les apprentis du commerçant, généralement apparentés au commerçant, apprennent le métier. Ils achètent dans les villages et aux marchés. Le commerçant leur verse des indemnités, peut-être une prime calculée en fonction de la quantité de céréales qu'ils accumulent et, par la suite, il les prend comme associé ou leur donne le capital nécessaire pour établir une entreprise indépendante.

- Les assembleurs peuvent être des agents ou des commerçants indépendants. Ils achètent le jour du marché et revendent à la fin de la journée à des commerçants régionaux ou nationaux qui sont leurs clients. Ils démarrent souvent comme agent, amassent du capital et deviennent indépendants.

Certains assembleurs occupent également la fonction de collecteurs villageois pour le compte de commerçants qui viennent d'autres régions. Le commerçant peut loger chez l'assembleur lorsqu'il est en voyage. Etant donné que l'assembleur connaît bien la région, il sert parfois de courtier ou d'agent local pour le commerçant extérieur au village.

Les apprentis et les assembleurs sont souvent apparentés aux négociants. Ce sont couramment des fils qui reprennent parfois l'affaire par la suite. Certains, toutefois, peuvent n'être que des parents éloignés ou ont fraternisé par l'intermédiaire de connaissances. Saul rapporte des entretiens avec des négociants concernant leurs apprentis:

> Un gros négociant Jula de Bobo-Dioulasso, de la jeune génération, m'a expliqué cet usage de cette manière: "Quand vous êtes riche, des parents pauvres vous envoient leurs fils. Notre maison était pleine de "frères", dont certains nous étaient à peine apparentés, mais ils vivent toujours avec nous et je ne pourrais pas les appeler autrement. Ils travaillent tous pour l'affaire." Un autre important négociant mossi, appartenant aux groupes dont la participation au commerce des céréales est plus récente, déclarait: "Par exemple, j'ai mon jeune frère au village qui ne fait rien. Je l'ai amené ici. Je lui ai acheté une mobylette.

> Je lui donne de l'argent. Il part, il passe 15 jours dans les régions de production. Il voyage dans les environs. Il achète cinq sacs ici, 10 sacs là. Quand il en a amassés suffisamment, il loue une charrette pour les apporter au point central et m'adresse un message. Je lui envoie un camion et il fait parvenir ses achats ici. Vous lui donnez une commission pour l'encourager." Ces agents, s'ils sont capables, peuvent faire leur chemin et avoir la possibilité de devenir un jour indépendants.

Plus le négociant est important, plus il a d'agents qui travaillent pour lui. Souvent, chacun de ces agents se spécialise dans une région déterminée qu'il finit par mieux connaître avec le temps que le patron qui l'y a envoyé. La méthode de travail des agents varie suivant la région et suivant les rapports qui se sont précédemment établis avec le négociant. Si plusieurs collecteurs villageois travaillent pour le même négociant, la fonction de l'agent de voyage peut consister principalement à établir une certaine coordination entre eux, à leur fournir de l'argent et à organiser le transport des céréales jusqu'au marché principal.

Le <u>troisième circuit</u> fonctionne généralement sur une échelle spatiale et temporelle considérablement plus petite que les deux autres -- comme la troisième étude de cas sur l'achat de petit mil à Tenkodogo. Une vendeuse ou un commerçant local emploient leur argent à acheter des céréales directement au producteur, soit au village, soit sur la route menant au marché, ou encore sur le marché. Ils vendent parfois directement à un consommateur local ou à des commerçants d'autres endroits qui viennent acheter dans cette région. Ils revendent en général les céréales le plus rapidement possible afin d'assurer la rotation du capital. S'ils disposent d'une assise financière suffisamment importante, ils peuvent stocker une partie des céréales pour les revendre plus tard dans la saison. Dans un plus grand contexte, ce circuit, tout en étant différent sur le plan du financement et de la coordination verticale, répond aux mêmes fins de collecte et de distribution que la chaîne d'intermédiaires du premier circuit.

- <u>Les commerçants locaux</u> se servent de leur propre capital pour acheter des céréales aux environs de leur village ou de leur ville. Ils peuvent employer des apprentis ou des agents, posséder un petit entrepôt ou louer un emplacement de stockage. Ils possèdent rarement de camion, mais utilisent des charrettes, des bicyclettes et des vélomoteurs pour transporter les céréales. Ce sont presque toujours des cultivateurs très prospères.

- Les paysans commerçants (un sous-groupe des commerçants locaux) sont des cultivateurs qui ont constitué un petit capital qu'ils investissent dans l'achat des céréales. Ils mettent en général une certaine somme d'argent de côté à cette fin et continuent d'acheter jusqu'à ce qu'elle soit épuisée. Ils n'achètent ni ne revendent régulièrement les jours de marché.

- Les vendeuses sont spécialisées dans l'achat et la vente de petites quantités, utilisant des louches ou des bols pour les mesurer. Elles achètent et vendent en général le même jour. Elles disposent d'une très petite assise financière et transportent les céréales à pied ou en bicyclette.

- Les grossistes-détaillants urbains achètent auprès de commerçants nationaux et régionaux pour revendre aux consommateurs urbains. Ils possèdent une boutique et vendent habituellement d'autres produits. Ils servent de commerçants locaux dans les zones urbaines. Certains d'entre eux sont des agents des commerçants nationaux ou régionaux; d'autres sont indépendants.

Il existe de nombreuses différences entre les petits commerçants indépendants. Ils peuvent être engagés dans plusieurs types d'activités, les plus petits n'exerçant parfois le commerce des céréales qu'au début de l'année losqu'elles sont bon marché et abondantes. Certains d'entre eux voyagent beaucoup dans le pays et à l'extérieur afin de profiter des différences dans les prix du marché occasionnées par les difficultés de transport. Ces commerçants sont parfois des individus entreprenants qui cherchent de nouveaux débouchés, mais dont les activités ne conduisent pas toujours à l'établissement de nouvelles habitudes.

La majorité des commerçants qui disposent d'un emplacement sur les marchés urbains possèdent en général un capital négligeable et vendent de très faibles quantités de céréales. La plupart d'entre eux vendent moins de 500 sacs par an et gèrent un capital de moins de 5 millions FCFA. Ils n'effectuent pas de transactions bancaires. Certains des jeunes commerçants tiennent une comptabilité simple, notamment pour les ventes à crédit.

Les commerçants qui achètent dans les villages vendent souvent les cultures d'exportation qu'ils collectent au même gros négociant qui leur fournit des céréales lorsqu'elles se font rares à mesure que l'année avance. Mais les tout petits commerçants, notamment ceux de Ouagadougou, ne sont pas du tout en mesure d'acheter sur les marchés locaux étant donné qu'ils ne possèdent pas de capital. Leur rôle se limite donc à celui de simples détaillants. Bon nombre de ces petits commerçants occupent l'emplacement d'un autre individu sur les marchés secondaires de la ville et lui versent

une faible commission de 25 à 50 FCFA pour chaque sac stocké à cet endroit. Le versement de cette commission leur donne droit à occuper l'emplacement, de parler aux clients et d'exercer leur commerce.

Un groupe final de commerçants indépendants sont les préparatrices de plats cuisinés.

- Les préparatrices de plats cuisinés vendent des aliments ou du dolo au marché ou au bord de la route. Elles achètent des céréales non traitées et les transforment en y ajoutant d'autres ingrédients. Le produit final est vendu directement aux consommateurs.

Elles jouent le double rôle de commerçant indépendant (en achetant directement aux producteurs ou à d'autres commerçants locaux) et de consommateur. L'ampleur de leur activité, qui peut consister simplement à vendre sur un petit marché de brousse ou à diriger une grande brasserie traditionnelle en ville, détermine le volume de céréales qu'elles achètent et leur méthode de transaction. Dans certaines zones, comme Manga, les préparatrices de dolo locales et les agents qui achètent pour les préparatrices de dolo urbaines constituent une force importante du marché.

Il convient de dire quelques mots sur l'importance du sexe. La majorité des femmes travaillent comme intermédiaires ou comme vendeuses. Il existe néanmoins des femmes qui exercent le métier de collecteur villageois ou régional (c'est le cas des femmes samo de la région de Tougan), de commerçant local et de détaillant en ville (dans la région de Bobo-Dioulasso). Il est assez rare, cependant, de trouver des hommes qui achètent et vendent en petites quantités comme la vendeuse, apparemment parce qu'il n'est pas digne pour les hommes d'exercer le commerce de si faibles volumes. Sur certains marchés et dans certaines régions, l'ensemble des vendeuses possèdent une part considérable du marché. Comme l'explique Saul, certains grossistes importants de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso sont des femmes.

Une distinction evidente entre ces trois circuits différents porte sur le montant de capital engagé dans l'opération. Une autre distinction se situe au niveau de la destination des céréales. Dans les deux premiers circuits, les céréales sont collectées pour être exportées dans une autre région. Dans le troisième circuit, les céréales peuvent rester dans la région si elles sont vendues à un consommateur local, ou être exportées si elles sont vendues à un commerçant (pénétrant ainsi dans le second circuit).

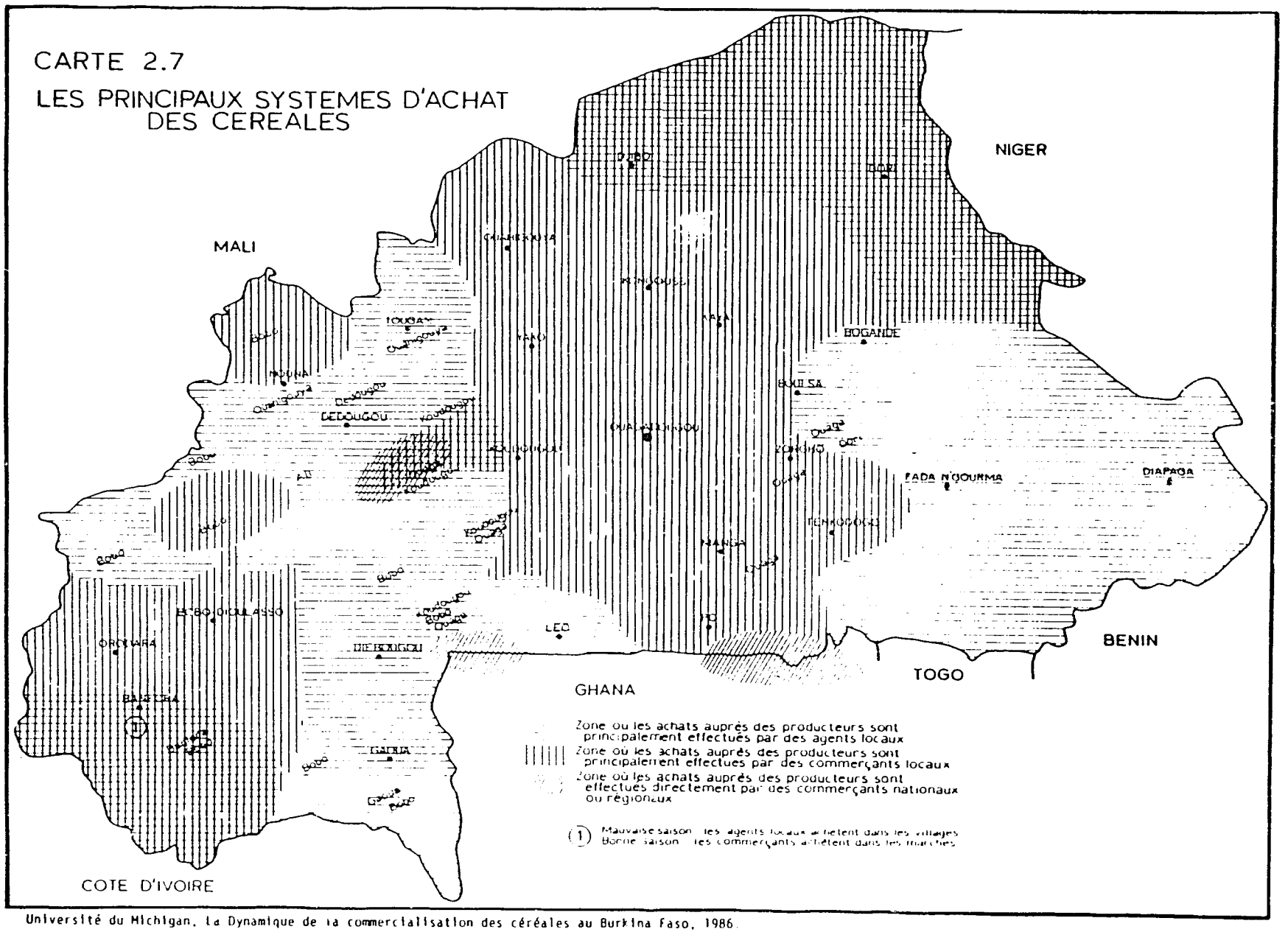
Nous partons de l'hypothèse qu'un circuit particulier prédomine en raison des effets combinés des conditions géographiques et routières et des ressources disponibles relatives en céréales. La Carte 2.7 présente les circuits prédominants pour l'achat de céréales auprès des producteurs dans les différentes régions.

Le collecteur est l'agent d'achat qui prédomine dans les zones fortement ou légèrement excédentaires, où les routes ne sont pas bonnes et où les marchés n'ont pas lieu souvent. Les commerçants locaux prédominent dans les zones où les céréales sont moins abondantes -- tout le Centre du Burkina Faso (le plateau Mossi) et à la périphérie des régions urbaines. Les commerçants nationaux et régionaux achètent directement auprès des producteurs des zones frontalières aux alentours des marchés de Hamalé et de Guéléoungo de même que dans les environs de Koudougou.

Chaque circuit commence par un échange entre le producteur et un intermédiaire travaillant soit pour son compte soit pour le compte d'un commerçant privé. Les groupes villageois achètent aussi directement aux producteurs, soit pour leur compte (banque de céréales) soit en tant qu'agent de l'OFNACER (comme le présente la section suivante). Bien qu'ils soient en général considérés comme faisant partie du secteur public, les groupes villageois sont en fait des institutions du secteur privé qui ont été encouragées et utilisées par le secteur public.

- Les groupes villageois achètent dans la région de leurs villages, soit au producteur soit au marché. Ils peuvent agir pour le compte de la banque de céréales de la coopérative ou pour le compte de l'OFNACER (deux différentes sources de capital). De plus en plus, les groupes villageois des zones déficitaires entrent directement en contact avec des groupes des zones excédentaires pour leur acheter des céréales. Les banques de céréales, dirigées en coopération par les membres d'un groupe villageois, achètent des céréales à des cultivateurs locaux et les revendent aux villageois avec un profit marginal. Elles s'arrangent également parfois pour acheter à l'OFNACER ou aux commerçants.

Les groupes peuvent commencer à constituer du capital à partir de projets conjoints, de droits d'adhésion et de prêts des ORD et des organismes bénévoles privés. Un bâtiment est généralement construit par les membres avec des matériaux de construction donnés par un organisme. Ils se trouvent principalement dans les zones déficitaires et légèrement excédentaires. La Section 2.5.3 présente un examen plus détaillé des banques de céréales.



Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

Dans chacun des circuits, les intermédiaires sont légèrement différents, même s'ils assument parfois des fonctions analogues: collecte en vrac, vente au détail, vente en gros et transport. En réalité les limites entre les différentes catégories ne sont pas au tout précises; un individu peut rentrer dans plus d'une catégorie. On peut distinguer ces catégories d'après les caractéristiques suivantes:

- Propriété du capital ou droit de propriété sur le produit. Un commerçant est propriétaire des céréales qu'il négocie. Un agent agit pour le compte d'un commerçant.

- Ampleur de l'assise financière. Le montant de capital que le commerçant possède.

- Rémunération de l'intermédiaire. L'agent peut être rémunéré à la commission ou peut être un employé ou un apprenti du commerçant.

- Durée du stockage. Les intermédiaires peuvent stocker les céréales jusqu'au prochain marché ou les acheter et les revendre le même jour.

- Ampleur et emplacement du commerce. Les intermédiaires peuvent négocier au niveau d'un village, d'un marché, de plusieurs villages, de plusieurs marchés, d'une région entière ou de plusieurs régions.

Le Tableau 2.3 présente une classification des différents intermédiaires compte tenu de ces caractéristiques.

2.5.2 Le secteur public

De 1964 à 1970, tous les efforts de commercialisation déployés par le secteur public se sont concentrés sur les cultures d'exportation.[15] En 1964, le gouvernement a établi la Caisse de stabilisation des prix des produits agricoles (CSPP) afin de stabiliser les prix, d'accroître la production et de promouvoir les exportations d'arachide, de coton, de noix de Karité, de sésame et de riz paddy. La Caisse a autorisé des institutions privées et publiques à assembler, entasser en vrac, transporter et exporter des produits agricoles.

En 1968, dans le cadre d'un effort visant à interrompre les activités de développement d'un seul produit, le gouvernement a créé des ORD, Organismes régionaux de développement, dans chacun des 11 départements

---

[15] Voir Ouédraogo (1983), Haughton (1985) et Moussie (1985) pour un examen plus détaillé de la participation du gouvernement à la commercialisation agricole.

TABLEAU 2.3

CHARACTERISTIQUES DES PARTICIPANTS DU MARCHE

	Capital	Rémunération	Emplacement	Portée des échanges	Stockage/Rotation	Transport
Acheteur Résident Villageois	aucun sans titre	commission	propre village	village	mois a[a]	dans le village
Acheteur Résident Villageois	aucun sans titre	commission	villages	villages	mois a[a]	dans le village
Apprentis de Commerçant	aucun sans titre	salaire	villages/ marchés	villages/ marchés	semaines	entre les marchés
Assembleur/Logeur[b]	petite base	profit ou ou aucune	marchés et commission	près du carrefours	rotation village	néant quotidienne
Commerçant Local	petite base	profit	dans/hors marchés	près du village	mois	entre les marchés
Vendeuse	petite base	profit	dans/hors marchés	près du village	quotidien/ hebdomadaire	entre village et marché
Commerçant Régional (en gros surtout)	grande base	profit	dans/hors marchés	région entière	mois	entre régions
Commerçant National (au détail surtout)	grande base	profit	dans/hors marchés	pays entier	mois	entre régions
Courtiers	aucun	Honoraires de courtier	Marchés de marchés	aucune	néant	néant
Grossiste-détaillant Urbain	grande base	profit	magasins et marchés	une ville	mois	dans la ville
Détaillant Urbain	petite base	profit	magasins et marchés	métropole	mois	dans la ville
Vendeur d'aliments préparés	petite base	profit	dans/hors marchés zones résidentiell	un quartier	quotidien/ hebdomadaire	néant
Banque de céréales	petite base	profit marginal	in/outside markets	près du village	mois/années	dans la zone
OFNACER	grande base	--	dans/hors marchés	nationale	mois	entre les régions

NOTE: a) Le temps de stockage dépend de la fréquence des collectes effectuées par les commerçants.
b) Assemblers can be either regional resident buyers or independent traders.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

administratifs. Chaque ORD était destiné à coordonner toutes les activités de développement de sa région. Dans l'espoir que ces organismes seraient financièrement autonomes, le gouvernement les a encouragés à entreprendre des activités rémunératrices en leur accordant des droits d'exclusivité pour l'achat des cultures d'exportation auprès des producteurs. Pour de nombreuses raisons, principalement l'absence de moyens financiers et de capacités en matière de gestion et d'infrastructure, cet effort s'est avéré un échec complet et les droits d'exclusivité ont été révoqués en 1970.

En 1971, durant la sécheresse du Sahel, le gouvernement a fondé l'OFNACER. Sa mission était triple:

i) Stabiliser les prix interannuels des céréales en achetant dans les zones excédentaires pour revendre dans les zones déficitaires;

ii) Atténuer les fluctuations de prix interannuelles en achetant les bonnes années et en vendant les années déficitaires;

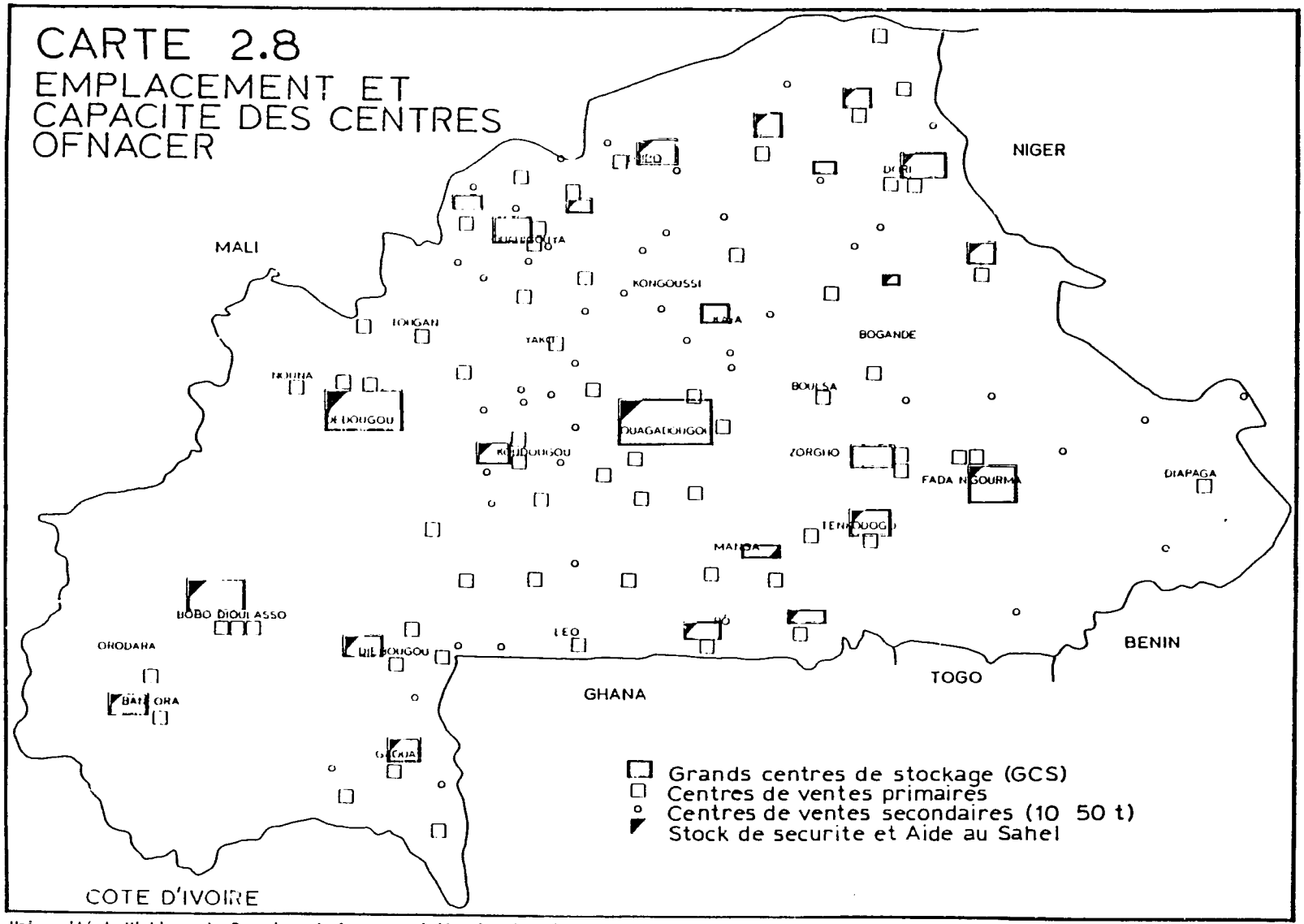
iii) Elaborer un système de réserve céréalière de secours.

Dans ses premières années, la fonction essentielle de l'OFNACER a consisté à distribuer une aide alimentaire. L'une de ses principales responsabilités porte encore sur la prévision et la vente de l'aide alimentaire.

En 1974, le gouvernement a octroyé aux ORD des droits d'exclusivité pour l'achat de céréales pour le compte de l'OFNACER. Etant donné l'insuffisance de personnel et d'équipement, les ORD ont dû traiter avec des commerçants locaux chargés d'acheter pour leur compte. En 1978, le gouvernement a révoqué les droits d'exclusivité et a officiellement autorisé l'existence parallèle du commerce privé et public des céréales.

L'OFNACER possède un siège et un entrepôt régionaux dans chaque ORD et des entrepôts secondaires dans les principales villes de chaque ORD. La Carte 2.8 indique l'emplacement et la capacité des entrepôts de l'OFNACER dans tout le Burkina Faso. Le Tableau B.4 fournit de plus amples détails sur la capacité de stockage de l'OFNACER.

L'OFNACER ouvre la campagne d'achat après la récolte, une fois que le gouvernement a fixé les prix officiels. Il achète dans des zones sélectionnées où le prix du marché est moins élevé que le prix officiel, puis stocke les céréales ou les transporte pour les stocker et enfin les vend dans les villes des régions déficitaires. La politique gouvernementale concernant la commercialisation des céréales est en général la même depuis



Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

1978, le gouvernement étant disposé à acheter au prix officiel d'achat au producteur pour revendre dans l'ensemble du pays au prix officiel de vente au consommateur.

L'OFNACER constitue le circuit principal de distribution de l'aide alimentaire provenant de toutes les sources sous forme de cadeaux annuels. L'aide alimentaire qui arrive en bonne condition est vendue aux mêmes tarifs que les stocks locaux de céréales. L'aide alimentaire qui arrive plus ou moins avariée est également vendue, mais à des prix réduits. Les centres de distribution de l'OFNACER servent également à la distribution des approvisionnements de l'aide alimentaire d'urgence, qui sont généralement vendus à des prix inférieurs.

2.5.2.1 Prix officiels

Les prix officiels d'achat au producteur et de vente au consommateur sont fixés par une commission technique interministérielle qui a été formée peu après la création de l'OFNACER. La commission, qui se compose de 12 membres, est présidée par un représentant du Ministère du développement rural (depuis 1984, le Ministère de l'agriculture et de l'élevage), et inclut des représentants des négociants de céréales privés, des cultivateurs, de l'OFNACER et du Ministère du commerce (depuis 1984 le Ministère du ravitaillement du peuple). En général, les prix d'achat au producteur sont fixés en septembre ou octobre, une fois que le volume de la récolte escomptée a été estimé, et les prix de vente au consommateur sont fixés en mars, une fois que l'OFNACER a réalisé la majorité de ses achats. L'OFNACER a droit à la parole devant la commission, mais ne dispose pas de pouvoir en ce qui concerne la détermination des prix. Son rôle consiste simplement à acheter et à vendre aux prix officiels.

Une variété de critères semble préoccuper la commission lorsqu'elle doit fixer les prix. La façon dont les prix sont finalement déterminés n'est pas claire. Pour le riz, le prix de parité des importations a visiblement été un facteur important. Pour les cultures vivrières intérieures, la division des cultures vivrières du Ministère du développement rural a favorisé un prix d'achat au producteur qui couvre "les coûts à la production des cultivateurs dynamiques des régions climatiques

privilégiées" -- un prix pour inciter les producteurs.[16] L'OFNACER, conscient du fait qu'il doit rivaliser avec le secteur privé, semble favoriser un prix d'achat au producteur qui traduit les conditions de marché et s'accompagne d'une marge bénéficiaire suffisante pour couvrir ses coûts. En 1984, l'OFNACER a essayé d'encourager différents prix régionaux afin de traduire les différences dans les coûts de commercialisation (principalement les coûts transport). Les commerçants et le Ministère des finances ne voulaient pas une marge trop faible entre les prix d'achat au producteur et les prix de vente au consommateur. Le Ministère du commerce s'inquiète pour le consommateur.

Ces différentes forces ont abouti aux prix qui sont récapitulés aux Tableaux 2.4 et 2.5. Moussie (1985) compare l'évolution des prix officiels des céréales avec les prix des autres produits et services au Burkina Faso et dans les pays voisins.

2.5.2.2 La campagne d'achat

Les prix d'achat au producteur, fixés par la même commission interministérielle, sont en général annoncés en octobre. L'OFNACER entame alors sa campagne d'achat, qui se poursuit jusqu'en mars. Théoriquement, l'OFNACER accepte d'acheter dans l'ensemble du pays. En pratique, néanmoins, il achète principalement dans les principales zones excédentaires.

L'OFNACER achète des céréales cultivées localement par le biais de trois types d'intermédiaire, qui achètent aux producteurs:

i) un agent de l'OFNACER

ii) des groupes villageois

iii) des commerçants

Le Tableau 2.6 présente les quantités de céréales achetées dans chaque région en passant par chacun de ces circuits pendant les campagnes d'achat qui ont lieu de 1978/79 à 1983/84. Les quantités achetées et la proportion venant des différentes régions sont très variables. Il est évident que la majorité des céréales sont achetées dans les régions excédentaires. En 1978/79, Les régions du Centre, des Hauts-Bassins et de la Volta Noire ont fourni les trois quarts de tous les achats locaux de l'OFNACER. En 1979/80,

---

[16] Haughton (1985) pense qu'ils retirent du poids à leur cas en proposant des prix excessivement élevés calculés sur des imputations de coût de main-d'oeuvre fort élevées.

TABLEAU 2.4

PRIX D'ACHAT OFFICIEL AU PRODUCTEUR
(en FCFA au kilogramme)

	71/72	72/73	73/74	74/75	75/76	76/77	77/78	78/79	79/80	80/81	81/82	82/83	83/84	84/85
Mil	12	14	18	22	18	21	32	40	40	45	50	60	66	80
Maïs	13	15	18	22	18	21	32	40	40	45	50	55	60	85
Sorgho blanc	12	14	18	22	18	21	32	40	40	45	50	58	64	80
Sorgho rouge	a	a	a	a	a	a	a	30	32	37	42	50	55	75
Riz	19	19	30	35	25	55	63	63	63	63	68	68	74	-

SOURCE: OFNACER.

NOTE: a) Cette céréale n'a pas été achetée par l'OFNACER durant l'année en question.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 2.5

PRIX D'ACHAT OFFICIEL AU CONSOMMATEUR
(in FCFA per kilogram)

	71/72	72/73	73/74	74/75	75/76	76/77	77/78	78/79	79/80	80/81	81/82	82/83	83/84	84/85
Mil	20	26	30	32	30	35	45	57	57	69	80	80	90	b
Maïs	20	27	32	32	30	35	45	57	57	69	80	80	88	b
Sorgho blanc	20	26	30	32	30	35	45	57	57	69	80	80	88	b
Sorgho rouge	a	a	a	a	a	a	a	47	47	61	75	75	83	b
Riz	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	60	80	110	125	125	125	135	155	155	b

SOURCE: OFNACER.

NOTE: a) Cette céréale n'a pas été vendue par l'OFNACER l'année en question.
b) Les prix n'avaient pas encore été annoncés au moment du départ de l'équip de recherche en février 1985.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 2.6.

QUANTITES DE CEREALES ACHETEES PAR L'OFNACER AUPRES DE DIFFERENTES SOURCES

	1978/1979		1979/1980[b]		1980/1981		1981/1982		1982/1983		1983/1984	
	Tonnes	%	Tonnes	%	Tonnes	%	Tonnes	%	Tonnes	%	Tonnes	%
CENTRE	4,258	(27.8)[a]	1,167	(13.5)	138	(5.3)	1,776	(6.2)	1,768	(7.1)	62	(1.1)
Groupes villageois	1,513	35.5	-	-	-	-	59	3.3	12	.7	-	-
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OFNACER	2,745	64.5	-	-	138	100	1,717	96.7	1,748	99.8	62	100
VOLTA NOIRE	3,270	(21.4)	1,533	(17.7)	175	(6.7)	9,515	(33.2)	9,383	(37.9)	4,318	(73.8)
Groupes villageois	-	-	-	-	154	88.0	1,912	20.1	2,166	23.1	3,578	82.9
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OFNACER	3,270	100	-	-	21	12.0	7,603	79.9	3,492	37.1	232	5.4
									3,725	39.8	508	11.8
CENTRE OUEST	577	(3.8)	310	(3.6)	58	(2.2)	1,563	(5.4)	753	(3.0)	370	(6.3)
Groupes villageois	-	-	-	-	-	-	46	2.9	12	1.7	172	46.4
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OFNACER	577	100	-	-	58	100	1,517	97.1	341	45.2	-	-
									400	53.1	198	53.6
HAUTS-BASSINS	3,877	(25.4)	656	(7.6)	320	(12.3)	8,749	(30.5)	5,882	(23.8)	436	(7.5)
Groupes villageois	2,217	57.2	-	-	320	100	5,118	58.5	2,480	42.1	436	100
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OFNACER	1,660	42.8	-	-	-	-	3,631	41.5	2,916	49.6	-	-
									486	8.3	-	-
YATENGA	254	(1.7)	7	(.08)	-	0	2,963	(10.4)	3,731	(15.1)	31	(.5)
Groupes villageois	128	48.5	-	-	-	-	740	24.9	419	11	6	17.8
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OFNACER	136	51.5	-	-	-	-	2,229	75.1	3,286	88	-	-
									26	1	25	82.2
EST	1,214	(7.9)	2,310	(26.6)	1,348	(51.7)	2,602	(9.1)	1,983	(8.0)	473	(8.4)
Groupes villageois	-	-	-	-	-	-	127	4.9	48	2.5	2	-.4
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OFNACER	1,214	100	-	-	1,348	100	2,475	95.1	312	15.7	-	-
									1,623	81.9	491	-99.6
BOUGOURIBA	-	(-)	1,442	(16.6)	385	(14.8)	521	(1.8)	1,141	(4.6)	16	(.3)
Groupes villageois	-	-	-	-	301	78.2	266	51.1	39	3.4	-	-
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	543	56.3	-	-
OFNACER	-	-	-	-	84	21.8	255	48.9	459	40.3	16	100
CENTRE EST	1,497	(9.8)	1,125	(13.0)	92	(3.5)	685	(2.4)	86	(.4)	124	(2.1)
Groupes villageois	87	5.8	-	-	6	6.5	256	37.4	-	-	-	-
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-
OFNACER	1,410	94.2	-	-	86	93.5	429	62.6	84	98	124	100
CENTRE NORD	23	(.2)	-	(-)	-	(-)	109	(.4)	23	(.1)	-	(-)
Groupes villageois	22	95.7	-	-	-	-	21	19.3	-	-	-	-
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	23	100	-	-
OFNACER	1	4.3	-	-	-	-	88	80.7	-	-	-	-
SAHEL	305	(2.0)	110	(1.3)	93	(3.5)	163	(.6)	-	(-)	-	(-)
Groupes villageois	126	41.3	-	-	90	96.8	106	65.3	-	-	-	-
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OFNACER	179	58.7	-	-	3	3.2	54	33.7	-	-	-	-
NATIONAL TOTAL	15,285	(100.0)	8,660	(100.0)	2,609	(100.0)	28,649	(100.0)	24,751	(100.0)	5,851	(100.0)
Groupes villageois	4,092	26.8	2,078	24	871	33.4	8,651	30.2	5,177	20.9	4,194	71.7
Commerçants	-	-	-	-	-	-	-	-	12,762	51.6	293	5.0
OFNACER	11,192	73.2	6,582	76	1,738	66.6	19,998	69.8	6,812	27.5	1,364	23.3

SOURCE: Bulletin de Statistiques Agricoles: Campagnes 1978-1979, 1979-80, 1980-81, 1981-82 and Campagnes 1982-83, 1983-84.

NOTES: a) Less chiffres entre parenthèses représentent la quantité régionale en tant ques pourcentage du total national acheté dans le pays entier.
b) Les données de 1979/80 ne sont pas disponibles par source.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

et en 1980/81, les efforts déployés dans ces régions se sont révélés relativement moins fructueux et en conséquence les pourcentages des régions de l'Est et de la Bougouriba ont été plus élevés. En 1981/82 et en 1982/83, deux campagnes d'achat fructueuses, la Volta Noire et les Hauts-Bassins ont procuré l'essentiel des céréales; et en 1983/84, année de récolte désastreuse, la Volta Noire a fourni presque les trois quarts de la totalité, qui n'a représenté que 25 pour cent du volume des deux années précédentes.

La proportion des céréales achetée par le biais de chaque circuit s'est modifiée avec le temps; l'essentiel, qui provenait à l'origine principalement des commerçants vient maintenant directement des producteurs ou des groupes villageois. Les chiffres présentés au Tableau 2.6 ne montrent pas si les différences d'une année à l'autre dans la proportion achetée par les différents circuits résultent d'un changement de préférence ou du fait que les avances de fonds ne parvenaient pas aux groupes villageois à temps pour leur permettre d'acquérir de plus gros volumes. Durant les dernières campagnes, l'importance relative des groupes villageois dans les régions fortement excédentaires est due au moins en partie à la condition imposée 1983 par les bailleurs de fonds, selon laquelle l'OFNACER ne devait pas réaliser plus de 10 pour cent de ses achats locaux auprès des commerçants.[17]

En général, les groupes villageois ont représenté environ un tiers des achats de l'OFNACER. La campagne de 1983/84 a constitué cependant une grande exception. Cette année-là, l'OFNACER n'a acheté que 15-20 pour cent des volumes prévus, étant donné que la récolte a été extrêmement mauvaise à l'échelle nationale et que les prix d'achat au producteur étaient relativement élevés, même juste après la moisson. Les groupes villageois ont procuré 72 pour cent de ces céréales.

i) Agents de collecte de l'OFNACER

Ces agents se rendent dans les villages et les marchés de la région qui leur est assignée pour acheter des céréales. Ils règlent les céréales avec les fonds de l'OFNACER. Ils reçoivent 0,06 FCFA/kg en 1984 pour les

---

[17] Les bailleurs de fonds ont imposé cette exigence parce qu'ils pensaient que, lorsque l'OFNACER achetait par l'intermédiaire (auprès) des commerçants, le profit pour les producteurs était moindre.

céréales qu'ils collectent. Une fois qu'ils ont collecté une volume suffisant, un camion de l'OFNACER vient le ramasser.

Il arrive que ces agents exploitent un marché privé avec les fonds de l'OFNACER.

ii) Groupes villageois

Dans les régions où les groupes villageois achètent pour le compte de l'OFNACER, le personnel de l'ORD tient des réunions avec les groupes villageois avant l'ouverture de la campagne d'achat afin de déterminer le montant de fonds à avancer pour l'achat des céréales (calculé d'après les achats de l'an dernier et les estimations de la récolte de l'année en cours). L'ORD prend les dispositions nécessaires avec l'OFNACER pour faire transporter les céréales jusqu'à l'entrepôt le plus proche afin de les mesurer. Une fois que les sacs sont collectés dans les centres de gestion (CDG), les céréales sont pesées et regroupées dans des sacs d'une contenance de 100 kg. Des comptes sont établis avec les groupes villageois sur ces mesures. A la fin de la campagne, le groupe villageois reçoit une commission de 1,5 FCFA par kg de céréales achetées pour le compte de l'OFNACER. Pour la campagne de 1984/85, cette commission est passée à 2 FCFA par kg. L'ORD reçoit 0,06 FCFA par kg de céréales collecté par ses groupes villageois.

Dans les régions où les groupes villageois sont actifs (par exemple la Volta Noire et les Hauts-Bassins), l'OFNACER est souvent en concurrence avec les commerçants pour l'achat des céréales que les groupes collectent. Il n'est pas rare qu'un groupe emploie les avances de l'OFNACER à acheter des céréales qu'il vend ensuite à un commerçant parce qu'il offre un prix plus intéressant. L'avance apparemment "non utilisée" est retournée à l'ORD à la fin de la saison.

Il est important de mentionner que dans les régions où les groupes villageois se montrent actifs pour collecter les céréales, ils collectent également du coton pour la Société voltaïque de fibre textile (SOFITEX). Etant donné que la cueillette du coton a lieu juste après la récolte des céréales, l'OFNACER rivalise également avec la SOFITEX pour employer l'énergie des groupes villageois.[18]

---

[18] La SOFITEX paie aux groupes villageois 2,75 FCFA par kg de coton qu'ils collectent.

iii) les commerçants

La politique d'achat par l'intermédiaire de commerçants agréés s'est un peu modifiée au cours des six dernières années. L'OFNACER avait l'habitude de verser une commission par sac et de collecter les sacs chez les commerçants. Maintenant, elle paie un droit de transport par kg de céréales livré à l'entrepôt.

Il est important de noter que les commerçants touchent le tarif officiel pour les céréales qu'ils livrent. Cela signifie que les cultivateurs qui leur ont vendu des céréales ont indiscutablement reçu moins que le prix officiel. Par exemple, l'OFNACER rapporte que le centre de Ouahigouya achète une grande quantité de céréales aux commerçants (communication personnelle: Dr Moussie). Les commerçants signalent que les céréales sont achetées aux cultivateurs de la région de la Volta Noire. Les commerçants qui transportent les céréales de Dédougou à Ouahigouya pour les vendre au prix officiel plus un droit de 4 FCFA/kg pour le transport (en 1983/84), doivent acheter à un tarif au moins 5 à 10 FCFA inférieur au prix officiel par kg. En toute vraisemblance, si l'on en juge d'après les prix du marché de Dédougou, ils ont acheté les céréales à un tarif 20 à 30 FCFA inférieur au prix officiel.

2.5.2.3 La campagne de vente

Les stocks de l'OFNACER sont transportés dans les principaux centres d'achat. Il a été longuement débatt vec l'OFNACER s'il est plus économique de stocker ces céréales dans les zones déficitaires ou dans les zones excédentaires.

En mars, le gouvernement annonce les prix de vente au consommateur. Les prix sont en vigueur jusqu'au mois de mars suivant. L'OFNACER signale que 90 pour cent de ses ventes sont réalisées en mars et octobre. Les 10 pour cent des ventes qui sont réalisés entre octobre et mars se composent principalement de riz qui est vendu à Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et Koudougou.

Jusqu'en 1983, il était seulement possible d'acheter les céréales secondaires par sac de 100 kg et le riz par sac de 45 à 50 kg. Après le coup d'Etat de 1983, le gouvernement a institué une politique générale de vente au détail qui permettait aux consommateurs d'acheter en unités inférieures au sac.[19] Cette politique n'a survécu qu'un ou deux mois parce que le directeur commercial s'est aperçu que l'OFNACER perdait beaucoup d'argent du fait de son application. L'OFNACER non seulement ne couvrait pas ses coûts de commercialisation, mais aussi perdait deux à quatre kg par sac du fait de la conversion en unités locales. Certains centres de vente ont décidé de continuer à utiliser la tine.

Dans les villes où l'OFNACER possède un entrepôt, il suffit aux consommateurs de s'y rendre pour leurs achats. Dans les régions où il ne possède pas d'entrepôt, un agent de l'OFNACER transporte les céréales par camion pour les vendre sur certains marchés à des jours donnés.

Les Tableaux 2.7 à 2.12 montrent la répartition des ventes de l'OFNACER sur l'ensemble du pays pendant les campagnes de vente de 1982/83 et de 1983/84. Des données plus détaillées sur les ventes dans chaque région figurent aux Tableaux B.6a-B.35b de l'Annexe statistique.

Cinquante pour cent de toutes les ventes correspondant à ces deux années ont été réalisées dans les régions de Ouagadougou et de Ouahigouya. Dori (le Sahel) venait en troisième place pour les quantités absolues

---

[19] Il s'agissait des unités suivantes: le pot, mois d'un kg; le double pot, moins de deux kg; la demi-tine, 7 à 8 kg et la tine, 14 à 16 kg. Ces unités sont mesurées au volume. Le Tableau B.5 fournit le poids exact correspondant à chaque mesure et à chaque type de céréale.

TABLEAU 2.7

VENTES MENSUELLES DE L'OFNACER POUR TOUTES LES CEREALES ET PAR REGION (tonnes)
1982-83

Toutes les céréales
(en kilogrammes)

GCS	oct.	nov.	déc.	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juil.	août	sept.	Total
Kaya	15,1	35,4	89,0	106,9	59,4	87,8	391,8	638,2	706,9	471,1	888,0	792,1	4281,7
Sahel Dori	153,1	396,6	255,1	522,7	313,9	391,4	443,4	999,6	801,9	1189,0	1430,9	1186,4	8084,0
Koudougou	6,1	8,7	25,9	113,4	92,5	133,8	75,6	61,9	139,1	232,1	566,2	499,5	1904,8
Gaoua	8,3	11,2	14,1	19,9	52,6	25,2	14,7	18,2	75,0	73,6	260,9	202,7	776,4
Fada	26,6	40,4	13,2	25,6	39,4	28,4	26,9	28,0	38,6	123,5	529,0	299,5	1219,5
Dédougou	6,1	6,9	4,3	24,1	1,1	1,9	3,7	19,2	64,2	107,1	269,4	205,1	713,0
Koupéla	7,8	9,5	8,4	6,3	7,3	8,6	16,8	27,8	31,5	111,2	330,3	375,8	941,3
Bobo-Dioulasso	89,6	24,8	52,7	22,2	7,5	692,3	205,9	308,5	890,6	18,9	1121,0	260,3	3694,4
Ouagadougou	126,4	175,1	164,3	158,0	294,5	276,4	1023,9	497,2	1351,8	2859,9	3207,4	4961,1	15096,1
Ouahigouya	45,5	0	763,9	582,4	1116,1	1492,7	2373,7	1306,9	1830,9	1152,0	1935,4	5005,0	17604,5
TOTAL	484,4	708,6	1390,9	1581,6	1984,5	3138,6	4576,4	3905,6	5930,5	6338,5	10538,5	13737,7	54315,7

SOURCE: Données non publiées de l'OFNACER.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 2.8

VENTES MENSUELLES DE L'OFNACER POUR TOUTES LES CEREALES ET PAR REGION (tonnes)
1983-84

Toutes les céréales
(en kilogrammes)

GCS	oct.	nov.	déc.	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juil.	août	sept.	Total
Kaya	422,2	93,4	176,9	228,0	609,6	939,7	811,1	1175,2	1288,9	955,8	1577,5	1415,2	9693,6
Sahel Dori	513,7	376,8	805,9	681,1	1092,8	1293,4	1968,0	2359,7	2399,0	1074,8	451,1	216,9	3233,4
Koudougou	515,4	133,8	154,3	57,0	41,0	86,8	228,8	298,7	122,7	191,4	280,1	513,4	2623,6
Gaoua	155,5	108,4	67,4	31,2	83,0	118,8	124,8	171,7	125,2	217,8	128,6	96,7	1429,0
Fada	520,8	110,7	51,4	14,6	20,2	139,0	141,2	72,5	111,1	438,4	571,6	409,3	2600,6
Dédougou	73,1	91,1	64,9	32,0	38,3	66,2	172,3	289,2	259,8	257,0	373,4	793,3	2510,6
Koupéla	195,5	18,9	21,0	0	16,2	28,7	76,6	85,5	276,1	461,3	386,1	400,3	1966,5
Bobo-Dioulasso	0	349,7	173,2	31,5	68,1	98,2	65,7	326,4	466,5	347,7	337,1	209,5	2473,5
Ouagadougou	1927,1	1478,7	689,1	481,5	837,0	1364,6	1191,8	2042,5	1557,0	1966,1	3184,8	2183,4	18903,4
Ouahigouya	346,6	428,9	367,4	468,8	509,1	563,3	613,8	932,5	1474,9	1080,5	2412,7	1833,7	11032,1
TOTAL	4669,9	3190,4	2571,6	2025,7	3315,4	4698,8	5394,1	7754,0	8081,1	6990,8	9702,9	8071,7	66466,2

SOURCE: Données non publiées de l'OFNACER.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 2.9

VENTES MENSUELLES DE L'OFNACER DE DIFFERENTES CEREALES POUR TOUS LES CENTRES

1982-83

Ventes de tous les centres
(en kilogrammes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juil.	août	sept.	Total
Sorgho blanc	36,9	53,0	25,1	82,5	47,5	78,7	74,0	181,6	446,0	623,2	2548,1	5032,7	9229,5
Sorgho rouge	41,8	,4	,3	31,9	62,6	148,3	434,4	952,7	2390,3	2269,4	2790,6	984,6	10107,4
Petit mil	3,3	3,4	3,4	55,0	13,2	5,2	17,3	121,5	549,5	802,7	1216,9	716,8	3508,3
Maïs	49,5	395,7	938,8	941,2	1344,0	1573,6	2377,4	1069,7	765,0	1773,2	1801,4	2489,1	15518,9
Avariées	145,0	28,3	127,0	171,4	287,4	360,3	709,2	994,2	935,4	91,3	1201,2	917,1	5967,9
Riz	207,9	227,6	296,4	299,5	229,6	972,4	964,0	585,9	814,3	778,6	980,3	3597,4	9983,8
TOTAL	484,4	708,6	1390,9	1581,6	1984,5	3138,6	4576,4	3905,6	5930,5	6338,4	10538,5	13737,7	54315,7

SOURCE: Données non publiées de l'OFNACER

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 2.10

VENTES MENSUELLES DE L'OFNACER DE DIFFERENTES CEREALES POUR TOUS LES CENTRES

1983-84

Ventes de tous les centres
(en kilogrammes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juil.	août	sept.	Total
Sorgho blanc	1686,1	1235,2	749,6	1074,5	2301,4	3597,8	3324,6	2550,5	1507,2	1868,8	1765,9	533,4	22215,0
Sorgho rouge	182,8	31,3	143,0	196,9	279,2	56,2	515,8	3310,8	3994,8	3816,0	2843,3	2316,0	17686,2
Petit mil	375,3	159,6	74,8	43,5	24,7	247,9	623,0	972,0	1131,2	273,5	50,2	19,4	3995,0
Maïz	889,5	242,5	434,0	215,8	78,2	45,4	17,5	15,3	21,5	113,6	3772,6	4239,7	10085,4
Avariées	143,1	195,8	237,2	22,9	51,9	12,8	51,6	4,4	3,4	,9	,9	8,3	732,6
Riz	1393,1	1326,1	933,1	472,1	580,0	738,7	861,5	900,8	1423,0	897,9	1270,7	954,9	11752,0
TOTAL	4669,9	3190,4	2571,6	2025,7	3315,4	4698,8	5394,1	7753,9	8081,1	6990,8	9702,9	8071,7	66566,2

SOURCE: Données non publiées de l'OFNACER

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 2.11

VENTES ANNUELLES DE L'OFNACER POUR DIFFERENTES CEREALES
(tonnes)

1982-83

	Sorgho blanc	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Avariées	Riz	Total	Total kg par habitant
Kaya	90,0	1193,0	66,8	1335,6	1395,1	201,2	4281,7	6,0
Dori	1187,2	2349,0	305,4	2159,9	1611,8	470,8	8084,0	20,2
Koudougou	753,6	88,3	112,2	321,4	84,4	543,9	1904,8	2,1
Gaoua	149,4	2,9	147,6	40,3	224,7	211,6	776,4	1,9
Fada	511,9	25,5	377,1	77,7	16,0	211,5	1219,5	2,7
Dédougou	520,9	0	,2	0	22,5	169,4	713,0	1,0
Koupéla	167,6	536,6	54,4	22,7	38,2	121,7	941,3	2,1
Bobo-Dioulasso	170,5	34,4	92,3	85,4	1568,1	1743,7	3694,4	5,8
Ouagadougou	2591,7	1389,4	2090,0	3190,4	6,2	5828,5	15096,1	14,2
Ouahigouya	3086,6	4488,3	262,4	8285,5	1000,0	481,7	17604,5	29,4
TOTAL	9229,5	10107,4	3508,3	15518,9	5967,9	9983,8	54315,7	8,5

SOURCE: Données non publiées de l'OFNACER

Université du Michigan La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 2.12

VENTES ANNUELLES DE L'OFNACER POUR DIFFERENTES CEREALES
(tonnes)

1983-84

	Sorgho blanc	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Avariées	Riz	Total	Total kg par habitant
Kaya	2591,4	5068,1	456,5	1138,5	17,0	421,9	9693,6	13,4
Dori	7375,7	2072,0	2140,8	658,9	242,8	743,0	13233,4	32,6
Koudougou	674,0	142,5	185,1	474,3	63,8	1084,0	2623,6	2,9
Gaoua	863,1	,1	111,9	45,6	79,9	328,5	1429,0	3,5
Fada	1746,2	218,2	66.3	170,6	15,3	384,0	2600,6	5,6
Dédougou	1044,3	25,2	59,8	727,6	,8	653,0	2510,5	3,4
Koupéla	474,4	758,9	74,4	310,5	2,4	346,0	1966,5	4,2
Bobo-Dioulasso	872,5	188,2	85,2	270,6	,5	1056,5	2473,5	3,7
Ouagadougou	4564,1	3368,4	775,0	4330,8	4,2	5860,9	18903,4	17,4
Ouahigouya	2009,2	5844,6	40,0	1958,2	306,0	874,2	11032,1	18,1
TOTAL	22215,0	17686,2	3995,0	10085,4	732,6	11752,0	66466,2	10,3

SOURCE: Données non pulbiées de l'OFNACER

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

vendues. Si l'on tient compte des ventes par habitant, le Sahel est la région qui a reçu la plus grosse quantité pour ces deux années, suivi de Ouahigouya et de Ouagadougou en troisième place.

Les ventes ont augmenté régulièrement d'octobre à septembre durant ces deux années. En 1982/83, années de production moyenne plutôt pauvre, plus de 50 pour cent des ventes pour l'ensemble des régions ont été réalisés entre juillet et septembre. Par contre, en 1983/84, après une récolte désastreuse, 50 pour cent des ventes ont été réalisés entre mai et septembre.

Les données sur les ventes réalisées dans les sous-centres individuels indiquent que la majorité des ventes ont lieu dans les sous-centres situés dans des zones urbaines ou semi-urbaines. Sans disposer d'informations plus détaillées sur les acheteurs, il est difficile de déterminer si l'OFNACER bénéficie plus des habitants des villes que des habitants des zones rurales, ce qui semble le cas à première vue.

Le riz, qui est presque entièrement importé à des fins commerciales ou comme aide alimentaire, est principalement vendu près des grandes zones urbaines (Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et Koudougou). Il est difficile de distinguer d'autres structures propres à des céréales particulières.

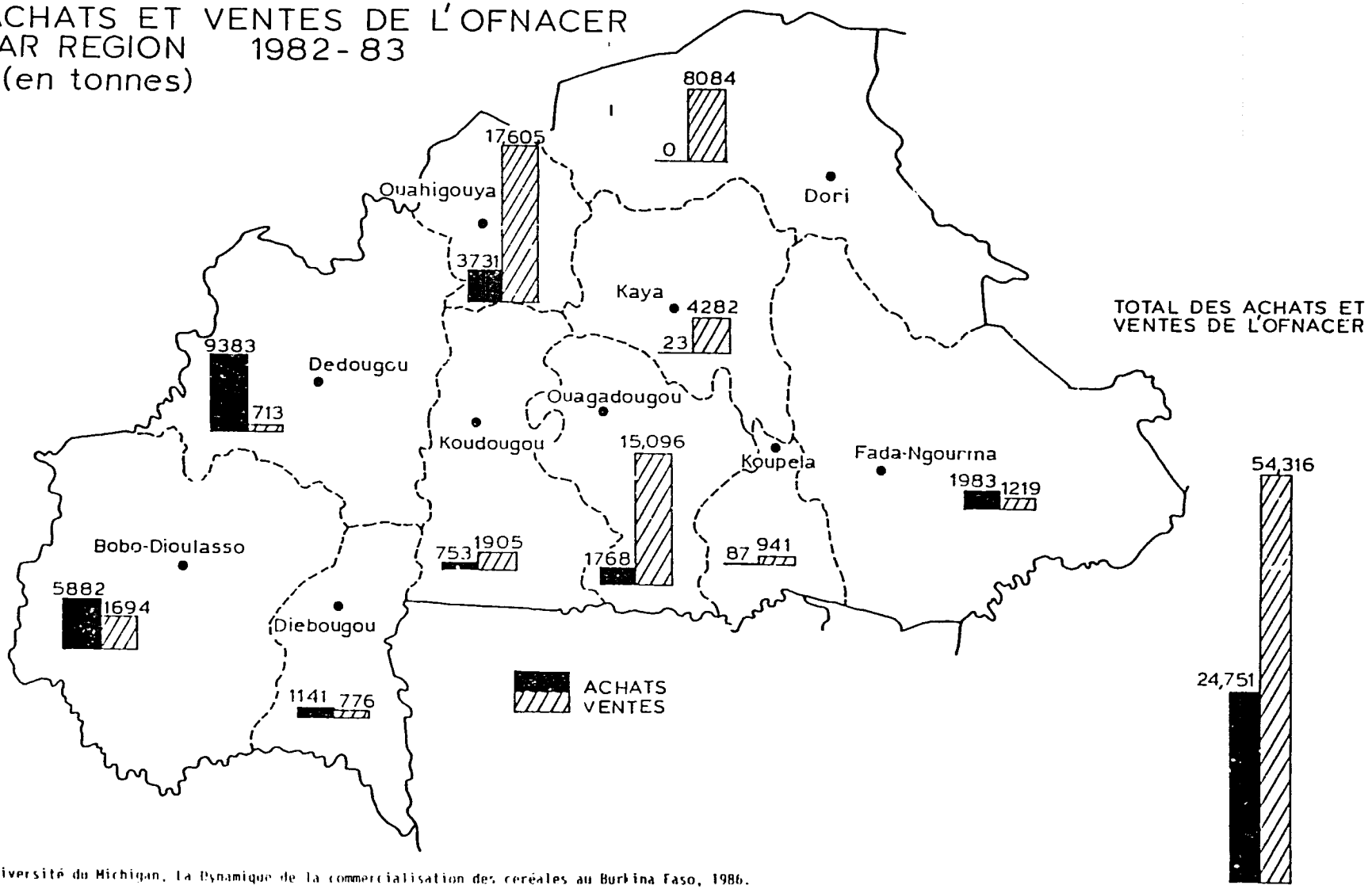
Les cartes 2.9 et 2.10 comparent les structures d'achat et de vente de l'OFNACER dans l'ensemble du Burkina Faso pour les années 1982/83 et 1983/84, respectivement. Pour ces deux années, la redistribution des régions excédentaires aux régions déficitaires est claire. En outre, l'écart entre les céréales achetées localement et la quantité totale vendue (environ 50 pour cent en 1982/83 et 91 pour cent en 1983/84), qui représente l'aide alimentaire, ressort immédiatement.

2.5.2.4 Organisations non gouvernementales (ONG)

La politique officielle du gouvernement a toujours été de supporter les nombreuses ONG qui mènent des activités dans l'ensemble du Burkina Faso. Elles participent à tout un éventail d'activités, dont certaines incluent la distribution de l'aide alimentaire. Elles prennent part également au développement des institutions locales, telles que les groupes villageois qui s'occupent de la commercialisation des céréales. En tant que telles, les ONG jouent un rôle important dans le commerce des céréales.

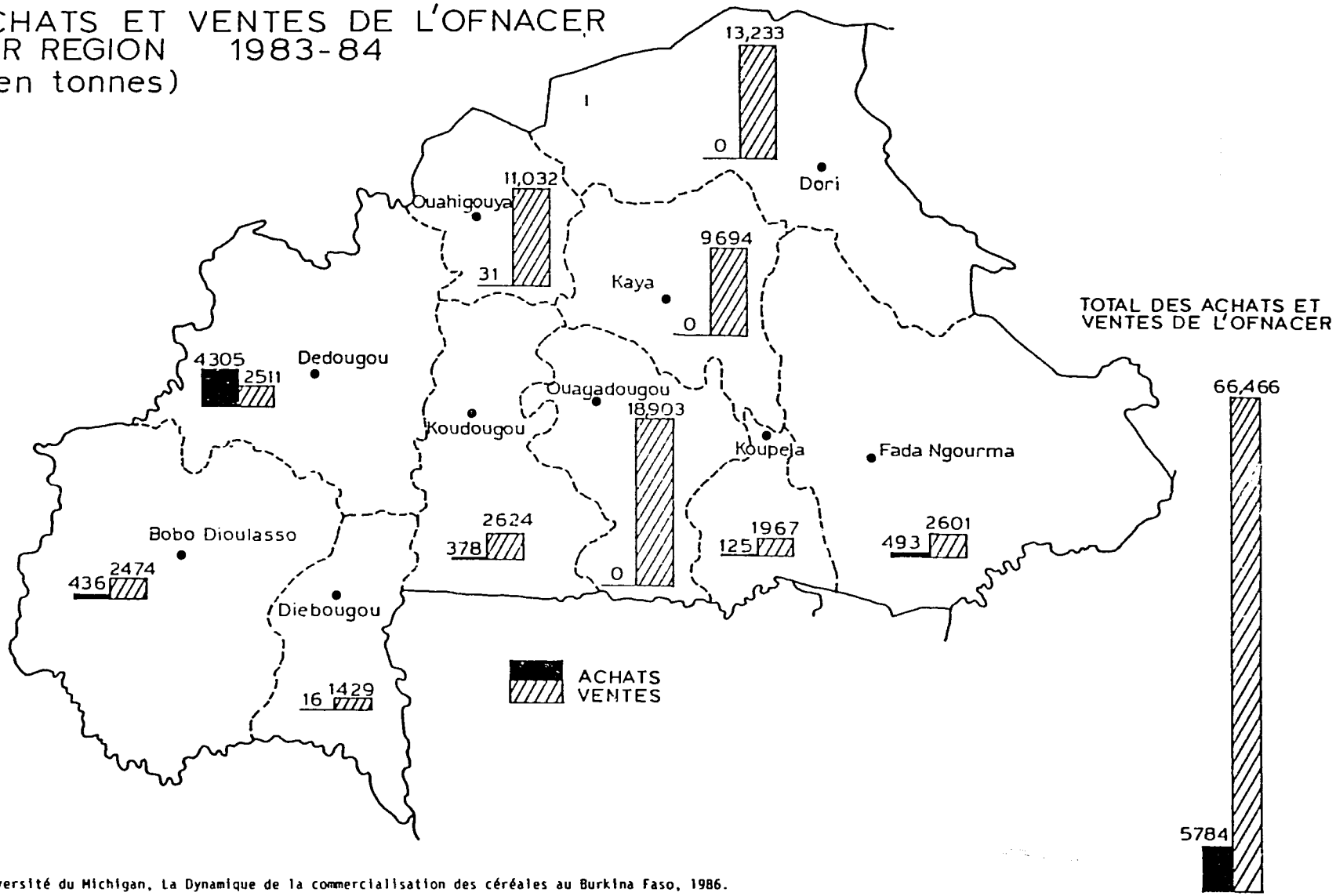
Les services du Secours catholique (CRS, ou CATHWELL) distribuent des produits alimentaires (farine, lait en poudre et huile), dans le cadre de

CARTE 2.9
ACHATS ET VENTES DE L'OFNACER
PAR REGION 1982-83
(en tonnes)



Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

CARTE 2.10
ACHATS ET VENTES DE L'OFNACER
PAR REGION 1983-84
(en tonnes)



Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

son programme d'éducation en matière de santé, dans ses dispensaires materno-infantiles. Le Secours catholique dirige également un programme "Vivres contre travail" qui permet aux groupes villageois d'obtenir des vivres en échange de travaux au niveau des projets.

Entre autres activités communautaires, le Fonds du développement Communautaire (FDC) travaille avec les groupes villageois de la région du Sahel pour acheter des céréales aux groupes villageois des régions excédentaires et aux commerçants en gros de Ouagadougou.

Certainses ONG participent plus directement en passant des contrats avec des commerçants du secteur privé chargés d'acheter des céréales pour leur compte sur le marché libre. Ensuite, l'ONG livre et distribue les céréales. Le commerçant de Pisilla cité plus haut a expliqué qu'il avait établi des arrangements de ce genre avec le Plan de parrainage à Boulsa.

2.5.3 L'interaction des circuits de comercialisation des secteurs privé et public

Il ressort de l'examen précédent que les secteurs privé et public ne fonctionnent pas indépendamment l'un de l'autre. L'OFNACER engage des commerçants et des groupes villageois pour effectuer ses activités d'achat. Les ONG négocie des contrats avec des commerçants privés et le gouvernement encourage le soutien des ONG et des bailleurs de fonds internationaux aux banques de céréales dirigées par les groupes villageois. Comme il sera examiné dans le chapitre suivant, ces relations entraîne une coordination entre les participants aux marchés des secteurs privé et public, de même qu'une certaine concurrence.

Les céréales qui pénètrent dans les circuits du secteur privé finissent parfois par être distribuées par le secteur public. Ceci se produit, par exemple, lorsque l'OFNACER achète des céréales aux prix officiels à un commerçant privé, ou lorsque l'OFNACER passe un contrat spécial avec un commerçant privé pour qu'il lui fournisse des céréales à prix convenu. Dans les deux cas, un producteur a vendu des céréales au commerçant aux prix du marché libre, mais les céréales sont par la suite vendues au consommateur aux prix subventionnés. Pareillement, il arrive que les céréales qui sont achetées et distribuées par l'intermédiaire du secteur public soient finalement revendues par un commerçant aux prix du marché libre.

L'écart entre les prix officiels et les prix au marché a instauré deux liens créatifs importants entre la commercialisation des céréales des

secteurs public et privé. Etant donné que certains employés du secteur public (par exemple les membres de l'armée) ont la possibilité d'acheter à crédit des céréales à l'OFNACER, il existe maintenant des commerçants à la fois de Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou qui achètent les mêmes céréales à ces employés pour environ 500 FCFA de moins que le prix officiel. Cette pratique fournit à l'employé de l'argent comptant et permet au commerçant d'acheter des céréales en dessous des prix du marché pour les revendre aux prix du marché. Il est incontestable que cet usage est pratiqué également dans d'autres villes.

Il court de nombreuses rumeurs sur le fait que les commerçants achètent de grosses quantités de céréales à l'OFNACER. Ces rumeurs ont été particulièrement vives à la suite d'une visite officielle du gouvernement à Dori en 1984, parce que des sacs de l'OFNACER ont été découverts sur le marché. Il existe toutefois d'autres explications raisonnables à cela. Les responsables gouvernementaux locaux (des ORD et des préfectures) nous ont signalé qu'il était impossible, à leur avis, pour les commerçants d'acheter de grandes quantités. Des commerçants se débrouillent certainement pour acheter directement à l'OFNACER; la question importante, à laquelle nous ne pouvons pas répondre, est de savoir quelle en est la fréquence et les quantités.

Les banques de céréales et les groupes villageois constituent un lien particulièrement intéressant entre le secteur public et le secteur privé. Tant les groupes villageois que les banques de céréales qu'ils exploitent (ainsi que leurs autres activités) représentent des activités coopératives (communautaires) du secteur privé. Les groupes villageois, apparus vers le milieu des années 70 avec l'aide des ORD, sont simplement des cultivateurs d'un village particulier qui se sont organisés pour former un groupe. En tant que groupe, ces villageois ont accès à l'aide, tant matérielle que financière, des ORD et des autres organisations.

De nombreux groupes villageois ont construit des banques de céréales, souvent avec l'aide de bailleurs de fonds ou des ONG. L'objet d'une banque de céréales est de procurer un moyen de conserver une partie de l'excédent local commercialisé dans la région productrice. La banque de céréales achète en général au prix du marché et revend plus tard dans l'année en réalisant une petite marge bénéficiaire (habituellement entre 500 et 1000 FCFA par sac). Les banques qui ont fait preuve de succès s'arrangent pour

accroître leur fonds de roulement avec le temps. Les membres décident souvent d'employer une partie de leurs bénéfices à construire des villages, des pharmacies ou des maternités.

A la fin des années 70 et au début des années 80, les banques de céréales faisaient fureur. Bon nombre de bailleurs de fonds fournissaient de l'argent pour établir des banques de céréales dans tout le Burkina Faso. Comme il est expliqué plus en détail dans les Rapports Régionaux, nombreuses étaient les banques de céréales qui étaient dépourvues des moyens administratifs et gestionnaires nécessaires pour être dirigées efficacement et qui se débrouillaient tant bien que mal financièrement, étant souvent vouées à l'échec.

Des banques de céréales ont également été établies dans des régions où la production ne constituait pas un problème et où leur présence ne s'expliquait pas. La Carte 2.11 présente l'emplacement approximatif des banques de céréales dans l'ensemble du Burkina Faso. Des détails sur l'emplacement, les accords de commercialisation et le statut des banques de céréales financées par différents organismes sont récapitulés au Tableau 2.13.

Bien qu'elles aient été encouragées par le secteur public et par des organismes bénévoles privés, les banques de céréales sont avant tout des organisations du secteur privé, servant de force collusoire contre les commerçants du secteur privé.

CARTE 2.11
EMPLACEMENT DES BANQUES DE CEREALES
AU BURKINA FASO

Universite du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

SOURCES: Communication avec représentants des banques de céréales et agents ORD, et plusieurs documents.

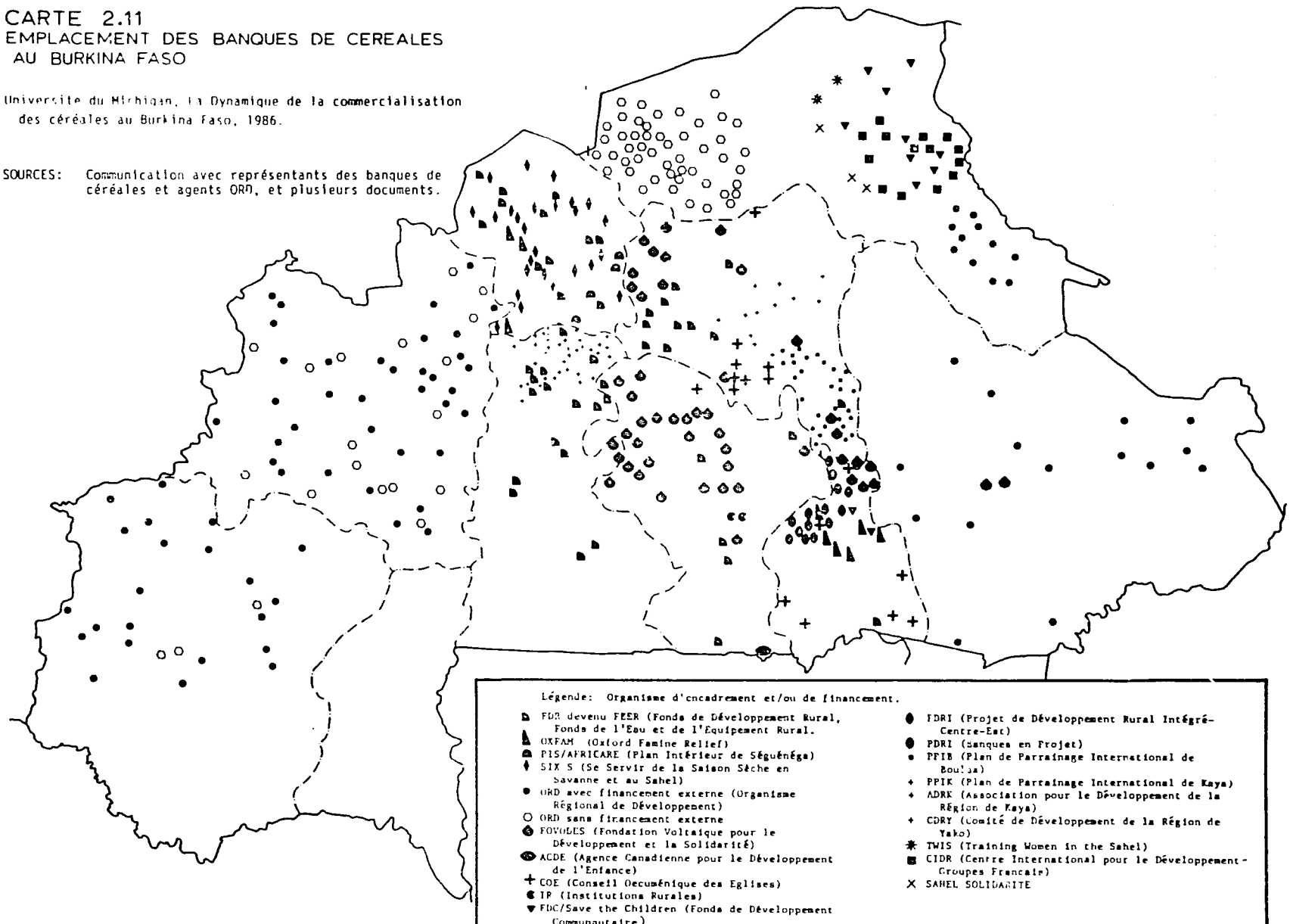


TABLEAU 2.13

LES PRINCIPALES BANQUES DE CEREALES AU BURKINA FASO
(Par ordre d'ancienneté des premières banques construites et financées)

Organisme Encadreur	Provenance de Financement	Construction Magasin	Montant de Fonds de Roulement (dons/prêts)	Principaux Emplacements de ces Banques	Commentaires sur la Situation de ces Banques (Informations des passages RR).
FOVODES (1974-76)	OXFAM COE CCFD, etc.	1,5 million FCFA	30 tonnes	Mossi Plateau surtout Ouagadougou, Kongoussi, et Koupéla	Manque de contrôle. Le don de 30 tonnes a échué et les magasins sont vides.
CIDR UGVO (ORD, 1974-76)	FDR, FED, CNCA OXFAM	financement partiel	140.000 FCFA[a]	Région de Sahel Dori et Gorom-Gorom	Avec un encadrement de l'ORD ces banques marchent assez bien depuis financement redouble.
PPIK (1976-77)	PPIK - don	par villageois	don de céréales livré	Région de Kaya	Role de distribution seulement. Echec financier dans le plupart des cas.
ADRK	ADRK - don	par villageois	don de céreales livré	Région de Kaya	même
CDRY (1977-78)	OXFAM - don	100.000 FCFA	don de 250.000 FCFA	Région de Yako	même
PPIB	PPIB - don	par villageois	don de céréales livré	Région de Boulsa	même
FDC/FDR (1977-78)	Financement privé de USA et Norvege; USAID	Financé par FDR	prêt: initial fond de 1,3 million FCFA[b]	Région de Dori et Nord de Dori	Activités fortement acerné avec le financement récent/encadrement très suivi.

TABLEAU 2.13 (suite)

Organisme Encadreur	Provenance de Financement	Construction Magasin	Montant de Fonds de Roulement (dons/prêts)	Principaux Emplacements de ces Banques	Commentaires sur la Situation de ces Banques (Informations des passages RR)
ORD					
PVOV (1977-78)	Fonds Suisses	1,6 million FCFA	prêt: 500.000 FCFA des Suisses	Volta Noire et Hauts-Bassins	Activités majeurs sont commercialisation avec SOFITEX et céréales avec OFNACER.
PDAOV (1977-78)	FDR (FEER)	750.000 FCFA	sans financement	Volta Noire et Hauts-Bassins	Peu d'activité; avec SOFITEX et OFNACER.
FDR (1979-80)	FDR (FEER), PAM	financement partiel	prêt: 1 million FCFA 80 sacs	Kaya, Kongoussi Po, Koudougou, Yatenga	Bonnes activités de banques de céréales.
SAHEL (1979-80) Volontaires Pays-Bas	Les Pays-Bas	financement	500.000 FCFA pour commencer 4 banques	Région de Sebba	Prise en main de l'ecadrment par l'ORD récente: les banques en mauvaises santé financière.
USAID (1979-80)	USAID et fonds privé de USA et Norvège	sans financement	prêt: 1 million FCFA pour 5 sur 6 ans	Régions de l'Est Fada et Diapaga	Apparemment très peu de succès.
SIX S (1979-80)	sources diverses d'ONG étrangères	financement partiel; travail par villageois	300 sacs	Yatenga	Très bon encadrement et succès en moyenne de ces banques.
SAHEL SOLIDARITE	nd[c]	nd	nd	Sahel	
THIS	USAID	nd	nd	Sahel	
COE	OXFAM et autres	sans fond local	prêt: minimum de 500.000 FCFA	Koupéla et Sud de Kaya	Difficultés de gestion et financières récentes.
ACDE	Canada	finance	prêt: 2 million FCFA	Guéléoungo et Sud de Ouagadougou	
AFRICARE	AFRICARE	financé	800.000 FCFA	Seguénéga	
OXFAM	OXFAM	financé	700.000 FCFA suivi par 1,06 million FCFA	Koupéla	

TABLEAU 2.13 (fin)

NOTES: [a]Années passées financement était ou 140.000 FCFA ou 33 sacs. Dernières annees financement très important.

[b]Prets modérés en années précédentes. Dès 1983-84 le campagne d'achat était financé à 1,3 million FCFA ou 126 sacs.

[c]nd = Information non-disponible.

LEGENDE: Organismes d'encadrement et/ou de financement:

FDR:	Fonds de Développement Rural, devenu FEER Fonds de l'Eau et de l'Equipement Rural
OXFAM	
AFRICARE/PIS:	Plan Intérieur de Séguénéga
SIAS:	Se Servir de la Saison Sèche en Savanne et au Sahel)
ORD:	Organisme Régional du Développement
FOVODES:	Fondation Voltaïque pour le Développement et la Solidarité
ACDE:	Agence Canadienne pour le Développement de l'Enfance
CCFD:	Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement
CNCA:	Caisse Nationale de Crédit Agricole
COE:	Conseil Oecuménique des Eglises
IR:	Institutions Rurales
FDC:	Fonds de Développement Communautaire
PPIB:	Plan de Parrainage International de Boulsa
PPIK:	Plan de Parrainage International de Kaya
ADRK:	Association pour le Développement de la Region de Kaya
CDRY:	Comité de Développement de la Region de Yako
TWIS:	Training Women in the Sahel
CIDR:	Compagnie Internationale pour le Développement, Groupe français
SAHEL SOLIDARITE	
SOFITEX:	Société Voltaïque des Fibres Textiles
OFNACER:	Office Nationale des Céréales
PAM:	Programme Alimentaire Mondiale
UGVO:	Union de Groupements Villageois d'Oudalan (Sahel)
RR:	Reconnaissance Rapide
FCFA:	francs CFA (50 FCFA = 1 franc français)

SOURCES: Communications des representants des banques de céréales et des agents ORD, et documents divers.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céreales au Burkina Faso, 1986.

2.6 CONCLUSION

Le présent chapitre a décrit en détail la structure de la commercialisation des céréales au Burkina Faso. Nous avons essayé de mettre en valeur le cadre général des activités commerciales. Les différences régionales ne sont cependant pas extrêmement importantes. Les circuits de commercialisation se développent différemment afin de s'adapter à des caractéristiques culturelles, socio-économiques et géographiques différentes. Le chapitre suivant présente les différentes pratiques des participants du marché pour conduire leurs affaires. La distinction que nous avons dégagée entre les quatre types de circuits de commercialisation est essentielle pour bien comprendre le comportement (pratiques compétitives ou collusoires) de ces divers participants.

CHAPITRE 3

LA DYNAMIQUE DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION

Le chapitre 2 portait sur les acteurs, les produits, les lieux et les périodes de distribution du système de commercialisation des céréales. Ce chapitre concerne le mode de fonctionnement -- la dynamique des activités de commercialisation. Il répond aux questions suivantes: comment fonctionne le marché? comment cette dynamique affecte-t-elle les participants? et quelles sont ses implications au niveau des services de commercialisation dans différentes régions?

Le système de commercialisation transporte des produits dans le temps et dans l'espace et les fait passer entre plusieurs mains. Il convient de prendre en compte ces trois dimensions pour décrire et évaluer le système. Un système de commercialisation comporte de nombreux segments: ramassage auprès des producteurs, transport, vente en gros, vente au détail, etc. Chaque segment doit être considéré comme une industrie différente. Cependant, du fait que ces industries séparées appartiennent à un système plus vaste, elles doivent être coordonnées d'une manière ou d'une autre. Par conséquent, dans notre évaluation du système de commercialisation, nous examinons les industries séparément et nous étudions leur coordination. Les questions importantes à envisager sont les suivantes:

1. Quelle est la structure de chaque segment et comment fonctionne-t-elle?
2. Quelles sont les différences entre les entreprises de chaque segment?
3. Quel est le degré d'intégration verticale dans chaque entreprise et comment cela affecte-t-il leur position dans l'industrie?
4. Quel est le degré de concurrence et de collusion dans chaque segment?
5. Quels sont les obstacles à l'entrée de nouvelles entreprises?
6. Comment les changements dans le système sont-ils communiqués?
7. Quel est le degré d'intégration dans l'espace? dans le temps? Quelles sont les différences régionales et comment s'expliquent-elles?

Dans un marché purement compétitif qui met en présence de nombreux acheteurs et vendeurs libres d'échanger ce qu'ils souhaitent, aucun groupe ou individu n'exerce suffisamment d'influence pour affecter les prix. Le vendeur reçoit une juste rémunération pour son capital et son travail; sinon, il ne vend pas. Les ressources sont distribuées de façon rentable et

les changements de prix se reflètent dans la redistribution des ressources. Nul ne perçoit de profit monopolistique.

Que l'on soit vendeur ou acheteur, le pouvoir s'acquiert en se groupant avec d'autres ou en écartant la concurrence. Si les acheteurs peuvent s'unir, ils peuvent faire baisser les prix en limitant leur demande. Pareillement, les vendeurs peuvent faire monter les prix en contrôlant la demande. Le degré auquel l'un ou l'autre groupe atteint ce contrôle (intentionnellement ou non) affecte la structure du marché. La structure du marché affecte les échanges.

Les principaux aspects des échanges commerciaux comprennent les méthodes par lesquelles les acteurs du marché se livrent concurrence, s'associent et coordonnent leurs activités. Les résultats de ces processus déterminent les termes de l'échange dans les accords commerciaux. Cette dynamique commerciale détermine la distribution des profits entre les divers acteurs.

Le chapitre commence par un bref examen de la manière d'évaluer la performance d'un système de commercialisation. Les sections 3.2, 3.3 et 3.4 examinent le fonctionnement des intermédiaires: méthodes de compétition, de collusion et de coordination, respectivement. La section 3.5 décrit les facteurs qui affectent la formation des prix céréaliers. La section 3.6 évalue l'intégration des marchés -- dans l'espace et dans le temps. La Section 3.7 considère les changements du système de commercialisation dans le temps et la Section 3.8 présente les conclusions sur la dynamique du marché.

3.1 EVALUATION DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION

Nous avons constaté que l'évaluation du comportement du marché est plus un art qu'une science. Bien que la théorie sur l'analyse de la structure industrielle soit claire, son application aux véritables systèmes de commercialisation présente des problèmes particuliers, en particulier dans les pays en développement.

Les méthodes utilisées pour analyser le système de commercialisation ne fournissent aucune preuve formelle de l'existence ou de l'absence de problèmes particuliers, mais plutôt des <u>indications</u> de leur existence. L'utilisation des outils d'analyse nécessite des données qui sont souvent

inexistantes ou de qualité douteuse. Les hypothèses sur lesquelles la théorie est basée ne sont généralement pas appropriées pour les pays en développement. Enfin, on en conclut presque toujours que le système de commercialisation n'est pas parfaitement compétitif et que les marchés ne sont pas parfaitement intégrés. Malheureusement, cependant, la théorie n'offre aucun moyen de déterminer quels niveaux de déviation du modèle compétitif sont "suffisamment faibles", ou à quel point le manque d'intégration est "assez négligeable" pour ne pas s'en inquiéter. Par conséquent, les recommandations stratégiques que l'on peut formuler dépendent des jugements de valeur de l'analyste.

Malgré ces problèmes, mais en tenant compte de leurs implications, le paradigme SCP et l'analyse des sous-secteurs constituent la base de notre analyse du système de commercialisation. Cette section est consacrée à l'examen de la théorie. Dans les sections suivantes, nous avons essayé de préserter des symptômes des problèmes clés mentionnés plus haut. Dans nos conclusions, nous essayons d'éviter de faire de vastes généralisations lorsque les faits à l'appui restent insuffisants.

3.1.1 La théorie

Comme nous l'avons indiqué dans l'introduction, le paradigme structure-comportement-performance (SCP) sert à évaluer la performance d'une industrie.[1] -L'analyse sous-sectorielle, basée sur le SCP, a été mise au point afin d'évaluer la performance d'un sous-secteur (où les producteurs et les consommateurs sont séparés par plusieurs niveaux de production intermédiaire -- transformation et transport -- par exemple pour l'élevage, les céréales, etc.).[2] La structure de la théorie du comportement du marché vertical est parallèle à celle de la théorie du comportement du marché horizontal: la structure du marché influence le comportement du marché et les deux affectent ensemble la performance du marché.

Le concept de structure est similaire dans un marché vertical ou horizontal. Les variables et les relations suivantes indiquent la structure:

---

[1] Pour plus de détails sur le paradigme SCP, se reporter aux ouvrages sur l'organisation industrielle, par exemple celui de Scherer, 1980.

[2] Pour une explication de l'analyse sous-sectorielle, voir Marion, 1976.

1. le nombre absolu d'acheteurs;
2. le nombre absolu de vendeurs;
3. le nombre de circuits parallèles qui existent dans un marché;
4. le nombre d'unités intermédiaires qui existent dans un circuit commercial ou la longueur du circuit;
5. le caractère périssable du produit;
6. le nombre de stades qui existent dans un sous-secteur correspondant à un produit de base.

Ces variables sont toujours pertinentes et identifiables pour le sous-secteur des céréales.

C'est le concept de comportement qui différencie les théories du comportement d'un marché vertical et d'un marché horizontal. Le comportement d'une industrie concerne la nature de la concurrence entre les acheteurs et les vendeurs. Pour un marché vertical, le comportement concerne les activités de coordination entre les acheteurs et les vendeurs; le type de discussion ou de négociation qui a lieu entre les partenaires de la transaction. C'est le processus qui coordonne les activités compétitives des acheteurs avec les activités compétitives des vendeurs. Par conséquent, la nature du comportement horizontal affecte le comportement vertical.

L'éventail des activités de coordination dépend fortement des conditions de base du sous-secteur -- le niveau technologique de production, les transports et les flux d'information, ainsi que les caractéristiques des produits. Pour un ensemble donné de conditions de base, il existe une série continue de modes de coordination allant des transactions ponctuelles, qui ne sont pas préétablies, aux transactions contractuelles de plus en plus spécifiques et à l'intégration verticale en passant par la copropriété. Un sous-secteur céréalier peut comporter tout l'éventail des formes de transaction.

En tant que variable, le prix remplit des fonctions particulières dans un système d'échange. C'est probablement le signal le plus important d'une industrie. Dans un système vertical, où les prix existent aux différents stades, le rôle du prix varie selon les modes de coordination. Lorsqu'on passe des transactions ponctuelles aux contrats spécifiques et à l'intégration verticale, la fonction d'attribution des prix se limite à un simple enregistrement (division des bénéfices entre les participants). Il serait donc superflu d'analyser les prix à tous les stades de la chaîne de commercialisation sans comprendre les mécanismes de coordination qui expliquent les prix.

Le concept de performance est essentiellement le même pour les marchés verticaux et horizontaux. Il recouvre les objectifs d'efficacité technique, de juste répartition, de progressivité et de justice. La performance d'un marché vertical dépend des variables structurelles et comportementales. La norme de bon comportement est que la quantité, la qualité, le moment et le lieu de distribution des produits correspondent à la demande. L'ajustement entre l'offre et la demande (dans toutes les dimensions) dépend des décisions des divers acteurs du marché. Ces décisions dépendent de l'environnement dans lesquels les acteurs opèrent, environnement qui est lui-même influencé par un large éventail d'institutions et d'arrangements. Plus exactement, les décisions sont influencées par:

1. les incitations (prix, relations entre les acteurs, sécurité);
2. les flux d'informations (affectent la connaissance du marché, l'incertitude et la communication des incitations);
3. l'aptitude des intrants nécessaires à répondre aux incitations;
4. la rapidité et la capacité de réaction des dirigeants.

Lorsque les activités d'un sous-secteur sont liées par les marchés, on suppose que les prix des marchés assurent la coordination grâce aux incitations ou aux freins qu'ils introduisent. Avec une concurrence parfaite, des marchés parfaits, une connaissance parfaite du marché, des conditions rationnelles et un environnement stable, la coordination serait facile. Une telle perfection existe rarement, cependant. La plupart des sous-secteurs dans les pays en développement se caractérisent par des imperfections et des changements constants, faisant de la coordination un processus difficile et complexe.

Le modèle concurrentiel est la norme. Si les conditions de concurrence parfaite existent à tous les stades de la chaine de commercialisation, tant à l'intérieur qu'entre les marchés, la production et la distribution seront efficaces.

Les conditions de concurrence à l'intérieur des marchés sont les suivantes: (1) il y a de nombreux acheteurs et vendeurs et aucun ne peut influencer le prix; (2) il n'y a aucune barrière à l'entrée sur le marché ni pour les acheteurs ni pour les vendeurs; (3) tous les participants ont une connaissance parfaite des conditions du marché; et (4) tous les biens et les facteurs de production sont parfaitement mobiles. Sur un marché unique, cette situation se traduit par un prix unique payé par tous les acheteurs. A long terme, ce prix est égal au coût marginal de production (y compris le coût de commercialisation).

Des marchés sont en état de concurrence lorsque: (1) les produits peuvent circuler librement entre les marchés et (2) les informations sur les conditions sont faciles à obtenir. Lorsque ces deux conditions sont réunies, les marchés sont parfaitement intégrés. Pour ces marchés, lorsque la différence de prix entre deux marchés pour un produit particulier est inférieur ou égal au coût du transport des biens entre les marchés, le produit ne circulera pas entre les deux marchés. Lorsque la différence de prix dépasse le coût du transport, le bien sera transporté du marché où le prix est le plus bas vers le marché où le prix est supérieur jusqu'à ce que l'écart de prix dépassant le coût de transport soit ramené à zéro.

En examinant la relation entre les marchés, Jones résume les facteurs qui doivent être pris en compte pour étudier l'intégration des marchés.

> Dans un marché théoriquement parfait, les prix reflètent exactement toutes les connaissances disponibles n'importe où dans le système sur l'offre et la demande actuelles et futures pour le produit échangé, y compris l'emplacement et la taille des stocks, les perspectives de récolte, les conditions de transport et les facilités de crédit, ainsi que des informations analogues sur les produits compétitifs. Bien qu'il n'existe pas de parfait marché pour un produit, certaines caractéristiques du comportement de prix prévisibles sur un tel marché fournissent des indications sur la performance de marchés moins que parfaits, à savoir: (1) la hausse saisonnière du prix d'un produit agricole est approximativement égale au coût de stockage moins la rémunération tirée du maintien des stocks de transaction; (2) les prix sur les principaux marchés évoluent ensemble, à ceci près que le coût de transport entre les marchés varie; (3) l'écart entre les prix sur les deux marchés est approximativement égal à la différence entre les coûts d'acheminement des produits vers ces deux marchés; et (4) les prix ne changent que lorsque de nouvelles informations entrent dans le système. (Jones, 1972, p. 139.)

Ces caractéristiques des marchés intégrés peuvent être utilisées comme critères d'évaluation du degré d'intégration des marchés.

La méthode type d'examen de l'intégration spatiale des marchés consiste à examiner les coefficients de corrélation des prix dans différents marchés. Des exemples de ces facteurs peuvent expliquer pourquoi les coefficients de corrélation entre les prix sur des marchés particuliers sont sensiblement différents de l'unité.

3.1.2 Critiques de la théorie et de son application

Comme nous l'avons signalé plus haut, il existe plusieurs critiques importantes du paradigme SCP, de l'analyse subsectorielle et de ses applications. Avant d'utiliser ces théories, il est important de comprendre leurs limites. Cinq critiques principales ont été avancées:

1. Le modèle SCP est inapproprié pour analyser les systèmes de commercialisation car ils sont intrinsèquement dynamiques mais le modèle est basé sur un concept statique.
2. Les coefficients de corrélation ne constituent pas une preuve de l'intégration ou de la concurrence d'un marché.
3. Les conclusions de l'analyse des marges commerciales dépendent en fin de compte des jugements de valeur sur les écarts acceptables par rapport au coût ou des raisons pour lesquelles les marges se soldent par un profit ou une perte.
4. Les coefficients de corrélation et les marges commerciales servent à conclure que les marchés sont compétitifs et qu'ils sont donc performants alors qu'en fait ils ne le sont pas toujours (Harriss, 1978 et 1980 a, b).
5. Les données présentées ne justifient pas les conclusions qu'on en a déduites.[3]

Dans notre examen de l'emploi du paradigme néoclassique pour évaluer le système de commercialisation au Burkina Faso, nous offrons une autre critique à ajouter à la liste ci-dessus:

6. Les théories sont basées sur l'hypothèse que les participants du marché -- producteurs, commerçants et consommateurs -- sont homogènes (ils se trouvent dans les mêmes conditions) et qu'ils ont à tout moment une parfaite connaissance de tous les aspects de l'environnement de commercialisation.

Sans ces hypothèses, les conclusions théoriques sur l'efficacité du marché ne sont plus valables. Ces conclusions sont le point de référence qui permet d'évaluer la dynamique du marché. Les hypothèses sont rarement confirmées par les faits, en particulier dans les pays en développement. Qu'est-ce que cela signifie pour les conclusions que nous tirons sur "l'efficacité" du marché lorsque nous appliquons la théorie?

Le problème général est que, plus la population est diversifiée, plus il est probable que les mesures objectives/conventionnelles de l'efficacité de la commercialisation (analyse des marges) seront difficiles à appliquer et, partant, plus il est probable que lorsque les instruments sont appliqués les résultats indiqueront soit que le système est inefficace soit qu'ils sont dénués de sens. Par conséquent, nous concluons que, bien que la théorie reste valide, le bien-fondé et la possibilité d'appliquer les outils analytiques conventionnels sont sérieusement réduits lorsque ces hypothèses ne sont pas valables -- c'est-à-dire dans les pays en développement.

---

[3] Ce n'est cependant pas une critique de l'intérêt du paradigme SCP. C'est plutôt une condamnation des chercheurs qui dénaturent leurs données avec leurs conclusions ou qui éprouvent le besoin de tirer des conclusions trop générales.

Prenons l'exemple de la comparaison entre les coûts de stockage et la rémunération du stockage comme mesure de l'efficacité du marché à distribuer les fournitures dans le temps. Au Burkina Faso, comme dans les autres PMA, le taux d'intérêt est souvent considéré comme l'élément le plus important des coûts de stockage, allant de 100 pour cent par an ou plus selon certaines études.[4] Puisque l'éventail des taux d'intérêt varie généralement de zéro, voire de valeurs négatives en termes réels, à des niveaux très élevés, quel taux d'intérêt utiliser dans les calculs? On affirme également que les taux d'intérêt ont tendance à être inversement proportionnels à la richesse et au niveau de vie. Le véritable taux d'intérêt est-il une sorte de moyenne pondérée? Ou est-ce qu'une moyenne est dénuée de sens puisque la grande majorité des commerçants planifient leurs activités et participent au marché en fonction de leur perception du taux d'intérêt, qui est différent de la moyenne? Les hausses de prix de 50 pour cent au cours d'une saison sont par conséquent très rentables pour le gros commerçant (qui paie des taux d'intérêt inférieurs), raisonnables pour le commerçant moyen et totalement inutiles pour le petit commerçant (qui paie les taux d'intérêt les plus élevés). Pour le commerçant moyen le marché est efficace, mais pour le gros et le petit commerçant il est inefficace, quoique pour des raisons opposées.

Nous observons aussi souvent des changements dans les tendances saisonnières d'une année sur l'autre. Ce phénomène tient assurément en partie au fait que les connaissances sont imparfaites, mais supposons pour l'instant qu'elles soient parfaites. On peut encore s'attendre à d'importantes fluctuations saisonnières en réponse aux changements de volume de la récolte dans une population hautement diversifiée. Lorsque la saison est courte, les gros producteurs représenteront une plus grosse proportion des excédents commercialisés que dans une bonne année puisqu'un grand nombre de petits producteurs n'auraient même pas de quoi répondre aux besoins de consommation. Dans cette situation, les coûts de stockage/taux d'intérêt perçus par les gros exploitants devraient l'emporter. La rémunération du stockage devrait être inférieure (compte tenu du bon en avant des prix

---

[4] Cette observation est naturellement plus juste pour les produits comme le sorgho et le mil au Sahel puisque les pertes de stockage sont généralement faibles (10 pour cent) et que la valeur amortie des installations de stockage ne dépasse probablement pas 1 ou 2 pour cent de la valeur de la récolte stockée.

lorsqu'on annonce la taille de la récolte); inversement, dans une bonne année, la rémunération du stockage devrait être plus élevée puisque les petits producteurs sont relativement plus importants. Ce phénomène devient encore plus complexe lorsqu'on envisage l'effet de l'hypothèse voulant que les petits exploitants aient tendance à vendre en masse au début de la saison et les gros producteurs plus tard dans la saison. A quel moment peut-on dire que le marché fonctionne efficacement, et pour qui?

On peut en outre faire l'hypothèse que le paradigme néoclassique s'applique le mieux lorsque la population est non seulement homogène mais aussi riche dans l'ensemble, sans aucune contrainte financière importante. Les contraintes financières produisent toutes sortes de distorsions dans les schémas de comportement du marché comme l'illustrent les études du Burkina Faso. Les individus sont empêchés de participer au marché même s'ils ont l'impression qu'ils auraient intérêt à y prendre part. Le principal problème ou facteur d'inefficacité dans les marchés au Burkina Faso n'est pas nécessairement une question d'imperfection des connaissances, mais d'inaptitude à agir à la lumière des connaissances disponibles. Le fait que le groupe le plus important de négociants, les exportateurs, qui sont le mieux placés pour intervenir lorsque l'occasion se présente, reste généralement à l'écart du marché céréalier (du moins en partie à cause des changements constants de réglementations officielles) contribue peut-être à l'inefficacité observée dans le système, du moins lorsqu'on la mesure avec des outils conventionnels.

Malheureusement, nous n'avons pas de meilleur instrument à offrir. Nous proposons de surmonter les lacunes des outils existants en les utilisant avec prudence et en tenant compte des données non quantitatives qui complètent et expliquent souvent les résultats quantitatifs.

3.1.3 Analyse des performances du marché

Compte tenu des critiques mentionnées ci-dessus, nous n'estimons pas que les conclusions quant à l'efficacité du marché soient appropriées. Une analyse de la dynamique du marché -- de son comportement -- s'impose. Les recommandations de politique économique seront basées sur cette analyse.

Une analyse complète du comportement du marché doit comprendre:

1. L'analyse des pratiques de concurrence, de collusion et de coordination des acteurs du marché;
2. L'analyse de l'intégration spatiale et temporelle;
3. L'analyse des marges commerciales;
4. L'analyse des tendances à long terme.

On peut comprendre les pratiques de concurrence, de collusion et de coordination des acteurs du marché en observant et en interrogeant différents types de participants aux activités commerciales. Il importe de procéder dans le plus grand nombre d'emplacements possible. Les résultats régionaux présentés au Volume II constituent la base de notre analyse.

Les coefficients de corrélation des prix dans les différents marchés pendant l'année sont des indicateurs de l'intégration spatiale. Envisagés en conjonction avec les informations relatives à l'existence d'échanges entre des marchés particuliers, ces coefficients de corrélation indiquent des zones dans lesquelles les informations ne circulent pas ou dans lesquelles il existe d'autres obstacles à l'échange des biens. Nous pouvons effectuer des corrélations pour divers couples de marchés. Nous étudions les résultats pour en tirer des indications d'un "effondrement" du système de commercialisation. Les corrélations peuvent également servir à corroborer d'autres analyses.

Une analyse des marges commerciales nous permet de comparer les marges avec les coûts afin d'évaluer la marge bénéficiaire. Cette analyse nécessite des données détaillées sur les coûts de commercialisation de certains commerçants. Ces données sont extrêmement difficiles à obtenir. Une autre approche (surtout utile pour compléter les calculs de coût) consiste à calculer les marges de prix (marges commerciales éventuelles). Nous calculons ces marges pour certains couples de marchés. En conjuguant ces données avec les données sur la structure du marché et les flux d'échange, nous pouvons tirer certaines conclusions sur les profits réalisés sur certains axes commerciaux.

Une analyse des changements de prix saisonniers comparés au coût du stockage indiquerait si des profits excessifs sont réalisés dans la fonction de stockage (et à quels échelons et emplacements). Cette analyse exige plusieurs années de relevés de prix mensuels à différents échelons de la chaîne de commercialisation dans certains marchés (Timmer, et al., 1983, p. 174).[5] Malheureusement, il n'existe pas de série chronologique pour les prix au Burkina Faso.

---

[5] L'analyse proposée par Timmer, et. al., suppose qu'il ne se produit aucun changement saisonnier dans les coûts de transport. Si les coûts de transport changent, comme c'est le cas pour de nombreux axes de transport au Burkina Faso, les prix doivent être ajustés pour neutraliser cet effet avant d'établir les indices de prix.

Une analyse des tendances à long terme nécessite des séries chronologiques des prix et des coûts de commercialisation, ainsi que des données moins quantitatives de la part des acteurs du marché qui participent aux activités commerciales depuis longtemps (au moins 10 à 20 ans). A l'évidence, il n'existe pas de données quantitatives pour le Burkina Faso. Nos entretiens avec les commerçants et certains responsables officiels nous ont permis de tirer des conclusions sur les tendances à long terme dans le domaine de la commercialisation des céréales.

Nous rappelons au lecteur que les données qualitatives utilisées dans les analyses suivantes ont été recueillies pendant l'étude dans toutes les régions du Burkina Faso, à l'occasion des brefs entretiens de reconnaissance. Les détails relatifs à chaque région sont présentés au Tome II.

3.2 CONCURRENCE ENTRE LES INTERMEDIAIRES

Il existe une concurrence sur chaque segment du système de commercialisation. La théorie suggère qu'à mesure que la concurrence devient plus intense les entreprises les moins rentables sont éliminées du marché et les prix reflètent plus étroitement les coûts.

Sur chaque segment de la chaîne de commercialisation, les intermédiaires se livrent concurrence. Les domaines de concurrence diffèrent selon leur place dans la chaîne. Les méthodes de concurrence sont naturellement adaptées à chaque situation commerciale. Cette section examine les manières dont les intermédiaires se livrent concurrence pour gagner des parts de marché.

La concurrence se déroule à trois niveaux principaux:

1. L'achat de céréales aux producteurs;
2. L'achat de céréales aux intermédiaires: vendeuses, commerçants locaux, banques de céréales, etc.;
3. La vente de céréales aux consommateurs.

On examine pour chaque échelon les méthodes de concurrence basées sur les prix et sur d'autres éléments. Mais nous commençons par étudier les moyens de restriction de l'entrée sur le marché, qui ont pour effet de diminuer la concurrence. -

3.2.1 Obstacles à l'entrée sur le marché

Il y a cinq façons générales de limiter la concurrence au Burkina Faso:

1. La patente annuelle;
2. La taxe vénale journalière;
3. Le syndicat local de commerçants;
4. L'ethnicité et les relations familiales;
5. Les capitaux.

3.2.1.1 La patente

Le droit de négocier de vastes quantités de produits est accordé par l'Etat. Tout individu qui souhaite négocier des céréales doit posséder une patente. Des patentes séparées sont nécessaires pour les importations/exportations et pour les échanges intérieurs. Le coût de la patente comprend deux éléments: un montant fixe (le droit fixe) et un montant proportionnel (le droit proportionnel). L'un et l'autre sont basés sur le revenu annuel brut de l'opération commerciale et son emplacement. (Voir le Tableau 3.1). Il y a huit catégories de commerçants, depuis ceux qui ont un "revenu annuel inférieur à 500.000 FCFA" jusqu'à ceux qui ont un "revenu

TABLEAU 3.1

DROIT ET PATENTE POUR LES COMMERCANTS:
IMPORTATEUR, EXPORTATEUR, ET IMPORTATEUR-EXPORTATEUR

Tranche du chiffre d'affaires soumis à patente (en millions of FCFA)		Montant de la taxe déterminée en FCFA
Supérieur à	Inférieur ou égal à	
	2	4.000
2	5	0.000
5	10	18.000
10	20	36.000
20	30	48.000
30	40	60.000
40	50	72.000
50	100	108.000
100	200	150.000
200	300	200.000
300	400	300.000
400	500	400.000
500	600	500.000
600	700	600.000
700	800	700.000
800	900	800.000
900	1.000	900.000
1.000	1.100	1.800.000
1.100	1.200	1.100.000
1.200	1.300	1.200.000
1.300	1.400	1.300.000
1.400	1.500	1.400.000
1.500	1.600	1.500.000
1.600	1.700	1.600.000
1.700	1.800	1.700.000
1.800	1.900	1.800.000
1.900	2.000	1.900.000
2.000	2.100	2.000.000
2.100	2.200	2.100.000
2.200	2.300	2.200.000
2.300	2.400	2.300.000
2.400	2.500	2.400.000
2.500	2.600	2.500.000
2.600	2.700	2.600.000
2.700	2.800	2.700.000
2.600	2.900	2.800.000
2.900	3.000	2.900.000
3.000	3.100	3.000.000
3.100	3.200	3.100.000
3.200	3.300	3.200.000

DROIT ET PATENTE POUR LES COMMERCANTS QUI N'ONT PAS
LE DROIT DES IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS
(FCFA)

Montant annuel des transactions			Droit Fixe Annuelle	
Inférieur à	Egal ou supérieur à	Classé	Ouagadougou Bobo-Dioulasso	Autres Localités
	50 millions	hors	96.000	72,000
50 millions	25 millions	1ère	72.000	54,000
25 millions	15 millions	2ème	48.000	36,000
15 millions	10 millions	3ème	24.000	18,000
10 millions	5 millions	4ème	14.400	10,800
5 millions	3 millions	5ème	12.800	9,600
3 millions	1,5000,000	6ème	6.400	4,800
1,500,000	500,000	7ème	3.200	2,400
500,000		8ème	1.600	1,200

DROIT PROPORTIONNEL

1 - Hors classe à classe 5	OUAGADOUGOU :	12 %
	BOBO-DIOULASSO :	10 %
	AUTRE LOCALITES :	8 %
2 - Classe 6 à Classè 8	Exemption	

SOURCE: Document du Ministère du Commerce.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

annuel supérieur à 50 millions de FCFA". Un commerçant doit déclarer son revenu brut, mais il n'existe aucun mécanisme de contrôle. Très peu de commerçants déclarent un revenu brut supérieur à 2 ou 3 millions de FCFA.[6]

A Manga, les marchands interrogés ont insisté sur la nécessité d'acheter la patente. Lorsqu'on leur a demandé si ceux qui avaient assez d'argent pouvaient acheter des céréales au marché, ils ont indiqué que tant que la personne en question achetait une patente, il n'y avait aucun problème. Un marchand novice pourrait éventuellement faire un achat sans patente, mais les autres marchands ne le laisseraient pas acheter une seconde fois sans les documents nécessaires. Sur d'autres marchés, où les marchands sont moins organisés qu'à Manga, cette règle est peut-être moins impérative.

Sherman (1984) a écrit qu'un commerçant de Manga avait expliqué que ses agents avaient été tourmentés par les commerçants réguliers avant d'acheter une patente. Il a donc été contraint d'en acheter une. Sherman l'a elle-même constaté lorsqu'elle a envoyé un jeune homme au marché pour acheter des céréales. Il a reçu des menaces des commerçants du marché qui pensaient qu'il essayait de se livrer à un négoce. Ils lui ont dit qu'ils ne le laisseraient même pas charger un sac sur les camions à destination de Ouagadougou.

La seule manière d'éviter d'acheter une patente est d'acheter en dehors des marchés. Il y a souvent des gens le long des routes menant aux marchés qui sont disposés à acheter des céréales aux exploitants avant qu'ils n'arrivent au marché. Certains sont patentés, mais beaucoup ne le sont pas. Ceux qui n'ont pas de patente sont considérés comme des imposteurs par ceux qui sont patentés.

3.2.1.2 Le droit de place du marché

Chaque marché a un contrôleur ou un représentant dont le travail est de percevoir le droit de place du marché. Ce droit est une somme prélevée chaque jour de marché auprès de tous les commerçants qui ne possèdent pas de patente annuelle. La somme varie entre 5 et 100 FCFA selon la valeur des

---

[6] En utilisant les chiffres approximatifs de 10.000 FCFA par sac de céréales, cela équivaut à la vente de 300 sacs, ou 30 tonnes (10 gros camions). D'après nos observations, de nombreux négociants ont des opérations supérieures à ces chiffres.

produits vendus et la taille du marché.[7] Il est possible d'éviter le droit en vendant très tôt le matin, avant l'arrivée du représentant, ou en vendant à l'extérieur du marché.

3.2.1.3 Le syndicat des marchands

Chaque ville et chaque sous-préfecture a un syndicat de marchands qui fait partie du syndicat national des marchands. Ce syndicat est divisé en groupements de grossistes et détaillants de céréales. Les groupements locaux établissent la politique de vente des céréales dans tous les marchés situés dans leur juridiction. La plupart des marchés ont également leur propre association. N'importe quel marchand de céréales peut en faire partie. La principale condition d'inscription est la patente. Certains groupements prélèvent également un montant nominal.

Dans les marchés moins importants, le syndicat des marchands est organisé de façon moins formelle. Les accords entre les marchands sont moins formels et revêtent davantage la forme d'une entente. Il n'est pas nécessaire d'avoir une patente pour en faire partie. Les marchands de céréales, les transporteurs et les autres marchands organisent souvent des réunions mixtes.

3.2.1.4 Relations ethniques et familiales

Bien que peu de marchands mentionnent que les relations ethniques ou familiales sont essentielles dans le domaine du commerce, la manière dont les marchands s'imposent dans de nouveaux domaines (par exemple les marchands du Yatenga qui se sont acquis une clientèle dans la Volta Noire) ou se lancent dans une activité indique clairement que ces relations sont importantes. Il est plus facile d'établir une relation commerciale avec quelqu'un de votre famille, de votre région ou de votre groupe ethnique, bien que ce ne soit pas toujours plus sûr. Nous avons entendu parler de nombreux cas de défaut de remboursement de prêt entre les membres d'une même famille élargie.

3.2.1.5 Capital

Le cinquième facteur, probablement le plus important, limitant l'accès au marché est la possession d'un capital. C'est la principale source de

---

[7] Divers contrôleurs de marchés de brousse ont expliqué que les femmes qui vendent de petites quantités de condiments paient un droit inférieur à celui payé par ceux qui vendent des céréales, des animaux et des aliments préparés.

pouvoir commercial. Les marchands, qu'ils achètent ou qu'ils vendent, acquièrent un véritable pouvoir commercial lorsqu'ils possèdent une plus grande part que les autres d'une ressource rare.

Dans la section suivante nous verrons que le capital et le transport (qui exige des capitaux), ainsi que les informations et les connaissances, sont d'importantes ressources dans un marché compétitif, que ce soit pour les producteurs, les consommateurs et les intermédiaires.

L'accès des producteurs et des consomateurs au marché n'est pas limité ou contrôlé de façon formelle. Aucun droit n'est prélevé sur la vente ou l'achat à un autre marchand. Il est cependant clair que celui qui possède un capital a plus de choix en termes de décisions commerciales.

3.2.2 Achat de céréales aux producteurs

Les céréales sont achetées directement aux producteurs par les collecteurs villageois (qui travaillent pour des marchands régionaux et nationaux) et les agents locaux, les commerçants et vendeuses locaux, les groupements villageois, l'OFNACER, et moins couramment, les marchands régionaux et nationaux. Tous ces concurrents utilisent les prix pour inciter le producteur à leur vendre ses produits.

3.2.2.1 Concurrence par le prix ou l'unité de mesure

Chaque acheteur a ses propres unités de mesure pour acheter les céréales. Il est fréquent que le prix d'une unité, par exemple la tine, soit identique pour plusieurs acheteurs, alors que le volume d'achat diffère. Un acheteur particulier peut attirer de nouveaux vendeurs avec une unité inférieure, mais une fois que ceux-ci ont pris l'habitude de lui vendre régulièrement leurs produits, il adoptera une unité de mesure supérieure. Cela vaut également pour la concurrence des prix à tous les niveaux de la chaîne commerciale.

Le Tableau 3.2 décrit les différentes mesures employées pour le commerce des céréales dans diverses régions. Chaque rapport régional (Volume II) examine les unités de mesure en détail. Un producteur qui vend ses céréales au marché peut avoir le choix entre plusieurs, voire souvent de nombreux acheteurs. A l'évidence, s'il n'aime pas le prix offert par un marchand, il peut négocier avec un autre, jusqu'à ce qu'il obtienne un prix satisfaisant. Lorsque des marchands extérieurs à la région viennent au marché, ils offrent généralement un prix légèrement supérieur par unité (par

TABLEAU 3.2

UNITES DE MESURE UTILISE

Mesures	Taille/Apparence	Poids Approximatif	Equivalence utilisée par les commerçants	Prépondérance des marchés pour l'utilization de cette mesure	Utilisées par quels intermédiaires?	Remarques
Louches 5 FCFA 25 FCFA	Petites louches "calebasses"; très grande variété; fabrication artisanale	Achat: de 50 à 70 gr Vente: de 30 à 50 gr	Prix fixe; le poids varie pour adapter le prix au kg au cours des saisons	Tous marchés mais très important aux marchés déficitaires et surtout pendant la soudure	Toutes vendeuses, parfois les petits commerçants en Yatenga et l'Est	Techniques de versement très importantes; louche 25F plus rare à Tougan
Bol	Petits bols plastiques de taille différentes	de 600 à 400 gr		assez fréquente	Vendeuses et petits commerçants	
Petite Boite de Tomate Boite de Tomate		800 gr 1 kg		Fréquente aux marchés urbains; détails au marchés déficitaires	Surtout pour le riz mais aussi autres céréales	
Boite de Tomate (5 x dixieme)	Boite de tomate concentré de 5 kg, vide souvent travaillée	1,9 à 2 kg 1,7 à 1,9 kg	Achat: 9 BT pour 1 tine C ou D Vente: 10 BT pour 1 tine C ou D	Tous marchés mais surtout Volta Noire (sud: Kouka, Solenzo)		
Assiette Yoruba	Assiette en fer émaillé	Vente surtout de 2,3 à 2,5 kg	42 à 38 assiettes pour 1 sac	Régions Guéléwongo, Pouytenga, Est, Sud-Centre, Centre et Nord Volta Noire	Surtout par les vendeuses à la vente aux consommateurs	Les assiettes Yoruba ne sont plus produits, semble-t-il.
Assiette Sankinsé	Plus large	Achat surtout 2,6 à 2,03 kg	40 à 36 assiettes pour 1 sac		Par les vendeuses et tous commerçants à l'achat producteurs	

TABLEAU 3.2: UNITES DE MESURE UTILISE (suite)

Mesures	Taille/Apparence	Poids Approximatif	Equivalence utilisée par les commerçants	Prépondérance des marchés pour l'utilization de cette mesure	Utilisées par quels intermédiaires?	Remarques
Grande Assiette				Région de Pisila		
Seau Petit	Seau étroit et assez haut en plastique	5,5 kg avec chapeau	20 seau pour 1 sac	Régions Tchériba et Safané uniquement	Petits et moyens commerçants	
Seau 33 Seau Plastique	Panier plastique ou seau en fer blanc		1 tine C ou D	Région de Koudougou (Réo) uniquement	Moyens commerçants petits commerçants	
Tine A	Tine fabriqué pour la vente	Vente: 14 à 16 kg	Vente: 6 tines pour 1 sac	Surtout Ouagadougou et Bobo-Dioulasso et grands marchés, tous marchés	Ventes aux consommateurs par les moyens et grands commerçants	
Tine B	Tine officielle sans chapeau	Revente: 16 à 16,5 kg	Vente: 6 tines pour 1 sac	Ouagadougou et Bobo-Dioulasso et les marchés assez contrôlés	Ventes aux consommateurs par les moyens et grands commerçants	
Tine C	Tine officielle travaillée avec chapeau	Achat: 18 kg Vente: 18 à 20 kg	Achat: 6 tines pour 1 sac Vente: 5 tines pour 1 sac	Tous marchés	Achat au producteur et vente au intermédiaires sur marchés moins contrôlés	
Tine D	Tine locale (fabrication pour l'achat) avec chapeau	Achat: 22 à 24 kg Vente: en gros 20 à 22 kg	Achat: 5 tines pour 1 sac	Volta Noire, Hamalé	Achat au producteurs en dehors des marchés par vendeuses et commerçants	

TABLEAU 3.2: UNITES DE MESURE UTILISE (fin)

Mesures	Taille/Apparence	Poids Approximatif	Equivalence utilisée par les commerçants	Prépondérance des marchés pour l'utilization de cette mesure	Utilisées par quels intermédiaires?	Remarque:
Botte	Botte de tiges de petit mil attachées ensembles; poids variable	14 à 24 kg	Equiv. à la tine et varie de la même façon	Sahel, regions de Dori et Djibo	Transactions avec des producteurs/consommateurs locaux uniquement	
Sac 1	Sac futé	80 à 90 kg		Vente sur marchés	Par moyens et grands commerçants pour vente aux consommateurs	
Sac 2	Sac futé	90 à 105 kg		Achat sur marchés	Par moyens et grands commerçants pour vente et achat entre intermédiaires	
Sac 3	Sac futé	105 à 120 kg		Achat en brousse Volta Noire, Est, etc.	Par moyens et grands commerçants pour achat au producteur ou petits intermédiaires	
Sac Ghanéen	sac formé de 2 sacs de jute cousus ensemble	120 kg et plus	Achat au producteur	Frontière Ghanéenne, Hamalé, Guéléwongo	Moyens et grands commerçants	

SOURCE: Observation au cours des passages de reconnaissance rapide.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

exemple 50 ou 100 FCFA/tine) afin d'acheter autant de céréales aussi vite que possible.

En général, la compétition est plus forte au marché qu'au village. Dans les régions comme la Volta Noire, où de nombreux marchands extérieurs ravitaillent les collecteurs villageois, la concurrence des prix au sein du village est parfois sévère. Chaque collecteur villageois essaie d'être considéré comme le "meilleur", en offrant des prix légèrement plus élevés afin de collecter plus de céréales, ou en offrant des petits cadeaux aux clients, comme l'ajout de 50 ou 100 FCFA au prix négocié, dans le but de créer l'idée d'une obligation future.

La concurrence des prix par le biais de l'unité de mesure est la plus sévère entre ceux qui achètent avec les unités officielles et ceux qui utilisent l'unité locale ou traditionnelle. Les commerçants locaux concurrencent l'OFNACER en offrant un prix plus élevé par tine -- mais ils achètent avec la tine locale, qui est 20 à 50 pour cent plus volumineuse. La taille de la tine locale est relativement constante dans un marché particulier mais elle varie considérablement entre les marchés.

Les entretiens avec les producteurs indiquent qu'ils sont conscients des différences de taille entre les diverses unités de mesure. La tine officielle n'a pas la même taille que la tine de l'exploitant, laquelle est également différente de la tine du commerçant local. Les exploitants mesurent généralement leurs céréales avant de les emporter au marché.

Il existe une concurrence entre les commerçants locaux basée sur la taille de l'unité de mesure. Il suffit d'une simple observation pour constater que les commerçants "trafiquent" leurs unités de mesure pour augmenter discrètement le volume dont ils disposent. Les commerçants locaux essaient d'offrir un meilleur prix unitaire mais ils se rattrapent sur le poids de l'unité d'achat.

La plupart des groupements villageois achètent en unités locales, sauf s'ils achètent directement pour l'OFNACER et en particulier s'ils sont supervisés par un membre du CDR.

L'OFNACER perd à plusieurs égards dans la concurrence des prix car les prix officiels ne changent pas pendant l'année et l'unité de base est différente de l'unité locale des commerçants. Les prix locaux compensent le coût de stockage supporté par le producteur. Il est donc difficile à l'OFNACER, surtout après février, d'acheter aux producteurs. Il convient de

noter ici que, bien que les mécanismes de concurrence entre les commerçants et l'OFNACER soient similaires quelle que soit la taille relative de la récolte, les commerçants peuvent être plus efficaces lorsque la récolte de céréales est médiocre, comme en 1983/84. Les commerçants concurrencent l'ONACER au début de l'année, lorsque les prix du marché sont bas, en utilisant des unités plus connues des exploitants. Ils offrent souvent un prix plus élevé par tine pour une tine proportionnellement plus volumineuse.

3.2.2.2 Concurrence non fondée sur les prix

A ce niveau, les acheteurs ont six autres moyens d'attirer les clients: le crédit, les relations, les cadeaux, la proximité (déplacements), la discrétion et la disponibilité des céréales. Chacun de ces facteurs joue un rôle dans la concurrence. Leur importance relative dépend des acheteurs et des vendeurs individuels.

- Relations, crédit et cadeaux

Ces trois moyens de concurrence non fondée sur les prix sont étroitement liés. La relation entre le producteur et l'acheteur est importante à tous les niveaux.

Les cadeaux du type mentionné plus haut aident à bâtir des relations. L'importance des relations tient au fait que le producteur a le sentiment que s'il a une relation personnelle avec le commerçant, il aura de meilleures chances de recevoir un crédit de ce dernier le cas échéant.

Les gens préfèrent vendre à quelqu'un de leur région ou de leur village, ou à quelqu'un qu'ils connaissent -- toutes choses étant égales par ailleurs. C'est particulièrement important pour les nouveaux commerçants qui veulent se lancer dans le commerce de céréales. Ils sont désavantagés au niveau de l'achat des céréales dans les zones rurales du fait de l'importance des relations établies entre les producteurs et les acheteurs. Dans l'ouest, certains marchands mossi sont parvenus à s'imposer sur le marché céréalier en établissant des relations avec les exploitants faisant partie des migrants mossi et qui appartiennent à la même famille élargie ou qui viennent du même village qu'eux. Cet exploitant achètera au nom du commerçant. Pour forger cette relation, certains commerçants financent même parfois la migration du producteur.

Le crédit est l'un des principaux services qu'un acheteur peut offrir à un producteur. La concurrence intense dans certaines régions a entrainé le développement de ce service, sous plusieurs formes.

La vente en herbe, bien qu'elle ne représente pas un crédit au sens propre du terme, est considérée comme une forme de crédit par le producteur. C'est assez risqué pour le commerçant, mais très avantageux. Le commerçant achète un montant fixe de la future récolte du producteur à moitié prix par rapport au prix anticipé de la récolte. Les agents et les commerçants locaux ont du mal à se soustraire à cette forme de crédit s'ils entendent conserver leurs clients. Beaucoup, cependant, accusent d'importants défauts de remboursement après une mauvaise récolte. En conséquence, cette pratique est surtout répandue dans les zones de gros excédents comme le sud et l'ouest de la Volta Noire ainsi que les Hauts-Bassins. Elle était très répandue dans les zones à surplus marginaux et les zones aujourd'hui déficitaires (par exemple les régions situées près de Koupéla, Tougan, Yako, Kaya et Ouahigouya), mais elle est en recul dans ces régions à cause des mauvaises récoltes consécutives des dernières années.

Il existe également des formes de crédit plus conventionnelles. Le commerçant vend des céréales à l'exploitant à crédit et tard dans la saison, dans l'espoir d'être payé après la récolte. Ce type de crédit est accordé principalement par les commerçants locaux -- ceux qui ont des céréales à vendre. Les collecteurs régionaux n'ont généralement pas de céréales commerciales à la fin de la saison et les vendeuses ne peuvent pas se permettre d'offrir ce genre de crédit car leur capital est limité.

Ces types de crédit à la vente permettent aux commerçants locaux de concurrencer efficacement les commerçants extérieurs et l'OFNACER, qui n'offrent pas de possibilité de crédit, de même que certains groupements villageois.[8] Les commerçants locaux jouissent d'une sorte de monopole sur l'octroi de crédits.

Un autre point en faveur de l'obtention de crédit auprès d'un commerçant local plutôt que d'une banque de céréales (bien que celle-ci offre assurément un meilleur taux) est l'importance de la discrétion. Le caractère relativement secret de la transaction, par opposition à la "publicité" des prêts consentis aux groupements villageois, est très

---

[8] Les banques de céréales ont tendance à éviter d'accorder des crédits car l'octroi de crédits excessifs est cité comme la première cause de faillite. L'OFNACER consent parfois des crédits aux groupements villageois, mais pas aux individus.

apprécié du producteur. Cet aspect est encore plus important s'il ne peut pas rembourser le prêt.

Une autre forme de crédit offert par un commerçant est un prêt à la consommation. La possibilité d'emprunter de l'argent, bien que le système soit similaire au crédit à la vente, est associée à un achat de céréales. Un bon client a de meilleures chances de recevoir ce type de prêt.

- Proximité et transport

Les céréales sont généralement vendues dans quatre endroits: la concession du producteur, la concession de l'acheteur, le long de la route qui mène au marché, et au marché ou à proximité. Il est souvent avantageux pour le producteur de pouvoir vendre près de sa propre concession — soit parce qu'il a beaucoup de céréales à vendre et que leur transport reviendrait cher, soit parce qu'il a très peu à vendre et que ça ne vaut pas la peine d'aller loin pour vendre. Dans ces cas particuliers, un intermédiaire qui achète dans son village a un avantage. Certains commerçants locaux, en particulier les vendeuses et les commis des commerçants, achètent le long de la route le jour du marché. Ils essaient d'acquérir les céréales du producteur avant qu'il n'arrive au marché. C'est un avantage pour le producteur qui préfère ne pas devoir aller au marché. Certains commerçants placent des éclaireurs (généralement des enfants) le long de la route près de l'entrée du marché pour guider les vendeurs jusqu'à leurs emplacements.

La fourniture de transport est un important moyen de concurrence entre les agents et les commerçants locaux dans les zones excédentaires. Dans les régions où l'on vend moins de céréales, les commerçants extérieurs ne trouvent généralement pas intéressant de mettre au point des méthodes d'achat dans la brousse (sur le chemin du village), mais ils préfèrent attendre que les producteurs apportent leurs céréales au marché. Dans les zones moins excédentaires, les agents locaux, les commerçants et les vendeuses assurent le transport en rendant visite au producteur chez lui et en collectant les céréales qu'ils ont achetées. Cela représente également un avantage pour le commerçant en termes d'unité de mesure, puisqu'il apporte le récipient de son choix avec lui.

- Disponibilité des céréales/possibilité d'acheter

Nous parlons ici de la disponibilité des céréales pendant la soudure, lorsque les producteurs de céréales risquent d'avoir épuisé leur propre

stock et doivent alors acheter. Lorsque les producteurs décident à quel acheteur vendre, il se peut qu'ils déterminent si l'acheteur en question sera en mesure de leur "revendre" pendant la soudure. C'est naturellement un service plus important dans les zones moins excédentaires. L'une des principales raisons à l'ouverture de banques de céréales dans une région est précisément d'éviter que toutes les céréales vendues ne quittent la région.

Les commerçants locaux et régionaux possédant un capital suffisant pour investir dans une installation de stockage sont les seuls qui peuvent offrir des céréales en permanence. Certains agents locaux peuvent également jouer le rôle d'agent de vente pour un gros commerçant régional dans les régions déficitaires (comme dans le cas de Djibo et de Baraboulé). Celui qui est le seul à posséder des céréales donne l'impression qu'il est le "fournisseur de céréales" de la région, ce qui encourage les producteurs à se donner la peine d'établir une relation avec lui.

S'il est important que des céréales soient disponibles pour les achats, il est tout aussi important que les commerçants soient en mesure d'acheter. Comme le note Saul, un important facteur dans l'établissement de relations permanentes avec les producteurs qui ont des approvisionnements réguliers et volumineux est l'assurance d'acheter ses céréales à tout moment du jour ou de l'année, au prix en vigueur. Cela peut poser un problème aux opérateurs villageois qui possèdent en général des fonds d'exploitation peu élevés. Ils sont moins souvent capables d'absorber un gros achat soit à la fin de la journée soit à certains moments de l'année. Pour aider un client, le commerçant doit parfois acheter même s'il n'en a pas besoin. Cela constitue naturellement un avantage pour les gros commerçants les mieux pourvus.

3.2.2.3 Résumé

Le producteur considère de nombreux facteurs lorsqu'il décide à qui vendre ses céréales. Le prix n'est en aucun cas le seul critère. Il doit peser les écarts de prix, la relation avec l'acheteur et le coût de transport.

De toute évidence, le facteur le plus important est différent pour chaque vendeur et varie selon l'échelle de la transaction et le moment de l'année. Pour une vente massive, le prix peut être le facteur essentiel.

Les intermédiaires, qui essaient tous d'acheter autant de céréales que possible, utilisent ces facteurs du mieux qu'ils peuvent pour attirer les vendeurs. C'est un marché monopolistiquement concurrentiel.

3.2.3 Achat de céréales à des intermédiaires

Dans le circuit de commercialisation qui va de l'achat aux producteurs à la vente aux consommateurs (voir la Figure 2.4), un intermédiaire achète des céréales à un autre, à la fois lorsqu'elles sont rassemblées à partir d'une région productrice et lorsqu'elles sont redistribuées pour la vente dans les zones de consommation. A chaque niveau, on se livre à une concurrence fondée sur les prix et d'autres facteurs.

Une fois que les céréales sont collectées auprès des acheteurs locaux dans les zones de production, elles sont généralement vendues à un autre intermédiaire. A ce niveau, les commerçants régionaux et nationaux, les groupements villageois et l'OFNACER se livrent concurrence pour obtenir les céréales accumulées. Même les agents locaux recrutés par des commerçants particuliers sont courtisés par d'autres. Les commerçants régionaux et nationaux essaient souvent de surpasser leurs offres mutuelles pour gagner les services de l'agent local.

Dans une région de consommation, afin d'approvisionner la région, les intermédiaires locaux et les groupements villageois doivent acheter des céréales aux gros commerçants, aux commerçants nationaux, voire à l'OFNACER. Quelques régions déficitaires possèdent des circuits de distribution similaires aux relations des agents locaux/collecteurs villageois dans les régions excédentaires. Dans celles-ci, cependant, les commerçants qui vendent des céréales doivent soit les acheter eux-mêmes dans les régions excédentaires soit les acheter aux commerçants régionaux ou nationaux. Comme dans le cas de l'achat aux producteurs, ils se livrent à une concurrence fondée sur les prix et d'autres facteurs.

3.2.3.1 Concurrence fondée sur les prix

Les commerçants qui achètent à des intermédiaires utilisent les prix pour se livrer concurrence sous trois formes différentes:

1. en offrant un prix unitaire supérieur;
2. en acceptant d'utiliser une unité de mesure plus favorable au vendeur;
3. en fournissant les sacs de jute pour les céréales achetées -- à raison de 150 FCFA/pièce (d'occasion).

3.2.3.2 Concurrence non fondée sur les prix

Les commerçants utilisent de nombreux moyens de concurrence pour obtenir les céréales des intermédiaires, notamment: relations et promesses, arrangements financiers, paiement des frais de stockage, fourniture du transport et partage des informations.

- Relations

Comme dans tous les aspects du commerce, les relations entre le commerçant et l'intermédiaire peuvent influencer le choix de l'acheteur par l'intermédiaire. C'est un avantage s'ils appartiennent au même groupe ethnique, au même village ou à la même famille. Comme dans le cas des relations entre le producteur et l'intermédiaire, ces caractéristiques augmentent la confiance. L'intermédiaire cherche également à établir une relation avec un commerçant qui peut lui prêter de l'argent le cas échéant. Les possibilités de crédit assorties de termes de remboursement souples constituent un facteur important dans la sélection d'un acheteur pour ses céréales. Le commerçant peut encourager cette relation avec des cadeaux.

- Arrangement financiers et promesses

Les commerçants qui financent leur propre chaîne d'intermédiaires se disputent les agents locaux en offrant des commissions plus élevées pour les céréales collectées. En plus des honoraires, il arrive que le commerçant promette d'aider l'agent local à lancer sa propre affaire. Il existe une forme de concurrence similaire pour les apprentis qui perçoivent habituellement une forme de salaire et/ou reçoivent une indemnité.

- Transport

Il y a des pénuries saisonnières de transport, en particulier dans les régions excédentaires comme la Volta Noire. Le fait de posséder un camion ou d'avoir les moyens d'en louer un peut donner un avantage compétitif appréciable à un commerçant. Le propriétaire d'un camion a plusieurs avantages: (i) il dispose d'un moyen de transport lorsqu'il en a besoin et ne perd pas de temps à en chercher un; (ii) ses coûts de transport sont moins élevés par sac;[9] (iii) il peut influencer d'autres aspects du commerce, tels que les prix, car il contrôle le transport, ressource essentielle pour les autres commerçants. Il jouit également d'un avantage

---

[9] Le fait de posséder un moyen de transport est risqué en raison du nombre élevé des pannes et des frais de réparation, mais c'est lucratif.

en termes de transport et de proximité des agents et des groupements villageois.

On ne saurait sous-estimer l'importance du transport en termes d'influence dans les autres régions. A Pissila, par exemple, le principal commerçant possède un gros camion. Lorsqu'il se rend dans une autre région pour acheter des céréales, il loue un espace dans son camion aux autres commerçants de Pissila. Il peut imposer son prix de vente à Pissila avec la menace implicite de ne plus offrir une place dans son camion aux commerçants qui ne respectent pas son prix.

Le transport est également un moyen de maintenir une relation avec un agent ou un commerçant local. Le commerçant extérieur peut lui donner une mobylette ou une motocyclette pour faciliter la collecte des céréales. On nous a parlé d'un commerçant qui avait acheté une camionnette pour son coordinateur. Si l'on peut considérer ces aspects comme de simples "outils de commerce", ils sont si utiles aux autres activités qu'ils constituent également des "à-côtés".

- Informations

La possession d'informations à jour sur les conditions du marché est importante pour le commerçant qui entend rester compétitif. Plus il possède d'informations sur les prix ailleurs, mieux il peut déterminer où acheter et à quel prix. Il est naturellement important de connaître le prix payé par ses concurrents. Le commerçant peut utiliser ces informations pour concurrencer les autres commerçants. L'agent local peut utiliser cet instrument pour se donner un avantage dans la bataille pour obtenir les céréales du producteur et pour augmenter sa propre marge par rapport à son client. De bonnes informations sur les conditions d'approvisionnement dans différentes régions, aussi bien temporaires que saisonnières, permettent aux commerçants d'attirer les agents là où les céréales sont plus abondantes, faisant ainsi meilleur usage du temps de leurs agents.

3.2.3.3 Résumé

Parmi les commerçants qui collectent des céréales dans les régions productrices, la concurrence entre les intermédiaires a pour objectif d'obtenir autant de céréales que possible et de maintenir un approvisionnement régulier. Les commerçants s'opposent par le prix et les services d'appui qu'ils offrent.

Les facteurs en jeu dans la concurrence au niveau de la redistribution sont similaires, mais l'accent est mis ailleurs. Les grossistes veulent maintenir un groupe régulier de détaillants qui leur achètent leurs produits et les détaillants veulent une source d'approvisionnement fiable. C'est particulièrement important en cas de pénurie. Les grossistes se font mutuellement concurrence, non seulement au niveau du prix et des services d'appui, mais aussi au niveau de leur aptitude à approvisionner leurs clients. Néanmoins, la concurrence à cette extrémité de la chaîne semble légèrement moins féroce.

3.2.4 Vente aux consommateurs

On achète des céréales pour la consommation dans les régions rurales et urbaines. Les moyens d'attirer les consommateurs sont similaires dans les deux cas. Dans les régions rurales, les céréales sont vendues par les groupements villageois, l'OFNACER, les commerçants régionaux, les agents locaux, les commerçants locaux et les vendeuses. Dans les zones urbaines, la liste des concurrents est la même à l'exception des groupements villageois.

3.2.4.1 Concurrence fondée sur les prix

Le marché de détail est segmenté en fonction de l'unité de vente. Les commerçants qui vendent en sacs et en tines se disputent un groupe de clients, et ceux qui vendent à l'assiette et à la louche se disputent un autre groupe de clients. Chaque segment fait l'objet d'une vive concurrence fondée sur les prix et/ou les mesures.

Bien que les gros achats bénéficient d'un rabais appréciable, de nombreux clients ne peuvent pas se permettre d'acheter un sac ou une tine à la fois. Quoique leurs prix ne soient pas compétitifs, les vendeuses ont une clientèle qui préfère acheter en très faible quantité.

L'OFNACER vend à un prix fixe, qui reste le même dans tout le pays et pendant toute l'année. Il est annoncé en mars lorsque l'OFNACER ouvre ses centres de vente. A cette époque, le prix du marché libre dans quasiment tout le pays est supérieur au prix officiel. L'OFNACER devrait donc avoir un avantage compétitif sur le secteur privé en termes de prix, mais du fait qu'il obéit à des principes politiques plutôt qu'économiques, il ne s'inquiète pas de la compétition. En général, il ne se considère pas comme un concurrent.

Les banques de céréales sont similaires. Elles établissent un prix qui comprend une petite marge par rapport au prix d'achat. Elles ne se disputent pas activement les clients.

La concurrence par les prix est relativement vive, en particulier dans les villes. Puisqu'une grande partie des céréales en vente à un moment donné a été achetée récemment, le prix d'achat influence fortement le prix de vente. Par conséquent, les commerçants qui achètent à des prix inférieurs (y compris les coûts de commercialisation) peuvent offrir des céréales à un prix inférieur et attirer ainsi rapidement les clients. C'est particulièrement important puisqu'il est essentiel pour la majorité des commerçants (notamment ceux qui possèdent un faible capital) d'avoir une rotation des stocks rapide. On nous a dit à Ouagadougou et à Dori, par exemple, que lorsqu'un commerçant offre des céréales à un prix particulièrement bas (parce qu'il a trouvé une source bon marché), les autres détaillants se groupent pour acheter tout son stock et le revendre au prix en vigueur, plutôt que de prendre le risque de lui céder des clients.

Les commerçants ont plusieurs moyens de se concurrencer indirectement sur les prix, en jouant sur les quantités vendues. Afin d'attirer les clients, de nombreux commerçants disent aux consommateurs qu'ils vendent une mesure particulièrement volumineuse ou complète. Les techniques utilisées pour donner l'impression que le sac est entièrement rempli sont bien connues des commerçants. Les vendeuses attirent les clients en leur donnant une cuillerée ou une poignée supplémentaire. A tous les niveaux de commercialisation, il est courant d'attirer les clients par des petits cadeaux monétaires.

3.2.4.2 Concurrence non fondée sur les prix

Les commerçants privés ont plusieurs moyens d'attirer les clients. De toute évidence, ces techniques déterminent également pourquoi les gens achètent ou n'achètent pas à l'OFNACER ou aux banques de céréales. Il s'agit des techniques suivantes: 1) les relations, 2) le crédit, 3) la disponibilité des céréales, 4) la proximité/l'accès, et 5) la qualité des céréales.

- Relations

Les relations entre le commerçant et le consommateur sont importantes pour attirer les clients. Cet aspect est particulièrement important à cause des besoins éventuels de crédit des clients -- pour acheter des céréales ou

obtenir des fonds à d'autres fins. Plus la relation est étroite, plus un client aura de chances d'obtenir le crédit qu'il demande.

- Crédit

De tous les moyens de compétition non fondés sur les prix, c'est le plus souvent mentionné par les consommateurs, en particulier dans les zones urbaines. C'est une pratique très courante chez les commerçants de vendre des céréales à crédit aux consommateurs. Les consommateurs qui touchent un salaire mensuel ont souvent une ligne de crédit renouvelable avec leur fournisseur. Le prix n'est pas nécessairement le même pour les céréales achetées à crédit et celles payées comptant.

Les commerçants qui traitent avec les consommateurs ruraux se concurrencent également en offrant des possibilités de crédit, bien qu'ils aient moins de chances de recouvrer leurs fonds. Ceux qui peuvent offrir du crédit ont généralement une clientèle plus nombreuse.

- Disponibilité des céréales

Il se produit des pénuries saisonnières et occasionnelles de céréales. Les consommateurs préfèrent acheter à des commerçants qui ont plus de chances d'avoir des céréales toute l'année et lorsque les autres commerçants sont en rupture de stock, et établir des relations commerciales avec eux. L'importance de ce facteur procure un avantage comparatif aux commerçants qui possèdent une base financière plus importante.

- Proximité/accès aux moyens de transport

De même que pour les commerçants qui achètent aux producteurs, ceux qui vendent aux consommateurs cherchent également à être mieux placés que les autres. Plus le commerçant est près du consommateur, plus la distance à parcourir est courte. Ce point est important à cause des délais et des coûts de transport. C'est pourquoi les commerçants ont tendance à se concurrencer dans un certain rayon. Par exemple, les vendeuses se concurrencent sur le marché ou dans les environs immédiats. Plus l'unité de vente est importante, plus la zone de concurrence est étendue.

Certains commerçants, qui vendent par sacs, peuvent offrir la livraison pour attirer les clients. Cela épargne le coût de location d'une charrette, d'un taxi ou d'un autre moyen de transport aux clients dépourvus de véhicule.

- Qualité

La qualité des céréales varie selon la région dans lesquelles on les cultive (sol et semences), ainsi que la durée et la qualité du stockage. Certains consommateurs préfèrent le goût des céréales d'une certaine région à celui d'une autre. Il est clair qu'ils préfèrent acheter aux commerçants qui achètent dans la région en question ou avoir un fournisseur qui achète là. De l'avis général, l'OFNACER vend des céréales de qualité inférieure.[10] Cependant, très peu de consommateurs ont indiqué qu'ils choisissaient un commerçant plutôt qu'un autre en fonction de la qualité de ses produits.

3.2.4.3 Résumé

Il existe deux segments de marché différents pour vendre les céréales aux consommateurs: la vente en petites quantités, quelques assiettes ou louches, et la vente par sac ou lot de sacs. La concurrence est assez forte dans chaque segment, en particulier dans les zones urbaines. Les moyens de concurrence non fondés sur les prix sont très importants. Pour les gros achats notamment, la possibilité d'acheter à crédit est un facteur essentiel. Les autres facteurs tels que la disponibilité future des céréales et la proximité du commerçant sont également importants.

---

[10] C'est vrai en ce qui concerne les céréales que l'OFNACER reçoit à titre d'aide alimentaire et revend. Ce n'est généralement pas vrai pour les céréales achetées localement, bien que les céréales locales se gâtent parfois pendant le stockage et soient vendues à des prix libéraux.

3.3 COLLUSION

3.3.1 Par les intermédiaires

La section précédente examine les nombreuses façons dont les commerçants se concurrencent à tous les niveaux de commercialisation. Cela ne signifie pas que les marchés sont entièrement compétitifs. Les recherches menées par Dejou et Saul (Volumes II et IV) indiquent que les intermédiaires passent des accords de collusion. Les commerçants sont conscients que la concurrence est féroce sur le marché céréalier, en particulier dans les régions excédentaires. Ils tentent de limiter l'effet de cette compétition en convenant des prix d'achat maximum à verser aux producteurs et des prix de vente minimum à faire payer aux consommateurs. Il est généralement difficile de contrôler les deux aspects du commerce. A cause de ce comportement, la concurrence du marché est axée sur d'autres facteurs que le prix. Il se conclut naturellement des accords secrets dans lesquels le prix joue un rôle important. Les associations de commerçants, structurées et non structurées, sont les principaux groupes qui interviennent dans ce genre de collusion.

Les gros commerçants des grandes villes sont organisés en associations. Les grossistes de céréales sont un sous-groupe appartenant à l'association des gros commerçants, de même que les petits commerçants et les détaillants. Les grossistes sont un groupe très important dans le pays, qui a fait opposition à de nombreuses décisions gouvernementales. L'Association des marchands de céréales de Ouagadougou envoie un représentant à la commission gouvernementale qui fixe les prix officiels des céréales. Lorsque le gouvernement veut acheter une grosse quantité de céréales pour l'OFNACER, il contacte l'association plutôt que de traiter avec les fournisseurs indépendants.

D'après les recherches de Saul, l'une des fonctions principales, quoique non officielles, des associations de marchands de céréales de Ouagadougou est de fixer un prix maximum versé par les commerçants privés aux producteurs. Un comité exécutif se réunit juste avant la récolte pour arrêter un prix de départ à offrir pour la nouvelle récolte. Ils se réunissent ensuite pendant l'année pour modifier le prix à mesure que la saison avance et que les céréales se font rares. Bien que ces accords soient parfois moins formels dans d'autres régions, c'est un accord officiel

à Bobo-Dioulasso, avec des textes documentant les décisions et spécifiant le montant des amendes pour ceux qui ne respectent pas les conventions. D'après l'un des anciens présidents, les amendes sont relativement importantes: 10.000 FCFA pour la première infraction, 20.000 FCFA pour une récidive. Pour les très grosses quantités, on ajoute une amende supplémentaire calculée par kilogramme. Ces amendes constituent l'une des principales sources de revenu de l'association. L'accord sert à empêcher les petits commerçants d'augmenter leur part de marché de la manière la moins coûteuse possible, en versant des prix plus élevés aux producteurs. Il est clair d'après la taille des sanctions que les gros commerçants estiment qu'ils ont d'importants intérêts à protéger. L'observation des règles par les petits commerçants tient en partie à leur dépendance à l'égard des gros commerçants.[11]

Cette forme de collusion existe également au niveau régional. A Manga, Sherman a constaté que les gros commerçants se réunissent le matin du jour de marché pour déterminer le prix auquel ils vont acheter aux producteurs qui viennent vendre au marché. La sanction dans ce cas consistait à forcer le commerçant à revendre les céréales à leur prix d'achat. Bien que l'accord soit moins formel et les sanctions moins sévères, l'effet était le même: limiter les négociations compétitives sur les prix.

Les commerçants ont commenté qu'en 1984/85, à cause de la récolte désastreuse, le marché est devenu totalement anarchique et ces accords ont été rompus. Il n'est pas surprenant que ce système de cartel ne fonctionne plus à mesure que la concurrence pour obtenir des céréales s'intensifie même entre les gros commerçants. Il est intéressant de noter que lorsque les céréales sont particulièrement difficiles à trouver, et donc chères, de nombreux petits commerçants sont incapables de rester compétitifs (principalement par manque de capital). Il est alors moins important de contrôler la part de marché des petits commerçants.

Un autre type d'entente observée par l'équipe de recherche se produit entre les commerçants qui se déplacent d'une région à une autre pour acheter des céréales. Saul cite l'exemple des commerçants qui vont de Ouagadougou à

---

[11] Comme le remarque Saul, les commerçants ne condamnent pas la fixation des prix. En fait, la fixation des prix officiels leur fournit un modèle. Qui plus est, du fait que la population urbaine semble se soucier principalement des prix à la consommation, on tire même une certaine fierté de leurs actes.

Guéléoungo. Ils arrivent généralement à Guéléoungo la veille au soir du marché. Sur la base des informations qu'ils ont recueillies sur le conditions commerciales locales et les prix en vigueur à Ouagadougou, ils discutent et décident du prix maximum qu'ils sont prêts à payer pour acheter les céréales qui arrivent au marché. Le propriétaire du véhicule a souvent une grosse influence dans le groupe. Une sanction potentielle est d'empêcher le commerçant qui ne respecte pas ce prix de charger ses céréales sur le camion pour le trajet du retour.

Nous avons entendu parler d'accords similaires parmi les commerçants de Ouahigouya qui achètent dans la région de la Volta Noire et ceux qui viennent de Pissala et de Kaya. Dans les bassins hydrographiques, où des commerçants de différentes régions se disputent les mêmes céréales, les divers groupes se battent sur le prix. Dans les régions qui ont des excédents moins importants, ou qui sont plus difficiles d'accès, un groupe de commerçants peut se trouver dans une situation d'oligopsonie.

Nous n'avons pas entendu parler d'ententes au niveau de la vente aux consommateurs. L'exemple cité plus haut, celui des commerçants de Ouagadougou qui se groupent pour acheter tout le stock d'un commerçant vendant à un prix inférieur au prix en vigueur, indique cependant que les détaillants urbains tentent également de contrôler les prix de vente au consommateur.-

3.3.2 Par les producteurs et les consommateurs

Les producteurs et les consommateurs agissent généralement en tant qu'individus lorsqu'ils achètent des céréales. A ce titre, ils n'ont aucun pouvoir particulier sur le marché. Mais lorsqu'ils peuvent coordonner leurs activités et agir ensemble, ils peuvent constituer une force efficace au marché. Par exemple, des commerçants nous ont parlé d'un incident qui s'est produit il y a plusieurs années lorsque les producteurs de Manga ont décidé que le prix des céréales était trop faible. Ils ont décidé collectivement de ne pas vendre avant que le prix n'augmente. Ceux qui avaient prévu de vendre ont remporté leurs céréales chez eux le soir. Le lendemain matin, le prix avait augmenté à un niveau acceptable.

En réponse aux déficits chroniques et aux prix prohibitifs des céréales dans les régions du Sahel et du Yatenga, les groupements villageois se sont organisés en groupements d'achat. Certains groupements achètent aux groupements villageois dans le Sud-Ouest, d'autres aux commerçants de

Ouagadougou ou de Bobo-Dioulasso. Ils doivent négocier l'achat d'un grand nombre de sacs et organiser leur transport. A Mené, le groupement villageois a négocié un gros achat à l'OFNACER. Afin d'assurer le transport, ils ont convenu de partager l'expédition avec un commerçant local qui acceptait de fournir un camion.

En 1983/84, divers groupements villageois sahéliens ont fait plusieurs voyages à Ouagadougou pour acheter à des commerçants de la ville. Pour 1984/85, ils ont prévu de travailler directement avec certains groupements du Sud-Ouest. Les organisateurs communautaires aident les groupements du Yatenga à établir des relations avec les groupements du Sud-Ouest. Les commerçants considèrent que ces relations sont plus dangereuses que l'OFNACER -- peut-être à juste titre, puisqu'elles établissent des liens de solidarité et améliorent les compétences des uns et des autres.

Bien que ces groupements soient particulièrement dynamiques dans le Yatenga et se développent ailleurs, ils ont encore très peu d'influence sur le commerce céréalier dans l'ensemble du Burkina Faso.

3.4 COORDINATION VERTICALE

Pour acheminer les céréales des producteurs vers les consommateurs, les activités des participants du marché aux divers échelons de la chaîne de commercialisation doivent être coordonnées. Le processus de coordination est influencé par les marchés, les accords privés, l'intégration verticale, les coopératives, les associations négociatrices, les commandes du marché, les systèmes d'information, les services de transport, les services de crédit, les programmes gouvernementaux, les pratiques commerciales et les associations commerciales. Dans un sous-secteur comme le marché céréalier au Burkina Faso, où les activités sont liées par les marchés, les prix au marché constituent le principal mécanisme de coordination en raison des incitations qu'ils représentent. Dans un environnement complexe et imparfait comme le Burkina Faso, la coordination peut s'avérer être un processus complexe, difficile et risqué.

Chaque participant cherche à minimiser ses risques et à maximiser ses possibilités de gain dans le processus d'échange. C'est au niveau des accords ponctuels libres, opposant les marchandeurs de la manière la plus équitable possible, que la coordination est la moins bien orchestrée. Ces accords sont aussi les plus risqués car ils n'assurent même pas qu'un marchand aura-quelqu'un avec qui échanger ses produits. A l'autre extrême, l'arrangement le moins risqué consiste à assurer un approvisionnement régulier en contrôlant toute la chaîne de distribution, du producteur au consommateur -- par un processus totalement prédéterminé qui ne laisse rien aux mécanismes du marché.

Les commerçants qui financent leur propre chaîne d'intermédiaires cherchent à atténuer certains risques du commerce céréalier. La coordination entre les intermédiaires qui travaillent pour le même commerçant national ou régional est le mécanisme le plus simple et le plus automatique. Les accords définissant les termes du transfert (commissions, salaires, etc.) sont généralement négociés lorsque l'argent est distribué aux agents chargés d'acheter. Quelqu'un est chargé de coordonner les arrangements de transport. Comme on l'a mentionné plus haut, cependant, ces accords ne sont pas toujours respectés. Un autre commerçant peut négocier un accord ponctuel avec l'agent villageois d'un autre commerçant pour acheter ses céréales.

La plupart des activités de commercialisation sont néanmoins coordonnées par les prix au marché. Les contrats les plus courants sont les accords ponctuels où les termes de l'échange sont négociés au moment de l'échange. On nous a parlé de commerçants qui négociaient des contrats à terme dans les zones de surplus, mais c'est rare en raison du manque de confiance et de l'instabilité du marché. La plupart des commerçants qui ne financent pas leur propre chaîne n'ont pas les fonds nécessaires pour passer des contrats à terme.

Dans la Volta Noire, où les commerçants de différentes régions se concurrençaient, il semble que la quantité de capitaux à la disposition d'un groupe de commerçants à un moment donné influence l'évolution des prix et la direction des échanges. Puisque les commerçants de Ouahigouya peuvent vendre leurs céréales au prix le plus élevé par rapport à leurs concurrents, ils sont en mesure d'offrir le prix maximum aux producteurs et aux intermédiaires locaux. Une fois qu'ils ont épuisé leurs fonds, le prix tombe et les commerçants des autres régions comme Pissila et Kaya peuvent alors acheter. Ces commerçants doivent souvent attendre plusieurs jours avant de pouvoir acheter et accumuler assez de marchandises pour remplir leurs camions.

Un autre arrangement intéressant, quoique peu répandu, concerne les accords de métayage entre les fonctionnaires de Ouagadougou et Bobo-Dioulasso et les agriculteurs qui cultivent leurs terres. Le propriétaire foncier reçoit une portion négociée de la production en échange de l'utilisation des terres.

La coordination est influencée par des accords commerciaux spécifiques et par la structure du marché, les associations commerciales de même que les services d'appui et de commercialisation (publics et privés). Dans un sous-secteur comme le marché des céréales du Burkina Faso, où les activités d'échange et d'appui sont liées par les marchés, les prix constituent le principal mécanisme de coordination par les incitations et les signaux commerciaux qu'ils comportent.

3.5 FORMATION DES PRIX

Les sections précédentes soulignent l'importance des prix pour comprendre la dynamique du marché. Les marchés sont dynamiques. Les prix sont des clichés du marché pour un produit donné à un moment et à un endroit donnés. Ils résument les conditions de l'offre et de la demande ainsi que le pouvoir commercial relatif des différents participants. Dans un système d'échange qui fonctionne par l'intermédiaire des marchés, les prix sont les indicateurs signalant comment les producteurs, les commerçants et les consommateurs réagissent lorsqu'ils prennent leurs décisions commerciales. Ils représentent le principal moyen de coordination entre les activités commerciales des multiples participants individuels.

La relation entre les prix au marché, d'une part, et les coûts de production et de commercialisation, d'autre part, indique avec quelle efficacité le marché distribue les ressources entre leurs diverses utilisations. Une analyse des prix, conjuguée à une analyse du comportement des participants au marché, permet d'éclairer les domaines où le marché ne fonctionne pas le mieux possible et d'indiquer les moyens de fonctionnement efficaces du marché.

Les facteurs qui influencent les prix des céréales sont similaires à travers le pays. Les commerçants de toutes régions citent les coûts de transport et les prix dans les marchés voisins comme étant les principaux facteur qui déterminent les prix locaux.

Avant et pendant la récolte, les principaux commerçants qui achètent dans les régions excédentaires parcourent ces régions pour déterminer la qualité de la récolte. A partir de ces informations, ils déterminent les prix qu'ils offriront aux producteurs dans certains marchés. Comme mentionné au début de ce chapitre, les membres des associations commerciales urbaines examinent les conditions du marché et déterminent quel prix faire payer par les consommateurs et combien offrir aux producteurs. Ces commerçants envoient alors leurs équipes dans les zones rurales pour acheter.

Les informations sur les prix dans les régions voisines sont communiquées rapidement et facilement. Un commerçant dans une région rurale fixe ses prix en fonction des prix dans les marchés voisins et des coûts de transport entre eux. Conscients de la menace de l'arbitrage et des risques

de concurrence de la part des marchés voisins, tous les commerçants ajustent leurs prix en conséquence.

Les prix d'achat au producteur sont généralement plus élevés le jour du marché à cause de l'arrivée des commerçants. Une fois qu'ils ont atteint un certain niveau, il peut être difficile aux commerçants locaux de payer des prix inférieurs après le départ de leurs concurrents. C'est une des raisons pour lesquelles les commerçants de la région de Manga ont négocié un monopsone sur le commerce de détail. Les commerçants de Manga achètent directement aux cultivateurs locaux et les assembleurs de Ouagadougou et d'ailleurs leur achètent leurs produits. Ainsi, les commerçants locaux déterminent le prix de détail -- en se fondant naturellement sur le prix de gros et les coûts de transport et de commercialisation.

Les prix de vente des céréales au consommateur sont basés sur le prix d'achat et les coûts au détail. Le prix d'une céréale dans un marché (ou une région) particulier dépend donc étroitement du prix d'achat au producteur dans la ou les régions d'approvisionnement.

Pareillement, le prix auquel les grossistes achètent dans les régions excédentaires dépend des prix auxquels ils peuvent vendre ainsi que des coûts de transport et de commercialisation associés. Le prix de gros sur les marchés de consommation et de transit dépend des coûts d'approvisionnement.

A tous les niveaux de transaction, les intermédiaires introduisent une marge bénéficiaire dans le prix, qui dépend de leur part de marché et de la menace de la concurrence. De toute évidence, le commerçant qui est seul à vendre dans une région peut intégrer une marge unitaire plus élevée (rentes du monopole/monopsone) que le commerçant qui se trouve en étroite concurrence avec d'autres.

En raison du rythme du cycle agricole, différents facteurs influencent les changements de prix pendant l'année. Dans les régions qui fournissent des céréales toute l'année, les prix sont plus fortement influencés par ceux des régions qui absorbent les céréales. Pareillement, dans une région déficitaire, où la demande de consommation domine l'activité commerciale, les prix sont surtout influencés par les prix d'achat au producteur dans la région d'approvisionnement.

De nombreuses régions qui sont des zones d'approvisionnement juste après la récolte deviennent des zones de demande à la fin de l'année. (Voir

les mouvements de retour sur la carte des mouvements de céréales, Carte 2.3.). Lorsque les céréales quittent la région, les prix d'achat au producteur sont influencés par les prix dans les zones de réception, par les coûts de transport et par les prix d'achat au producteur dans les régions voisines. Plus tard dans l'année, lorsque la demande des consommateurs domine le marché, les prix sont lourdement influencés par le prix d'achat à la production dans la région d'approvisionnement ou dans le marché de transit où les céréales sont achetées.

Dans les régions où l'OFNACER achète ou vend, les prix au marché sont également influencés par les prix officiels, lorsque l'OFNACER exerce une force sur le marché. La présence de l'OFNACER a presque toujours pour effet de pousser à la baisse les prix de vente au consommateur. L'effet des prix officiels d'achat au producteur est mixte. Lorsque les groupements villageois et les agents de l'OFNACER achètent pour l'OFNACER, l'existence des prix officiels d'achat au producteur a tendance à faire monter les prix au producteur. Lorsque les commeçants achètent pour l'OFNACER, cependant, il peut se produire l'effet contraire -- encourager la baisse des prix d'achat au producteur. Du fait que les commerçants perçoivent le même prix officiel par unité en tant que producteurs, afin de réaliser un profit, ils doivent payer aux producteurs un prix inférieur au prix officiel.

Les facteurs qui influencent les prix forment une sorte de cercle vicieux. Plus les signaux donnés par les prix sont transmis efficacement et moins il y a d'obstacles à leur fonctionnement, plus les effets sont circulaires. C'est naturellement la raison pour laquelle on encourage des échanges véritablement "libres".

3.6 PERFORMANCE DU MARCHE

Nous avons mentionné au Chapitre 1 les éléments nécessaires au bon fonctionnement d'un système de commercialisation, à savoir:

1. distribution des produits au moindre coût;

2. mouvement des denrées des producteurs qui désirent vendre vers les consommateurs qui désirent acheter, avec une marge commerciale compatible avec un coût minimum de manutention et de distribution;

3. des prix d'achat au producteur qui reflètent la volonté des consommateurs de payer et des prix de vente au consommateur qui traduisent les coûts de production réels;

4. le système aide à atteindre les objectifs économiques et sociaux du pays.

Il est difficile d'evaluer le degre auquel ces éléments sont présents dans le système de commercialistion au Burkina Faso. Dans cette section, nous considérons trois principaux indicateurs de la performance du marché: intégration des marchés, marges commerciales et fluctuations saisonnières des prix.

3.6.1 Intégration des marchés

La libre circulation des marchandises entre les marchés et les régions en réponse aux conditions variables de l'offre et de la demande est essentielle au bon fonctionnement d'un système de commercialisation. Lorsqu'il y a libre circulation des marchandises, on considère que les marchés sont parfaitement intégrés. Les marchés A et B sont intégrés lorsqu'une hausse du prix dans le marché A, qui fait que la différence entre les prix (des mêmes produits) dans les deux marchés est supérieure aux coûts de transfert, fait circuler les produits vers le marché A, qui fait à son tour baisser le prix dans A et monter le prix dans B, de sorte que l'écart de prix devient inférieur ou égal aux coûts de transfert. En examinant l'intégration des marchés dans l'espace, on se pose la question suivante: dans quelle mesure les marchés du Burkina Faso sont-ils intégrés? Les commerçants et les autres participants au marché répondent-ils aux signaux donnés par les prix?

> L'analyse des prix constitue une approche indirecte pour déterminer l'efficacité du marché. Les systèmes de commercialisation efficaces sont caractérisés par un haut degré d'intégration des prix -- des mouvements étroitement corrélés de séries de prix interdépendants -- dans l'espace, la forme et le temps. Dans une économie de marché efficace, l'intégration des

> prix est causée par arbitrage. Dans ces économies de marché, les participants réagissent lorsqu'ils remarquent que les prix dans les deux marchés sont suffisamment différents pour réaliser des profits en achetant sur le marché à bas prix et en vendant sur le marché à prix élevé. Si la concurrence persiste et si suffisamment de commerçants réagissent ainsi, l'écart de prix anormal disparaît parce que l'approvisionnement diminue sur le marché à bas prix, exerçant une pression à la hausse sur les prix, et l'approvisionnement sur le marché à prix élevé augmente, faisant tomber les prix. Par conséquent, les prix dans tous les marchés efficaces sont reliés par les décisions d'arbitrage des commerçants, et les différences de prix devraient refléter uniquement les coûts normaux. Cependant, l'anticipation des futurs niveaux de prix constitue un élément important de la formation des prix. Du fait que les futurs prix sont incertains, les commerçants courent des risques lorsqu'ils stockent des produits et les coûts du risque sont également inclus dans les marges commerciales. L'analyse des marges commerciales comporte des comparaisons statistiques de paires de séries de prix qui devraient être reliés par le système de commercialisation, et elle s'applique aux marchés reliés (espace), aux degrés de transformation des produits (forme) et aux périodes de stockage (temps). En utilisant les données de prix pour déterminer le degré de corrélation dans les mouvements de prix, il est essentiel de définir exactement le niveau dans la chaîne de commercialisation auquel les prix s'appliquent.
>
> (Timmer et. al., 1983, p.170)

Afin d'analyser l'intégration des marchés le plus rigoureusement possible, on a besoin d'une série complète de prix mensuels ou hebdomadaires de manière à disposer d'une unité de mesure homogène pour les divers marchés du pays et pour le plus grand nombre d'années possible. Ces statistiques sont malheureusement inexistantes au Burkina Faso. Il est donc extrêmement difficile de répondre à ces questions. Nous avons pu obtenir des prix mensuels (ou hebdomadaires) pour le sorgho blanc, le petit mil et le maïs pour différentes unités de mesure (sac, tine et kilogramme), selon le marché. Ces séries de prix présentent cependant plusieurs problèmes.[12] Premièrement, elles proviennent de sources différentes, qui ont chacune une méthode de relevé différente. Deuxièmement, elles portent au maximum sur deux années, 1982/83 et 1983/84. Troisièmement, les séries mensuelles sont incomplètes pour de nombreux marchés. Enfin, les prix sont souvent enregistrés pour une unité de volume qui varie dans le temps et dans l'espace; les prix ne représentent donc pas nécessairement le prix du même

---

[12] Voir l'Annexe G sur les prix où l'on examine en détail qui les relève, comment ils sont relevés et quels sont les problèmes de comparaison.

poids. Néanmoins, ce sont les seules données dont on dispose et il est possible d'effectuer quelques analyses moyennant certaines réserves.

Afin d'éviter un mauvais emploi des données, nous devons nous concentrer sur l'intégration des marchés dans l'espace, avec seulement un brève discussion des fluctuations saisonnières de prix. Deux questions présentent un intérêt particulier:

1. Quel est le degré d'intégration des marchés au sein d'une région donnée?

2. Quel est le degré d'intégration des marchés qui effectuent des transactions?

Si les prix sont étroitement corrélés, nous pouvons tirer l'une des trois conclusions suivantes: i) les obstacles aux échanges sont trop faibles pour empêcher les producteurs et les commerçants de réagir aux signaux donnés par les prix;[13] ii) les prix sont très stables et changent très peu, iii) il existe un monopole ou un contrôle efficace des prix par le gouvernement sans qu'il y ait nécessairement une relation commerciale entre les villes.

Nous avons calculé les coefficients pour les prix des quatre principales céréales, pour quatre unités de volume (sac, tine et kilogramme) pour les mois d'octobre 1983 à septembre 1984. Nous avons préservé la distinction entre les prix des diverses unités de mesure au lieu de combiner les séries de prix.[14] Les résultats sont présentés aux Tableaux H.1 - H.11 (Annexe H). Certains coefficients de corrélation sont reproduits dans cette section.

Dans l'ensemble, nous observons que les prix du sorgho blanc sont le plus étroitement corrélés et ceux du maïs les moins corrélés. Le sorgho blanc fait l'objet du plus gros volume de transaction, suivi du petit mil, du sorgho rouge et du maïs. On observe naturellement d'importantes variations régionales. Les corrélations de prix reflètent généralement ces différences.

---

[13] Le cas échéant, nous ne pouvons pas conclure que tout marché individuel est concurrentiel, mais plutôt qu'il existe une concurrence réelle entre les marchés de la région en question.

[14] En raison de l'importance des rabais sur quantité, il serait incorrect de ramener le prix d'une tine ou d'une assiette au prix comparable d'un sac.

Les marges commerciales sont une autre indication de l'intégration dans l'espace, de l'efficacité de la transmission des signaux donnés par les prix et du pouvoir monopolistique relatif des commerçants à différents échelons de la chaîne de commercialisation. Dans les études régionales, les marges sont présentées pour de nombreux marchés dans chaque région. Dans cette section, nous examinerons les marges commerciales pour certains grands axes commerciaux.

3.6.1.1 Intégration au sein des régions

Les échanges intrarégionaux se situent essentiellement au niveau du commerce de détail. Il y a très peu de transactions en gros ou en vrac d'un marché à un autre au sein d'une même région. Par conséquent, les coefficients de corrélation pour les prix au sein de la région indiquent le degré auquel les forces d'un marché sont transmises à un autre marché, même si nous savons qu'il ne se produit aucun échange entre ces marchés (mais les possibilités d'échange existent toujours).

Les Tableaux 3.3 et 3.4 montrent les corrélations de prix pour certains groupes de marchés pour des sacs de 100 kilos de petit mil et de sorgho blanc respectivement. En général, on observe une forte corrélation entre les marchés situés dans une même région. Les écarts types pour les prix des sacs et des tines sont suffisamment élevés pour éliminer la conclusion que les fortes corrélations proviennent de la stabilité des prix. La connaissance du système de commercialisation suggère que les contrôles des prix par l'Etat ne constituent pas non plus une explication. Nous pouvons donc conclure que soit les signaux donnés par les prix sont transmis et pris en compte, soit il existe un véritable monopole. D'après nos enquêtes de reconnaisance rapide, nous savons que, s'il existe un certain degré de collusion dans de nombreux marchés, il n'y a pas de monopole véritable dans la plupart des marchés des régions incluses dans notre analyse. (Des détails régionaux sont fournis au Volume II.) Nous pouvons donc conclure qu'à l'intérieur d'une même région, les signaux donnés par les prix sont transmis et pris en compte.

Dans la région de la Volta Noire, les prix sont étroitement corrélés pour le petit mil et le sorgho. C'est assurément dû à la vive concurrence qui existe au niveau de l'achat des céréales. Les prix du petit mil à Kouka sont la seule aberration, explicable en partie par le faible nombre d'observations. Les résultats sont similaires pour les prix dans le Centre-

TABLEAU 3.3

COEFFICIENTS DECORRELATION INTRA-REGIONALE POUR LES PRIX CONSTANTS DU PETIT MIL CORRESPONDANT A UN SAC DE 100 KG

	Dédougou	Tougan	Nouna	Djibasso	Kouka	Solenzo	Tchériba	Safané	TankoJogo	Garango
Dédougou				1						
Tougan	,92 (,00) N=10									
Nouna	,95 (,00) N=10	,89 (,00) N=10								
Djibasso	,93 (,00) N=8	,80 (,.2) N=8	,78 (,02) N=8							
Kouka	-,56 (,44) N=4	,36 (,64) N=4	-,22 (,78) N=4	N=3						
Solenzo	,97 (,00) N=9	,85 (,00) N=9	,93 (,00) N=9	,88 (,00) N=8	N=3					
Tchériba	,90 (,00) N=10	,90 (,00) N=10	,88 (,00) N=10	,98 (,00) N=8	-,67 (,33) N=4	,91 (,00) N=9				
Safané	,90 (,00) N=10	,90 (,00) N=10	,88 (,00) N=10	,98 (,00) N=8	-,67 (,33) N=4	,91 (,00) N=9	1,0 (,00) N=10			
Gaoua	,44 (,56) N=4	,38 (,62) N=4	,39 (,61) N=4	N=3	N=2	N=3	,12 (,88) N=4	,12 (,88) N=4		
Garango									,97 (,03) N=4	
Ouaga Mean									,63 (,25) N=5	,83 (,17) N=4

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 3.4

COEFFICIENTS DE CORRELATION INTRA-REGIONALE POUR LES PRIX CONSTANTS DU SORGHO BLANC CORRESPONDANT A UN SAC DE 100 KG

1 de 2

	Dédougou	Tougan	Nouna	Djibasso	Solenzo	Tchériba	Safané	Dano	Diébougou	Batié	Dissin
Dédougou											
Tougan	,89 (,00) N=9										
Nouna	,83 (,01) N=9	,74 (,02) N=9									
Djibasso	,93 (,00) N=9	,75 (,02) N=9	,85 (,00) N=9								
Solenzo	,93 (,00) N=10	,72 (,03) N=9	,92 (,00) N=9	,94 (,00) N=9							
Tcnériba	,85 (,00) N=9	,56 (,12) N=9	,68 (,04) N=9	,93 (,00) N=9	,85 (,00) N=9						
Safané	,94 (,00) N=9	,72 (,03) N=9	,75 (,02) N=9	,98 (,00) N=9	,92 (,00) N=9	,98 (,00) N=10					
Dano							,97 (,00) N=6				
Diébougou							,48 (,34) N=6	,39 (,44) N=6			
Batié							,86 (,01) N=7	,37 (,47) N=6	,36 (,48) N=6		
Dissin							,85 (,03) N=6	,58 (,30) N=5	,56 (,33) N=5	,92 (,01) N=6	

TABLEAU 3.4 (suite)

	N'Dorola	Aribinda	Dori	Sebbá	Djibo	Koudougou	Koupéla	Tenkodogo	Zorgo	Garango
N'Dorola										
Aribinda	,58 (,23) N=6									
Dori	-,10 (,85) N=6	,58 (,22) N=6								
Sebba	,33 (,52) N=6	,88 (,01) N=7	,69 (,13) N=6							
Djibo	-,38 (,62) N=4	-,39 (,52) N=5	1,0 (,00) N=4	,06 (,92) N=5						
Koudougou										
Koupéla										
Tenkodogo							,34 (,45) N=7			
Zorgo							N=3	N=3		
Garango							-,14 (,79) N=6	,81 (,05) N=6	N=3	
Zabré							-,15 (,80) N=5	,74 (,16) N=5	N=3	,79 (,11) N=5

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

Est, Koupéla constituant l'aberration, qui s'explique en partie par la faible taille du marché du sorgho blanc et du mil à Koupéla, où le sorgho rouge est la principale denrée commercialisée.

La région de Bougouriba a également donné des résultats mixtes. Certains marchés sont bien corrélés, d'autres probablement pas, en raison de l'étroitesse du marché du petit mil et du sorgho blanc. Dans cette région, le maïs est la principale denrée. Ces corrélations (Tableaux H.6 et H.8) montrent un haut degré d'intégration.

Les prix sont moins bien corrélés dans la région du Sahel (sorgho blanc) en partie à cause des plus longues distances (coûts de transport supérieurs) et de la préférence pour le petit mil par rapport au sorgho.

Pour les autres régions, nous ne connaissons pas assez de prix pour tirer des conclusions. Un autre schéma intéressant, quoique non surprenant, se dégage. Dans les régions déficitaires, les corrélations, même lorsqu'elles sont étroites, ne sont pas aussi élevées que dans les régions excédentaires. Cela peut s'expliquer par le fait que les échanges sont généralement moins importants dans ces régions. Nous savons également qu'il y a moins de commerçants dans ces régions et que les marchés céréaliers ne semblent pas fonctionner aussi bien.

Dans les régions à gros excédents comme la Volta Noire et Bougouriba, qui comptent de nombreux commerçants et où le commerce est très actif, on observe des corrélations très étroites entre les marchés. Nous pouvons conclure que les marchés fonctionnent bien dans ces régions.

Il est également important de noter que la corrélation des prix entre les marchés d'une région légèrement plus étendue n'est souvent pas très bonne. Ce n'est pas surprenant, puisque nous savons qu'il y a généralement peu d'échanges entre les marchés faiblement corrélés.

3.6.1.2 Intégration entre les régions/commerce à longue distance

Pour étudier l'intégration des marchés séparés par des distances plus importantes, nous analysons les corrélations entre les marchés situés sur certains axes commerciaux. Les Tableaux 3.5 et 3.6 montrent les coefficients de corrélation interrégionale pour le petit mil et le sorgho respectivement. Il est difficile de généraliser pour les différentes cultures. Il n'est pas surprenant que les corrélations interrégionales soient beaucoup plus faibles dans l'ensemble que les corrélations

TABLEAU 3.5

COEFFICIENTS DE CORRELATION INTRA-REGIONALE POUR LES PRIX CONSTANTS DU PETIT MIL CORRESPONDANT A UN SAC DE 100 KG

	Korsimoro	N'Dorola	Tenkodogo	Garango	Dédougou	Tougan	Nouna	Djibasso	Gaoua
Korsimoro					,98 (,00) N=6	,96 (,00) N=6	,96 (,00) N=6	,79 (,11) N=5	
Ouaga Mean	,71 (,12) N=6		,63 (,25) N=5	,83 (,17) N=4	,44 (,24) N=9	,57 (,11) N=9	,43 (,25) N=9		,83 (,17) N=4
Bobo Mean		,89 (,01) N=7			,36 (,30) N=10	,22 (,55) N=10	,29 (,42) N=10	-,07 (,86) N=8	,44 (,56) N=4

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 3.6

COEFFICIENTS DE CORRELATION INTRA-REGIONALE POUR LES PRIX CONSTANTS DU SORGHO BLANC CORRESPONDANT A UN SAC DE 100 KG

	Dédougou	Tougan	Nouna	Djibasso	Solenzo	Tchériba	Safané	Dano	Diébougou	Tougouri	Korsimoro
Tougouri	,51 (,31) N=6	,27 (,66) N=5	-,06 (,92) N=5	,59 (,30) N=5	,35 (,49) N=6	,71 (,18) N=5	,73 (,16) N=5				
Korsimoro	,76 (,08) N=6	,74 (,09) N=6	,64 (,17) N=6	,59 (,22) N=6	,79 (,06) N=6	,37 (,47) N=6	,69 (,13) N=6				
Ouaga Mean 100	,17 (,65) N=9	,51 (,20) N=8	,26 (,26) N=8							,54 (,35) N=5	,45 (,37) N=6
Bobo Mean 200	,57 (,09) N=10	,81 (,01) N=9	,60 (,86) N=9	,53 (,14) N=9	,48 (,17) N=10	,67 (,03) N=10	,74 (,01) N=10	,79 (,06) N=6	,75 (,09) N=6		

	N'Dorola	Aribinda	Dori	Sebba	Djibo	Koudougou	Koupéla	Tenkodogo	Ouaga Mean	Bobo Mean
Ouaga Mean		,83 (,02) N=7	,08 (,88) N=6	,67 (,14) N=6	-,76 (,24) N=4	,75 (,25) N=4	,04 (,94) N=6	,61 (,20) N=6		
Bobo Mean	,46 (,30) N=7	,88 (,00) N=8	,34 (,50) N=6	,77 (,04) N=7	-,48 (,41) N=5	,50 (,50) N=4	,34 (,45) N=7	,75 (,05) N=7	,55 (,07) N=12	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

intrarégionales. Les corrélations sont plus élevées le long de certains axes pour les cultures commercialisées en plus grand volume.

Pour le petit mil, transporté essentiellement vers les régions septentrionales, les corrélations sont relativement élevées entre les marchés du Nord de la Volta Noire et la région de Kaya (Korsimoro). Malheureusement, nous ne connaissons pas les prix du petit mil pour le Sahel ou le Yatenga. Les corrélations de prix sont inférieures entre Ouagadougou et la Volta Noire, et encore moins élevées entre la Volta Noire et Bobo-dioulasso, où la préférence pour le petit mil par rapport au sorgho et au maïs n'est pas aussi nette.

Pour le sorgho blanc, les corrélations sont relativement élevées entre la région de Kaya et la Volta Noire, entre la Volta Noire et Bobo-Diculasso, Ouagadougou et Koudougou, et certains marchés sahéliens.

Pour le petit mil et le sorgho, les corrélations de prix sont moins importantes qu'on ne s'y attendait entre Ouagadougou et Bobo-Dioulasso. C'est probablement parce que Ouagadougou est ravitaillée plus directement à partir des marchés ruraux, de sorte que leurs relations commerciales sont plus indirectes sauf au plus fort de la soudure.

Les corrélations sont particulièrement faibles, par exemple, Dédougou-Ouagadougou, Nouna - Ouagadougou, Koupéla - Ouagadougou, Dori - Ouagadougou, le long de certains axes. Bien que la signification des corrélations soit également douteuse, elles restent difficiles à expliquer. Puisque nous savons que ces régions ont des échanges, l'échelle des coûts de transport peut fournir certaines explications.

Etant donné la critique mentionnée plus haut à l'égard de l'utilisation de coefficients de corrélation comme preuve de l'intégration des marchés, nous hésitons à tirer de nombreuses conclusions de ces chiffres. Tout au plus peut-on dire que les coefficients de corrélation indiquent que les marchés situés dans des régions relativement peu étendues semblent être relativement bien intégrés. Le degré d'intégration interrégionale semble dépendre dans une forte mesure de l'axe commercial en question. La Volta Noire semble être bien intégrée avec les régions qu'elle ravitaille. Les régions plus étendues et déficitaires sont certainement moins bien intégrées avec des marchés d'approvisionnement spécifiques.

3.6.2 Marges commerciales

Les profits excessifs représentent un autre symptôme de l'inefficacité du système de commercialisation. Les marges commerciales peuvent être mesurées en évaluant les coûts réels de commercialisation et en les comparant aux revenus. La différence, le profit ou la marge commerciale, doit être évaluée par rapport à l'investissement du commerçant. L'évaluation des marges commerciales -- l'écart entre les prix d'achat au producteur et les prix de vente au consommateur -- est une manière indirecte d'examiner les profits. De fortes marges commerciales ne signifient pas nécessairement que des profits excessifs sont réalisés à cause d'éléments monopolistiques dans le système de commercialisation; elles peuvent cependant aussi découler des coûts de commercialisation réels élevés.

La question la plus souvent posée au sujet des marges de commercialisation est la suivante: sont-elles trop élevées? Cependant, pour évaluer les marges commerciales, il est plus important de se demander si elles sont trop élevées par rapport aux coûts. La marge absolue donne peu d'informations si l'on ne sait pas quel type d'investissement a permis d'obtenir une telle marge.

L'estimation des marges, même sans données excellentes sur les coûts et les prix, est un "jeu de devinette", en raison des grandes variations possibles. La marge sur les sacs achetés dans un marché est différente de la marge réalisée sur les céréales collectées par un collecteur villageois. Les coûts des employés du commerçant doivent être distribués sur la totalité des sacs collectés. Son temps et son expertise constituent un coût qui peut être réparti sur les sacs collectés le long de divers axes commerciaux. En dépit de ces difficultés, nous avons estimé des ordres de grandeur pour les marges nettes et la rentabilité de l'investissement. Les données et les calculs sont présentés au Tableau 3.7.

Chaque axe indiqué représente des axes parallèles au sein d'une même région. Les marges calculées pour l'axe reliant Nouna à Ouagadougou sont analogues aux marges calculées pour les axes reliant d'autres marchés à Ouahigouya dans la Volta Noire. Pareillement, l'axe reliant Nouna à Bobo-Dioulasso est représentatif des marges sur les axes reliant le Sud de la Volta Noire à Bobo-Dioulasso, et Djibasso à Ouagadougou est représentant des axes reliant la Volta Noire à Ouagadougou. Bien que l'axe Ouagadougou-Dori

TABLEAU 3.7

ESTIMATIONS APPROXIMATIVES DES MARGES NETTES DE SORGHO BLANC POUR CERTAINS AXES COMMERCIAUX[a]

NOUNA A OUAHIGOUYA

Dates	Prix d'achat	Commission	Coûts du personnel	Coûts divers[b]	Sac et manutention[c]	Transport	Coûts d'investissement	Investissement total	Prix de vente	Marge estimative nette	Rendement estimatif du capital
janv. - fév.	5700	0 - 250	580	100 - 300	400	1250	80 - 339	8110 - 8819	10500	1681 to 2390	21 to 27%
fév. - mars	n.a.	0 - 250	580	100 - 300	400	1250	n.a.	n.a.		n.a.	n.a.
mars - avr.	7500	0 - 250	580	100 - 300	400	1250	98 - 411	9928 - 10691	11750	809 to 1572	8 to 15%
avr. - mai	9300	0 - 250	580	100 - 300	400	1250	116 - 483	11746 - 12563	11500	-1063 to -246	-9 to -2%
mai - juin	9300	0 - 250	1000	100 - 300	400	1250	121 - 500	12171 - 13000	11500	-1500 to -671	-12 to -5%
juin - juil.	9300	0 - 250	1000	100 - 300	400	1250	121 - 500	12171 - 13000	11500	-1000 to -171	-8 to -1%
juil. - août	9300	0 - 250	1000	100 - 300	400	1250	121 - 500	12171 - 13000	12000	-500 to 330	-4 to 3%
août - sept.	11000	0 - 250	1000	100 - 300	400	1250	138 - 568	13888 - 14768	12500	-2268 to -1388	-16 to -9%
sept. - oct.	11000	0 - 250	1000	100 - 300	400	1250	138 - 568	13888 - 14768	13000	-1768 to -888	-13 to -6%
oct. - nov.	8500	0 - 250	580	100 - 300	400	1250	108 - 451	10938 - 11731	n.a.	n.a.	n.a.
nov. - déc.	6300	0 - 250	580	100 - 300	400	1250	83 - 351	8413 - 9131	n.a.	n.a.	n.a.

DJIBASSO A OUAGADOUGOU

Dates	Prix d'achat	Commission	Coûts du personnel	Coûts divers[b]	Sac et manutention[c]	Transport	Coûts d'investissement	Investissement total	Prix de vente	Marge estimative nette	Rendement estimatif du capital
janv. - fév.	6000	0 - 250	400	100 - 300	400	1250	82 - 344	8232 - 8944	10000	1056 to 1769	13 to 20%
fév. - mars	n.a.	0 - 250	400	100 - 300	400	1250	n.a.	n.a.	11666	n.a.	n.a.
mars - avr.	9200	0 - 250	400	100 - 300	400	1250	114 - 472	11464 - 12272	12333	61 to 870	-1 to 7%
avr. - mai	10000	0 - 250	400	100 - 300	400	1250	122 - 504	12272 - 13104	12200	-904 to -72	-7 to -1%
mai - juin	10000	0 - 250	850	100 - 300	400	1250	126 - 522	12726 - 13572	11250	-2322 to -1476	-18 to -11%
juin - juil.	10000	0 - 250	850	100 - 300	400	1500	129 - 532	12979 - 13832	12400	-1432 to -579	-11 to -4%
juil. - août	11000	0 - 250	850	100 - 300	400	1500	139 - 572	13989 - 14872	13500	-1372 to -489	-10 to -3%
août - sept.	11500	0 - 250	850	100 - 300	400	1500	144 - 592	14494 - 15392	13812	-1580 to -682	-11 to -4%
sept. - oct.	11500	0 - 250	850	100 - 300	400	1500	144 - 592	14494 - 15392	13650	-1742 to -844	-12 to -5%
oct. - nov.	8700	0 - 250	400	100 - 300	400	1250	109 - 452	10959 - 11752	12000	248 to 1042	2 to 9%
nov. - déc.	n.a.	0 - 250	400	100 - 300	400	1250	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.

TABLEAU 3.7 (suite)

NOUNA A BOBO-DIOULASSO

Dates	Prix d'achat	Commission	Coûts du personnel	Coûts divers[b]	Sac et manutention[c]	Transport	Coûts d'investissement	Investissement total	Prix de vente	Marge estimative nette	Rendement estimatif du capital
janv. - fév.	5700	0 - 250	500	100 - 300	400	1000	77 - 326	7777 - 8476	9966	1490 to 2189	19 to 26%
fév. - mars.	n.a.	0 - 250	500	100 - 300	400	1000	n.a.	n.a.	10800	n.a.	n.a.
mars. - avr.	7500	0 - 250	500	100 - 300	400	1000	95 - 398	9595 - 10348	10800	452 to 1205	5 to 12%
avr. - mai	9300	0 - 250	500	100 - 300	400	1000	113 - 470	11413 - 12220	10800	-1420 to -613	-12 to -5%
mai - juin	9300	0 - 250	750	100 - 300	400	1000	116 - 480	11666 - 12480	11000	-1480 to -666	-13 to -5%
juin - juil.	9300	0 - 250	750	100 - 300	400	1000	116 - 480	11666 - 12480	11000	-1480 to -666	-13 to -5%
juil. - août	9300	0 - 250	750	100 - 300	400	1000	116 - 480	11666 - 12480	12680	200 to 1015	2 to 8%
août - sept.	11000	0 - 250	750	100 - 300	400	1000	133 - 548	13383 - 14248	13250	-998 to -133	-7 to -1%
sept. - oct.	11000	0 - 250	750	100 - 300	400	1000	133 - 548	13383 - 14248	11700	-2548 to -1683	-19 to -12%
oct. - nov.	8500	0 - 250	500	100 - 300	400	1000	105 - 438	10605 - 11388	8750	-2638 to -1855	-25 to -16%
nov. - dec.	6000	0 - 250	500	100 - 300	400	1000	80 - 338	8080 - 8768	9000	212 to 920	3 to 10%

OUAGADOUGOU TO DORI

Dates	Prix d'achat	Commission	Coûts du personnel	Coûts divers[b]	Sac et manutention[c]	Transport	Coûts d'investissement	Investissement total	Prix de vente	Marge estimative nette	Rendement estimatif du capital
janv. - fév.	n.a.	none	900	200 - 400	400	1000	n.a.	n.a.	11000	n.a.	n.a.
fév. - mars	10000	none	900	200 - 400	400	1000	125 - 508	12625 - 13208	11000	-2208 to -1625	-17 to -12%
mars. - avr.	11666	none	900	200 - 400	400	1000	142 - 575	14308 - 14941	11000	-3941 to -3308	-28 to -22%
avr. - mai	12333	none	900	200 - 400	400	1000	148 - 601	14931 - 15634	15000	-634 to 19	-4 to 0%
mai - juin	12200	none	530	200 - 400	400	1000	143 - 581	14473 - 15111	n.a.	n.a.	n.a.
juin - juil.	11250	none	530	200 - 400	400	1500	139 - 563	14019 - 14643	n.a.	n.a.	n.a.
juil. - août.	12400	none	530	200 - 400	400	1500	150 - 609	15180 - 15839	16000	161 to 820	1 to 5%
août. - sept.	13500	none	530	200 - 400	400	1500	161 - 653	16291 - 16983	16000	-983 to -291	-6 to -2%
sept. - oct.	13812	none	530	200 - 400	400	1000	159 - 646	16101 - 16788	n.a.	n.a.	n.a.
oct. - nov.	13650	none	530	200 - 400	400	1000	158 - 639	15938 - 16619	n.a.	n.a.	n.a.
nov. - dec.	12000	none	900	200 - 400	400	1000	145 - 588	14645 - 15288	n.a.	n.a.	n.a.

NOTES: [a]Nos estimations sont établies pour les opérations d'un gros commerçant. Les coûts risquent d'être très différents pour des commerçants d'importance moyenne dont l'activité s'exerce sur les mêmes axes.

[b]Les coûts divers comprennent les impôts, les frais de licence, les pots de vin, l'entreposage, etc.

[c]Le coût d'un sac de jute usangé se chiffre à près de 200 FCFA. Le chargement et le déchargement d'un sac mis sur un camion se monte à 100 FCFA pièce.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

soit relativement à part, les marges sont probablement représentatives des marges le long d'axes similaires.

Nous avons décidé d'estimer les marges pour les céréales achetées dans la zone d'approvisionnement au début de chaque mois et vendues au début du mois suivant. Un mois est probablement la période moyenne qui sépare l'achat et la vente -- la rotation pouvant être plus ou moins longue selon les axes et les périodes de l'année. Le taux de rotation des capitaux est une donnée cruciale qui permet au commerçant d'évaluer la rentabilité de son investissement dans une activité commerciale particulière. Cette question est examinée plus en détail lorsque nous évaluons les marges mensuelles.

Les prix d'achat et de vente utilisés dans les calculs proviennent des diverses séries de prix recueillies pendant l'étude (Annexe G). En raison des variations saisonnières des marges, nous avons sélectionné des céréales et des marchés pour lesquels nous possédions une série aussi complète que possible, et dans laquelle nous avions relativement confiance. Les données disponibles ont gravement limité notre choix.[15]

3.6.2.1 Coûts de commercialisation

Les coûts directs de commercialisation comprennent le prix d'achat des céréales, le coût du sac, le coût de chargement sur le camion et de déchargement des céréales, le coût de transport (voir le Tableau 3.9) et les commissions versées aux collecteurs et aux coordinateurs villageois.

Les coûts plus indirects comprennent les coûts de personnel, les frais divers et le coût de l'investissement, qui ne peut pas toujours être associé à une expédition particulière. Ces coûts indirects, qui sont essentiels pour les activités de commercialisation, sont particulièrement difficiles à évaluer. Plutôt que de retenir un nombre particulier, nous avons envisagé un éventail de valeurs, qui peuvent varier selon la saison et le mode d'achat des sacs. Les calculs sont présentés au Tableau 3.8.

Les frais de personnel sont basés sur deux apprentis par camion, un magasinier et le commerçant. Les salaires des apprentis et du magasinier sont calculés sur la base des salaires des fonctionnaires de faible grade. On considère qu'un salaire raisonnable correspondant au niveau d'expertise et de compétence du commerçant est équivalent à la rémunération d'un cadre supérieur de la fonction publique. Le volume d'échange étant supérieur

---

[15] Nous aurions aimé calculer les marges pour d'autres axes, mais nous avions des doutes sur la qualité des données de prix.

TABLEAU 3.8

COUTS DE PERSONNEL ESTIMATIF POUR CERTAINS AXES

NOUNA A OUAHIGOUYA		
	Oct. - avril	Mai - sept.
Apprentis: 2 à 20.000 FCFA resp.		
déplacements/mois	5	2
sacs/déplacement	100	80
Coût du sac: 40.000/total des sacs	80 FCFA	250 FCFA
Commerçant + préposé d'entrepôt		
salaire: 300.000 FCFA		
volume d'achats mensuels (sacs)		
de Volta Noire	500	160
de Yatenga et ailleurs	100	240
Coût:		
300.000/volume mensuel	500 FCFA	750 FCFA
COUT TOTAL PAR SAC	580 FCFA	1000 FCFA

DJIBASSO A OUAGADOUGOU		
	Oct. - avril	Mai - sept.
Apprentis: 2 @ 20.000 FCFA resp.		
déplacements/mois	4	2
sacs/déplacement	100	80
Coût du sac: 40.000/total des sacs	100 FCFA	250 FCFA
Commerçant + préposé d'entrepôt		
salaire: 300.000 FCFA		
volume d'achats mensuels (sacs)		
de Volta Noire	400	160
d'ailleurs	600	340
Coût:		
300.000/volume mensuel	300 FCFA	600 FCFA
COUT TOTAL PAR SAC	400 FCFA	850 FCFA

TABLEAU 3.8 (suite)

OUAGADOUGOU A DORI		
	Nov. - avril	Mai - oct.
Apprentis: 2 @ 20.000 FCFA resp.		
déplacements/mois	1	2
sacs/déplacement	100	100
Coût du sac: 40.000/total des sacs	400 FCFA	200 FCFA
Commerçant + préposé d'entrepôt		
salaire: 200.000 FCFA		
commercialisation de céréals		
seulement à mi-temps		
volume d'achats mensuels (sacs)		
de Ouagadougou	100	200
d'ailleurs	100	100
Coût:		
100.000/volume mensuel	500 FCFA	330 FCFA
COUT TOTAL PAR SAC	900 FCFA	530 FCFA
NOUNA A BOBO-DIOULASSO		
	Oct. - avril	Mai - sept.
Apprentis: 2 @ 20.000 FCFA resp.		
déplacements/mois	4	2
sacs/déplacement	100	80
Coût par sac: 40.000/total des sacs	100 FCFA	250 FCFA
Commerçant + préposé d'entrepôt		
salaire: 300.000 FCFA		
volume d'achats mensuels (sacs)		
de Voita Noire	400	160
d'ailleurs	600	240
Coût:		
300.000/volume mensuel	300 FCFA	500 FCFA
COUT TOTAL PAR SAC	400 FCFA	750 FCFA

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 3.9

FRAIS DE TRANSPORT
(la flèche indique la destination du commerçant)

Marché A	Marché B	Coût par sac de 100 kg	
		Saison sèche	Hivernage
Ouagadougou ←	Baré	600	600
	Bobo-Dioulasso	500	500
	Dano	1000	1200
	Dédougou	1000	1200
	Djibasso	1250	1500
	Garango	750	750
	Gassan	1250	1500
	Guéléoungo	750	800
	Koudougou	500	500
	Koupéla	350	350
	Kouka	1000	1000
	Kumana	1000	1000
	Léo	750	1000
	Moktédo	400	400
	Nouna	1000	1000
	Pô	500	500
	Pouytenga	350	350
	Solénzo	1250	1250
	Tenkodogo	350	350
	Tiébelé	750	750
	Tougan	1250	1500
	Zabré	800	900
	Zorgho	300	300
→	Aribinda	1250	2000
	Boulsa	800	1200
	Boussouma	300	300
	Barsalogho	750	900
	Djibo	600	750
	Dori	1000	1500
	Gorom-Gorom	2000	3000
	Kaya	350	600
	Kongoussi	400	400
	Maane	500	750
	Markoye	2000	3000
	Ouahigouya	500	500
	Pissila	500	750
	Sébba	2000	3500
	Tougouri	1000	1800
↔	Boussé	500	
	Dassouri	250	250
	Kokologo	350	350
	Kombissiri	350	400
	Korsimoro	400	400
	Fada N'Gourma	500	500
	Saponé	250	400
	Ziniaré	350	400
	Zitenga	500	500
Bobo-Dioulasso ←	Baré	500	500
	Dano	750	800
	Dédougou	1000	1000
	Djibasso	700	700
	Gassan	1200	1300
	Kouka	800	800
	Kumana	800	1000
	N'Dorola	500	700
	Nouna	1000	1000
	Safané	700	700
	Solénzo	800	800
	Soumousso	500	600
	Tchériba	800	800
	Tougan	1250	1400
↔	Diébougou	1000	1000
	Gaoua	1250	1250-1500

TABLEAU 3.9 (suite)

Marché A	Marché B	Coût par sac de 100 kg	
		Saison sèche	Hivernage
Diébougou ⟷	Gaoua	600	700
	Ouagadougou	1000	1200
Gaoua ⟷	Batié	500	600
	Dano	750	850
	Dissin	600	700
	Ouagadougou	1000	1200
Ouahigouya ←	Bobo-Dioulasso	1250	1250-1300
	Dédougou	1000	1000
	Djibasso	1000	1000
	Kouka	1250	1250
	Kumana	1000	1000
	Nouna	1000	1250
	Ouagadougou	500	500
	Solénzo	1250	1250
	Tougan	700	800
→	Aribinda	1000	1000
	Djibo	500	500
Koudougou ←	Nouna	800	800
	Djibasso	1000	1000
	Tougan	1000	1000
	Safané	750	750
	Tchériba	750	750
	Kouka	1000	1000
	Koumana	800	1000
	Bobo-Dioulasso	400	400
⟷	Léo	1500	1750
	Kokologo	500	500
Dori →	Gorom-Gorom	1500	2000
	Markoy	1500	2000
	Sébba	1500	2000
Djibo ←	Solénzo	1250	1500
Dédougou ←	Djibasso	600	700
	Kouka	800	800
	Nouna	400	600
	Safané	500	500
	Solénzo	700	800
	Tchériba	400	500
	Tougan	700	700
Nouna ←	Djibasso	500	500
	Solénzo	300	400
Kaya ←	Bobo-Dioulasso	1000	1000
	Dédougou	1500	1750
	Koudougou	1000	1000
	Kouka	1500	1750
	Solénzo	1500	1750
Pissila →	Bogandé	1500	1500
	Dori	700	1000

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

entre octobre et avril, le coût théorique de ces services par sac est inférieur au coût entre mai et septembre, bien que le coût total puisse être identique.

Le coût du capital est le profit que le commerçant aurait pu réaliser s'il avait investi ses fonds dans une autre activité dans la même période. Au minimum, c'est le taux d'intérêt commercial, environ 12 pour cent par an. Nous estimons qu'un chiffre de 1 à 4 pour cent par mois représente une valeur raisonnable pour le coût du capital.

Le coût final, qui n'est pas compris dans nos calculs mais doit être pris en compte dans l'évaluation de la rentabilité de l'investissement, est le risque. Il est examiné en détail plus bas.

3.6.2.2 Evaluation de la rentabilité de l'investissement

Pour évaluer la rentabilité de l'investissement du commerçant, nous devons nous rappeler que, pour la plupart des grossistes, le commerce est une activité permanente, les rendements élevés d'une période compensant les rendements plus faibles des autres périodes. Pareillement, il importe de noter que les gains d'une période peuvent compenser les pertes d'une autre période. Nous insistons sur ce point car les données quantitatives et qualitatives suggèrent que les marges sont très faibles voire négatives pour certains axes commerciaux à certains moments de l'année. Les commerçants accusent parfois des pertes dans le cadre normal de leurs activités -- afin de conserver des clients, des fournisseurs, etc. (D'une manière générale, cependant, le commerce s'interrompt le long d'un axe commercial lorsque les marges deviennent négatives.)

La rentabilité de l'investissement présentée au Tableau 3.7 varie fortement, à la fois selon les saisons et les axes commerciaux. Lorsque la Volta Noire est la région d'approvisionnement, la rentabilité estimative de l'investissement est élevée après la récolte et devient négative pendant la saison sèche qui suit et la soudure. Pour les céréales achetées à Ouagadougou et vendues à Dori, il se produit le phénomène inverse. En considérant toutes les marges mensuelles le long d'un axe particulier, nous pouvons certainement voir que les profits élevés de certains mois sont compensés par les pertes enregistrées d'autres mois.

Comment nos marges estimatives diffèrent-elles des marges réelles des commerçants? Mis à part les erreurs d'estimation des coûts, la principale différence entre les marges du Tableau 3.7 et les profits réels provient probablement de la différence entre le poids du sac acheté et le poids du sac vendu. Si, par exemple, les sacs de céréales achetés à Nouna pour 7.500 FCFA pèsent 110 kilos, mais que les sacs vendus à Ouahigouya pèsent 90-100 kilos, les commerçants réalisent une marge supplémentaire dans la transaction. La plupart des commerçants procèdent à ce genre de redistribution (reconditionnement des sacs). On constate facilement que nos marges estimatives nettes sont probablement trop faibles. De même, pendant la saison sèche et la soudure, les céréales qui transitent par les importants marchés de gros comme Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et Ouahigouya ne sont pas vendues aussi rapidement, ce qui augmente encore la marge brute.

Bien que le tableau 3.7 montre des marges négatives pendant de nombreux mois le long de tous les axes sélectionnés, nous savons que les céréales circulent le long de ces axes à ces moments particuliers. En fait, les marges effectivement enregistrées par les commerçants sont probablement plus élevées que nos estimations, en particulier lorsque celles-ci sont négatives, en raison de l'effet de redistribution et le moment des transactions examinées ci-dessus.

La discussion qui précède devrait avoir convaincu le lecteur de la difficulté de faire des estimations exactes des marges commerciales. Que pouvons-nous donc affirmer sur la rentabilité de l'investissement du commerçant?

Les chiffres indiquent qu'au niveau de l'écoulement des céréales en provenance des régions d'approvisionnement de la Volta Noire, la rentabilité de l'investissement est le plus élevé après la récolte et diminue progressivement jusqu'à la récolte suivante. Pour les céréales transportées de Ouagadougou vers le Sahel, on ne s'étonnera pas que le schéma saisonnier soit exactement l'inverse -- la rentabilité de l'investissement atteignant son minimum au moment de la récolte pour augmenter progressivement jusqu'à la soudure.

La rentabilité de l'investissement indique-t-elle que les commerçants empochent des profits excessifs? C'est difficile à dire. Même si nous supposons que la moitié des capitaux du commerçant est investie dans son stock à tout moment, il semble que le commerçant enregistre une excellente rentabilité de l'investissement à certains moments de l'année.

Il importe de prendre en compte un coût supplémentaire lorsqu'on évalue la rentabilité de l'investissement du commerçant: le risque. Bien qu'il soit impossible d'attribuer une valeur monétaire au risque, le commerce céréalier comporte de nombreux risques dont le commerçant doit être dédommagé, parmi lesquels: la fluctuation des conditions commerciales et des politiques officielles.

Au cours des dernières années, le risque lié aux changements de politique officielle a été particulièrement élevé. En 1983/84 en particulier (l'année de nos estimations) la politique du gouvernement a changé à plusieurs reprises. Le gouvernement a essayé de régulariser les flux interrégionaux et de faire appliquer les prix officiels, en particulier dans les gros marchés urbains. Il a également confisqué les céréales de

certains commerçants suspectés d'avoir acheté à des prix inférieurs aux prix officiels. Ces mesures ont augmenté les risques courus par les commerçants qui ont continué le commerce céréalier. Bon nombre des gros commerçants nous ont dit que les risques associés aux revirements politiques étaient trop élevés pour justifier le commerce céréalier et qu'ils avaient donc cessée leurs activités. Ces risques, particulièrement élevés après la récolte, expliquent dans une certaine mesure la rentabilité élevée de l'investissement pendant cette période le long de certains axes.

Malgré ces explications, les fortes fluctuations observées dans la rentabilité de l'investissement indiquent que certains commerçants empochent probablement des profits excessifs grâce à leur position sur le marché. Nous examinons au chapitre 6 les moyens de résoudre ce problème, le cas échéant.

3.6.3 Fluctuations saisonnières des prix

Une analyse des fluctuations saisonnières des prix indiquerait si des profits excessifs sont réalisés dans la fonction de stockage -- les commerçants peuvent-ils enregistrer des profits excessifs en stockant des céréales d'une saison sur l'autre? La méthode suggérée par Timmer, et. al. (1983), qui analyse les indices de prix saisonniers, nécessite des séries de prix de plusieurs années. L'insuffisance des données nous empêche d'utiliser cette méthode.

Avec le peu de données de prix disponibles, nous avons calculé la variation relative des prix entre la récolte et la soudure pour plusieurs marchés (voir le Tableau 3.10). Il convient de comparer ces fluctuations relatives des prix avec les coûts de stockage -- taux d'intérêt mensuels et pertes de stockage -- pour déterminer si le stockage intersaisonnier permet de réaliser des profits excessifs. L'effet combiné des divers taux d'intérêt et des pertes de stockage est présenté aux Tableaux 3.11a, 3.11b et 3.11c.

Le Tableau 3.10 indique que la fourchette de variation saisonnière des prix diffère fortement selon les marchés. Cependant, lorsqu'on compare ces chiffres avec les estimations de coût en pourcentage des Tableaux 3.11a, 3.11b et 3.11c, la plupart semblent raisonnables compte tenu du fait que les coûts sont réalistes pour la région.

Nous avons examiné plus haut le problème du choix d'un taux d'intérêt raisonnable. En 1984, le taux d'intérêt subventionné pour les prêts

TABLEAU 3.10

FLUCTUATION SAISONNIERE DES PRIX EN POURCENTAGE POUR CERTAINS

	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Sorgho rouge
Ouagadougou (moyenne)	62% janv./sept.	68% janv./sept.	42% janv./juil.	
Bobo-Dioulasso (moyenne)	65% janv./sept.	76% janv./août	30% janv./juil.	29% janv./juin
Dori	45% fév/août			
Aribinda				
Dédougou		125% janv./sept.		
Djibasso	92% janv./août	93% janv./sept.		
Nouna		93% janv./août		
Solenzo		155% janv./sept.		
Tougan		56% janv./août		
Koupéla	60% janv./août			

SOURCE: Les prix au sac et au kilogramme figurent au Tableau G.2 - G.5.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 3.11a

COUT ESTIMATIF DE L'ENTREPOSAGE PENDANT SEPT MOIS
A DIVERS TAUX D'INTERET ET DIFFERENTES PERTES D'ENTREPOSAGE

Taux d'intérêt par mois[a]	Perte d'entreposage (pourcentage)						
	30	25	20	15	10	5	Néant
0%	43	33	25	18	11	50	0
1%	53	43	34	26	19	13	7
2%	64	53	44	35	28	21	15
3%	76	64	54	45	37	29	23
4%	89	76	65	55	47	39	32
5%	101	88	76	66	57	48	41
6%	114	100	88	76	67	58	50

NOTES: Les chiffres du coût d'entreposage indiqués dans le corps du tableau représentent les pourcentages de la valeur d'achat des quantités vendables au bout de sept mois.

$$\text{Coût d'entreposage} = \left[\frac{(1+r)^t}{1-\%\text{Perte d'entreposage}}\right] - 1;\ t=7$$

[a]Les calculs supposent que l'intérêt est capitalisé mensuellement.

TABLEAU 3.11b

COUT ESTIMATIF DE L'ENTREPOSAGE PENDANT HUIT MOIS
A DIVERS TAUX D'INTERET ET DIFFERENTES PERTES D'ENTREPOSAGE

Taux d'intérêt par mois[a]	Perte d'entreposage (pourcentage)						
	30	25	20	15	10	5	Néant
0%	43	33	25	18	11	5	0
1%	54	44	35	27	20	14	8
2%	67	56	46	38	30	23	17
3%	81	69	58	49	41	33	27
4%	96	83	71	61	52	44	37
5%	111	97	85	74	64	56	48
6%	128	112	99	88	77	68	59

NOTES: Les chiffres du coût d'entreposage indiqués dans le corps du tableau représentent les pourcentages de la valeur d'achat des quantités vendables au boutde huit mois.

$$\text{Coût d'entreposage} = \left[\frac{(1+r)^t}{1-\%\text{Perte d'entreposage}}\right] - 1;\ t=7$$

[a]Les calculs supposent que l'intérêt est capitalisé mensuellement.

TABLEAU 3.11c

COUT ESTIMATIF DE L'ENTREPOSAGE PENDANT NEUF MOIS
A DIVERS TAUX D'INTERET ET DIFFERENTES PERTES D'ENTREPOSAGE

Taux d'intérêt par mois[a]	Perte d'entreposage (pourcentage)						
	30	25	20	15	10	5	Néant
0%	43	33	25	18	11	5	0
1%	56	45	36	28	21	15	9
2%	71	60	50	41	33	26	20
3%	86	73	63	53	44	37	30
4%	103	89	78	67	58	49	42
5%	121	107	94	82	72	63	55
6%	141	125	111	99	88	78	69

NOTES: Les chiffres du coût d'entreposage indiqués dans le corps du tableau représentent les pour centages de la valeur d'achat des quantités vendables au bout neuf mois.

$$\text{Coût d'entreposage} = \left[\frac{(1+r)^t}{1-\%\text{Perte d'entreposage}}\right] - 1;\ t=7$$

[a]Les calculs supposent que l'intérêt est capitalisé mensuellement.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

agricoles aux groupements villageois se chiffrait à environ 11 pour cent. Le taux commercial non subventionné était probablement plus proche de 2-4 pour cent par mois. Le taux des pertes de stockage varie selon que les céréales sont stockées sur l'exploitation (environ 2-10 pour cent) ou dans des entrepôts (probablement plus proches de 15-20 pour cent). N'oublions pas non plus que les pourcentages indiqués aux Tableaux 3.11a-3.11c ne comprennent pas le coût amorti de l'entrepôt ni aucun autre coût associé (tel que les coûts du personnel ou de fumigation).

Les fluctuations saisonnières des prix semblent correspondre aux coûts de stockage, sauf dans la Volta Noire (Dédougou, Djibasso, Nouna et Solenzo). Certaines fluctuations excessives dans la Volta Noire sont dues aux très mauvaises récoltes réalisées dans les autres régions du Burkina Faso en 1983/84. Si nous devions analyser les moyennes mobiles sur douze mois, ces amplitudes seraient quelque peu atténuées. Un phénomène similaire, quoique opposé, se produit avec les prix des régions déficitaires les années de récolte particulièrement mauvaise. Le prix de départ est élevé, de sorte que le changement relatif des prix entre la récolte et la soudure peut être moins important que lors d'une année meilleure.

Avant de conclure que tous les commerçants empochent des profits excessifs, nous devons souligner que la théorie sur la relation entre les fluctuations saisonnières des prix et le coût de stockage est fondée sur d'autres facteurs, essentiellement l'offre et la demande, lesquelles restent constantes pendant la période d'analyse. C'est naturellement faux dans le cas du Burkina Faso, où l'offre et la demande changent de semaine en semaine. Avec un modèle économétrique sophistiqué, nous pourrions séparer ces différents facteurs, mais les données existant pour le Burkina Faso sont insuffisantes pour permettre une telle analyse.

Enfin, il convient de rappeler que, étant donné que nous utilisons les prix au marché pour définir les prix d'achat et de vente, les marges que nous avons calculées peuvent être réparties entre deux intermédiaires: le commerçant local qui achète au producteur dans la région excédentaire et le commerçant régional ou national qui achète les céréales au commerçant local et les transporte pour les vendre.

Bien que l'amplitude absolue des variations de prix soit élevée, le taux de variation des prix des céréales semble correspondre aux coûts de stockage estimatifs pour la plupart des marchés. La fonction de stockage ne

semble pas donner lieu à des profits excessifs. Cette conclusion tirée des données quantitatives est également corroborée par le fait que les commerçants semblaient davantage préoccupés par la rotation de leur stock que par le stockage intersaisonnier.

3.7 VARIATIONS DANS LE TEMPS

Le système de commercialisation évolue en fonction de l'évolution de l'offre et de la demande, des réglementations gouvernementales et des conditions dans les autres secteurs économiques. Les commerçants ont indiqué les principaux changements survenus au cours de la dernière décennie:

1. mouvements géographiques;
2. méthodes de concurrence;
3. rôle des banques de céréales;
4. réponse aux restrictions imposées aux mouvements de céréales; et menace d'application des prix officiels.

Chaque rapport régional contient des informations détaillées sur les changements propres à chaque région.

3.7.1 Mouvements géographiques

La direction des échanges est l'une des différences les plus notables dans le marché. Le Yatenga, la région qui accuse la plus forte densité démographique du Burkina faso, produisait des excédents. Avec l'augmentation des déficits chroniques, les commerçants ont dû aller plus loin pour trouver des céréales. Alors qu'ils avaient l'habitude d'acheter des céréales à Ouagadougou, l'intensification de la migration vers la Volta Noire et les Hauts-Bassins au cours des dix dernières années ont fait de ces régions les principaux points d'approvisionnement pour les commerçants du Yatenga. Les commerçants de Dori doivent également aller plus loin au Sud et à l'Est.

De même, la région de Kaya était autosuffisante autrefois. Les commerçants de Kaya s'approvisionnent maintenant dans la Volta Noire et dans certaines vallées de la Volta repeuplées par leurs parents.

A la suite du déclin de la production céréalière (et de la production par habitant) dans le nord, on note une tendance croissante à produire des céréales dans des régions plus reculées. Cela a contraint certains commerçants à se déplacer vers des régions de haute production plus

éloignées qui avaient du mal auparavant à vendre leurs excédents à cause des problèmes de transport.

3.7.2 Concurrence

Toutes les informations que nous possédons sur la concurrence indiquent que le commerce céréalier est devenu de plus en plus compétitif. Bien que ce soit particulièrement vrai les mauvaises années, le commerce est de plus en plus concentré à cause de l'augmentation des coûts de commercialisation.

Devant ce redoublement de la concurrence, les commerçants régionaux et nationaux font moins confiance aux agents locaux. Ils craignent que leurs agents locaux ne vendent clandestinement leurs céréales à un autre commerçant. Par ailleurs, dans les régions où les céréales se sont raréfiées, les commerçants locaux qui se rendaient habituellement dans les concessions du producteur pour acheter des céréales attendent maintenant que les producteurs leurs apportent les céréales à bicyclette.

Conséquence des mauvaises récoltes répétitives, les commerçants de nombreuses régions devenues moins productrices ont dû changer de politique commerciale. La vente en herbe était une pratique courante pour les producteurs qui obtenaient des liquidités avant la récolte et pour les commerçants qui avaient une source d'approvisionnement garantie. Avec les mauvaises récoltes successives, c'est devenu une pratique très risquée. Nous avons observé une hésitation grandissante de la part des commerçants à faire crédit sur la base de la future récolte de céréales.

3.7.3 Organisations communautaires

Les groupements villageois étaient initialement encouragés par les organismes régionaux de développement (ORD) à faciliter la vulgarisation agricole et le crédit. Les banques de céréales ont été créées pour aider à conserver les excédents locaux et offrir une alternative à l'achat de céréales à haut prix aux commerçants locaux au moment de la soudure. Les banques qui possédaient l'expertise administrative nécessaire ont bien fonctionné. A mesure que ces groupes ont vieilli, et avec l'encouragement des ONG concernées par l'organisation communautaire, les banques sont devenues des groupements de consommateurs plus actifs. Comme on l'a expliqué plus haut, dans certaines régions déficitaires elles se sont organisées pour acheter des céréales dans d'autres régions, évitant ainsi le commerçant local. Les commerçants de ces régions les considèrent comme une grave menace.

Après l'examen des activités des ONG à travers le pays en 1984/85, le Ministère de l'agriculture et de l'élevage a ordonné aux ORD d'assumer un rôle plus actif dans la coordination des activités des ONG afin d'encourager un développement plus équilibré au sein de leurs régions et de prévenir une concentration excessive des efforts dans quelques villages. Chaque ORD possède une section "Monde rural" responsable de cette question.

3.7.4 Réactions aux restrictions gouvernementales

A plusieurs reprises au cours des quinze dernières années, depuis la création de l'OFNACER, différentes gouvernements ont annoncé des restrictions dans le domaine du commerce privé de céréales. Les restrictions ont varié: déclaration que le commerce privé est illégal (début des années 70), proclamation de prix officiels (annuels) avec menace de les faire appliquer dans le secteur privé, restriction des mouvements interrégionaux de céréales (1983).

Les commerçants privés réagissent soit en adaptant leur commerce céréalier à la menace, soit en sous-traitant et en concentrant leurs efforts sur d'autres activités commerciales telles que le commerce de noix de karité, de riz importé, de ciment et d'autres produits industriels. Par exemple, à la fin de 1983 lorsque le gouvernement a adopté une position de fermeté sur les prix et les mouvements de céréales, les commerçants ont indiqué qu'ils écoulaient leur stock aussi rapidement que possible pour minimiser le risque de voir confisquer leurs céréales. En conséquence, les stocks qui auraient pu rester dans la région productrice étaient écoulés plus tôt que de coutume, augmentant ainsi la probabilité de devoir transporter les céréales plus tard dans la saison. En réponse aux mêmes décisions officielles, certains gros commerçants ont décidé d'abandonner simplement le commerce de céréales.

3.8 RESUME

Le chapitre a commencé par une brève discussion du paradigme généralement employé pour évaluer la performance du marché. Nous avons conclu que le paradigme est particulièrement difficile à appliquer dans les pays en développement pour des raisons à la fois théoriques et empiriques. L'analyse qui a suivi s'est heurtée à bon nombre des problèmes mentionnés.

L'analyse du comportement du marché était axée sur les moyens de concurrence entre les commerçants à divers échelons de la chaîne de commercialisation. Les moyens financiers constituent le principal obstacle à l'accès au commerce céréalier et le principal facteur de compétitivité. Bien qu'on observe un haut degré de concurrence à chaque échelon, un grand nombre de commerçants possédant des capitaux plus ou moins importants représentent une force appréciable sur le marché.

On dénombre plus de commerçants à chaque échelon dans les régions excédentaires, où la concurrence est par conséquent plus active que dans les régions déficitaires. Le faible revenu des ménages ruraux dans les régions déficitaires font de la vente de céréales une activité plus risquée.

On observe une certaine collusion entre les commerçants et les producteurs (d'après les groupements villageois). Parmi les commerçants, la collusion a tendance à s'atténuer à mesure que la concurrence augmente.

L'analyse des corrélations intrarégionales entre les prix indique que, même lorsque les céréales ne sont pas échangées entre les régions, les marchés sont généralement bien intégrés: les signaux donnés par les prix semblent être transmis entre les marchés. L'intégration est meilleure dans les régions excédentaires, où le commerce est plus intense, que dans les régions déficitaires. Et, dans chaque région, les marchés sont naturellement-mieux intégrés pour les céréales faisant l'objet d'échanges plus intenses. Les prix sont considérablement moins bien corrélés d'une région à une autre. Le long des axes caractérisés par des échanges réguliers et nombreux, les marchés sont mieux intégrés que sur les axes moins actifs. Les marchés situés sur les axes associés à des coûts de transport élevés ont par ailleurs tendance à être moins bien intégrés.

Une analyse succincte des fluctuations saisonnières des prix indique que, dans la plupart des régions, la fonction de stockage ne donne probablement pas lieu à des profits excessifs. Les marchés de la Volta Noire pourraient constituer une exception. Qu'elles soient stockées par les producteurs ou par les commerçants, les céréales de la Volta Noire qui sont stockées pendant six à neuf mois s'apprécient sensiblement plus que les coûts de stockage.

Les marges commerciales et la rentabilité de l'investissement sont les principales inconnues de l'analyse. A partir de notre estimation approximative des marges commerciales et de l'explication de l'écart de

variation entre nos calculs et les marges réelles des commerçants, nous ne pouvons guère déterminer si la rentabilité de l'investissement indique que les commerçants gagnent des "profits excessifs". La rentabilité de l'investissement subit d'importantes fluctuations intersaisonnières et le schéma saisonnier varie selon les axes commerciaux.

Enfin, nous avons étudié l'évolution de la performance du marché dans le temps. Les mouvements géographiques ont évolué pour refléter la tendance à long terme de la production, les régions de l'Ouest et du Sud faisant l'objet d'une pression grandissante tandis que le commerce augmentait dans le Yatenga, le Centre-Nord et le Sahel. A la suite de la baisse de production ailleurs, la concurrence a augmenté dans le Sud et en particulier dans l'Ouest (Volta Noire). Les organisations communautaires comme les banques de céréales et les groupements villageois jouent un rôle grandissant dans le marché. Le secteur privé a réagi aux changements de la politique gouvernementale en définissant de nouveaux moyens d'observer (ou de contourner) les réglementations et, dans certains cas, en abandonnant le commerce des céréales.

Nous reviendrons sur ces résultats au Chapitre 6 où nous étudions les solutions que le gouvernement peut et devrait apporter. Mais nous analysons d'abord le comportement commercial des producteurs et des consommateurs urbains.

CHAPITRE 4

COMPORTEMENT DES PRODUCTEURS [1]

Ce chapitre repose sur des études de cas de cinq villages dans l'Ouest du Burkina Faso. La première section fournit une introduction sur les villages, les 220 ménages sondés et la méthode d'enquête. La deuxième section aborde les conditions commerciales dans lesquelles opèrent les exploitants. L'accent est mis sur la variabilité de ces conditions dans l'espace et le temps, les éléments de concurrence et de collusion de la part des commerçants, et les difficultés d'accès des exploitants aux acheteurs et aux vendeurs. La troisième section analyse les excédents vendus par les exploitants dans les cinq villages de l'enquête et par 102 exploitants dans quatre villages étudiés dans une enquête réalisée à la même époque par la SAFGRAD/Perdue. Des estimations sont présentées pour indiquer l'importance de la récolte, du prix, de la richesse et des variables connexes déterminant le volume des excédents commercialisés. La quatrième section examine les fortes variations saisonnières au Burkina Faso et comment les exploitants y répondent pour assurer leur propre sécurité alimentaire et gagner leur vie grâce au commerce de céréales.

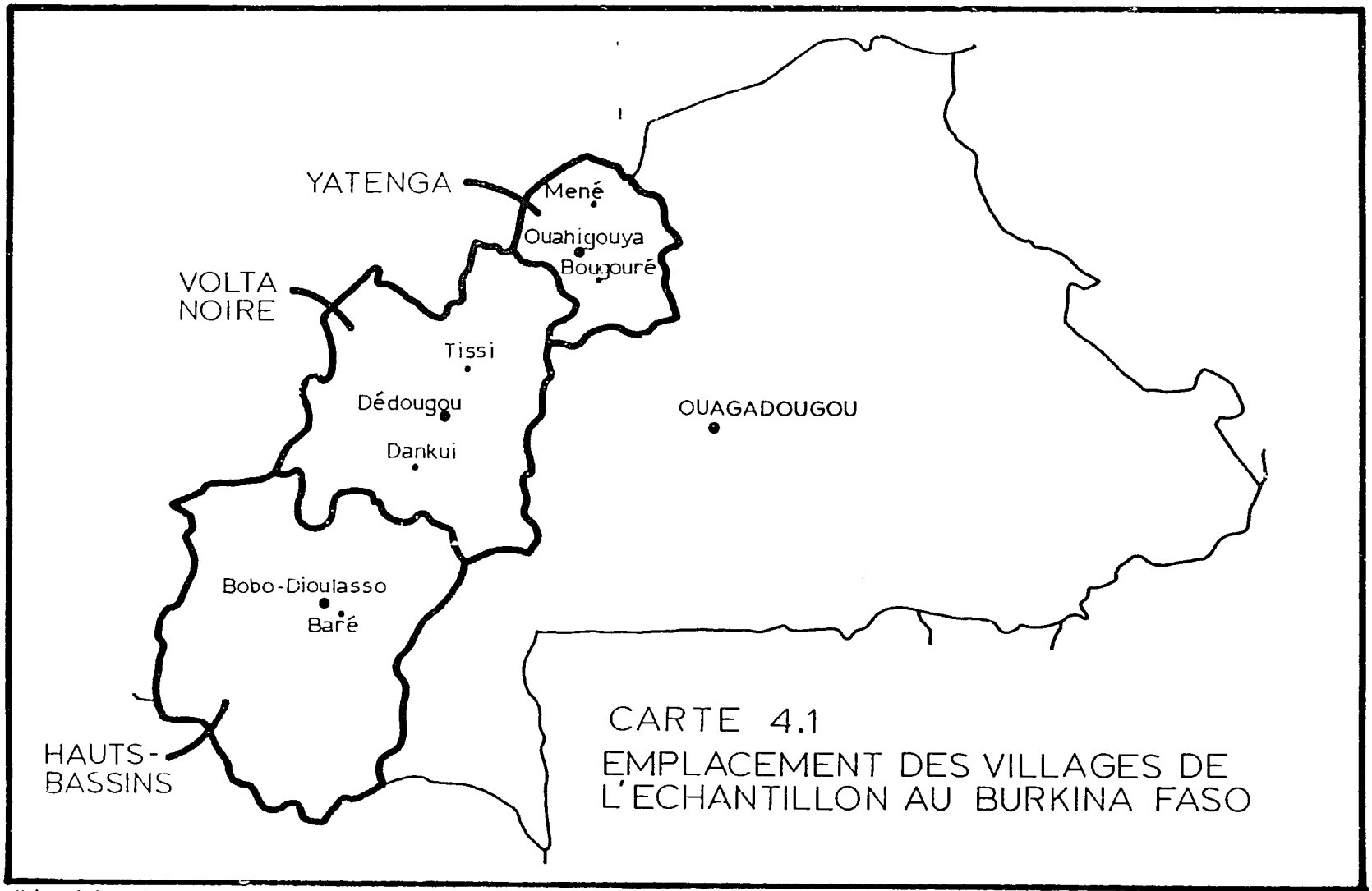
4.1 LES VILLAGES DE L'ECHANTILLON ET LA METHODE DE L'ENQUETE

On a échantillonné deux cent vingt ménages d'exploitants dans cinq villages répartis dans trois zones écologiques. Chaque échantillon villageois comprend entre 42 et 51 ménages. Les agents recenseurs ont interrogé les membres de l'échantillon toutes les deux semaines. Des détails sur la méthode de l'enquête et des copies des questionnaires sont présentés à l'Annexe D.

Les deux villages les plus septentrionaux étudiés, Mené et Bougouré, se trouvent dans la région du Yatenga située au nord de la savane soudanaise, longeant la région plus sèche du Sahel plus au nord. Les précipitations annuelles se situent entre 500 et 800 mm, dans la région la plus au sud et

---

[1] Ce chapitre est fondé sur les rapports de L. Ellsworth, I. Green, C. May, C. McCorkle, C. Pardy, M. Saul, K. Shapiro et E. Szarleta (voir les volumes III et IV).



CARTE 4.1
EMPLACEMENT DES VILLAGES DE L'ECHANTILLON AU BURKINA FASO

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

la moins fiable des zones étudiées. La saison des pluies est généralement plus courte que dans les autres villages. Le Yatenga est récemment devenu un importateur de céréales et les prix y sont généralement plus élevés que dans les régions centrales ou méridionales du Burkina Faso, bien qu'elles suivent un schéma saisonnier similaire.

Deux villages, Tissi et Dankui, se trouvent dans la région Centre-Ouest de la Volta Noire, une région qui exporte souvent des céréales et a un sol plus fertile. Alors qu'elle se trouve également dans la savane soudanaise, la région est légèrement plus arrosée que les villages du Yatenga au Nord-Est. Au cours des dernières années de sécheresse, comme l'année de l'enquête, cette zone a diminué l'exportation de ses excédents.

Le village le plus méridional, Baré, se trouve dans les Hauts-Bassins de la zone écologique du Nord, qui est plus humide que la savane soudanaise où sont situés les autres villages. Baré a souvent été un exportateur net de céréales.

4.2 CONDITIONS COMMERCIALES DANS LESQUELLES OPERENT LES EXPLOITANTS

Les conditions commerciales dans lesquelles opèrent les commerçants varient fortement entre la période qui précède la récolte et la période qui suit la récolte; elles varient selon les régions étudiées; et elles diffèrent selon les villages d'une même région. Un élément clé de ces variations est la présence et le nombre de commerçants ou d'organes gouvernementaux désireux ou capables d'acheter ou de vendre des céréales dans les quantités souhaitées par les exploitants. D'un certain point de vue, cet aspect peut être comparé à une question souvent abordée dans les études sur la structure industrielle, le nombre d'entreprises dans l'industrie. Cependant, si la présence d'un nombre très restreint d'entreprises constitue peut-être une extrémité de l'éventail, on observe des effets qualitativement différents lorsque les exploitants n'ont <u>aucun</u> point de vente ou source d'achat à proximité. Cela comprend les effets sur le schéma saisonnier des ventes de céréales et sur l'importance des rapports entre les exploitants et les commerçants. L'effet plus courant sur le relâchement de la collusion est également important.

4.2.1 Variations saisonnières

Les variations saisonnières des conditions commerciales soulèvent une question de chronologie. La fin de la récolte marque le début de la saison d'achat. Green signale que les gros commerçants qui ont des agents dans les petits marchés de la Volta Noire donnent à leurs agents une somme d'argent pour acheter des céréales. Cette somme est utilisée à mesure que la saison d'achat avance, les agents peuvent acheter en plus petites quantités et ils finissent par cesser leurs achats. Les exploitants rencontrent le plus grand nombre d'agents, et les mieux financés, immédiatement après la récolte.

Phénomène connexe observé par Green, les gros commerçants de Ouahigouya, ville commerciale clé dans la région déficitaire septentrionale du Yatenga, se rendent en Volta Noire pour acheter peu après la récolte. Plus tard dans la saison d'achat, les commerçants de Ouahigouya ne représentent pas un important débouché pour les exploitants de la Volta Noire, alors que peu après la récolte ces commerçants constituent probablement les plus gros acheteurs.

Pendant l'année, la plupart des marches sont fréquentés par divers petits acheteurs. Les plus réguliers sont les vendeuses, les femmes qui vendent en très petites quantités (louches) sur les marchés. Elle fournissent un débouché aux exploitants qui souhaitent vendre un faible volume, mais elles ne peuvent généralement pas acheter de grosses quantités (une tine de 16 kg ou un sac de 100 kg). Presque tous les marchés ont des vendeuses toute l'année.

Les commerçants locaux et les agents des commerçants fréquentent également les marchés locaux pendant toute l'année. Ils peuvent également acheter des assiettes des tines et parfois des sacs. Leur stock tournant plus lentement que celui des vendeuses, ils peuvent hésiter davantage à acheter des céréales à mesure que la saison avance.

Les exploitants de certaines régions sont parfois poussés à effectuer la majorité de leurs ventes immédiatement après la récolte, de peur d'avoir des difficultés à trouver des acheteurs par la suite. La genèse de cette situation mérite notre attention. Pourquoi les commerçants n'attendent-ils pas pour acheter plus tard, laissant les exploitants supporter les coûts de stockage et l'incertitude des futurs prix? La réponse réside peut-être en partie dans l'idée courante que les exploitants ont un besoin de liquidités

qu'ils satisfont dès que la récolte est effectuée. Saul fournit quelques variations sur ce thème. Il affirme qu'une grande partie des céréales qui atteignent le marché peu après la récolte proviennent des exploitants qui ont besoin de rembourser le crédit à la production, des ouvriers agricoles payés en nature qui désirent des espèces et des bénéficiaires de "dons" imposés par la tradition (comme le don d'un riche cultivateur à sa soeur devenue veuve). Tous ces facteurs peuvent se traduire par une hausse du volume de céréales mises en vente après la récolte.

En revanche, les commerçants qui parcourent de longues distances souhaitent écouler les céréales des zones excédentes vers les zones déficitaires avant la saison des pluies suivante, qui peut commencer cinq mois après la récolte précédente. Qui plus est, il peut se produire un phénomène d'effet auto-induit. Un commerçant peut souhaiter acheter ses céréales avant les autres afin d'éviter de tout perdre. Si tous les commerçants ont la même attitude, il est en effet possible qu'un commerçant qui tarde à acheter ait du mal à amasser la quantité qu'il désire.

La volonté des exploitants de trouver des acheteurs et la volonté des commerçants de trouver des vendeurs ont contribué à l'importance des liens entre les uns et les autres. Certains de ces liens ont tendance à atténuer le caractère saisonnier parce que les commerçants peuvent garantir d'acheter une certaine quantité à un moment donné. Cependant, ces liens ne sont pas indélébiles et les commerçants essaient de se voler leurs clients. (On observe un phénomène similaire dans le commerce de bétail en Afrique de l'Ouest.) Un commerçant doit donc être actif dans le marché peu après la récolte de crainte que ses clients ne se tournent vers d'autres.

Il existe ainsi un certain nombre de facteurs qui s'influencent mutuellement, produisant au total des conditions commerciales très différentes selon les saisons de l'année. Comme on l'a mentionné, ces différences encouragent le gonflement des ventes juste après la récolte. Les différences affectent également la compétitivité sur le marché, aspect qui sera abordé après l'examen des variations régionales et locales des conditions commerciales.

4.2.2 Variations régionales

Les variations régionales dans l'Ouest du Burkina Faso peuvent généralement s'expliquer par les différences de volume de production céréalière entre les régions. Le nombre de commerçants et la facilité

d'accès aux marchés augmentent normalement à mesure qu'on avance vers le sud en allant des régions déficitaires vers les régions excédentaires. Les commerçants se dirigent vers les céréales, des installations de transport apparaissent pour répondre à leurs besoins et les marchés se multiplient. Un bon exemple en est la création du marché de Baré en 1983. Saul note que les exploitants de Baré avaient des céréales et d'autres produits à vendre et voulaient avoir meilleur accès à d'autres commerçants que les commerçants locaux et que ceux situés au marché le plus proche à une dizaine de kilomètres. Les exploitants ont soumis une pétition au chef, qui a d'abord résisté de crainte de faire redoubler les vols, mais qui a fini par accepter. Les exploitants de Baré ont accès à deux marchés villageois voisins et au marché urbain plus important de Bobo-Dioulasso.

Au marché de Baré, qui se trouve dans une région fortement excédentaire, Szarleta a trouvé quatre commerçants présents pendant toute l'année et six autres qui restent après la récolte. Plus au nord, dans une région relativement excédentaire, Green a rencontré au moins un commerçant/agent qui desservait un ou plusieurs villages (en dehors d'un marché structuré). Au marché de Gassan, il n'a trouvé qu'un gros acheteur, qui n'était pas toujours là. Encore plus au nord, dans la région déficitaire du Yatenga, les commerçants étaient surtout déterminés à vendre plutôt qu'à acheter. Partant, May a trouvé deux et quatre commerçants intermédiaires au marché de Mené et il note que les deux gros commerçants avaient également des boutiques à Ouahigouya et faisaient leurs achats ailleurs. Egalement dans la région du Yatenga, il n'y avait aucun commerçant local au marché de Bougouré, seulement plusieurs petits vendeurs y compris les épouses des exploitants.

4.2.3 Variations locales

Les variations locales peuvent également être fort importantes, comme l'illustre la différence entre Mené et Bougouré. Alors que les villageois de Mené sont bien desservis par leur marché, les villageois de Bougouré ne le sont pas. Ceux-ci doivent souvent parcourir des distances considérables pour acheter des céréales. Mené est mieux desservi en ce qui concerne les commerçants et les banques de céréales (deux à Mené et aucun à Bougouré), ainsi que les entrepôts de l'OFNACER (un à 15 km et l'autre à 28 km), alors que les villageois de Bougouré doivent aller à Ouahigouya (à 34 km).

4.2.4 Compétitivité

Les conditions de compétitivité varient en fonction des facteurs susmentionnés. Cependant, aucun des marchés fréquentés par les ménages de notre échantillon ne présentait des conditions de concurrence parfaite (à l'exception possible des grandes villes de marché décrites ailleurs dans ce rapport). Loin de là. Tous les marchés étaient caractérisés par un petit nombre de commerçants capables de négocier en grandes quantités. Green, Saul et Szarleta ont tous observé des pratiques de fixation des prix ou de collusion entre les gros acheteurs. Comme on le mentionnait plus haut, il existe beaucoup plus de petits acheteurs et la collusion est probablement moins répandue parmi eux.

Saul signale l'existence d'associations de commerçants qui fixent le prix d'achat initial après la récolte et se réunissent régulièrement pour fixer de nouveaux prix. Szarleta a rencontré un décideur de prix à Baré. C'était l'agent d'un gros commerçant. Il disposait d'un moyen de transport qui lui permettait d'arriver au marché avant les autres et de traiter en grandes quantités.

Si les pratiques de collusion et de fixation des prix sont courantes, les "ajustements" de prix le sont tout autant. Il est bien connu que le commerçants modifient la taille d'une mesure normalement standard selon l'achat. Saul note qu'il est plus facile de renverser ces modifications que de changer le prix de base d'une certaine quantité. Partant, les commerçants peuvent modifier le prix au kilo dans le temps (entre les changements de prix unitaire convenus par l'association) et le prix qu'ils offrent selon les conditions de l'offre et de la demande. En outre, les commerçants peuvent négocier des achats en dehors du marché et éviter ainsi d'être épiés par leurs concurrents. En fait, ces ajustements sont si courants que Saul mentionne une association qui qualifie ces conditions d'anarchiques et observe que le prix convenu sert de point de départ des négociations. Cet état de choses peut être dû à la sécheresse qui force les commerçants à se disputer âprement les faibles quantités de céréales disponibles.

Cet examen de la fixation des prix concerne le secteur privé. Le gouvernement fixe également les prix. Cependant, les prix officiels sont appliqués de façon très variable. Cette question est abordée ailleurs dans

ce rapport. Dans les régions incluses dans notre étude, le prix officiel n'était pas un facteur déterminant pour les prix au marché.

4.3 COMMERCIALISATION DES EXCEDENTS

Dans notre contexte, les excédents de céréales commercialisés signifient simplement la quantité de céréales vendues par les exploitants. Il s'agit d'une mesure approximative par rapport aux ventes nettes (ventes moins achats). Nous étudions donc le volume de céréales écoulé sur le marché monétaire. Cela exclut les céréales offertes en don ou à titre de paiement en nature.[2] Ces transferts sont importants et sont traités à part. La première partie de cette section aborde le volume des excédents commercialisés par région, village et ménage. Une conclusion importante est le fait que les régions excédentaires vendent près de 20 pour cent de la récolte. La plus grande partie de cette section essaie d'expliquer les variations observées dans le volume de céréales vendues par différents ménages. La seule variable qui intervient régulièrement est le volume de la récolte.

4.3.1 Volume des excédents commercialisés

Le Tableau 4.1 présente le volume des excédents commercialisés par rapport au volume de la récolte dans neuf villages du Burkina Faso. Cinq de ces villages, Baré, Dissankui, Diapangou, Nédogo et Poédogo, peuvent être classés comme villages excédentaires, produisant un volume supérieur à leurs besoins. Mené et Bougouré, dans la partie septentrionale du pays, sont des villages chroniquement déficitaires, tandis que Tissi et Dankui dans le Centre-Ouest ont été déficitaires lors de la dernière sécheresse mais sont souvent marginalement autosuffisants.

Le Tableau 4.1 montre que 322 des ménages échantillonnés dans les neuf villages ont vendu 17,4 pour cent de leur récolte de céréales. Les cinq villages excédentaires de ce groupe ont vendu environ 21,3 pour cent de leur récolte tandis que les quatre villages déficitaires n'ont vendu que 3,1 pour cent. Ces chiffres correspondent à l'ordre de grandeur des estimations pour le pays. L'écart entre les villages excédentaires et déficitaires est utile et est encore plus prononcé lorsqu'on envisage les ventes nettes. Les

---

[2] Lorsque les bénéficiaires vendent les céréales reçues en don.

TABLEAU 4.1

VENTES DE CEREALES ET RECOLTE DANS NEUF VILLAGES DU BURKINA FASO, 1983-1984

Village	Ménages de l'echan-tillon	Ménages vendant des céréales	Ventes totales Sales (kg)	Récolte totale de céréales (kg) par tous les ménages de l'echantillon	Ventes/ récolte %
Mené	46	7	1.175	37.319	3,1
Bougouré	42	6	75	8.017	0,9
Baré	50	47	30.001	136.003	22,1
Tissi	40	24	2.043	21.247	9,6
Dankui	42	3	506	18.620	2,7
Dissankuy	27	13	4.859	32.809	14,8
Nédogo		28	8.033	38.873	20,7
Poédogo	75	18	8.799	35.355	24,9
Diapangou		22	9.765	45.800	21,3
Total	322	168	65.256	374.043	17,4

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

ventes nettes des quatre villages déficitaires sont fortement négatives (ils achètent beaucoup plus qu'ils ne vendent) tandis qu'elles sont positives pour les cinq villages excédentaires.

4.3.2 Participation des ménages

La participation des ménages à la commercialisation des céréales variait considérablement selon les ménages, comme l'on pouvait s'y attendre. Dans les cinq villages excédentaires, 84 pour cent des 154 ménages de l'échantillon vendaient des céréales. Dans trois des villages déficitaires (Mené, Bougouré et Dankui), seulement 12 pour cent des 130 ménages de l'échantillon vendaient des céréales. Tissi se trouve dans une position intermédiaire avec 60 pour cent des ménages de l'échantillon qui vendent des céréales.

4.3.3 Ventes par ménage

Le volume des ventes par ménage accuse également d'importantes variations entre les villages excédentaires et déficitaires. Dans les cinq villages excédentaires, chaque ménage qui vendait des céréales en vendait 480 kg, la moyenne des villages variant entre 287 et 638 kg. Dans les quatre villages déficitaires, la moyenne était égale à 95 kg par ménage vendeur, la moyenne villageoise variant entre 13 et 169 kg. On observe un schéma similaire en ce qui concerne les ventes par habitant, par producteur ou par unité de consommation.

4.3.4 Explication des variations du volume des excédents commercialisés

Pourquoi certains ménages vendent-ils plus de céréales que d'autres? Leurs motivations peuvent-elles être manipulées par la politique gouvernementale? Ces questions expliquent l'analyse présentée dans cette section. L'hypothèse la plus courante est que le principal déterminant du volume des excédents commercialisés est le volume de la récolte totale. Cette hypothèse est d'ailleurs confirmée par l'analyse. Mais dans quelle mesure les variables autres que les variables de production sont-elles importantes? Y a-t-il des politiques que le gouvernement peut manipuler en plus de ses efforts pour augmenter la production? La Banque mondiale et l'USAID semblent certainement penser que ce genre d'interventions existe.

L'analyse de régression des ventes de céréales dans neuf villages du Burkina Faso par Pardy et Szarleta montre que la production est la seule variable régulièrement déterminante. Le prix et la superficie occupée par les cultures de rapport n'étaient pas des variables déterminantes, et la

possession d'animaux s'est avérée déterminante dans un seul village. L'analyse de prix est naturellement difficile à effectuer avec une seule année de données, puisque cela nous limite aux variations saisonnières et spatiales plutôt que d'étudier les variations annuelles. La possession d'animaux était corrélée positivement avec les ventes à Dissankui.[3] Point intéressant, dans deux villages, Poédogo et Diapangou, les régressions sur les ventes de céréales n'étaient pas significatives. En d'autres termes, même la récolte ne s'est pas avérée être une variable très déterminante.

Lorsque la taille de la récolte est le facteur déterminant, les exploitants qui enregistrent la meilleure récolte ont-ils tendance à vendre une plus grosse portion de tout supplément de récolte? Le gouvernement devrait-il axer ses efforts sur les gros producteurs parce qu'ils ont tendance à commercialiser une plus grande partie de chaque unité de production supplémentaire? Szarleta a défini une fonction polynomique pour voir si la propensité marginale à commercialiser la récolte augmente avec le volume de la récolte. Elle a trouvé que ce n'était pas le cas dans les cinq villages étudiés dans l'Ouest (Tissi, Dankui, Mené, Bougouré et Baré). Sherman (1984) a obtenu des résultats similaires pour la région de Manga dans le Centre-Sud du Burkina Faso.

---

[3] La possession d'animaux est une forme de richesse. Une analyse de l'incidence de la richesse sur le comportement de vente est prévue.

4.4 SAISONNALITE

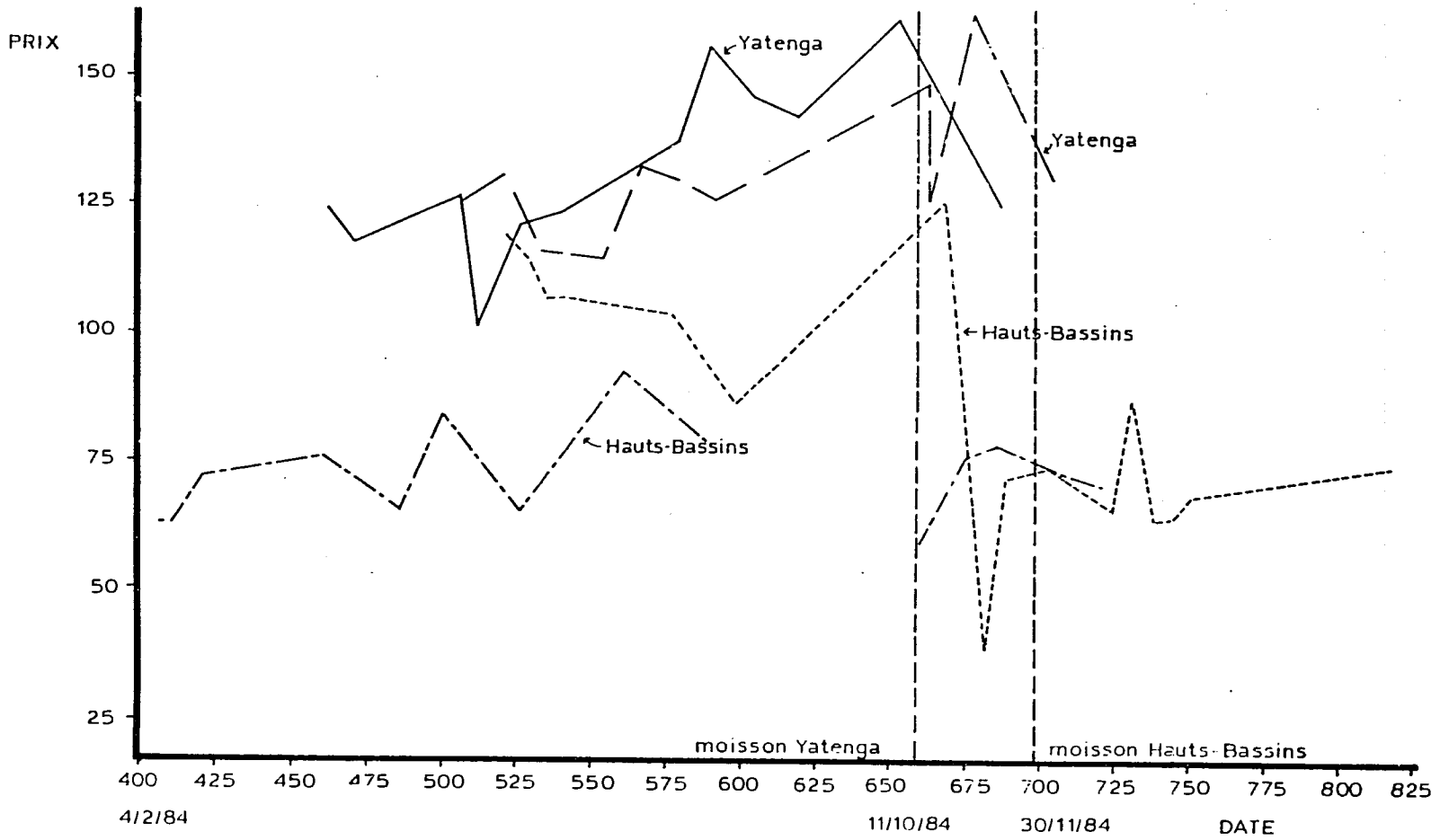
La saisonnalité est un facteur clé dans l'économie céréalière de nombreux pays africains semi-arides. L'abondance des céréales après la récolte cède souvent la place à la pénurie avant la récolte suivante. Les prix très bas après la récolte deviennent très élevés avant la récolte suivante. Comment les exploitants et les gouvernements surmontent-ils ces variations saisonnières? Cette section tente d'aborder la question. Premièrement, nous analysons d'abord la nature de la saisonnalité de l'économie céréalière au Burkina Faso. Nous examinons ensuite le comportement des exploitants à l'égard de la saisonnalité.

4.4.1 La nature de la saisonnalité

Dans les cinq villages étudiés dans le cadre de ce projet, la saison des pluies dure généralement entre 134 jours, dans le village le plus méridional, Baré, et 100 jours, dans les villages les plus septentrionaux de Bougouré et Mené. Les précipitations annuelles "normales" atteignent 1100-1200 mm à Baré et 500-800 mm à Mené. Les pluies commencent en mai ou en juin et se terminent en septembre. Les principales récoltes de céréales commencent en octobre ou au début du mois de novembre, une partie du maïs étant récoltée en septembre. Les prix des céréales dans les marchés desservant les villages de l'échantillon atteignent leur point le plus bas au moment de la récolte et augmentent pendant les douze mois suivants pour culminer en octobre. Des augmentations de 50 pour cent des prix de vente au consommateur et d'achat au producteur ne sont pas rares. Voir par exemple les Figures 4.1 et 4.2.

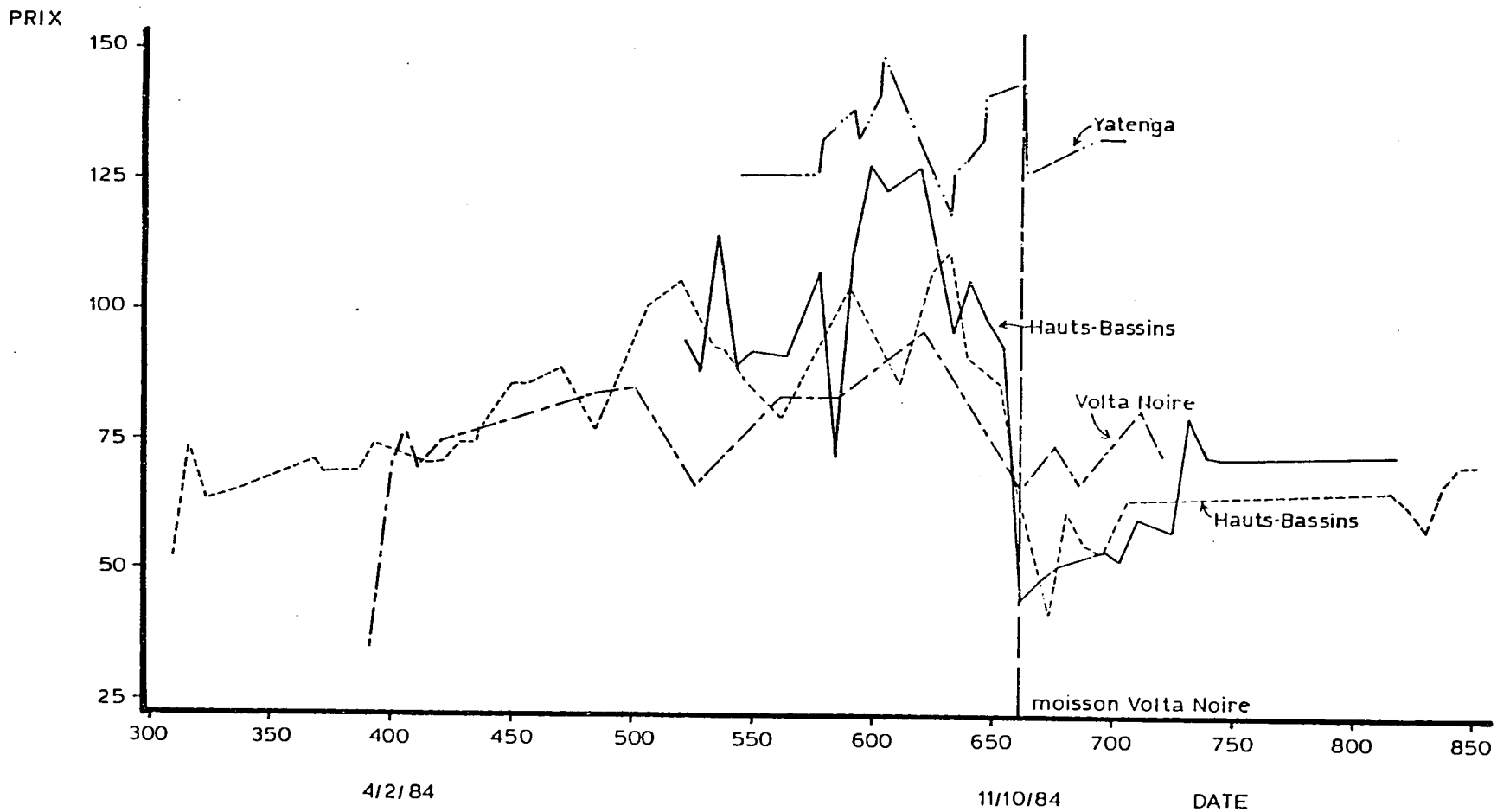
Les implications de ces structures de prix au niveau des conditions de vie et des incitations peuvent constituer un motif d'intervention pour le gouvernement. Comme on l'explique plus en détail ci-dessous, les exploitants de notre échantillon ont tendance à concentrer leurs ventes dans les six mois qui suivent la récolte, et ils sont encore plus enclins (pas nécessairement les mêmes individus) à acheter davantage juste avant la récolte suivante. Autrement dit, les données soutiennent en partie l'hypothèse voulant que les exploitants africains vendent à bas prix (après la récolte) et achètent à prix fort (avant la récolte). Cependant, il convient de décomposer cette image globale pour en déduire des mesures efficaces.

SCHEMA 4.1 PRIX AU MARCHE VILLAGEOIS DU PETIT MIL
Prix d'achat au producteur (au kg)



SOURCE: Prix recensés par les équipes d'etude villageoises.
Université du Michigan. La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

SCHEMA 4.2 PRIX AU MARCHE VILLAGEOIS DU SORGHO BLANC
Prix d'achat au producteur (au kg)



SOURCE: Prix recensés par les équipes d'étude villageoises.
Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

4.4.2 Saisonnalité des ventes et des achats de céréales

La caractérisation la plus courante de la commercialisation des denrées de base en Afrique est que les exploitants vendent pendant la saison de bas prix qui suit la récolte et achètent dans la saison de prix fort qui précède la récolte. Les explications de ce schéma présumé comprennent notamment des notions démodées d'irrationalité des paysans, les ventes liées au remboursement des prêts, les impôts, la demande comprimée pour les achats au comptant, la crainte de partager les excédents de céréales à mesure que la soudure approche, les variations saisonnières de l'accès aux acheteurs et aux vendeurs. Cette section commence par illustrer la structure saisonnière des transactions dans les cinq villages étudiés dans le cadre de ce projet. L'avis général est confirmé pour les achats davantage que pour les ventes, mais de vastes quantités sont achetées et vendues en toute saison.

Comme le montrent les Figures 4.1 et 4.2, les prix des céréales commencent à tomber rapidement en octobre dans les marchés qui desservent les villages de l'échantillon. Le "trimestre" post-récolte est donc défini comme allant du 11 octobre au 28 décembre. Les autres trimestres sont janvier-mars, avril-juin et juillet-10 octobre. La structure saisonnière des transactions pour l'ensemble de l'échantillon est illustrée au tableau 4.2.

Le schéma de vente semble plus équilibré qu'on ne le pense habituellement. Les ventes les plus fortes n'ont pas lieu juste après la récolte mais plutôt au cours du trimestre suivant. Aucun trimestre n'enregistre moins de 17 pour cent et plus de 33 pour cent des ventes. Le schéma d'achat correspond plus étroitement à l'avis général, la plus grande partie des céréales étant achetée avant la récolte. L'éventail varie entre un maximum de 43 pour cent avant la récolte et un minimum de seulement 9 pour cent après la récolte.

TABLEAU 4.2

VENTES ET ACHATS DE CEREALES PAR TRIMESTRE POUR CINQ VILLAGES DU BURKINA FASO,[a] 1984

	jan-mar	avril-juin	juil-oct	oct-déc
Ventes[b] (kg)	9.520	4.885	6.347	7.811
(% du total annuel)	(33%)	(17%)	(22%)	(27%)
Achats[c] (kg)	25.366	35.846	57.158	12.085
(% du total annuel)	(19%)	(27%)	(44%)	(9%)

NOTES: [a]Mené, Bougouré, Baré, Tissi, Dankui.

[b]Sorgho, petit mil, maïs.

[c]Sorgho, petit mil, maïs, riz, aide alimentaire, aliments divers.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

Cette description des transactions saisonnières devient différente si on étudie le comportement individuel des ménages. Le Tableau 4.3 montre le nombre de ménages qui ont réalisé la plus grande partie de leurs ventes ou de leurs achats au trimestre indiqué. L'examen des schémas de vente des ménages individuels révèle que le trimestre qui suit la récolte correspond effectivement à la plus forte période de vente pour la majorité des ménages et que les deux trimestres après la récolte représentent la principale période de vente pour 81 pour cent des exploitants qui vendent plus de 25 kg par an. Les données d'achat au niveau des ménages montrent que beaucoup de ménages achètent en grandes quantités avant la saison de la pré-récolte, où les prix sont élevés, mais c'est pendant la pré-récolte que les volumes d'achat sont les plus élevés.

TABLEAU 4.3

NOMBRE DE MENAGES AVEC LE PLUS GROS VOLUME DE VENTES ET D'ACHATS A CHAQUE TRIMESTRE DANS CINQ VILLAGES DU BURKINA FASO[a]

	jan-mars	avril-juin	juil-oct	oct-déc
Ventes[b]	21	5	8	35
Achats[c]	45	61	64	7

NOTES: [a]Ménages vendant plus de 25 kg et achetant plus de 50 kg.

[b]Sorgho, petit mil, maïs.

[c]Sorgho, petit mil, maïs, riz, aide alimentaire, aliments divers.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

En résumé, les schémas de transactions saisonnières observés dans les cinq villages de l'échantillon confirment l'avis général selon lequel les exploitants africains vendent à bas prix et achètent à prix fort. Cependant, le schéma n'est pas très accusé et il semblerait que certains exploitants le contredisent. Par exemple, 22 des 68 ménages qui vendaient plus de 25 kg effectuaient moins de 15 pour cent de leurs ventes au cours du trimestre suivant la récolte. En d'autres termes, près du tiers des vendeurs ne vendaient pas beaucoup au moment où les prix étaient au plus bas. Ce sous-groupe de ménages est étudié plus loin.

La décomposition par village fournit d'autres indications sur les schémas saisonniers. Les Tableaux 4.4 et 4.5 montrent, par village, le nombre de ménages dont les ventes et les achats les plus forts ont lieu à chaque trimestre. Les différences les plus marquées se situent entre Baré, un villages excédentaire relativement riche, et les autres villages plus pauvres et soit chroniquement soit occasionnellement déficitaires en céréales. Le plus grand nombre de ménages de Baré ont effectué leurs plus gros achats entre janvier et mars au lieu d'attendre plus tard dans la saison lorsque les prix sont plus élevés. Dans les quatre autres villages, la majorité des ménages ont effectué le gros de leurs achats au cours des deux trimestres suivants, où les prix augmentent progressivement. L'analyse comparative des ventes est difficile parce que deux tiers des ménages

vendant plus de 25 kg se trouvaient à Baré. En comparant Baré à Tissi, le village qui compte le plus grand nombre de vendeurs après Baré, on observe que, proportionnellement, un plus grand nombre d'exploitants évitent d'effectuer la majorité de leurs ventes au cours du trimestre qui suit la récolte. Par conséquent, le village excédentaire relativement riche semble moins souffrir de la forte saisonnalité des prix des céréales. La caractérisation "vendre bas, acheter haut" correspond moins bien à Baré qu'aux autres villages plus pauvres et plus exposés à des déficits.

4.4.3 Commercialisation des céréales par rapport aux autres transferts de céréales et de fonds

Les autres transferts de céréales et de fonds fournissent des données intéressantes sur l'importance de la commercialisation des céréales. Les revenus générés par la vente de céréales de l'échantillon étaient faibles par rapport au total des recettes monétaires. Les ventes de céréales et d'autres cultures (coton et arachide) n'atteignaient ensemble qu'un tiers des autres recettes monétaires.

Les ventes de céréales (kg) dans les quatre villages déficitaires étaient moins importantes que le volume de céréales faisant l'objet de transferts non commerciaux dans ces villages. En revanche, les achats de céréales dans ces villages dépassaient de loin le volume de céréales provenant de sources non commerciales. Ces données sont résumées au Tableau 4.6.

La saisonnalité des autres transferts présente des éléments similaires à la saisonnalité de la commercialisation des céréales. Comme l'indique le Tableau 4.7, les transferts non commerciaux de céréales culminent après la récolte, la période pré-récolte arrivant en seconde place par ordre d'importance. Cette observation corrobore l'affirmation de Saul selon laquelle le paiement des travaux agricoles et les dons "obligatoires" donnent lieu à d'importants transferts vers le moment de la récolte, dons qui sont ensuite vendus et viennent gonfler les chiffres de vente de l'après-récolte.

TABLEAU 4.4

NOMBRE DE MENAGES EFFECTUANT L'ESSENTIEL DE LEURS ACHATS A CHAQUE TRIMESTRE [a,b]

	jan-mars	avril-juin	juil-oct	oct-déc	Total
Mené	12	16	13	2	43
Bougouré	16	21	8	0	35
Baré	14	6	9	4	33
Tissi	5	8	15	0	28
Dankui	8	10	19	1	38
Total	45	61	64	7	177

NOTES: [a]Sorgho, petit mil, maïs.

[b]Ménages achetant plus de 50 kg.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 4.5

NOMBRE DE MENAGES EFFECTUANT L'ESSENTIEL DE LEURS VENTES A CHAQUE TRIMESTRE [a,b]

	jan-mars	avril-juin	juil-oct	oct-déc	Total
Mené	2	0	3	0	5
Bougouré	0	0	0	1	1
Baré	16	4	4	23	47
Tissi	1	1	1	9	12
Dankui	2	0	0	1	3
Total	21	5	8	34	68

NOTES: [a]Sorgho, petit mil, maïs.

[b]Ménages vendant plus de 25 kg.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 4.6

TRANSFERTS DE CEREALES COMMERCIAUX ET NON COMMERCIAUX (kg)

	Ventes	Achats	Entrées non commerciales	Sorties non commerciales
Mené	1.175	30.340	1.817	476
Bougouré	75	18.420	1.894	596
Tissi	2.043	24.163	8.847	14.593
Dankui	506	15.576	591	1.913
Total	3.799	88.499	13.149	17.578

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

Ce point est confirmé par les raisons avancées par les exploitants pour expliquer les transferts qui ont lieu chaque saison. On a cité les "dons" plus souvent au trimestre qui suit la récolte qu'à tout autre trimestre; et pendant l'après-récolte, on a cité les "dons" plus que toute autre raison. On a cité la rétribution d'un travailleur beaucoup plus souvent au trimestre précédant la récolte que dans les autres trimestres, et c'était la principale source de transfert pendant le trimestre en question. C'est également pendant le trimestre précédent la récolte que l'aide d'urgence est citée plus que dans les autres trimestres (81 pour cent), mais ce facteur n'est cité que pour 9 pour cent du nombre total de transferts au trimestre précédent la récolte. Au deuxième trimestre après la récolte, c'est-à-dire de janvier à mars, les funérailles sont citées comme la principale raison des dons. Au trimestre suivant, un volume relativement faible de céréales est transféré pour des raisons diverses ("entretenir les relations", "paiements divers", "autres"). Au total, il se produit d'importants mouvements non commerciaux de céréales entre les ménages, les raisons invoquées variant selon les saisons. Avant la récolte, c'est le paiement des employés, après la récolte ce sont des dons, puis les funérailles en janvier-mars, et enfin diverses raisons en avril-juin lorsque le volume des transferts est faible.

TABLEAU 4.7

TRANSFERTS NON COMMERCIAUX DE CEREALES ET DE FONDS PAR TRIMESTRE [a,b]

Total	jan-mars	avril-juin	juil-oct	oct-déc
Céréales reçues (kg)	2.192	1.656	4.153	7.590
Céréales données (kg)	5.601	801	5.867	11.458
Argent reçu (1000 FCFA)	1.484	3.691	1.399	899
Dons d'argent (1000 FCFA)	1.228	2.294	1.187	570

NOTES: [a]Mené, Tissi, Dankui, Bougouré, avec très peu de données pour Baré.

[b]Les montants des dons ne correspondent pas aux montants reçus à cause des entrées et des sorties de fonds dans l'échantillon.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

En ce qui concerne les transferts de fonds, le fait le plus intéressant est probablement leur concentration entre avril et juin. Une part de ces transferts pourrait représenter des dons destinés à aider les familles à acheter des céréales à l'approche de la soudure. Les données ne sont pas encore analysées au point de pouvoir déterminer le rôle des dons monétaires provenant des membres de la famille qui vivent ailleurs. Les raisons des dons d'argent ne présentent aucune saisonnalité distincte.

Enfin, puisque les ventes de céréales doivent être placées dans le contexte général de l'économie des ménages, il importe de considérer le prix relatif des céréales par rapport aux prix des autres capitaux (bétail et cultures de rapport) pour différentes saisons. Si l'on se fie au modèle général de l'allocation intertemporelle des ressources, lorsque les prix relatifs des céréales varient selon les saisons, les exploitants devraient préférer générer des revenus en vendant des céréales les saisons où leur prix relatif est élevé, et du bétail ou des cultures de rapport lorsque leur prix relatif est élevé. Par exemple, pendant la période de la récolte, d'octobre à décembre, bien que les prix des céréales soient au niveau le plus bas de l'année et augmentent ensuite, les prix des animaux commencent aussi à monter avant de retomber à nouveau en mars-avril. Il y aurait donc lieu de penser que les animaux sont vendus de préférence aux céréales en janvier-mars au début de la saison sèche. A la lumière des prix relatifs,

les exploitants préfèreraient normalement vendre des céréales plutôt que des animaux au moment de la récolte, d'octobre à décembre. Bien que les prix des céréales soient à leur niveau le plus bas de l'année, il pourrait être plus économique de vendre des céréales et de conserver les animaux plusieurs mois de plus. A l'évidence, si le ménage n'a pas d'animaux, il n'a pas le choix. Dans ce cas, il vendra des céréales pendant la première période sans garder ses animaux jusqu'à la deuxième période.

Cela suggère que même les ménages qui vendent des céréales juste après la récolte se comportent plus rationnellement qu'il n'y paraît. Les exploitants sont naturellement très conscients des écarts de prix relatifs.

4.4.4 Variations des schémas de commercialisation selon les ménages

Certains ménages semblent souffrir du syndrome "vendre bas, acheter haut" tandis que d'autres évitent les effets les plus négatifs de la saisonnalité et d'autres encore semblent tirer parti des mouvements de prix saisonniers. Le gouvernement du Burkina Faso pourrait mieux ajuster ses interventions s'il pouvait identifier différents schémas de commercialisation et les types de ménages correspondants. Cette section constitue un effort dans ce sens.

Quinze ménages basaient leur schéma de commercialisation sur l'augmentation saisonnière des prix. Ils réalisaient plus de 60 pour cent de leurs ventes dans les six mois précédant la récolte, c'est-à-dire les périodes de prix maximum. Ce groupe est plus à l'aise et a peut-être l'esprit plus "commerçant" que les reste de l'échantillon. S'il ne représente que 7 pour cent des 220 ménages de l'échantillon, il détient 25 pour cent du bétail de l'échantillon et 10 pour cent de la valeur des biens durables, avec 38 pour cent des ventes totales de l'échantillon. Le ménage moyen de ce groupe vend 944 kg de céréales contre une moyenne de 155 kg pour l'échantillon. Parmi ceux qui vendaient effectivement des céréales, le montant total vendu atteignait 389 kg.

Contrastant avec ce groupe, 27 ménages semblent accuser des pertes à cause des mouvement saisonniers des prix. Ce groupe comprend les ménages qui effectuent plus de 60 pour cent de leurs achats annuels au cours des six mois précédant la récolte et/ou plus de 60 pour cent de leurs ventes

annuelles dans la période qui suit la récolte.[4] Ces ménages sont extrêmement pauvres en bétail mais légèrement au-dessus de la moyenne en termes de valeur des biens durables. Ils cultivent une surface relativement faible (6,33 hectares contre la moyenne de l'échantillon de 7,62 hectares), bien que la taille de leur famille soit supérieure à la moyenne (7,89 équivalents-consommateurs contre 6,86 pour l'échantillon). Ils consacrent également une plus grande portion de leur terre aux cultures de rapport (coton et arachide) que la moyenne (13 pour cent contre 10 pour cent). La quantité moyenne achetée et vendue par ces ménages est proche de la moyenne.

Deux types de schémas de consommation semblent n'associer aucun gain ou perte appréciable aux mouvements saisonniers des prix. Un groupe de 25 ménages est relativement autarcique, n'effectuant aucun achat et vendant moins de 100 kg par an. Ils cultivent une plus grande surface (8,07 hectares) que la moyenne de l'échantillon et consacrent une moindre portion aux cultures de rapport (7 pour cent contre 10 pour cent pour l'échantillon). Trois ménages possèdent beaucoup moins de bétail que la moyenne (0,38 tête contre 1,91 tête par ménage) mais environ la même valeur de biens durables. Un autre groupe, comprenant légèrement plus de la moitié de l'échantillon (112 ménages), parvient à éviter les pertes provoquées par les variations saisonnières des prix. Soit ils réalisent moins de 15 pour cent de leurs ventes totales au cours des trois mois qui suivent la récolte, soit ils effectuent moins de 15 pour cent de leurs achats annuels dans les trois mois qui précèdent la récolte.[5] Ils évitent donc d'acheter ou de vendre dans les plus mauvaises périodes de prix. Ils ne sont cependant pas particulièrement habiles à concentrer leurs ventes dans la période de prix forts. A de nombreux égards, ce groupe est similaire à la moyenne de

---

[4] Ce dernier critère nécessite également au moins 100 kg de ventes dans l'année.

[5] En d'autres termes, un ménage qui évite les pertes sur les ventes effectue moins de 15 pour cent de ses ventes totales au trimestre qui suit la récolte et n'encourt pas assez de pertes d'achat pour être classé dans le groupe précédent qui effectue plus de 60 pour cent de ses achats avant la récolte. Il en va de même pour les ménages qui évitent les pertes sur les achats.

l'échantillon, ce qui n'est pas surprenant puisqu'il constitue la majorité de l'échantillon.[6]

Ces caractérisations des schémas de commercialisation des céréales peuvent aider le gouvernement à adapter ses interventions aux groupes visés. La principale conclusion est peut-être le fait que 137 des 220 ménages n'interviennent pas de manière appréciable sur le marché céréalier ou parviennent à éviter d'accuser des pertes en raison des mouvements saisonniers des prix. Un très petit groupe semble bénéficier de ces fluctuations et environ 12 pour cent semblent subit des pertes. Le gouvernement pourrait axer ses efforts relatifs à la saisonnalité sur ce dernier groupe.

---

[6] Un autre groupe de ménages ressemblant de près à la moyenne de l'échantillon se caractérise par des achats importants pendant la saison de bas prix.

CHAPITRE 5

COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS

Le chapitre précédent examine le comportement d'achat et de vente des producteurs ruraux. Environ 8 à 10 pour cent de la population, cependant, ne produit pas de céréales. La majorité de ces consommateurs vit dans des zones urbaines. Leur principale (sinon la seule) interaction avec le circuit de commercialisation des céréales est en tant qu'acheteurs. Les consommateurs achètent des céréales sous deux formes: comme céréales non transformées à préparer à domicile et sous forme de plats cuisinés, bière, riz en sauce, biscuits et autres plats assortis. Ces achats constituent le dernier maillon de la chaîne de commercialisation des céréales.

Par conséquent, l'activité d'achat des consommateurs et des préparatrices de plats cuisinés comprend la majorité des activités de commerce de détail des céréales dans les zones urbaines. Ce chapitre porte sur le comportement d'achat de ces deux groupes de consommateurs.[1]

Les données analysées dans ce chapitre proviennent d'enquêtes réalisées à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso. L'échantillon de consommateurs comprend 108 ménages de Bobo-Dioulasso et 125 ménages de Ouagadougou; il s'agit d'un échantillon proportionnel aléatoire prélevé par quartier dans chaque ville. L'échantillon des préparatrices de plats cuisinés est également un échantillon proportionnel aléatoire modifié, sélectionné pour représenter les différents quartiers et types de plats cuisinés. On a interviewé soixante-quinze préparatrices dans chaque ville. Une explication détaillée de la méthode de collecte des données de l'étude urbaine est fournie à l'Annexe E. Les Tableaux présentés dans cette section concernent l'ensemble de l'échantillon. Des tableaux séparés pour Ouagadougou et Bobo-Dioulasso sont présentés à l'Annexe F.

Ce chapitre commence par plusieurs brèves études de cas destinées à illustrer le comportement d'achat typique. Ces études de cas sont suivies par deux sections sur le comportement d'achat des consommateurs finaux et

---

[1] Ce chapitre concerne le comportement d'achat et non pas le comportement de consommation. L'étude de l'IFPRI/CEDRES porte sur le comportement de consommation des ménages vivant à Ouagadougou. D'autres études sur la consommation au Burkina Faso sont mentionnées dans Haggblade (1984).

des préparatrices de plats cuisinés; chacune de ces sections comporte une analyse des données sur les partenaires commerciaux, l'échelle, le lieu et le rythme des transactions, ainsi que sur les préférences céréalières. Une courte section examine le comportement des acheteurs institutionnels. Enfin, ce chapitre conclut avec l'importance des différents circuits de commercialisation pour satisfaire la demande des consommateurs.

5.1 ETUDES DE CAS SUR LES CONSOMMATEURS

Cette section a pour but de situer le comportement d'achat des céréales dans le contexte de la vie urbaine. Les six cas présentés, trois consommateurs et trois préparatrices de plats cuisinés, ont été choisis en fonction d'une analyse des entretiens. Les exemples de consommateurs ont été choisis pour illustrer le comportement de familles de statut économique différent -- facteur qui nous semble déterminant pour le comportement d'achat individuel. Les exemples de préparatrices de plats cuisinés ont été choisis pour illustrer le comportement des préparatrices qui confectionnent différents types de plats. La combinaison des fonds disponibles et du type de plat préparé semble être le principal facteur qui détermine le comportement d'achat des préparatrices de plats cuisinés.

5.1.1 Famille à revenu moyen à Ouagadougou

Jean Ouédraogo travaile à la Caisse nationale de sécurité sociale de Ouagadougou. Son épouse est sage-femme à la maternité Gounghin. Madame Ouédraogo aime faire préparer du riz en sauce pour le déjeuner et du tô de sorgho blanc pour le dîner. Pendant les mois qui suivent immédiatement la récolte, ils alterrent souvent le maïs et le sorgho au repas du soir. Ses enfants ont de la bouillie le matin, tandis qu'elle et son mari prennent du pain avec leur café.

Ils n'habitent pas loin du marché de Gounghin, où il y a quelques commerçants qu'ils connaissent depuis des années. Au début de chaque mois, Jean va au marché central pour acheter un sac de 100 kg de sorgho blanc. Il préfère traite avec un commerçant de taille moyenne qu'il connaît depuis des années. Il peut généralement payer comptant, mais il lui arrive d'acheter à crédit. Puisque le riz dure un peu plus longtemps, ils n'ont besoin d'un sac de 100 kg que tous les deux mois. Il achète le riz à un autre commerçant qui a une boutique près de sa maison à Gounghin. Tous les

matins, Madame Ouédraogo envoie la cousine qui l'aide à faire la cuisine et le nettoyage au coin de la rue pour acheter un grand bol de bouillie à la vendeuse qui est leur voisine. Sur le chemin du retour, elle s'arrête pour acheter un pain devant le marché.

5.1.2 Famille à revenu intermédiaire à Ouagadougou

La famille de Madame Sawadogo, qui vit également à Ouagadougou, n'est pas aussi aisée. Son mari gagne moins bien sa vie. Il est payé toutes les deux semaines. Elle envoie son fils aîné à l'entrepôt de l'OFNACER pour acheter un sac de 50 kg de riz presque tous les mois. Elle achète une tine de sorgho blanc toutes les semaines à un petit commerçant du marché de Zogona. Si elle épuise ses provisions avant la fin du mois, elle achète une assiette ou deux à une vendeuse qui a un emplacement au bord du marché. Sa famille prend habituellement de la bouillie au petit-déjeuner. C'est généralement elle qui la prépare, mais il lui arrive de l'acheter à une femme qui la prépare au coin de la rue.

5.1.3 Famille à revenu intermédiaire de Bobo-Dioulasso

La famille Traoré vit à Ouézzinville, Bobo-Dioulasso. Moussa Traoré est un petit commerçant qui vend des petits outils et des pièces de bicyclette au marché de Farakan. Ils ont deux enfants en bas âge qui ne mangent pas encore beaucoup, de sorte que Madame Traoré ne prépare pas le déjeuner tous les jours. Pour le dîner, elle prépare régulièrement une sorte de tô. Elle achète chaque jour tous les ingrédients dont elle a besoin. Elle achète généralement à une vendeuse qui se tient à l'extérieur du marché. De temps en temps la chance leur sourit et un parent de leur village natal près de Solenzo vient chez eux et apporte un sac de céréales, mais c'est rare. Si les affaires de Moussa ne sont pas florissantes, ils ont toujours peur de devoir emprunter de l'argent pour acheter à manger ou de devoir trouver un commerçant qui leur fasse crédit. Mais ils craignent surtout de ne pas pouvoir rembourser le prêt. Ils seraient vraiment ennuyés.

5.1.4 Préparatrice de dolo à Ouagadougou

Anna Marie Guigma possède une grosse affaire de préparation de dolo (la bière locale) à Gounghin. Elle fournit du dolo à une douzaine de préparatrices de dolo qui ont des cabarets dans les environs autour du marché de Gounghin. Elle effectue une préparation complète environ tous les trois jours. D'autres femmes du voisinage fournissent la bière les jours où

elle n'en a pas. Elle préfèrerait faire germer son propre sorgho pour garantir la qualité de sa bière, mais c'est une longue opération (six jours) et elle n'a personne pour l'aider. Elle achète donc des sacs de sorgho germé à un commerçant qui va à Manga toutes les semaines pour acheter aux femmes locales. Lorsqu'elle a démarré, il y a de nombreuses années, elle achetait le sorgho à crédit et le remboursait la semaine suivante lorsqu'elle achetait un autre lot. Aujourd'hui ses affaires vont si bien qu'elle n'a pas besoin d'acheter à crédit. C'est l'une des meilleures clientes du commerçant.

5.1.5 Vendeuse de riz en sauce à Bobo-Dioulasso

Fatimata Traoré a une petite affaire près du marché de Saint Etienne à Bobo-Dioulasso. Tous les jours depuis un an environ, elle prépare et vend du riz en sauce. Ses bénéfices sont encore faibles, aussi ne peut-elle pas encore acheter un sac entier de riz à la fois, mais elle n'a pas besoin d'acheter à crédit. Elle achète environ 2 kg de riz par jour à un commerçant à l'extérieur du marché. Elle a envisagé d'acheter à l'OFNACER, mais cela l'obligerait à payer quelqu'un pour transporter le sac de l'entrepôt jusque chez elle, ce qui serait cher, et elle n'est pas certaine de la qualité du riz. Au moins avec le commerçant, elle sait que ses clients seront satisfaits.

5.1.6 Vendeuse de boules d'akassa à Bobo-Dioulasso

Claudine Coulibaly vend des boules d'akassa comme de nombreuses autres femmes le long de la route près de l'autogare. Elle aimerait vendre tous les jours, mais elle ne vient généralement que trois ou quatre fois par semaine. Elle vient de commencer et elle n'a pas encore beaucoup d'argent. Elle achète du petit mil dans des boîtes de tomates qu'elle achète à crédit à un petit détaillant près de chez elle. En rentrant chez elle, elle s'arrête pour payer avec l'argent qu'elle a gagné dans la journée. Comme beaucoup d'autres femmes, elle préfère vendre des galettes de petit mil pendant le mois du Ramadan. Les affaires sont excellentes à cette époque et beaucoup de femmes qui ne vendent habituellement pas de plats essaient de gagner un peu d'argent supplémentaire pendant ce mois.

5.2 COMPORTEMENT D'ACHAT DES CONSOMMATEURS FINAUX

Les céréales constituent la denrée de base du régime alimentaire urbain. On en consomme à pratiquement tous les repas, et elles représentent l'ingrédient central du plat principal au moins une fois par jour.[2] Le sorgho blanc, le petit mil et le maïs sont consommés en grandes quantités. Le riz, consommé en quantités grandissantes dans les villes, est encore considéré comme un produit de luxe par de nombreux ménages.[3] Le sorgho rouge est consommé sous forme de céréale en dernier recours. Aucun membre des ménages de l'échantillon n'a indiqué qu'il en achetait.

Tous les ménages achètent des céréales. La quantité achetée, le fournisseur, la fréquence et le lieu d'achat sont influencés par divers facteurs socioéconomiques et par la fréquence de réception, la situation du ménage par rapport aux commerçants et aux autres vendeurs, ainsi que les moyens de transport disponibles et leur coût. Cette section présente des données sur divers aspects du comportement d'achat des consommateurs. La section 5.5 présente des remarques finales et des conclusions.

5.2.1 Partenaires commerciaux

Les consommateurs urbains peuvent acheter des céréales à plusieurs types de vendeurs: producteurs, commerçants, vendeuses, OFNACER et Faso Yaar (pour le riz). Le Tableau 5.1 montre leur choix de partenaire commercial selon les céréales.

Les consommateurs des deux villes semblent préférer acheter aux commerçants plutôt qu'à l'OFNACER ou au magasin d'Etat (Faso Yaar). Leurs réponses indiquent qu'au moins 45 pour cent des achats de chaque type de céréale sont effectués auprès de commerçants. Le pourcentage est encore plus élevé à Bobo-Dioulasso, au moins 65 pour cent.

Le pourcentage des achats effectués à l'OFNACER semble varier considérablement selon les céréales. L'OFNACER est utilisé plus souvent pour acheter du maïs et du riz que pour le petit mil et le sorgho blanc.

---

[2] Cela ne signifie pas que chaque famille en mange nécessairement tous les jours. Ce n'est malheureusement pas le cas. Mais les familles qui peuvent se permettre de suivre le régime alimentaire habituel font au moins un repas par jour où le plat principal est à base de céréales.

[3] Le riz est généralement consommé au déjeuner et d'autres céréales le soir. On consomme de la bouillie, des restes de la veille ou du pain au petit-déjeuner.

TABLEAU 5.1

CHOIX DE VENDEUR PAR LE CONSOMMATEUR URBAIN POUR DIFFERENTES CEREALES
(échantillon entier)

(pourcentage de total de colonne entre parenthèses)

Vendeur	Sorgho blanc	Mil	Maïs	Riz
Producteurs (1)	7 (3,9)	1 (1,6)	4 (4,5)	1 (0,5)
Vendeuses (2)	13 (7,3)	4 (6,3)	10 (11,2)	6 (2,7)
Petit ou moyen commerçant (3)	59 (33,0)	30 (47,6)	24 (27,0)	101 (45,5)
Gros commerçant (4)	12 (6,7)	7 (11,1)	5 (5,6)	12 (5,4)
FASO YAAR (5)	-	-	-	4 (1,8)
OFNACER (6)	23 (12,8)	4 (6,3)	21 (23,6)	30 (13,5)
Producteur ou petit/moyen commerçant (13)	1 (0,6)	-	-	-
Acheté à l'OFNACER par l'intermédiaire de l'employeur (17)	-	1 (1,6)	-	-
Vendeuses oy petit/moyen commerçant (23)	6 (3,3)	2 (3,2)	-	6 (2,8)
Petit/moyen ou gros commerçant (34)	27 (15,1)	7 (11,1)	11 (12,3)	10 (4,6)
Commerçant ou FASO YAAR (35)	-	-	-	1 (0,5)
Commerçant or OFNACER (36)	13 (7,3)	6 (9,5)	5 (5,6)	19 (8,7)
FASO YAAR ou OFNACER (56)	-	-	-	1 (0,5)
Gros commerçant ou camp militaire (67)	1 (0,6)	-	-	1 (0,5)
Aucune résponse/pas de vendeur particulier (8)	4 (2,2)	-	-	3 (1,4)
Autre (7)	10 (5,6)	1 (1,6)	9 (10,1)	26 (11,7)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

Les consommateurs de Ouagadougou l'utilisent plus souvent (7 à 30 pour cent des achats) que ceux de Bobo-Dioulasso (3 à 6 pour cent des achats). Cet écart peut s'expliquer, au moins en partie, par le fait que les céréales sont plus accessibles à Bobo-Dioulasso et que les prix au marché y sont moins élevés qu'à Ouagadougou. Le maïs et le riz en particulier sont plus faciles à trouver à Bobo-Dioulasso qu'à Ouagadougou. Les consommateurs citent le crédit, la disponibilité des céréales, la commodité de l'emplacement et la qualité supérieure des céréales pour expliquer le fait qu'ils préfèrent acheter aux commerçants. Ils sont conscients de l'écart de prix entre les céréales vendues par les commerçants et celles vendues par l'OFNACER.

Parmi les différents types de commerçants, les consommateurs des deux villes semblent traiter plus souvent avec les petits et moyens commerçants qu'avec les gros commerçants. Les petits et moyens commerçants vendent aussi bien des tines que des sacs entiers. Les gros commerçants ne vendent généralement qu'en quantités supérieures à un sac.

Les vendeuses constituent une troisième catégorie de commerçants, qui vendent en petites quantités. Pour l'ensemble de l'échantillon, les consommateurs s'adressent à elles pour 3 à 11 pour cent de leurs achats. Les vendeuses semblent plus importantes pour les consommateurs de Ouagadougou, en particulier pour l'achat de maïs. Un nombre encore plus limité de consommateurs disent qu'ils achètent directement aux producteurs (1-5 pour cent), et moins à Ouagadougou qu'à Bobo-Dioulasso.

5.2.2 Echelle des transactions

Les céréales sont généralement vendues en quantités variant d'une louche à un sac de 100 kg. Le Tableau 5.2 indique la quantité de chaque céréale que les consommateurs achètent à la fois. L'échantillon montre une nette préférence pour les achats en tines ou en sacs de 100 kg, avec une grande variation dans le pourcentage réel pour différentes céréales. Le riz s'achète également en sacs de 50 kg ou au kilogramme. C'est la seule céréale vendue au poids.[4]

---

[4] La plupart des vendeurs de riz ont une balance et vendent au kilogramme. Certains vendeurs préemballent leurs quantités de riz dans des sacs de plastique, dont ils affirment qu'ils pèsent un kilogramme. L'expérience de divers membres de l'équipe suggère cependant que ces sacs pèsent souvent beaucoup moins qu'un kilogramme.

TABLEAU 5.2

IMPORTANCE DES TRANSACTIONS EFFECTUEES PAR LES CONSOMMATEURS
(échantillon entier)

(pourcentage du total de la colonne entre parenthèses)

Mesure	Sorgho blanc	Mil	Maïs	Riz
Kilo (3)	3 (1,7)	-	1 (1,1)	44 (19,8)
Boîte de tomates (11)	2 (1,1)	3 (4,8)	-	-
Assiette locale (14)	5 (2,8)	-	7 (8,0)	1 (0,5)
Assiette Yoruba (15)	9 (5,0)	6 (9,5)	4 (4,5)	-
Tine ORD (17)	22 (12,3)	26 (41,3)	10 (11,4)	6 (2,7)
Sac de 50 kg (30)	9 (5,0)	3 (4,8)	17 (19,3)	96 (43,2)
Sac de 100 kg (31)	128 (71,5)	24 (38,1)	47 (53,4)	68 (30,6)
Double pot (2 kg) (52)	-	1 (1,6)	1 (1,1)	-
Sac de 60 kg (53)	1 (0,6)	-	1 (1,1)	4 (1,8)
Sac de 90 kg (54)	-	-	-	3 (1,4)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

L'autre unité d'achat populaire est l'assiette (environ 2,5 kg).[5] A Ouagadougou, 14 à 21 pour cent des achats de sorgho blanc, de petit mil et de maïs se font avec cette mesure. Elle est très peu employée à Bobo-Dioulasso, où aucun membre de l'échantillon n'a indiqué s'en servir comme unité d'achat.

Il est intéressant de noter que quelques membres de l'échantillon disent qu'ils achètent des céréales secondaires en unités inférieures à une tine. La louche n'a même pas été mentionnée. Les vendeuses, cependant, vendent en quantités aussi petites que la louche. S'il est vrai que certains membres de l'échantillon achètent en si petites quantités, il est vraisemblable que les céréales consommées quotidiennement ne sont pas achetées sous cette forme.

5.2.3 Fréquence des achats de céréales

On achète des céréales aussi bien tous les jours qu'une fois par an. Le Tableau 5.3 montre la fréquence d'achat mentionnée par les consommateurs.

Pour l'ensemble de l'échantillon, entre 42 et 56 pour cent des achats de céréales sont effectués tous les mois. A Bobo-Dioulasso, les pourcentages sont légèrement plus élevés, entre 54 et 70 pour cent; à Ouagadougou, ils atteignent 41 à 48 pour cent pour le sorgho blanc, le maïs et le riz. Le petit mil semble être consommé moins souvent à Ouagadougou, où ses achats sont donc moins fréquents. Les achats mensuels sont particulièrement commodes pour les fonctionnaires et les employés du secteur privé qui reçoivent un salaire mensuel. De nombreuses familles achètent moins souvent, probablement parce qu'elles ne comptent pas assez de personnes pour consommer un sac entier par mois.

Relativement peu de consommateurs achètent du sorgho blanc ou du petit mil chaque jour dans l'une ou l'autre ville. Le maïs et le riz, cependant, sont achetés chaque jour par 9 à 16 pour cent des ménages de l'échantillon. C'est probablement parce que ces céréales sont relativement plus chères. Le riz est considéré davantage comme une denrée de luxe par les ménages plus pauvres. Un grand nombre de consommateurs qui affirment acheter chaque jour n'achètent en réalité que la quantité necessaire pour le jour où ils servent ces céréales.

---

[5] Les assiettes sankinsé et yoruba sont utilisées à Ouagadougou.

TABLEAU 5.3

FREQUENCE DES ACHATS EFFECTUES PAR LES CONSOMMATEURS URBAINS POUR (échantillon entier)

(pourcentage du total de la colonne entre parenthèses)

Fréquence des achats	Sorgho blanc	Mil	Maïs	Riz
Quotidiens (1)	10 (5,6)	3 (4,8)	8 (9,1)	29 (13,1)
Toutes les 2 semaines (2)	4 (2,2)	3 (4,8)	2 (2,3)	5 (2,3)
Toutes les 3 semaines (3)	7 (3,9)	1 (1,6)	4 (4,5)	8 (3,6)
Une fois par mois (4)	97 (54,5)	27 (42,9)	41 (46,6)	124 (55,9)
Une fois tous les 1-2 mois (5)	14 (7,9)	4 (6,4)	8 (9,1)	18 (8,1)
Une fois tous les 2 mois (6)	18 (10,1)	3 (4,8)	7 (8,0)	15 (6,8)
Une fois tous les 3 mois (7)	6 (3,4)	2 (3,2)	5 (5,7)	8 (3,6)
Une fois tous les 4 mois (8)	2 (1.1)	2 (3.2)	1 (1.1)	4 (1.8)
Une fois tous les 2-3 mois (9)	4 (2,2)	-	-	-
Une fois tous les 5-7 mois (10)	1 (0,6)	2 (3,2)	2 (2,2)	1 (0,5)
Une fois tous les 10 mois (14)	-	-	1 (1,1)	-
Une fois par an (15)	2 (1,1)	8 (12,7)	2 (2,3)	3 (1,4)
Une fois par semaine (17)	11 (6,2)	4 (6,3)	2 (2,3)	1 (0,5)
2-4 fois par semaine (19)	2 (1,1)	3 (4,8)	4 (4,5)	4 (1,9)
Deux fois par mois (26)	-	1 (1,6)	-	1 (0,5)
1-2 fois par mois (27)	-	-	-	1 (0,5)
Variable (23)	-	-	1 (1,1)	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

Lorsque les achats ont lieu chaque jour et en petites quantités, ils sont presque toujours effectués par les femmes qui se chargent de la cuisine ou par un jeune apprenti. Les achats plus importants et moins fréquents sont probablement négociés par le chef de ménage ou un fils aîné.

5.2.4 Emplacement des achats

Le Tableau 5.4 indique où les consommateurs effectuent leurs achats de céréales. La préférence pour les marchés locaux ou centraux va de pair avec la préférence pour les commerçants comme fournisseurs, qui se trouvent généralement dans ces marchés ou à proximité. Il est intéressant qu'un si grand nombre de consommateurs semblent se rendre au marché central pour acheter leurs céréales, et encore plus à Bobo-Dioulasso qu'à Ouagadougou. Cette différence est probablement due à l'importante superficie de Ouagadougou.

Ces données confirment également l'importance relative de l'OFNACER mentionnée plus haut. Il est intéressant de noter que, parmi ceux qui achètent à l'OFNACER, entre 20 et 25 pour cent n'utilisent pas l'entrepôt central.[6] Ce tableau montre également que certains consommateurs achètent des céréales par l'intermédiaire de leur employeur. Cette option est possible qu'ils travaillent dans le secteur public ou privé. Cette pratique ne ressort pas clairement des données du Tableau 5.1, peut-être parce que la plupart des céréales achetées par l'intermédiaire d'un employeur proviennent de l'OFNACER, quelle que soit le circuit emprunté, de sorte que l'OFNACER passe pour le partenaire commercial.

5.3 COMPORTEMENT D'ACHAT DES PREPARATRICES DE PLATS CUISINES

Presque tous les consommateurs consomment des plats qui ne sont pas cuisinés chez eux, que ce soit un repas entier pris au restaurant ou acheté à un vendeur le long de la route ou au marché, un casse-croûte consommé au travail ou en revenant de l'école, ou encore une gourde de bière achetée dans un cabaret local. Les céréales utilisées dans la préparation de ces plats représentent une part importante de la demande des consommateurs en

---

[6] Le pourcentage est beaucoup plus faible pour les achats de maïs. Cela tient probablement au fait que tous les entrepôts n'ont pas des céréales en permanence. Le consommateur doit chercher un entrepôt qui a ce qu'il souhaite.

TABLEAU 5.4

LOCALISATION DE ACHATS EFFECTUES PAR LES CONSOMMATEURS URBAINS
(échantillon entier)

(pourcentage du total de colonne entre parenthèses)

Localisation	Sorgho blanc	Mil	Maïs	Riz
Marché rural (1)	6 (3,4)	2 (3,2)	4 (4,5)	1 (0,5)
Marché local (quartier) (2)	48 (26,8)	18 (28,6)	24 (27,2)	61 (27,5)
Marché central (3)	71 (39,7)	33 (52,4)	22 (25,0)	81 (36,5)
Autres marchés ou achetées par l'intermédiaire de l'employeur (4)	8 (4,5)	-	9 (10,2)	27 (12,2)
OFNACER ou marché central (5)	4 (2,2)	4 (6,3)	1 (1,1)	6 (2,7)
Aucune réponse (6)	5 (2,8)	-	1 (1,1)	4 (2,0)
Marché local ou marché central (12)	5 (2,8)	-	4 (4,5)	6 (2,7)
Marché rural ou marché central (13)	1 (0,6)	-	-	-
A l'extérieur du marché (22)	1 (0,6)	-	-	-
OFNACER ou local market (25)	2 (1,1)	-	1 (1,1)	3 (1,4)
Acgetées à l'OFNACER par l'intermédiaire de l'employeur (87)	1 (0,6)	-	-	-
OFNACER (central) ou FASO YAAR (140)	19 (10,6)	5 (7,9)	20 (22,7)	26 (11,8)
OFNACER (local) (141)	6 (3,4)	1 (1,6)	2 (2,2)	7 (3,2)
Autre a[a] (7)	2 (1,1)	-	-	-

NOTE: [a]Camp militaire, employeur, etc.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

céréales -- tendance encore plus marquée dans les zones urbaines que dans les zones rurales. Ces plats sont cuisinés et vendus par les restaurants et les préparatrices individuelles. La préparation des plats plus traditionnels est le domaine des femmes.

Les plats vendus par des préparatrices de plats cuisinés comprennent: riz en sauce, galettes de petit mil, boules d'akassa, bouillie, beignets, dolo et dégué. La plupart des femmes ne préparent qu'un plat. A l'exception des préparatrices de bière, les préparatrices de plats cuisinés de notre échantillon achètent surtout du petit mil, du riz et de la farine de blé. Le sorgho rouge n'est généralement pas employé pour la cuisine par les consommateurs urbains, sauf par les plus pauvres (aucun élément de l'échantillon n'a indiqué en consommer). Il sert cependant à la préparation du dolo. Certaines préparatrices font germer leur propre sorgho mais beaucoup achètent le sorgho lorsqu'il a déjà germé.

Comme dans la section précédente, les tableaux inclus ici concernent l'ensemble de l'échantillon. L'Annexe F contient des tableaux qui montrent les résultats séparés pour Ouagadougou et Bobo-Dioulasso. Cette section examine différents aspects du comportement d'achat des préparatrices de plats cuisinés.

5.3.1 Partenaires commerciaux

Le Tableau 5.5 indique les vendeurs auxquels les préparatrices de plats cuisinés achètent leurs céréales. A quelques rares exceptions près, les préparatrices de plats cuisinés achètent leurs céréales à des commerçants. la quasi-totalité d'entre eux achètent à des petits et moyens commerçants. Les données de Bobo-Dioulasso indiquent qu'un grand nombre de préparatrices de plats cuisinés achètent à des vendeuses. Comme on l'explique au Chapitre 2, il y a des femmes qui vendent des céréales de la même manière que les petits et moyens commerçants, mais on les appelle néanmoins des vendeuses car ce sont des femmes. Il est vraisemblable que les préparatrices de plats cuisinés qui affirment acheter aux vendeuses n'achètent en réalité pas aux femmes qui vendent en très petites quantités, mais aux commerçantes.

Ni l'OFNACER ni le Faso Yaar ne sont d'importants points d'achat pour les préparatrices de plats cuisinés. De même, pratiquement aucune n'achète directement aux producteurs.

TABLEAU 5.5

CHOIX DE VENDEUR PAR LES PREPARATRICES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(échantillon entier)

(pourcentage du total de colonne entre parenthèses)

Vendeur	Sorgho blanc	Mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Producteur (1)	-	-	-	-	1 (14,3)
Vendeuse (2)	-	8 (14,0)	1 (20,0)	3 (6,0)	2 (28,6)
Petit/moyen commerçant (3)	- -	25 (43,9)	2 (40,0)	32 (64,0)	1 (14,3)
Gros commerçant (4)	-	-	-	3 (6,0)	1 (14,3)
FASO YAAR (5)	-	-	-	1 (2,0)	-
Producteur ou petit/moyen commerçant (13)	-	-	-	-	1 (14,3)
Aucun vendeur particulier (14)	-	1 (1,8)	-	-	-
Vendeuse ou petit/moyen commerçant (23)	1 (100,0)	22 (38,6)	2 (20,0)	5 (10,0)	-
Petit/moyen ou gros commerçant (34)	-	1 (1,8)	-	3 (6,0)	1 (14,3)
Petit/moyen commerçant ou OFNACER (36)	-	-	-	2 (4,0)	-
Gros commerçant ou OFNACER (46)	-	-	-	1 (2,0)	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

5.3.2 Echelle des transactions

Le Tableau 5.6 indique l'unité d'achat mentionnée par les préparatrices de plats cuisinés. Pour celles qui préparent des plats à base de riz, 58 pour cent de l'ensemble de l'échantillon achètent du riz au kilogramme. A Ouagadougou, où il est possible d'acheter à l'assiette, 32 pour cent achètent le riz au kilogramme et 36 pour cent à l'assiette. Dans les deux villes, un petit pourcentage des femmes achète un sac de 50 ou 100 kg à la fois.

Les préparatrices de petit mil semblent préférer l'acheter en unités relativement peu importantes; à Bobo-Dioulasso, elles l'achètent en boîtes de tomates, et à Ouagadougou, à l'assiette. Environ 26 pour cent achètent une tine à la fois et encore moins, 5 pour cent, achètent un sac entier à la fois.

Il y avait relativement peu de préparatrices de bière dans notre échantillon parce qu'elles représentent un faible pourcentage de toutes les préparatrices de plats cuisinés. Elles achètent habituellement du sorgho rouge germé, une céréale qui est déjà passée par le premier stade de transformation. Elles achètent en grandes quantités, un panier moyen, une tine ou un sac, parce qu'il n'est pas intéressant de préparer une petite quantité. Cela explique pourquoi la majorité des préparatrices achètent un sac à la fois.[7]

5.3.3 Fréquence des achats de céréales

La plupart des femmes qui préparent des plats à vendre le font tous les jours ou au moins quatre fois par semaine. Les données du Tableau 5.7 indiquent que la plupart achètent également des céréales tous les jours ou aussi souvent qu'elles préparent des plats. La fréquence de leurs achats et les petites quantités s'expliquent en partie par le fait qu'elles possèdent des comptes de crédit renouvelable chez leur fournisseur. L'achat du jour est payé avec les recettes du jour. Le prêt est payé soit le soir soit le lendemain matin au moment de l'achat suivant de céréales.

---

[7] La préparation de la bière est la préparation de plats cuisinés la plus lucrative. Le lecteur est prié de se reporter à Saul (1982) pour une excellente discussion de tous les aspects de la préparation de la bière.

TABLEAU 5.6

IMPORTANCE DES TRANSACTIONS EFFECTUEES PAR LES PREPARATRICES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(échantillon entier)

(pourcentage du total de colonne entre parenthèses)

Mesure	Sorgho blanc	Mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Kilogramme (3)	-	-	-	29 (58,0)	-
Petite louche (7)	-	2 (3,5)	-	-	-
Boîte de tomates (11)	1 (100,0)	16 (28,1)	-	-	-
Assiette locale (14)	-	-	1 (20,0)	-	-
Assiette Yoruba (15)	-	21 (36,8)	4 (80,0)	8 (16,0)	-
Tine ORD (17)	-	15 (26,3)	-	4 (8,0)	1 (14,3)
Panier moyen (19)	-	-	-	-	1 (14,3)
Sac de 50 kg (30)	-	-	-	6 (12,0)	-
Sac de 100 kg (31)	-	3 (5,3)	-	3 (6,0)	4 (57,1)
Bassin (61)	-	-	-	-	1 (14,3)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 5.7

FREQUENCE DES ACHATS EFFECTUES PAR LES PREPARATRICES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(échantillon entier)

(pourcentage du total de colonne entre parenthèses)

Fréquence	Sorgho blanc	Mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Une fois par semaine (6)	-	3 (5,3)	-	3 (6,0)	1 (14,3)
Deux fois par semaine (7)	-	4 (7,0)	-	5 (10,0)	5 (71,4)
Trois fois par semaine (8)	-	4 (7,0)	-	1 (2,0)	-
Quatre fois par semaine (9)	-	2 (3,5)	-	5 (10,0)	1 (14,3)
Cinq fois par semaine (10)	-	4 (7,0)	1 (20,0)	1 (2,0)	-
Six fois par semaine (11)	-	3 (5,3)	-	2 (4,0)	-
Sept fois par semaine (12)	1 (100,0)	36 (63,2)	4 (80,0)	32 (62,0)	-
Une fois par mois (13)	-	1 (1.8)	-	1 (2.0)	-
Une fois tous les 2 mois (14)	-	-	-	1 (2.0)	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

Ici encore, la préparation de la bière est une exception. Le procédé dure trois jours, aussi les préparatrices ne préparent-elles la bière que deux fois par semaine.[8]

5.3.4 Lieu d'achat des céréales

Le Tableau 5.8 indique que pour toutes les préparations sauf celle de la bière, les marchés locaux et centraux sont le lieu d'achat préféré. Comme dans le cas des consommateurs, on prèfère les marchés locaux à Ouagadougou.

La plupart des préparatrices de bière se font livrer leur sorgho rouge dans les concessions où elles font leur préparation. Cette pratique est encore plus répandue parmi les préparatrices de Ouagadougou.

5.4 ACHATS INSTITUTIONNELS DE CEREALES

Deux autres groupes achètent des céréales: les institutions et les entreprises industrielles. Les institutions comprennent les écoles et les camps militaires.[9] Les entreprises industrielles comprennent les brasseries (SOBIBRA et BRAKINA), VOLTAPAT et le Grand Moulin du Burkina (GMB).

Les écoles primaires préparent le déjeuner et les écoles secondaires préparent le déjeuner et souvent le dîner. Les écoles primaires reçoivent habituellement de la farine de maïs d'une ONG pour le déjeuner. Les écoles secondaires utilisent du riz, de la farine de maïs et des pâtes. Les écoles publiques, qui sont placées sous la responsabilité financière du Ministère de l'éducation, reçoivent une partie de leurs fournitures du Ministère. Le riz (importé d'Asie) est acheté par l'intermédiaire du Faso Yaar (SOVOLCOM). La farine de maïs provient généralement du Programme alimentaire mondial et d'ONG comme CATHWEL. Les pâtes sont achetées directement à VOLTAPAT.

Les brasseries utilisent du riz et certaines céréales locales pour leurs bières. Les années de bonne récolte, elles aiment acheter des céréales locales parce que cela leur permet d'abaisser leurs coûts de production. Elles passent habituellement des contrats d'achat avec de gros commerçants.

---

[8] A Ouagadougou, toutes les préparatrices de bière interrogées effectuaient l'opération deux fois par semaine.

[9] Il nous a été impossible d'obtenir un entretien avec un membre des camps militaires.

TABLEAU 5.8

LOCALISATION DES ACHATS EFFECTUES PAR LES PREPARATRICES
DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(échantillon entier)

(pourcentage du total de colonne entre parenthèses)

Localisation	Sorgho blanc	Mil	Maïz	Riz	Sorgho rouge
Marchés locaux (quartier) (2)	1 (100,0)	27 (47,4)	4 (80,0)	33 (66,0)	1 (14,3)
Marchés centraux (3)	-	17 (29,8)	1 (20,0)	12 (24,0)	2 (28,6)
Livraison à la concession (5)	-	2 (3,5)	-	-	4 (57,1)
Marchés ruraux ou centraux (13)	-	1 (1,8)	-	-	-
Marchés locaux ou centraux (23)	-	10 (17,5)	-	5 (10,0)	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

VOLTAPAT, qui produit des maraconis, utilise principalement du blé. Une partie provient de la production locale dans la vallée de Sourou, mais la majorité est importée.

Le GMB transforme toutes sortes de céréales: du maïs, du sorgho blanc, du sorgho rouge et du blé. Il en importe, en particulier du blé, mais il a la capacité de transformer toutes les sortes de céréales. Ces dernières années, le GMB a fonctionné avec un coefficient d'utilisation très faible pour deux raisons. Les récoltes généralement mauvaises ont relevé les prix, de sorte que les céréales sont trop chères, et les consommateurs semblent préférer acheter des céréales non transformées plutôt que de la farine, et ne transforment que les quantités nécessaires selon les besoins.[10]

Toutes les entreprises interrogées sont organisées pour acheter des céréales pour le compte de leurs employés. Certaines offrent même jusqu'à quatre mois de crédit. A Bobo-Dioulasso, elles achètent souvent à des commerçants. A Ouagadougou et ailleurs, elles achètent à l'OFNACER.

Nous n'avons malheureusement pas pu obtenir de données quantitatives sur les achats institutionnels -- ni auprès des acheteurs ni auprès des vendeurs.[11] Il est donc difficile d'estimer leur importance relative comme circuit de commercialisation.

Il serait cependant prudent de conclure que la plupart des consommateurs reçoivent des céréales d'une institution. L'importance des institutions en tant que circuit de commercialisation dépend de la situation de l'acheteur individuel. Les membres de l'armée reçoivent probablement une grande partie de leurs céréales de cette manière. Les familles avec des enfants en âge scolaire achètent indirectement par cette voie. Pareillement, les consommateurs qui achètent de la bière en bouteille, servent des macaronis ou du pain, achètent aussi indirectement par cette voie. Sur ces bases, nous concluons que les institutions desservent essentiellement les consommateurs à revenu moyen et intermédiaire.

---

[10] Cette pratique apparemment peu économique est un comportement d'épargne spontanée. Les gens semblent penser que moins ils possèdent de céréales transformées, moins ils en utiliseront.

[11] L'OFNACER ne semble pas avoir de registres sur ceux qui achètent ses céréales.

5.5 CONCLUSIONS SUR LE COMPORTEMENT D'ACHAT DES CONSOMMATEURS

Pour les consommateurs directement, ou pour les préparatrices de plats cuisinés, les petits et moyens commerçants constituent le principal circuit de commercialisation des céréales dans les zones urbaines. Les vendeuses, qui achètent également à ces commerçants, alimentent moins de 10 pour cent du marché. Elles sont particulièrement importantes pour les achats de céréales plus luxueuses et en particulier pour les achats irréguliers et de dépannage.

Les marchés céréaliers sont particulièrement actifs au début du mois, juste après que les employés salarés aient reçu leur chèque. Environ 50 pour cent des consommateurs achètent les céréales en sacs chaque mois. Une grande proportion de préparatrices de plats cuisinés, en raison de leur faible assise financière et du rythme quotidien de leurs affaires, achètent les céréales chaque jour et en plus faibles quantités (à l'assiette ou en tines). Elles préfèrent également acheter dans les marchés locaux.

Le recours à l'OFNACER varie considérablement selon la céréale achetée. Cet organisme est plus populaire pour le maïs et le riz, en particulier à Ouagadougou, où ces céréales sont plus chères et moins faciles à obtenir. Il est difficile de déterminer à partir de nos données numériques quels types de consommateurs font appel aux services de l'OFNACER. Pendant les entretiens, cependant, bon nombre des consommateurs les plus pauvres ont déclaré qu'ils ne pouvaient pas s'adresser à l'OFNACER car ils ne possèdent pas les documents nécessaires (carte de famille) et, point plus important, parce qu'ils ne peuvent pas acheter une grande quantité de céréales à la fois. Le manque de crédit et l'opinion générale que la procédure d'achat est compliquée sont d'autres raisons importantes mentionnées par les familles démunies pour expliquer qu'elles n'achètent pas à l'OFNACER. Les familles plus aisées citent la qualité inférieure des céréales et l'incommodité pour expliquer le fait qu'elles ne s'adressent pas à l'OFNACER. Nous concluons donc que ce sont essentiellement les familles à revenu moyen ou intermédiaire qui achètent à l'OFNACER.

CHAPITRE 6

CONCLUSIONS ET OPTIONS STRATEGIQUES

La présente étude a été réalisée principalement pour donner aux dirigeants politiques une meilleure image des forces et des faiblesses du marché céréalier du secteur privé afin qu'ils puissent formuler des stratégies qui affectent la production et la commercialisation des produits alimentaires. Le présent chapitre examine les résultats de l'étude et tire des conclusions sur la performance des éléments spécifiques composant le système de commercialisation des céréales au Burkina Faso. Les options stratégiques pour améliorer le système sont présentées dans une dernière section.

La section sur les options stratégiques commence par une étude sur les objectifs stratégiques du Gouvernement du Burkina Faso. Malgré les changements dans la terminologie et le contexte idéologique, la politique gouvernementale concernant la commercialisation agricole a fait preuve davantage de continuité que de changement sous les six gouvernements qui ont dirigé le pays depuis l'indépendance. L'élément essentiel porte sur la conviction que les objectifs nationaux et les intérêts, tant des producteurs que des consommateurs, peuvent être efficacement servis moyennant une intervention de l'Etat dans la commercialisation. Cette intervention a notamment comporté une tentative visant à assurer un certain contrôle sur les prix d'achat au producteur et les prix de vente au consommateur moyennant des activités commerciales publiques dans l'ensemble du pays. Le commerce privé a, au mieux, été toléré. Le plus souvent, les gouvernements ont considéré les activités de commercialisation du secteur privé avec une certaine méfiance; ils ont agi comme s'ils étaient convaincus que les activités des commerçants allaient à l'encontre des intérêts de la sécurité alimentaire nationale et du public en général.

La section sur les options stratégiques examine les diverses possibilités de satisfaire les objectifs du gouvernement, y compris l'attachement à la politique générale actuelle. Cette section est suivie d'une étude des contraintes, révélées principalement par les efforts passés du gouvernement pour développer la commercialisation des céréales depuis le début des années 70. Enfin, la dernière section formule des recommandations spécifiques visant à améliorer le fonctionnement du système de

commercialisation. Une importance toute particulière est accordée aux mesures qui n'exigent pas d'engager de grosses ressources gouvernementales, étant donné que l'insuffisance des ressources administratives, gestionnaires et financières continuera d'être l'obstacle le plus contraignant à toute mesure stratégique.

6.1 RESULTATS ET CONCLUSIONS

Les chapitres précédents ont analysé les divers éléments du système de commercialisation: le comportement des marchés, des commerçants, des producteurs et des consommateurs. La présente section examine les résultats présentés plus haut et les intègre afin de tirer des conclusions sur l'effet des différents éléments sur le fonctionnement du système.

Le marché des céréales se déroule dans un environnement de production sans cesse changeant. Même si des céréales sont produites dans l'ensemble du pays, au cours des huit dernières années seules les régions du sud-ouest (Volta Noire, Hauts-Bassins/Comoe et Bougouriba) ont produit régulièrement suffisamment de céréales pour satisfaire leurs propres besoins de consommation. Les excédents annuels de ces régions ne sont toutefois pas suffisants pour combler les déficits annuels du reste du pays. Les tendances actuelles de la production, de la technologie des conditions atmosphériques et de la croissance démographique indiquent que, dans le futur proche, le Burkina Faso continuera probablement à éprouver des déficits céréaliers annuels.

Si le Burkina Faso dispose du potentiel nécessaire pour devenir autosuffisant, comme conclut l'étude de 1977 du CRED, il a continué à éprouver des déficits annuels en céréales pour l'alimentation humaine. Sans des progrès technologiques marqués, il n'y a guère de raison de penser que cette condition va changer dans un futur proche. Il est essentiel de prendre en compte cette réalité en formulant la politique générale de production et de commercialisation des céréales. La politique en cours doit donc reposer sur les prévisions d'un déficit chronique.

6.1.1 Structures de production

Durant la ou les deux dernières décennies, les structures de production se sont modifiées. Les régions du centre et du nord, qui étaient autrefois suffisantes ou produisaient même un excédent, connaissent maintenant un déficit chronique. Ce déficit a abouti à des changements dans la structure des écoulements. Il existe actuellement deux principaux axes de mouvement des céréales:

- de Bobo-Dioulasso et de la Volta Noire au Yatenga;
- de la Volta Noire à Ouagadougou et puis du nord à Kaya, à Dori et au Yatenga.

Même à l'intérieur des régions déficitaires, il existe des coins de production excédentaire. Cette production excédentaire, au lieu de rester dans la région pour approvisionner les zones déficitaires, est en général retirée de la région par des commerçants nationaux et régionaux engagés dans des échanges inter-régionaux. Les banques de céréales des régions déficitaires sont une tentative pour lutter contre ce mouvement des céréales. Au cours des dernières années, il s'est dessiné une tendance consistant à importer des céréales des pays voisins vers le sud. Les secteurs privé et public sont tous deux engagés directement dans le commerce des céréales.

6.1.2 Commerce du secteur privé

Les participants fort divers au commerce du secteur privé peuvent être classés d'après: i) l'ampleur de leur assise financière, ii) l'étendue géographique de leurs opérations, iii) la durée pendant laquelle ils conservent leurs stocks, iv) les types de centres d'échange qu'ils exploitent et v) le type de rémunération qu'ils touchent. Tout au long de leur voyage qui les relie du producteur au consommateur, les céréales peuvent passer par plusieurs de ces intermédiaires. Le secteur privé possède deux types de base de circuits commerciaux:

- un circuit qui est financé entièrement par le capital d'un commerçant;
- un circuit où les intermédiaires négocient des accords ponctuels chaque fois que les céréales changent de mains.

Les céréales sont collectées auprès des producteurs sur les marchés et en dehors des marchés. Dans ce dernier cas, les endroits vraisemblables de collecte des céréales sont les villages, le long de la route qui mène au marché ou à un carrefour. Dans une zone particulière, la méthode la plus répandue dépend de l'importance des marchés comme centres d'échange, de l'état des routes et du volume de l'excédent commercialisé.

Les producteurs des zones fortement excédentaires disposent en général de plusieurs options commerciales: vendre à un collecteur habitant dans un village ou près d'un village; vendre au groupe villageois ou aller au marché et choisir parmi divers collecteurs sur le marché ou non loin du marché. Le choix du producteur dépend du volume de céréales qui sont vendues, de son propre moyen de transport, du volume de temps dont il dispose et des conditions proposées par les différents collecteurs. Lorsqu'ils achètent

auprès des producteurs, les intermédiaires rivalisent en fonction du prix et des autres services qu'ils peuvent offrir (tels que le crédit, les ressources disponibles de céréales à l'avenir, la proximité et le transport).

Il règne un concurrence intense parmi les plus gros commerçants, les plus importants, pour acheter des céréales aux intermédiaires ainsi qu'aux producteurs. Cette concurrence est particulièrement sensible lors d'une année de récoltes peu abondantes, étant donné que le commerçant est pratiquement certain de pouvoir vendre autant qu'il peut acheter.

Dans les régions déficitaires ou légèrement excédentaires, les options de vente qui se présentent aux producteurs sont généralement moins nombreuses. La concurrence pour l'achat des céréales est considérablement moins vive dans ces régions.

Dans les zones dont l'exédent commercialisé est plus faible (et plus irrégulier), la concurrence pour acheter auprès des intermédiaires est plus marquée que pour acheter directement aux producteurs. Les commerçants régionaux et nationaux préféreraient laisser les commerçants locaux prendre en charge les activités de collecte. Cette tendance est particulièrement vraie dans les zones plus reculées et dans les zones où les marchés ont lieu plus fréquemment. Il s'agit également des régions, naturellement, où le système de collecteurs villageois est bien développé.

Dans les zones à forte demande (à savoir les zones urbaines et semi-urbaines et les régions légèrement déficitaires), il existe une vive concurrence commerciale. Par contre, les régions rurales du Yatenga ou du Sahel constituent une demande potentielle en céréales mais sont dépourvues des moyens nécessaires pour les acheter. Les négociants préfèrent ne pas y faire le commerce des céréales parce qu'on leur demande souvent de vendre à crédit, ce qu'ils ne peuvent pas refuser pour des raisons sociales, et parce qu'ils n'ont guère d'espoir d'être remboursés.

6.1.3 Collusion en matière de prix

La collusion véritable des prix a pour effet que les intermédiaires qui achètent dans la même région achètent à des prix à la production identiques. Lorsqu'il règne une vive concurrence tarifaire, il en résulte également des prix identiques -- mais à un niveau plus élevés. En conséquence, il n'est pas possible, lorsqu'on étudie les échelles de prix, d'établir des distinctions entre les effets des deux phénomènes. Pour le producteur,

l'existence d'accords collusoires en matière de prix étouffe les effets tarifaires positifs résultant d'une vive concurrence et oriente la concurrence vers les facteurs autres que les prix. Cette tendance affaiblit éventuellement la réponse à l'offre qui peut en résulter si la concurrence fait monter les prix. Cependant, il est clair, d'après les études de reconnaissance rapides qui ont été effectuées, que dans les régions excédentaires où des commerçants de plus d'une région déficitaire achètent, les producteurs bénéficient du fait qu'ils reçoivent des prix plus élevés.

Plus la concurrence est vive, plus il est vraisemblable que les accords collusoires s'effondreront. En effet, les commerçants de Bobo-Dioulasso ont signalé qu'au cours des dernières années, leurs accords n'ont pas été efficaces pour cette raison uniquement. Lorsqu'il se produisait des pénuries, les producteurs ont donc été probablement bien payés pour leurs denrées. Il reste à voir si, lors d'une bonne année, leurs recettes se réduiront. C'est probable.

6.1.4 Commerce du secteur public

La commercialisation du secteur public est prise en charge par l'OFNACER. Les prix d'achat au producteur appliqués par cette société publique sont annoncés en octobre et les prix de vente au consommateur sont annoncés en mars. l'OFNACER achète aux groupes villageois, aux commerçants et directement aux producteurs. Au cours des dernières années, la tendance a été de favoriser les achats auprès des groupes villageois. Les années de récolte particulièrement mauvaise, l'OFNACER peut acheter très peu aux prix officiels. Une fois que s'achève la campagne d'achat, l'OFNACER traite souvent avec des commerçants privés pour se procurer des suppléments de céréales, les achetant à un tarif plus élevé.

Dans les zones excédentaires, où les groupes villageois achètent activement pour le compte de l'OFNACER, ces groupes constituent une force importante sur le marché tant qu'ils continuent à acheter. Lorsque la concurrence pour le commerce des céréales est particulièrement vive, ils sont souvent abordés par des commerçants qui proposent de leur acheter des céréales à un tarif plus élevé que celui de l'OFNACER et qui les paient au comptant immédiatement. Il ne serait pas surprenant à l'avenir de voir des groupes villageois négocier des contrats avec les commerçants. Les banques de céréales et les groupes villageois des régions déficitaires sont déjà en

train d'instaurer des liens avec les groupes villageois des régions excédentaires.

Les ventes de l'OFNACER sont les plus importantes dans les zones urbaines. Les ventes de l'OFNACER dans les régions rurales prédominent dans les zones qui connaissent un déficit chronique. Mais même dans ces zones, ce n'est pas nécessairement la population la plus pauvre qui bénéficie des prix subventionnés de l'OFNACER. Nos études sur le comportement des consommateurs révèlent que 10-20 pour cent de l'échantillonnage, le groupe des consommateurs le plus démuni, achètent régulièrement des quantités inférieures à une tine. Etant donné que l'OFNACER ne vend pas par si petites quantités, ces consommateurs ne peuvent pas bénéficier des prix subventionnés.

L'écart qui existe entre le prix officiel faible et le prix du marché élevé a entraîné deux pratiques commerciales privées créatives. Etant donné que certains employés du secteur public (par exemple les membres de l'armée) peuvent acheter des céréales de l'OFNACER à crédit, les commerçants des deux villes de Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou rachètent ces céréales à l'employé pour 500 FCFA de moins que le prix d'achat officiel. Cette pratique fournit à l'employé des espèces et permet au commerçant de se procurer des céréales à un prix intéressant pour les revendre aux prix du marché. Certains commerçants se débrouillent également pour acheter des céréales directement à l'OFNACER et les revendre naturellement aux prix du marché.

L'OFNACER est fort critiqué pour son fonctionnement inefficace et pour servir les besoins des employés de la fonction publique et non pas ceux des cultivateurs et citadins pauvres. Pareillement, l'OFNACER est beaucoup critiqué pour ses déficits énormes. Etant donné sa mission contradictoire consistant à servir à la fois les producteurs et les consommateurs, il n'est pas possible d'espérer qu'il en soit autrement.

En réalité, élément plutôt ironique, les principaux bénéficiaires des activités de l'OFNACER sont les consommateurs les plus privilégiés (notamment les fonctionnaires et le personnel militaire), les banques de céréales fonctionnant le mieux et les commerçants traitant avec l'OFNACER. Ces derniers sont en général les plus gros commerçants, les plus opulents, dont certains ne font le commerce des céréales que lorsqu'ils obtiennent un contrat lucratif avec l'OFNACER. Les producteurs qui vendent

irrégulièrement de faibles quantités de céréales, dans des zones reculées, peuvent être en réalité défavorisés par les activités en cours de l'OFNACER, en particulier lors de hausses de prix. Les commerçants font référence au prix d'achat au producteur de l'OFNACER comme s'il s'agissait d'un prix plafond qui devait être observé même lorsque les conditions de l'offre et de la demande dictent un prix plus élevé.

Les réglementations gouvernementales, telles que la restriction du commerce inter-régional et l'application de prix officiels uniformes sur l'ensemble du pays pour le commerce du secteur privé, empêche manifestement le secteur privé de redistribuer les approvisionnements efficacement et à des coûts inférieurs. Ces restrictions ont pour effet de relever le coût des céréales pour tout le monde et d'accroître les bénéfices des commerçants qui continuent d'exercer.

D'après notre analyse et nos observations sur le terrain, il est évident que certaines régions isolées ne sont pas bien servies par les commerçants privés (pour les raisons présentées plus haut). Les restrictions gouvernementales imposées au commerce contribuent également à cela. Mais elles ne constituent nullement la cause principale. L'intervention directe du gouvernement pour servir ces zones nécessitera des ressources considérables. Il en sera de même pour satisfaire les besoins de la population pauvre des zones à la fois rurales et urbaines.

6.1.5 Commerce: compétitivité, intégration, marges et variations saisonnières

Si le système de commercialisation est fort compétitif sous bien des aspects, notamment à chaque niveau de commerce individuel, un grand nombre de commerçants opulents représente une force importante du marché en raison des grosses sommes de capital qu'ils contrôlent. Ces commerçants ont un léger avantage compétitif sous tous les aspects du commerce.

Il se dégage de l'analyse des prix l'existence, en général, d'une relation très étroite entre les prix régionaux et inter-régionaux, indication que les signaux des prix se communiquent à l'intérieur des zones circonscrites, plus facilement dans les régions excédentaires que dans les régions déficitaires. Entre les régions, les résultats ne sont pas très clairs. Les marchés le long des axes où les coûts de transport sont plus élevés sont bien moins intégrés. Pareillement, lorsque les mouvements commerciaux inter-régionaux sont rares, les marchés ne sont en général pas

bien intégrés. Malheureusement, il n'existe pas d'échelle des prix pour certaines des régions les plus reculées. L'intuition suggère que, si les prix à l'intérieur d'une région reculée seront probablement intégrés, ils le seront moins que les prix des marchés éloignés avec lesquels la région traite.

Les fluctuations de prix saisonnières sont cohérentes avec les coûts de stockage des commerçants, à l'exception de la région la plus productrice, la Volta Noire.

L'analyse des marges bénéficiaires et du rendement de l'investissement révèle de grandes fluctuations saisonnières le long des différents axes. Les commerçants qui achètent dans les régions d'offre tirent de gros profits pendant la saison qui succède à la récolte. Les commerçants qui apportent des céréales dans la région deficitaire du Sahel enregistrent des marges bénéficiaires appréciables pendant la soudure. Etant donné qu'il est difficile d'estimer les marges et d'évaluer avec précision les coûts, il n'est guère possible de conclure si les commerçants réalisent parfois des bénéfices excessifs et sur quels axes.

Enfin, les changements avec le temps signalent que, étant donné le déclin de la production, les marchés sont devenus plus compétitifs et intégrés qu'ils ne l'étaient 10 ou 20 ans auparavant. Cela semble être le résultat des pressions plus fortes exercées sur le marché pour redistribuer des approvisionnements de plus en plus insuffisants.

6.1.6 Comportement commercial du producteur

Les résultats des études sur le producteur révèlent de grandes variations dans son comportement commercial. Même si le pourcentage en moyenne des récoltes vendues était d'environ 17 pour cent pour les cinq villages, une différence marquée a été enregistrée entre les villages excédentaires, où les cultivateurs ont vendu environ 21 pour cent de leur récolte céréalière, et les villages déficitaires, où ils ont vendu environ 3 pour cent de leur récolte céréalière. L'ampleur de la récolte céréalière est la seule variable qui est constamment significative pour expliquer la variation de l'excédent commercialisé.

Le contraste entre les villages déficitaires et les villages excédentaires est encore plus marqué si l'on considère les ventes nettes. Dans les villages déficitaires, les ventes nettes sont fortement négatives

-- en moyenne les cultivateurs achètent plus qu'ils ne vendent. Le niveau de participation au marché des céréales par ménage individuel varie également sensiblement entre les villages déficitaires et les villages excédentaires. Dans les villages excédentaires, un très haut pourcentage de ménages (84 pour cent de l'échantillon) a vendu des céréales. Dans les villages fortement déficitaires, un pourcentage très faible (12 pour cent de l'échantillon) a vendu des céréales. Et dans le village intermédiaire, le pourcentage a été plus modéré (60 pour cent).

En ce qui concerne les variations saisonnières des ventes et des achats à la production, il est d'usage que les ménages vendent aux périodes où les prix sont bas et achètent aux périodes où les prix sont élevés. Les résultats de notre étude suggèrent qu'en général les ventes sont plus également distribuées pendant l'année qu'on le pense habituellement. Même si les ventes sont plus importantes pendant la période qui suit la récolte et que les achats sont plus importants pendant la période qui précède la récolte, ce phénomène n'est pas rigoureux. Il se dégage de la variation dans les structures commerciales saisonnières entre les villages déficitaires et excédentaires que les villages excédentaires semblent moins souffrir des fluctuations saisonnières dans les prix des céréales.

Comme avec l'excédent commercialisé, il existe de grandes variations dans les structures de commercialisation saisonnières. Un petit groupe de ménages plus opulents présente une structure de commercialisation qui tire profit des hausses de prix saisonnières -- ces ménages ont vendu sensiblement plus que la moyenne. Un groupe plus important de ménages, nettement plus pauvres, semble éprouver des pertes du fait des hausses de prix saisonnières -- ces ménages réalisent la plupart de leurs ventes dans les six mois qui suivent la récolte et la plupart de leurs achats dans les six mois suivants.

Deux autres groupes de ménages présentent des structures commerciales qui n'entraînent pas de gains ou de pertes sensibles en raison des fluctuations de prix saisonnières. Le premier groupe n'intervient que très faiblement dans le marché des céréales. Le second groupe, qui couvre un peu plus de la moitié de l'échantillon, évitait d'acheter et de vendre des quantités importantes au cours des périodes de prix très faibles ou très élevés.

Une constatation finale, qui se dégage de l'examen global de ces structures commerciales, est que pour l'ensemble de l'échantillon, les

ventes de céréales et d'autres cultures ne constituent qu'un tiers de toutes les recettes en espèces du ménage. Dans les villages déficitaires, les échanges de céréales en dehors des circuits commerciaux étaient plus importants que les ventes de céréales, mais toutefois beaucoup moins que les achats.

6.1.7 Comportement commercial du consommateur urbain

Il existe de très grandes différences dans le comportement d'achat des consommateurs urbains, à la fois pour les ménages urbains et pour les préparatrices de plats cuisinés. Même si l'on ne possède pas de données quantitatives, les données qualitatives révèlent que les structures d'achat des ménages sont fortement tributaires du niveau socio-économique. En général, les consommateurs de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso achètent à des commerçants privés. Le crédit, les approvisionnements de céréales disponibles, la commodité de l'emplacement et la qualité des céréales sont les raisons invoquées. Ils semblent acheter plus souvent à des petits commerçants ou à des commerçants de taille moyenne, situés dans les marchés soit centraux soit locaux. Ils préfèrent acheter en quantités variant d'une tine à un sac, suivant la céréale. Environ la moitié de l'échantillon des ménages s'approvisionne en céréales une fois par mois.

Pour les préparatrices d'aliments cuisinés, le comportement d'achat semble être déterminé par la fréquence de préparation et le type de plat, ainsi que par les capitaux permanents de l'entreprise. La majorité des préparatrices de plats cuisinés achètent des céréales tous les jours. Elles achètent en général en petites quantités sur le marché local. Les préparatrices de dolo, qui possèdent d'ordinaire plus de capital, et dont la préparation exige de plus grandes quantités, ont un comportement d'achat très différent. Elles achètent en général plusieurs sacs en même temps deux fois par semaine et se les font livrer par les commerçants à leur concession, où elles procèdent à la préparation.

Les données qualitatives semblent révéler que dans les zones urbaines, les consommateurs, principalement à revenu moyen et à revenu inferieur, achètent à l'OFNACER. Les consommateurs préfèrent s'adresser à l'OFNACER pour leurs achats de maïs et de riz que pour leurs achats de petit mil et de sorgho, notamment à Ouagadougou.

6.1.8 Conclusions

- Les marchés semblent bien fonctionner dans les régions excédentaires. Les producteurs possèdant de nombreux points de vente. Les signaux indiqués par les prix sont transmis et pris en compte et la concurrence est vive.

- Les marchés fonctionnent moins bien dans les régions déficitaires. Un nombre moins important de commerçants achètent dans ces régions. Lorsque la demande est assez élevée, elle attire les commerçants, mais le commerce dans ces zones est une activité plus risquée. Malgré le bon système de distribution, l'écoulement des céréales dans ces régions, en particulier pendant la soudure, l'hivernage, constitue un problème particulier.

- Les fluctuations saisonnières des prix qui résultent du cycle annuel de l'offre et de la demande agricoles ne sont pas excessives. Il n'y a pas de raison de soupçonner, dans la plupart des régions, que le commerçant fasse des bénéfices exceptionnels en raison de l'entreposage.

- Le rendement de l'investissement engagé dans le commerce des céréales achetées dans les régions excédentaires après la récolte révèle qu'il existe des possibilités de concurrence plus vive dans un secteur commercial déjà compétitif. Pareillement, il est nécessaire d'établir une plus forte concurrence commerciale dans les régions déficitaires comme le Yatenga et le Sahel.

- Les possibilités de transport et son coût exercent une incidence importante à la fois sur le prix des céréales et sur le fonctionnement du système de commercialisation. L'amélioration des routes et l'augmentation des crédits pour investir dans les transports contribueraient à alléger ce problème.

- Les commerçants du secteur privé trouvent des moyens de participer aux activités commerciales du secteur public et d'en tirer profit dans la mesure du possible. Cette tendance n'est pas toujours mauvaise.

- Les commerçants privés fournissent souvent des services qui ne sont pas faciles à obtenir ailleurs (par exemple le crédit à la consommation à des employés de la fonction publique, le crédit pour l'achat de céréales, les ressources disponibles en céréales, la possibilité d'acheter en petites quantités, etc.).

- Il y a des raisons, cependant, de se demander si les activités du secteur public couvrent tous les segments de la population--notamment ceux qui sont les plus nécessiteux. La population pauvre des régions urbaines et rurales est celle qui peut profiter le moins des choix de commercialisation. Les politiques générales à l'intention de la classe moyenne n'atteindront pas les pauvres. Les programmes doivent être conçus et désignés spécifiquement pour les pauvres. Afin d'atteindre cet objectif, il faudra déployer des efforts communautaires très décentralisés.

- Les banques de céréales des groupes villageois fonctionnent différemment suivant les régions. Les banques de céréales sont surtout développées dans les régions déficitaires et offrent des possibilités de résoudre le problème de distribution. Dans les régions excédentaires, où les besoins sont moins importants, les groupes villageois achètent pour le compte de l'OFNACER et ne font en général pas de commerce pour leur propre compte. Dans ces régions, les activités des groupes villageois consistent davantage à fournir des services sociaux, tels que la construction d'écoles et d'hôpitaux villageois et la gestion de pharmacies villageoises.

- Il doit être évident, à la fois d'après la description des activités commerciales au niveau des producteurs et des consommateurs et d'après l'analyse de la concurrence que les intérêts des producteurs et des consommateurs sont diamétralement opposés. Par conséquent, toute politique générale visant à servir en même temps les besoins de ces deux catégories est voué plus ou moins à l'échec dans les deux cas. C'est notamment le cas des politiques de prix à la consommation et à la production que l'OFNACER est chargé de faire appliquer.

- Dans les régions rurales, L'OFNACER sert les besoins de la population pauvre, principalement en distribuant l'aide alimentaire. Les consommateurs des villes qui bénéficient de l'OFNACER sont les classes moyennes et inférieures. Les activités de vente au détail dans les villes ne permettent pas aux consommateurs les plus pauvres d'en tirer profit.

6.2 OPTIONS STRATEGIQUES VISANT A AMELIORER LE SYSTEME DE COMMERCIALISATION

Afin d'élaborer des mesures appropriées pour améliorer le système de commercialisation des céréales, nous devons prendre en considération les objectifs du programme d'action dans leur ensemble, les contraintes de ce programme d'action et les accords institutionnels possibles pour mettre en vigueur les mesures éventuelles. La présente section commence par une présentation de la façon dont nous comprenons les objectifs et les contraintes stratégiques du Gouvernement du Burkina Faso. Compte tenu des objectifs stratégiques existants, nous proposons des mesures spécifiques qui pourraient individuellement ou conjointement améliorer le système de commercialisation des céréales.

6.2.1 Objectifs stratégiques

Nous avons identifié cinq objectifs de base que le Gouvernement du Burkina Faso juge importants et qui sont affectés par le système de commercialisation des céréales. Ils sont manifestement interdépendants.

- Quantités suffisantes de céréales disponibles toute l'année dans l'ensemble du pays à un prix raisonnable. Pour atteindre ce but, il est nécessaire que le Burkina Faso dispose de quantités de céréales suffisantes grâce à la production locale ou aux importations. Les céréales doivent être redistribuées à un coût raisonnable des régions excédentaires vers les régions déficitaires et des points d'entrée aux centres de consommation.

- Points de vente pour les producteurs à des prix rémunérateurs tout au long de l'année. Si les cultivateurs ne peuvent pas vendre leurs céréales à des prix rémunérateurs, ils ne produiront que les quantités correspondant à leurs besoins de subsistance et non pas à des fins de vente. En raison de la réaction positive en général des cultivateurs en matière d'offre, la réalisation de cet objectif devrait faciliter la réalisation du premier.

- Plus grande sécurité alimentaire aboutissant finalement à l'autosuffisance nationale pour les aliments de base. A présent, le Burkina Faso n'a pas atteint la définition de sécurité alimentaire d'Haggblade: "la capacité à assurer un niveau de consommation alimentaire suffisant sur le plan nutritif à tous les segments de la population d'un pays" (Haggblade, 1984, p.1). Cette définition n'implique pas que le Burkina Faso devrait forcément produire tous les aliments nécessaires pour répondre à ces besoins. Cet objectif est dans une certaine mesure plus vaste que les deux précédents étant donné qu'il incorpore d'autres aliments en plus des céréales.

- Revenu suffisant pour tous les habitants. Dans un pays où la population est à 92 pour cent rurale, cet objectif implique que

les cultivateurs doivent être payés de façon rémunératrice pour leurs cultures. Ils doivent disposer de sources de revenu suffisantes pour investir dans l'agriculture et acheter des produits alimentaires lorsque leur production ne satisfait pas à leurs besoins de consommation.

Il doit être clair que ces quatre objectifs non seulement sont interdépendants, mais aussi qu'ils ne sont influencés par aucune idéologie. Nous estimons que ces objectifs ne sont pas différents de ceux de la majorité des gouvernements du monde entier.

Un cinquième objectif comporte un aspect idéologique.

- Equité au sein des régions et entre les régions. Les régions du Burkina Faso sont différemment dotées en ressources naturelles. Le gouvernement du CNR tient à appliquer une politique générale destinée spécifiquement à distribuer équitablement les ressources.

6.2.2 Stratégies et contraintes

Les objectifs de la politique alimentaire sont poursuivis par le biais de deux stratégies parallèles, et en théorie complémentaires, portant sur l'accroissement de la production alimentaire et l'amélioration de l'efficacité du système de commercialisation. La hausse de la production alimentaire à un taux supérieur à celui de la croissance démographique est visiblement l'élément essentiel pour réaliser pratiquement tous les objectifs stratégiques.

Depuis son indépendance, le Burkina Faso est passé d'une situation d'autosuffisance en produits alimentaires de base (dans les années 50 et au début des années 60) à une situation où il lui est de plus en plus difficile de subvenir à ses besoins alimentaires. En 1971, les importations alimentaires étaient d'environ 26.500 tonnes (2,7 pour cent des besoins en céréales); en 1981, elles dépassaient 100.000 tonnes (environ 11 pour cent des besoins alimentaires).[1] Si l'on considère une année donnée, l'aide alimentaire représente 25 à 50 pour cent des importations. Même compte tenu des importations, le montant des aliments disponibles a été insuffisant durant les 13 dernières années, à l'exception d'une, pour nourrir la population au taux nutritif minimal. Le déficit annuel, compte tenu des importations, a été jusqu'à atteindre 15 pour cent.

La baisse par habitant de la production alimentaire a de sérieux effets sur le système de commercialisation national. Elle complique gravement et

---

[1] On ne dipose pas de chiffres plus récents.

même confond les efforts gouvernementaux pour améliorer l'efficacité du système de commercialisation parapublic.

Tout d'abord, les pénuries alimentaires régionales et nationales, en particulier dans les zones urbaines, nécessitent l'intervention gouvernementale. Les insuffisances d'approvisionnements s'accompagnent habituellement de hausses de prix. Pour beaucoup d'individus, les hausses de prix sont essentiellement le résultat de la thésaurisation de quelques profiteurs et de la manipulation des prix par les commerçants de céréales en général. Les efforts du gouvernement pour résoudre ces problèmes sont apparus sous forme de contrôle des prix et de restrictions dans les mouvements de céréales. Ces mesures, ainsi que d'autres, se sont révélées fort inefficaces. Elles aggravent la situation en bouleversant encore davantage les circuits de commercialisation habituels et en relevant les coûts commerciaux.

Deuxièmement, les régions rurales souffrant d'un déficit alimentaire chronique ne font que s'étendre davantage. Le demande en céréales dans ces régions est dispersée et souvent saisonnière, alors qu'elle est constante et plus concentrée dans les principales zones urbaines. Les zones rurales déficitaires présentent des problèmes particuliers étant donné qu'il revient souvent relativement coûteux de les approvisionner de façon efficace.

Troisièmement, les déficits contribuent à aggraver les écarts dans la distribution du revenu régional. La région sud-ouest du pays, relativement bien dotée, ne rencontre aucune difficulté pour écouler immédiatement son excédent de production céréalière alors que les régions qui connaissent un déficit chronique, comme le Yatenga et le Sahel, sont victimes d'un exode saisonnier et permanent.

Enfin, le Burkina Faso est de plus en plus tributaire des importations alimentaires et de l'aide alimentaire. Cette dépendance va à l'encontre de l'objectif d'autosuffisance nationale et renforce l'importance des circuits de commercialisation du secteur public, des organismes bailleurs de fonds, ainsi que de l'OFNACER. Actuellement, l'aide alimentaire est le seul élément de tout l'éventail des activités gouvernementales qui s'harmonise bien avec les objectifs stratégiques du gouvernement. En particulier, l'aide alimentaire met en valeur la capacité du gouvernement à répondre aux carences locales et à atténuer les écarts de revenu régionaux tout en rehaussant sa popularité. Malgré les déclarations officielles en faveur de

l'autonomie et de l'autosuffisance nationales, l'aide alimentaire revêt des caractéristiques attrayantes qui renforcent les intérêts en cause des organismes gouvernementaux comme des bailleurs de fonds.

Un examen sur les résultats médiocres des efforts déployés pour promouvoir la production alimentaire au Burkina Faso ne fait pas l'objet du présent rapport et reviendrait sur des points analysés en détail ailleurs. En l'absence de hausses sensibles de la production, la capacité du Burkina Faso à satisfaire ses besoins alimentaires continuera de diminuer. Malgré les efforts louables de nombreuses organisations comme le Secours catholique, le Fonds de développement communautaire et les 6S (Se Servir de la Saison Sèche en Savanne et au Sahel) afin d'accroître les activités rémunératrices autres que la production alimentaire de base, les conditions de vie et les revenus ruraux continueront d'être tributaires pendant bien des années de l'agriculture pluviale en général, et de la production céréalière en particulier.

Les résultats de nos recherches portent à croire que le système de commercialisation du secteur privé n'entravera pas, mais facilitera toute hausse de la production et de la productivité alimentaires. Les nouveaux rendements commerciaux seront une aide et non pas un obstacle. L'augmentation des déficits alimentaires et le déclin de la production alimentaire par habitant ont eu un effet positif sur le niveau et la vivacité de la concurrence dans les régions dont la production est excédentaire. Les collecteurs rivalisent plus activement entre eux pour acquérir les ressources disponibles et, en conséquence, les accords de prix collusoires entre les commerçants ont été rompus dans bien des cas.

Il est important de comprendre que ces améliorations de l'efficacité commerciale sont dues aux conditions de l'offre et de la demande et ne peuvent pas être attribuées à l'intervention gouvernementale dans le commerce des céréales. S'il est vrai que la hausse des déficits alimentaires ont entravé les efforts du gouvernement visant à améliorer l'efficacité du système de commercialisation parapublic, il est difficile de conclure que la stratégie du gouvernement a été efficace. On est fort tenté de supposer que les problèmes de l'OFNACER peuvent être résolus en apportant des changements dans les méthodes de gestion et en les améliorant. Cette hypothèse est à l'origine de l'effort continu de l'USAID et des autres bailleurs de fonds. Néanmoins, les efforts visant à améliorer

considérablement le fonctionnement du système de commercialisation du secteur public continueront probablement d'échouer si les objectifs contradictoires ne sont spécifiquement abordés.

- Contraintes stratégiques

Il est de plus en plus évident au Burkina Faso et dans les pays voisins que les obstacles rencontrés par les stratégies alimentaires efficaces sont particulièrement contraignants.

Lorsqu'il conçoit des stratégies commerciales, le gouvernement doit prendre en considération les points suivants:

1. Les ressources financières limitées

2. Les capacités gestionnaire et administrative limitée (dont l'engagement dépasse de beaucoup les possibilités)

3. Le besoin de réaliser des recettes gouvernementales

4. Le besoin d'apaiser les rivalités régionales

5. Le besoin d'obtenir des ressources alimentaires pour l'armée

6. La nécessité politique de pouvoir répondre aux crises à court terme: par exemple, le besoin de distribuer une aide alimentaire d'urgence.

7. La rigidité inhérente des bureaucraties. Elles fonctionnent le mieux lorsqu'aucun jugement ni discernement ne sont nécessaires. Elles doivent fonctionner automatiquement pour avoir:

   a. un faible niveau d'abus
   b. des conditions de gestion simples et
   c. des procédures qui ne sont pas soumises aux caprices de la direction politique.

8. Les informations nécessaires pour prendre des décisions pertinentes.

Les problèmes de l'OFNACER sont liés en grande partie à la nature contraignante des ces obstacles. L'OFNACER nécessite de gros apports de ressources qui sont rares: des fonds et un personnel administratif et de gestion qualifié. D'un autre côté, l'OFNACER ne possède pas l'indépendance et la souplesse nécessaires pour fonctionner sans éprouver de grosses pertes.

A la différence de l'expérience éprouvée par l'OFNACER, les efforts du gouvernement et des organismes bailleurs de fonds visant à améliorer le système de commercialisation moyennant une plus grande participation des

groupes villageois ont rencontré un certain succès. Notamment, la création des banques de céréales a été encouragée afin de servir de débouché immédiat tant pour les vendeurs que pour les collecteurs au niveau villageois. Les évaluations sur le programme des banques de céréales ont été inégales (Kat, Diop, Dolidon, Kaffane et Roche). Les principaux problèmes portent sur la mauvaise gestion et l'accord excessif de crédit.

Malgré ces problèmes, la commercialisation par le biais des groupes villageois offre une stratégie plus prometteuse que la participation directe du secteur public par l'intermédiaire de l'OFNACER. La hausse de la participation des groupes villageois semble conforme avec les stratégies et les buts gouvernementaux de la révolution d'août 1983. Point également important, les obstacles examinés ci-dessus sont moins contraignants pour les organisations locales que pour l'OFNACER. Les groupes villageois n'ont pas besoin d'autant de ressources gouvernementales, de fonds et de main-d'oeuvre et font moins l'objet de rigidités bureaucratiques et de considérations politiques à court terme. Les groupes villageois ne sont pas une panacée pour les problèmes de commercialisation des régions rurales, comme leur performance aléatoire l'a jusqu'à présent montré. Toutefois, ils offrent un champ d'activité positif, tout en étant limité, où les options stratégiques viables sont très peu nombreuses. Les mesures spécifiques conseillées pour les groupes villageois sont présentées à la section suivante.

A part l'effort visant à promouvoir les groupes villageois, le gouvernement et les bailleurs de fonds n'ont guère cherché à améliorer le système de commercialisation privé. Comme il a été souligné auparavant, l'intervention gouvernementale s'est caractérisée à la fois par une certaine méfiance à l'égard du secteur privé et par la conviction de la supériorité intrinsèque des opérations gouvernementales à grande échelle visant à défendre l'intérêt public. Etant donné ces contraintes, cependant, les améliorations de la performance du secteur privé peuvent représenter l'une des rares options stratégiques viables. La communauté des commerçants représente une force de gestion et d'initiative importante qui est l'une des ressources les plus limitées du Burkina Faso.

Dans un nouvel environnement stratégique, les intérêts de la communauté des commerçants privés peuvent aller dans le sens des principaux objectifs stratégiques. Des mesures comme l'octroi de crédit supplémentaire et la

diffusion d'informations concernant le marché aux commerçants, mesures qui par elles seules n'auront probablement pas à court terme une incidence positive sensible sur le système de commercialisation, peuvent faciliter le développement harmonieux du secteur privé dans un sens répondant généralement aux objectifs du gouvernement. Pareillement, l'élimination des restrictions commerciales et la communication de signaux clairs et cohérents sur l'intérêt du gouvernement à promouvoir le commerce privé améliorerait le climat des affaires et atténuerait les risques et les coûts du commerce. Etant donné qu'il existe des indications que le marché répond à la stratégie gouvernementale et que les autres signaux sont communiqués avec une efficacité relative par le biais du système de commercialisation, des améliorations finiront par se faire sentir.

Un facteur implicite de l'amélioration de la commercialisation du secteur privé est la modification du rôle de l'OFNACER. Il reste un certain nombre d'activités qu'un organisme du secteur public ou qu'une ONG peut mener et pour lesquelles peu d'autres options se présentent actuellement. Il s'agit de la distribution de l'aide alimentaire, du maintien de stocks alimentaires d'urgence, de la réalisation de recherches et de la surveillance du système de commercialisation pour le compte des planificateurs et du public en général. Bien que l'OFNACER ne jouisse peut-être pas d'un avantage comparable à celui du secteur privé dans l'exécution de toutes ces fonctions, il semble que cette organisation pourrait jouer un rôle positif important, étant donné sa capacité et son expérience.

6.2.3 Mesures stratégiques spécifiques

Compte tenu des conclusions qui précèdent et des objectifs et contraintes du gouvernement, nous suggérons des mesures stratégiques spécifiques pour améliorer le fonctionnement du système de commercialisation. Nous avons effectué des recherches documentaires pour trouver des recommandations qui avaient été formulées aux pays se heurtant à des problèmes de commercialisation analogues. Malheureusement, au lieu de procurer des plans d'exécution concrets, la plupart des documents critiquent la participation gouvernementale passée aux systèmes de commercialisation

des céréales ou expliquent pourquoi les organisations publiques ne devraient pas participer aux systèmes de commercialisation.[2]

Nous pensons que le gouvernement doit reconnaître officiellement l'importance du secteur privé dans le marché des céréales. Il est essentiel que les mesures d'intervention encouragent la participation du secteur privé et cherchent à mettre fin à la nature jusqu'ici contradictoire des relations entre les efforts de commercialisation des secteurs privé et public.

L'intervention spécifique devrait être orientée sur cinq objectifs principaux: (1) clarifier la mission de l'OFNACER; (2) promouvoir le commerce du secteur privé; (3) développer les services de soutien nécessaires à un système de commercialisation des céréales efficace; (4) supporter les institutions locales qui sont engagées dans le commerce des céréales vivrières et (5) renforcer la capacité du gouvernement du Burkina Faso à analyser la situation relative à la sécurité alimentaire et à prendre les mesures appropriées.

Il est nécessaire de:

1. Clarifier la mission de l'OFNACER et de redéfinir son rôle:

   - Diriger l'aide alimentaire en particulier et les services de l'OFNACER en général vers le segment le plus nécessiteux de la population;

2. Promouvoir les activités commerciales du secteur privé:

   - Ne pas limiter la circulation intérieure des produits;
   - Ne pas appliquer les prix officiels aux transactions du secteur privé;

3. Mettre au point des services de soutien nécessaires pour un système de commercialisation des céréales efficace:

   - Améliorer et entretenir les routes;
   - Améliorer les informations commerciales;
   - Trouver des moyens d'accroître les possibilités de crédit à court terme à l'intention des producteurs;

---

[2] Ils se limitent essentiellement aux raisons et aux stratégies de la participation du gouvernement aux systèmes de commercialisation des céréales. Ils contestent le fondement de la stratégie gouvernementale même. L'hypothèse sous-jacente est que, si les pays ne sont pas capables de mener convenablement leurs programmes d'action, il n'y a guère d'espoir qu'ils puissent intervenir utilement dans des projets spécifiques concernant le secteur de la commercialisation.

4. Supporter les institutions locales engagées dans la commercialisation des céréales vivrières:

   - Promouvoir les activités des groupes villageois dans le domaine de la commercialisation des céréales vivrières;

5. Renforcer la capacité gouvernementale à analyser la situation de la sécurité alimentaire et à prendre les mesures appropriées:

   - Améliorer la qualité et le volume de recherche et la surveillance du système de commercialisation.

6.2.3.1 Mission de l'OFNACER

Les objectifs contradictoires de l'OFNACER, consistant à accroître les prix d'achat au producteur et à vendre des céréales à bas prix sur le marché des consommateurs entraînent une situation sans espoir pour le gouvernement. Avec les ressources dont dispose le gouvernement, le budget de l'OFNACER sera toujours grevé à moins qu'il limite davantage son intervention directe.

Il conviendrait que le gouvernement reconnaisse explicitement que la principale force de l'OFNACER est la distribution en gros des céréales. Ses achats devraient se limiter aux régions fortement excédentaires. L'OFNACER est aussi un organisme approprié pour recevoir et superviser la distribution de l'aide alimentaire.

Il serait bon de limiter les activités de vente au détail. Il serait utile d'étudier les possibilités de développer les relations entre les banques de céréales et l'OFNACER. Les banques de céréales pourraient recevoir de l'argent pour acheter au compte de l'OFNACER dans leur région. Dans les régions déficitaires, l'OFNACER devrait vendre en gros aux banques de céréales, qui à leur tour vendraient au détail aux consommateurs des régions rurales. Cette tendance aurait pour effet d'accroître la distribution des approvisionnements de l'OFNACER dans les régions déficitaires et d'apporter aux banques de céréales une source d'approvisionnement stable.[3]

En coopérant directement avec les banques de céréales, l'OFNACER peut tirer profit de ces institutions locales naissantes. D'un autre côté,

---

[3] Si les banques de céréales ont été critiquées et qualifiées d'institutions "étrangères", bon nombre d'entre elles fonctionnent bien. Il serait absurde d'y renoncer complètement. En les dotant d'une formation gestionnaire appropriée, elles peuvent devenir une source précieuse pour les villageois. Il s'impose de reconsidérer une stratégie convenable pour leur exploitation.

l'OFNACER devrait prendre l'engagement de participer à la formation gestionnaire des banques avec lesquelles il décide de coopérer, afin d'améliorer leurs capacités administratives.

6.2.3.2 Promotion du commerce du secteur privé

Tant que l'économie du Burkina Faso sera composée d'activités commerciales publiques et privées, le secteur privé continuera de s'adapter aux restrictions gouvernementales. Les restrictions ont toutefois pour effet d'accroître le coût du commerce privé, qui se répercute naturellement sur les producteurs et les consommateurs. Au lieu d'essayer de restreindre les activités commerciales privées, le gouvernement devrait les promouvoir et n'intervenir que dans l'intérêt du commerce privé, afin de remédier aux inégalités ou fournir des services que le secteur privé n'offre pas.

Nous conseillons vivement qu'aucune restriction ne soit imposée aux expéditions de produits alimentaires à l'intérieur du pays (ou aux expéditions dirigées vers des pays voisins ou provenant de pays voisins). Si les commerçants ont l'impression qu'ils ne seront pas harcelés lors du transport de leurs céréales sur les principales routes, il est probable qu'ils le feront davantage.

Les prix officiels ne devraient s'appliquer qu'aux transactions de l'OFNACER. Si les commerçants ne craignent pas que leurs stocks soient confisqués ou qu'on leur exige de vendre aux tarifs officiels, ils mèneront leurs activités plus librement. Ils feront parvenir davantage de céréales dans les régions déficitaires et en stockeront davantage dans les régions qui en ont besoin pendant la soudure.

6.2.3.3 Services de soutien commercial

- Etat des routes

Les axes routiers reliant certaines régions de production et de consommation ont besoin d'être améliorés afin de réduire les coûts de transport. Les axes qui entraînent des coûts particulièrement élevés semblent être Dédougou/Yatenga, Ouagadougou/Dori et au-delà et Gaoua/Ouagadougou. L'Est serait une source de céréales pour le Sahel et la région de Kaya si les communications routières étaient meilleures. Actuellement, les céréales de cette région doivent d'abord aller à Ouagadougou. L'amélioration des routes desservant l'Est ouvrirait certainement cette région au commerce.

Malheureusement, ces améliorations s'accompagnent d'investissements coûteux. Etant donné que les routes sont propriété de l'Etat, il incombe au gouvernement de les améliorer. Le pourcentage élevé que représentent les coûts de transport sur les prix du marché souligne l'effet direct de la réfection des routes sur les prix de vente au consommateur.

- Services d'informations commerciales

Il serait bon d'améliorer les services de recherche et d'informations commerciales au niveau national. Les services de recherche peuvent aider à identifier les domaines posant des problèmes du type présenté ci-dessus, mais ses principaux clients seront les planificateurs, les organismes publics (OFNACER, DEP) et les organisations procurant une aide alimentaire.

Une méthode expérimentale conseillée pour améliorer les activités commerciales consisterait à relier les principaux marchés, y compris les marchés ruraux, à l'aide d'émetteurs radio. Les informations commerciales rassemblées grâce ce réseau pourraient être diffusées à intervalles réguliers sur la station de radio nationale. Ce réseau pourrait également permettre aux commerçants d'envoyer des instructions à leurs agents en échange d'une redevance appropriée. Cette redevance devrait être suffisamment élevée afin de décourager les individus de s'en servir pour des messages purement personnels. Toutes les communications passeraient pas des opérateurs radio et seraient rédigées par écrit. Le service apporté devrait compenser largement le montant de la redevance.

6.2.3.4 Institutions locales

Nous proposons plusieurs façons d'aider les groupes villageois, dont certaines sont abordées en détail ci-après. Toutes les suggestions ne pourront probablement pas s'appliquer en masse aux groupes villageois. Il convient d'accorder un soin tout particulier à la sélection des mesures qui traduisent à la fois les besoins d'une région donnée et les capacités du groupe villageois en question. En ce qui concerne les besoins locaux, les producteurs de la Volta Noire, par exemple, disposent parfois de suffisamment de points de vente pour leur production céréalière excédentaire et n'ont pas besoin d'une plus grande participation du groupe villageois aux activités de commercialisation et de stockage. Inversement, dans les régions rurales déficitaires du Yatenga (c'est-à-dire Mené et Bougouré), il semble s'offrir aux groupes villageois des possibilités considérables pour écouler les céréales vers les villages.

La capacité des groupes villageois individuels à assumer un plus grand rôle constitue un second critère important. Les attentes des groupes villageois ont été illusoires si l'on tient compte de leurs capacités générales et de leur stade de développement. La formation et l'aide consultative apportées aux groupes villageois ont habituellement été insuffisantes et parfois inappropriées. Seuls les groupes villageois les plus développés qui ont fait preuve d'aptitudes gestionnaires devraient penser à mener des activités commerciales. Les organismes gouvernementaux et les ONG peuvent aider ces groupes villageois à identifier les domaines de commercialisation présentant de bonnes possibilités d'amélioration. S'ils constatent qu'une des conditions suivantes existe, la participation des groupes villageois peut se révéler particulièremnt utile:

1. Un grand nombre de cultivateurs d'une zone donnée vendent habituellement des céréales au moment de la récolte. Ces mêmes cultivateurs, et d'autres encore de la même zone, achètent des céréales quand l'année est plus avancée à des prix considérablement plus élevés. Les hausses de prix saisonnières dépassent régulièrement les coûts de stockage.

2. Les différences de prix entre un marché local ou un point d'échange et le marché d'une grande ville le plus proche dépassent habituellement de beaucoup les coûts de transport.

3. Les consommateurs des zones rurales connaissent rarement les prix des marchés environnants.

4. Les arrangements collusoires allant à l'encontre des intérêts des producteurs se manifestent par des différences de prix excessives d'un marché à un autre et d'une saison à une autre.

5. Les cultivateurs éprouvent souvent des difficultés à trouver des acheteurs pour leur excédent de céréales ou des vendeurs de céréales lorsqu'ils connaissent un déficit.

6. Les transports sont onéreux et rares.

Les groupes villageois possédant moins d'expérience pourraient mener des activités connexes qui s'accompagnent de dépenses ou de risques financiers limités. Ces activités devraient contribuer au développement progressif du groupe villageois individuel sans le surcharger, raison pour laquelle il aboutit souvent à l'échec ou perd de sa réputation aux yeux de ses membres.

Par exemple, les groupes villageois locaux et les CDR pourraient s'associer afin de fournir des informations commerciales sur les prix et les

points de vente des environs. Les villageois désirant acheter ou vendre pourraient se renseigner auprès de ces groupes avant de prendre une décision sur le lieu où vendre et la manière de procéder. Ces groupes/services d'informations sur le marché local pourraient être rattachés à un réseau national ou régional. L'OFNACER ou les ORD pourraient dispenser une formation sur les services d'informations concernant le marché local à l'intention des groupes villageois.

Les efforts concentrés visant à améliorer la gestion des groupes villageois (tels que les efforts déployés par les 6S et Partnership for Productivity), sont un excellent complément, même une condition préalable, aux mesures prises pour améliorer les services commerciaux. Les aptitudes nécessaires couvrent la comptabilité, la gestion des stocks, les services d'informations, la supervision des employés, la prise de décisions, la délégation de l'autorité et les rapports avec les organismes gouvernementaux et les ONG, avec qui le groupe villageois doit traiter.

6.2.3.5 Capacité analytique

Les stratégies et les projets portant sur la commercialisation agricole en Afrique sont souvent conçus et mis en oeuvre sans l'avantage d'une bonne compréhension du fonctionnement du système de commercialisation existant. De nombreux pays ne possèdent pas suffisamment d'informations sur le système de commercialisation privé. Le problème est encore aggravé lorsque la politique générale officielle cherche à limiter ou à abolir le commerce du secteur privé.[4]

Le Burkina Faso est mieux placé que la majorité des pays africains en raison de toute une série d'études effectuées au cours des cinq dernières années sur la commercialisation des céréales dans diverses régions du pays (Ouédraogo, 1983; Sanhoudi, 1980; Sherman, 1984 et Saul, 1982). Cette étude s'articule autour de ces efforts et vise à donner une image plus complète de la commercialisation des céréales dans l'ensemble du Burkina Faso. Malgré ces études, nous possédons encore de grandes lacunes sur la commercialisation du secteur privé. L'absence de bonnes données sur l'échelle des prix et sur les quantités et l'inexistence pratiquement de

---

[4] Voir l'étude de Peter Temu sur la commercialisation du maïs au Kenya et en Tanzanie comme exemple des difficultés, mais non pas de l'impossibilité, à effectuer des recherches sur la commercialisation dans des conditions de limitation/suppression.

statistiques sur les mouvements de céréales font qu'il est difficile de se prononcer sur des questions essentielles comme l'efficacité du système de commercialisation pour la répartition temporelle et spatiale des approvisionnements. En conséquence, les études réalisées jusqu'ici sont plutôt explicatives et indicatives que concluantes en quelque sorte. Les efforts concentrés sur l'étude des opérations du système durant une courte période (1 à 2 ans) sont sérieusement entravés par l'absence d'une bonne série chronologique -- et ces études ne remplacent pas une telle série statistique.

Les travaux visant à recueillir des données sur les prix au Burkina Faso ont été intermittants, insuffisamment supervisés et encore moins utilisés (en partie du fait de la qualité contestable de ces données). A l'heure actuelle, ce sont les agents de l'OFNACER qui sont censés collecter des informations sur les prix dans l'ensemble du pays.[5] Le fait de confier cette tâches à l'OFNACER s'accompagne de problèmes manifestes. Pendant des périodes restreintes, les ORD enregistrent également les prix, de même qu'ils mènent divers projets de recherche spécifique. A notre connaissance, aucun effort systématique n'a été déployé pour analyser ces données. (Voir Annexe G pour une explication des données tarifaires existantes.) La façon dont ces données sont recueillies s'accompagne également de problèmes fondamentaux. Si les données sur les prix doivent servir à des analyses spécifiques, telles que le calcul des corrélations de prix afin d'examiner l'intégration du marché, ou l'estimation des marges bénéficiaires, les prix doivent être comparables. Etant donné la façon dont les données sur les prix sont actuellement collectées, elles sont difficiles à utiliser pour ces types d'analyse.

- Amélioration de la prise de décisions

Une des difficultés auxquelles se heurtent les efforts de recherche commerciale porte sur la façon de présenter les résultats aux responsables afin qu'ils puissent être aisément compris et ne soient pas contestés. Les responsables ne se penchent en général sur la commercialisation alimentaire qu'en période de crise, lorsque les approvisionnements sont insuffisants et/ou les prix élevés. L'établissement d'un dialogue régulier entre les

---

[5] Notre expérience nous porte à croire que tous les agents ne recueillent pas en fait des données sur les prix. Il existe aussi quelques problèmes en ce qui concerne la manière dont elles sont collectées.

responsables et le personnel chargé de la collecte et de l'analyse des données commerciales conduirait à une compréhension réciproque et l'utilisation d'un type d'expression commune, facilitant ainsi l'amélioration du processus de prise de décision.

Un ou plusieurs séminaires/ateliers devraient être organisés à l'intention des responsables sur le sujet suivant: amélioration de la prise de décision en matière de stratégie alimentaire. Le séminaire serait axé sur les informations nécessaires pour prendre de bonnes décisions: d'où elles proviennent, comment elles sont collectées, analysées et transmises aux responsables. Le séminaire remplirait également la fonction essentielle de prise de décision en demandant et en examinant régulièrement des rapports sur la situation alimentaire, en exigeant que les analystes principaux expliquent leurs résultats et en leur posant des questions difficiles qui pourraient nécessiter la collecte d'informations complémentaires. En ayant recours à des études de cas, les participants du séminaire pourraient examiner les décisions précédentes sur la politique alimentaire. Quelles informations manquaient? Quelles sont les hypothèses qui ont pu être rectifiées d'après les résultats de recherche? Quelles sont les questions qui ont été posées aux membres du personnel, à l'OFNACER et à d'autres individus? Quelles ont été les réponses? D'où provenaient les informations? Quelle était leur qualité?

Simultanément, il importe de déployer des efforts pour améliorer la qualité des informations commerciales procurées aux responsables. Un système d'informations commerciales qui ne fonctionne pas bien ne suscitera probablement pas la confiance. Ces efforts doivent faire partie intégrale d'activités plus vastes bien coordonnées visant à recueillir et à analyser des données sur la situation alimentaire. Ces données pourraient couvrir la production (domaines, rendements), le commerce, les conditions atmosphériques, les approvisionnements en facteurs de production, etc.[6] Cet effort aurait pour objet de procurer aux responsables des prévisions sur l'évolution future de la situation alimentaire.

Le système d'informations commerciales aura besoin d'être exploité par un certain nombre d'employés à plein temps ayant reçu une bonne formation et compétents dans les domaines des statistiques et de l'économie. Outre leur

---

[6] A l'heure actuelle, ces données sont recueillies de manière tout à fait irrégulière et sans méthode.

formation académique en économie et en statistiques, il serait bon que les membres supérieurs du personnel suivent des cours spéciaux sur la collecte et l'analyse de statistiques agricoles. Le Département de l'agriculture des Etats-Unis offre un certain nombre de cours. En outre, il serait souhaitable que les membres du personnel participent pendant plusieurs mois à l'exploitation d'un système des informations commerciales fonctionnant bien, de préférence dans un pays en développement.

Ce système d'informations commerciales nécessitera également un certain nombre d'employés des niveaux intermédiaire et inférieur qui seront chargés d'une bonne part de la collecte des données réelles, de leur entrée dans l'ordinateur et de l'analyse préliminaire. Il sera nécessaire d'organiser une série de séances de formation. De plus, le service aura besoin d'installations informatiques. Des micro-ordinateurs devraient être suffisants pendant la période initiale, mais il serait souhaitable de pouvoir avoir accès à un ordinateur central (CENATRIN) à mesure que les données à analyser deviendront de plus en plus volumineuses.

La consolidation d'un service d'informations commerciales est en général tout à fait appropriée pour un projet d'assistance technique bénéficiant du soutien financier d'un bailleur de fonds. Les activités spécifiques que devra mener le service ou l'unité d'informations commerciales portent sur les points suivants:

1. La collecte et l'analyse des prix hebdomadaires en gros et au détail dans l'ensemble du pays. Il serait bon de couvrir les prix de tous les principaux centres urbains, et de sélectionner également certains marchés ruraux et autres points importants de transactions commerciales. Des efforts devraient être déployés pour vérifier à l'occasion les prix des petits circuits commerciaux afin de les comparer avec les prix en général les plus courants dans les grands circuits commerciaux. Les données seraient communiquées rapidement afin d'effectuer une analyse préliminaire pour identifier les principaux mouvements, les contradictions, etc. Ces facteurs seraient alors contrôlés dès que possible par une équipe mobile formée aux méthodes de reconnaissance rapide élaborées pour cette étude. Ces contrôles forceraient les collecteurs de prix à rester vigilants.

Il convient d'accorder de l'importance à la sélection des personnes chargées de la collecte des données sur les prix afin qu'elles soient en mesure d'assumer leur fonction avec efficacité et qu'elles ne soient pas

gênées par des rapports avec une organisation gouvernementale ou disposant de droits acquis.

Il serait bon de mener une analyse plus complète au moins tous les trimestres afin d'identifier les principaux changements intervenus dans les configurations saisonnières et entre les marchés. Tout changement considérable devrait être étudié par l'équipe mobile.

Le service d'informations commerciales devrait publier un rapport sur les prix tous les quinze jours ou au moins tous les mois. Outre les données de base, le rapport comprendrait un résumé des constatations de l'équipe mobile afin d'expliquer les principaux mouvements. Le rapport pourrait être incorporé dans un rapport mensuel ou bimensuel sur la situation alimentaire qui couvrirait les perspectives de production, les conditions atmosphériques, les importations et les exportations (moyennant des circuits officiels et non officiels), les mouvements intérieurs et d'autres facteurs le cas échéant. Les principaux lecteurs du rapport seraient les responsables des décisions. Une version expurgée pourrait être publiée.

2. Collecte et analyse des informations sur les mouvements de céréales. Ce type de collecte est beaucoup plus difficile que la collecte des prix. Il est parfois possible de s'adresser aux contrôles de police pour obtenir des informations sur les mouvements des denrées. Si le commerce inter-régional n'est pas limité, les commerçants hésiteront moins à coopérer à ces efforts, permettant ainsi plus facilement de suivre la trace des mouvements de céréales, au moins d'une façon grossière.

3. Echantillonnage significatif de producteurs vendant des céréales. Nous avons constaté dans notre étude que rares sont les cultivateurs de l'échantillon qui ont en réalité vendu des céréales. Il est possible qu'un nombre limité de cultivateurs prospères soient responsables d'une bonne part du marché des céréales, notamment lors d'une année de mauvaise récolte. Le niveau de concentration des ventes devrait être estimé en effectuant des enquêtes sur les commerçants achetant des céréales aux cultivateurs. Il serait souhaitable de calculer le niveau de déviation relatif aux céréales qui pénètrent sur le marché. Dans quelle mesure résulte-t-elle d'un pourcentage relativement faible de cultivateurs? Quelle est la répartition géographique de ces cultivateurs? La structure varie-t-elle entre les bonnes et les mauvaises années? Le niveau de concentration des ventes est-il plus élevé lors d'une année de mauvaise récolte, comme l'on pourrait s'y

attendre? Par quoi se caractérisent les cultivateurs vendant des céréales régulièrement sur le marché? Comptent-ils sur la production des céréales à vendre sur le marché ou se spécialisent-ils dans la production de certaines céréales? Quelle est la structure des ventes tout au long de l'année?

Nos études fournissent des réponses incomplètes à certaines de ces questions. Une analyse exhaustive des données pertinentes de l'ICRISAT et de l'Unité des systèmes d'exploitation agricole SAFGRAD apporteront des éclaircissements sur ces questions. Si, en réalité, il existe un niveau élevé de concentration des ventes de céréales, notamment lors d'une année de mauvaise récolte, cela entraîne des répercussions importantes sur la politique générale. Compte tenu de notre expérience et de celle des autres chercheurs, il devrait être possible de concevoir un moyen relativement simple et peu coûteux de contrôler les tendances qui se dessinent dans les ventes de céréales par les cultivateurs. Il pourrait s'agir d'une version plus simple que celle que nous avons proposée dans notre étude et pourrait être axées sur la disparition des céréales au sein d'un échantillon de cultivateurs vendant réellement des céréales. Cette méthode serait préférable à une sélection aléatoire de villageois, dont la plupart ne vendent pas de volumes de céréales appréciables.

4. Collecte et analyse des données commerciales sur les céréales en particulier et les produits alimentaires en générales. Ces données couvriraient l'aide alimentaire ainsi que les importations et exportations commerciales. Il conviendrait de déployer des efforts pour déterminer les montants pénétrant dans le pays et sortant du pays par voie routière ou ferroviaire, qui ne font pas partie des expéditions officielles. Il est inutile d'essayer d'abolir ce type de marché; il faudrait par contre chercher à mieux le comprendre et à trouver des moyens d'en faire bénéficier le pays.

BIBLIOGRAPHIE

Appleby, G. 1985. "Marketplace Development in the Gambia River Basin," Markets and Marketing S. Plattner (ed.) Lanham: University Press of America, Society for Economic Anthropology, pp. 79-97.

Bâ, H.A. 1973. L'Etrange Destin de Wangrin. Paris: Union général d'edition (10/18).

Bollinger, D. 1974. Etude de Circuits de Distribution de la Haute-Volta: Situation Actuelle et Projets de Réformes. Suresnes: IDET-CEGOS (Mimeographed).

Campagne, P. 1984. Remarques Méthodologiques sur l'Etude des Systèmes Alimentaires en Zone Rurale. Montpellier, France: Institut Agronomique Méditerranéen, UNRIST.

Center for Research on Economic Development (CRED). 1977. Marketing, Price Policy and Storage of Food Grains in the Sahel: A Survey, prepared for CILSS/Club du Sahel and USAID. Ann Arbor: University of Michigan.

Collinson, M.P., 1975 Understanding Small Farmers. Paper given at Conference on Rapid Rural Appraisal, 4-7 December 1979, IDS, University of Sussex, Brighton, Oklahoma.

Comité Economique de l'Afrique de l'Ouest (CEAO)/Secrétariat Général. 1977. Commercialisation Politique des Prix des Produits et Stockage. Bamako, Mali: Rapport de la Commission II, Bureau Communautaire de Développement Agricole.

Comité Permanent Inter-Etats de Lutte Contre la Sécheresse dans le Sahel (CILSS). 1983. Bilan Programme du Secteur Elevage: Pays Haute-Volta. Paris.

Coquery-Vidrovitch, C. 1975. "L'impacte des Intérêts Coloniaux. SCOA et CFAO dans l'Ouest Africain, 1910-1965," Journal of African History 16(4): 595-621.

de Wilde, J.C. 1984. Agriculture, Marketing and Pricing in Sub-Saharan Africa. Los Angeles: African Studies Association, and African Studies Center, University of California, Los Angeles.

Diop, A. 1983. Revue du Dessin de la Construction et des Operations Techniques des Banques de Céréales en Haute-Volta, Rapport de Consultation pour la Division des Services Agricoles. Rome: FAO.

Dolidon, D. 1980. Evaluation du Programme de Banques de Céréales de la FOVODES. n.p.

Elliot Berg Associates. 1983. "Joint Program Assessment of Grain Marketing in Niger," 2 volumes, prepared for the Government of Niger and USAID. Washington, D.C.

Enger, W.J. 1981. An Analysis of the Marketing Position of the National Cereals Office (OFNACER), Upper Volta, prepared for Ronco Consulting Corporation. Washington, D.C.

Founou-Tchuigowa, B. 1984. Autonomisation du Système Agro-Alimentaire et Relations de Classes et de Nations avec References aux Pays Africains au Sud de Sahara." Dakar, Senegal: UNITAR Project "Stratégies pour le Futur de l'Afrique."

Gilbert, E.H. 1969. "Marketing of Staple Food in Northern Nigeria: A Study of Staple Food Marketing Systems Serving Kano City," Ph.D. dissertation, Stanford University.

Haggblade, S. 1984. An Overview of Food Security in Upper Volta. Ouagadougou, Upper Volta: USAID.

Hammond, P.S. 1966. Yatenga. Toronto, Ontario: Collier-Macmillan Canada.

Harriss, B. 1979. "There is Method in My Madness: Or is it Vice Versa? Measuring Agricultural Market Performance," Food Research Institute Studies 17:197-218.

Haughton, J. 1985. Cereals Policy Reform in the Sahel: Grain Marketing in Burkina Faso. Paper prepared with Elliot Berg Associates for CILSS/Club du Sahel (forthcoming), Paris-CILSS/Club du Sahel.

Hays, H.M., Jr. 1975. "The Marketing and Storage of Food Grains in Northern Nigeria," Institute for Agricultural Research, Samaru Paper No. 50. Zaria (Nigeria): Ahmadu Bello University.

Heritier, F. 1975. "Des Cauries et des Hommes," L'Esclavage en Afrique Précolonial. C. Meillasoux (ed.). Paris: Maspero, pp. 477-508.

Holtzman, J. 1983. Small Ruminant and Poultry Marketing in the Mossi Plateau of Upper Volta, prepared for USAID. n.p.

Jeune Afrique. 1975. Atlas de la Haute Volta. Paris: Editions Jeune Afrique.

Jones, W.O. 1972. Marketing Staple Food Crops in Tropical Africa. Ithaca: Cornell University Press.

Kabore, P.D.; Lebene, Y. and Matlon, P.J. 1983. Modèles de Culture dans Trois Zones Agro-Climatiques de Haute-Volta. Etudes Villageoises Rapport No. 9. Ouagadougou, Upper Volta: ICRISAT.

Kalfane, N. 1984. Etude de Développement des Groupements Villageois de l'O.R.D. des Hauts-Bassins.

Kat, J. 1983. Cereal Banks in Upper Volta Review of Concepts, Performance and Impact. Rome: AGSM-FAO.

Koulidiati, L.; Some, C. And Thiombiano, T. 1984. Systemes Alimentaires à Ouagadougou. n.p.: CEDRES.

Lang, M.G. and Cantrell, R.P. 1983. Accenting the Farmer's Role in Farming Systems Research: Alternative Approaches by the Purdue Farming Systems Unit. West Lafayette, Indiana: Purdue University.

Lassiter, G.C. 1981. "Cropping Enterprises in Eastern Upper Volta," Department of Agricultural Economics, Working Paper No. 35. East Lansing: Michigan State University.

Lassiter, G.; Mehretu, A. and Wilcock, D. 1982. Applied Research in Eastern Upper Volta: Major Findings and Recommendations for Future Programs. n.p.

Lele, U. 1971. Food Grain Marketing in India: Private Performance and Public Policy. Ithaca: Cornell University Press.

Le Moal, G. 1957. "Note sur les Populations 'Bobo'," Bulletin de l'I.F.A.N. T. XIX, ser, B, No. 3-4.

Marion, B.W. 1976. "Application of the Structure, Conduct, Performance Paradigm to Subsector Analysis," Studies of the Organization and Control of the U.S. Food System, Working Paper No. 7. n.p.

McIntire, J. 1982. Sondages de Reconnaissance au Nord et l'Ouest de la Haute-Volta. Ouagadougou, Upper Volta: ICRISAT.

_____. 1983. Budgets de Production Agricole dans Deux Villages du Centre de La Haute-Volta. Ouagadougou, Upper Volta: ICRISAT.

_____. 1983. Survey Costs and Rural Economic Research. Ouagadougou, Upper Volta: ICRISAT Sahel Center.

McMillan, D.E. 1983. A Resettlement Project in Upper Volta. n.p.

Moussie, M. 1985. An Assessment of Grain Marketing in the Sahel: The Case of Burkina Faso. Lincoln, Missouri: Lincoln University, Department of Agriculture and Office of International Programs.

Multinational Agribusiness Systems. 1979. Entente Fund Grain Stabilization Project Evaluation, Niger - Upper Volta. n.p.

Newman, M.D.; Sow, P.A. and N'Doye, O. 1985. Private and Public Sectors in Developing Country Grain Markets: Organization, Issues and Options in Senegal. Dakar: Bureau d'Analyses Macro-Economiques, Institut Sénégalis de Recherches Agricoles.

OFNACER, ESSEC-CEDRES. 1983. Ouagadougou, Enquête Riz. Ouagadougou: Inspection Generale des Prix.

Ouédraogo, I.S. 1983. "A Socioeconomic Analysis of Farmers' Food Grain Marketing Linkages and Behavior in Eastern Upper Volta," Ph.D. dissertation, Michigan State University.

Ouédraogo, M. 1974. Origine des Céréales Consommées à Ouagadougou et Problèmes de Commercialisation. Ouagadougou.

Pfluger, W. 1984. Protection des Stocks par les Petits-Paysans. Ouagadougou.

Pindyk, R.S. and Rubinfeld, D. 1981. Econometric Models and Economic Forecasts, 2d ed. New York: McGraw-Hill.

République de Burkina Faso, Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage. Bulletin de Statistiques Agricoles: Campagnes 1982-83, 1983-84. Ouagadougou: Direction des Etudes et Projets, Service des Statistiques Agricoles.

République de la Haute-Volta, Mininstère de l'Agriculture et de l'Elevage. Statistiques Agricoles 1970. Ouagadougou: Service des Statistiques Agricoles.

_____. Annuaire de Statistiques Agricoles 1971. Ouagadougou: Direction du Développement Rural, Service des Statistiques Agricoles.

République de la Haute-Volta, Institut National de Statistiques et de Démographie. 1975. Recensement Général de la Population. Ouagadougou.

République de la Haute-Volta. Ministère du Développement Rural. n.d. "A la Commercialisation des Céréales - Constitution de Stocks - Respect des Prix," Etude conféré à un groupe de travail, Ministère du Commerce. Ouagadougou.

_____. Annuaire de Statistiques Agricoles 1972. Ouagadougou: Service des Statistiques Agricoles.

_____. Annuaire de Statistiques Agricoles 1976. Ouagadougou: Cellule de Planification Rurale, Section de Statistiques Agricoles.

_____. Annuaire de Statistiques Agricoles 1977. Ouagadougou: Secretariat General, Section de Statistique Agricoles.

_____. Bulletin de Statistiques Agricoles: Campagnes 1978-79, 1979-80, 1980-81, 1981-82. Ouagadougou: Secrétariat Général, Direction des Etudes et Projets, Service de Statistiques Agricoles.

_____. Campagne Agricole 1983-1984. Dédougou: ORD de la Boucle de la Volta Noire.

_____. Campagne Agricole 1982-1983. Dédougou: ORD de la Boucle de la Volta Noire.

_____. 1980. Etude de Factibilité du Projet de Développement Agricole, Ouest-Volta II. Ouagadougou: SATEC.

_____. n.d. Répercussions d'un Relèvement des Prix Payés au Producteur sur la Production, la Commercialisation et le Stockage de Céréales au Niveau de l'Exploitation agricole, Agroprogress GmbH (Enquête Haute-Volta 1980-81). Ouagadougou.

_____. 1982. Etude sur l'Organisation de la Collecte, du Traitement, de la Commercialisation du Riz Produit par les Petites Plaines. Agroprogress GmbH (Enquête Haute-Volta). Ouagadougou.

_____. 1982. Rapport Annuel de l'O.R.D. du Yatenga. Ouahigouya: Secrétariat Général.

Roche, C.J.R. 1984. "Cereal Banks in Burkina Faso: A Case Study," Working Paper No. 18. Liverpool: University of Liverpool.

Sanhouidi, Bouri Jean-Victor. 1979. La Mise en Marche des Céréales de Base (Mil/Sorgho) en Haute Volta: Structure, Fonctionnement et Efficacité des Circuits de Commercialization. Québec: Faculté des Sciences de l'Agriculture et de l'Alimentation, l'Université de Laval.

Saul, M. 1981. "Beer, Sorghum and Women: Production for the Market in Rural Upper Volta," Africa 51 (3)

Sawadogo, S. 1982. Recherche sur les Systèmes de Production Agricole. Rapport du Programme 1982, Projet Conjoint OUA/CSTR No. 31 (Project AID/AFR-C-1472).

Schaffer, J.D.; Weber, M.; Riley, H. and Staatz, J. 1984. "Influencing the Design of Marketing Systems to Promote Development in Third World Countries," prepared for International Workshop in Agricultural Markets in the Semi-arid Tropics. Hyderabad, India: ICRISAT.

Scherer, F.M. 1980. Industrial Market Structure and Economic Performance, 2nd ed. Chicago: Rand McNally.

Sherman, J. 1984. Grain Markets and the Marketing Behavior of Farmers: A Case Study of Manga, Upper Volta. Ph.D. dissertation, University of Michigan. (available from CRED as Project Report No. 29)

Shaffer, J.D. 1968. "Changing Orientations of Marketing Research," Journal of Agricultural Economics 50:1437-1448.

Smith, C.A. 1974. "Economics of Marketing Systems: Models from Economic Geography," Annual Review of Anthropology 3.

Southworth, R.V.; Jones, W.O. and Pearson, S.R. 1979. "Food Crop Marketing in Atebubu District. Ghana," Food Research Institute Studies 17:157-95.

Tapsoba, E.K.. 1981. An Economic and Institutional Analysis of Formal and Informal Credit in Eastern Upper Volta: Empirical Evidence and Policy Implications. n.p.

U.S. Agency for International Development (USAID). n.d. A Simulation Model of Grain Production, Consumption, Trade and Storage for Upper Volta, 1980/81 - 1983/84, prepared for USAID/Upper Volta. n.p.

_____. 1982. A Review of the PL480 Title II Section 206 Program in Upper Volta.

_____. n.d. Overview of AID UVGM Policy Plans.

_____. n.d. Upper Volta Grain Marketing Development Project No. 686-0243.

_____. 1982. Upper Volta: Grain Marketing Development, Technical Assistance Component. Request for Technical Proposals (RFTP), RFTP-AFR-00040.

U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service. 1981. Food Problems and Prospects in Sub-Saharan Africa, the Decade of the 1980's. Foreign Agricultural Research Report No. 166. Washington, D.C.

Waldstein, A. n.d. "Where is All that Food Storage We Hear so Much About, Anyway?" Small Farmer Marketing Access Project. Washington, D.C.: Office of Rural and Institutional Development, Science and Technology Bureau, USAID.

Wilcock, D.C. and Ouédraogo, I.S. 1982. Peasants, Traders, and Grain Marketing in Eastern Upper Volta, Prepared under USAID contract AID/afr-C-1314. East Lansing: Department of Agricultural Economics, Michigan State University.

World Bank. 1983. Upper Volta, Investment in Human Resources. Country Economic Memorandum, Report No. 4040-UV. Washington, D.C.

_____. 1982. Koudougou Agricultural Pilot Project Report. Report No. 3379-UV. Washington, D.C.

_____. 1982. Upper Volta, Volta Noire Agricultural Development Project. Staff Appraisal Report, No. 3812-UV. Washington, D.C.

_____. 1982. Upper Volta, Hauts-Bassins Agricultural Development Project. Staff Appraisal Report, No. 3811-UV. Washington, D.C.

LISTE DES ANNEXES

A. Liste des Documents du Projet et Resumés analytiques des Documents de Travail des Tomes III et IV

B. Annexe statistique

C. Reconnaissance Rapide: Méthode et Questionnaires

D. Méthodologie appliquée aux Etudes villageoises

E. Méthodologie de l'Enquête urbaine et Description des Echantillons

F. Résultats de l'Enquête urbaine

G. Prix des Céréales

H. Analyse de Correlation des Prix des Céréales

ANNEXE A

LISTE DES DOCUMENTS DU PROJET

ET

RESUMES ANALYTIQUES
DES DOCUMENTS DE TRAVAIL
DES TOMES III ET IV

ANNEXE A

LISTE DES DOCUMENTS DU PROJET

TOME I: UNE ANALYSE ECONOMIQUE DE LA COMMERCIALISATION DES CEREALES

TOME II: RAPPORTS REGIONAUX

TOME III: DOCUMENTS DE TRAVAIL 1-4

1. Fierté, préférence et pratique: décisions des cultivateurs concernant l'écoulement des céréales dans une communauté burkinabée,
   Constance M. McCorkle

2. Sécurité céréalière au niveau des exploitations au Burkina Faso,
   Charles A. May

3. Excédents commerciaux au Burkina Faso: une étude des schémas d'écoulement des céréales,
   Ellen Jean Szarletta

4. Comportement relatif aux ventes de céréales dans les familles d'exploitants de quatre villages du Burkina Faso,
   Christopher R. Pardy

TOME IV: DOCUMENTS DE TRAVAIL 5-6

5. Une analyse anthropologique économique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso: interprétation basée sur des observations sur le terrain,
   Mahir Saul

6. Marchés céréaliers de la région de la Volta Noire au Burkina Faso,
   Ira Green

Il existe une version anglaise et française des Tomes I, III et IV. Le Tome II est disponible en français uniquement.

A Manual for Administration of Research and Development Projects ("Un manuel pour l'administration des projets de recherche et de développement"), rédigé par Marily Knieriemen, est également disponible auprès du CRED. Ce manuel a été préparé au cours des recherches du CRED effectuées sur le terrain au Burkina Faso et a été publié séparément. Prière de s'adresser au Coordinateur des publications du CRED pour de plus amples détails: Publications Coordinator, Lorch Hall, University of Michigan, Ann Arbor, MI 48109-1220, U.S.A.

RESUME ANALYTIQUE

PREMIER DOCUMENT DE TRAVAIL

FIERTE, PREFERENCE ET PRATIQUE: DECISIONS DES CULTIVATEURS CONCERNANT L'ECOULEMENT DES CEREALES DANS UNE COMMUNAUTE BURKINABEE

Constance M. McCorkle

Cette étude anthropologique a pour but d'évaluer (a) l'importance des cultures céréalières de base dans la vie économique, nutritionnelle, politique, sociale et idéologique d'une communauté agricole burkinabée; et (b) les préférences des cultivateurs en ce qui concerne leur commande et leurs dispositions à vendre divers produits. Les recherches ont été effectuées en 1983/84 dans un village de la Volta Noire qui s'appelle Dankui, situé près de Ouarkoye à 25 km environ à l'est du fleuve Volta Noire et à 46 km au sud de Dédougou. La pluviométrie atteint de 600 à 1000 mm par an dans la région. Le sorgho et le petit mil sont les principales cultures vivrières, alors que le coton est la principale culture de rapport. Les villageois fréquentent régulièrement un marché de brousse de taille moyenne situé à 12 km du village et vont de temps en temps à d'autres marchés de la région. La population totale du village comptait à l'époque approximativement 850 habitants, dont 33 pour cent de Bwaba, 30 pour cent de Mossi, 30 pour cent de Fulani, 5 pour cent de Dafing et 1 pour cent de Samo.

A Dankui, les céréales ont une valeur nettement supérieure à celle d'un article à vendre ou à consommer. Elles représentent, bien entendu, le soutien de la vie et l'élément clé du régime alimentaire; mais elles constituent également la monnaie qui permet d'effectuer des échanges sociaux, politiques et idéologiques; par ailleurs, elles sont une des principales mesures de la valeur d'un homme. Outre la consommation journalière personnelle, les céréales sont échangées contre du lait, du dolo et d'autres céréales; servent à récompenser les équipes de travail et à payer la main-d'oeuvre agricole, aussi bien que les éleveurs; servent de tribut, de dons et de dîme; sont employées comme semences et comme aliments pour le bétail; sont consommées lors des cérémonies et des activités sociales; constituent des réserves rituelles; et, enfin, sont destinées à la vente. En cas de sécheresse, tous ces domaines sont affectés. Ainsi, il

est peu surprenant que les décisions concernant l'écoulement des cultures céréalières de base sont conditionnées par des prescriptions et des proscriptions socioculturelles, par des "codes d'honneur" et par des tabous. De surcroît, ces croyances ne représentent pas un simple exercice de broderie culturelle; au contraire, pour les habitants du village, elles comportent des conseils importants sur la gestion prudente des stocks céréaliers, y compris les démarches susceptibles de profiter à l'individu et à la communauté entière. Comme nous l'avons déjà vu, ces maximes sont particulièrement précises au sujet de l'écoulement commercial. En fin de compte, les céréales ne constituent pas à l'heure actuelle un produit de marché prioritaire à Dankui.

Il existe un "code d'honneur" qui s'adapte constamment sur le plan socio-économique et qui semble guider, au niveau des concessions, les décisions prises par les cultivateurs de Dankui concernant l'écoulement des céréales. Ce code est particulièrement précis au sujet des ventes. Essentiellement, il conseille d'appliquer une hiérarchie idéale de comportement commercial qui se base sur les points suivants: aucune proportion de la production céréalière de la concession ne doit être commercialisée à moins qu'il ne soit évident qu'il restera un excédent après avoir assuré tous les autres besoins prévisibles; en cas d'excédent, il convient de proposer de le vendre en premier lieu aux parents et amis; en second lieu, aux autres habitants du village ou à la communauté entière, par exemple par le biais du Groupe des cultivateurs; et, en dernier lieu, aux individus et aux institutions de "l'extérieur". En outre, le code conseille aux cultivateurs d'attendre la soudure avant d'effectuer des ventes de céréales. A cette saison, les prix montent naturellement à mesure que diminuent les provisions céréalières locales et qu'augmente la demande auprès des cultivateurs/gestionnaires d'entreprises dont le niveau de production et/ou le degré de circonspection sont inférieurs. Les ventes effectuées à cette époque de l'année aux parents, aux amis et aux autres habitants du village rendent "honneur" au vendeur, qui est alors considéré comme un administrateur prudent des ressources de sa concession et, en quelque sorte, comme un bienfaiteur au niveau de la communauté. Mais le plus grand prestige est réservé à ceux qui n'effectuent aucune transaction céréalière commerciale au cours de l'année et qui parviennent non seulement à satisfaire tous les besoins céréaliers annuels de leur propre concession,

mais également à faire un don de leur excédent pendant la soudure au profit de leurs voisins moins fortunés.

Nous avons montré 20 photographies aux cultivateurs en leur posant les questions suivantes: "Si vous aviez besoin d'argent et si vous disposiez de ces différentes possibilités d'en obtenir, quel serait votre premier choix et pourquoi? Quel serait votre deuxième choix et pourquoi? Quel serait votre troisième choix et pourquoi?" etc. Parmi les photographies figuraient les produits que les cultivateurs pouvaient vendre et également des images représentant des systèmes de crédit et de prêt. Le tableau suivant présente une Echelle des préférences commerciales (Marketing Preference Scale: MPS) qui montre comment les habitants du village préfèrent classer les diverses possibilités d'obtenir des revenus en espèces.

L'enquête décrite ci-dessus et les autres renseignements plus qualitatifs révèlent que les habitants du village préfèrent ne pas commercialiser les céréales. Les cultivateurs établis dans cette zone écologique relativement riche du Burkina Faso disposent de nombreuses autres options de commercialisation agricole. Citons en premier lieu le coton, qui a pris une telle importance en bonne partie à cause des efforts de la SOFITEX/ORD et, précédemment, de la CFDT (Compagnie française pour le développement des fibres textiles). Il paraît que les cultivateurs préfèrent le système de commercialisation appliqué au coton, ce qui peut s'avérer instructif dans le domaine de la commercialisation des céréales. Parmi les caractéristiques avantageuses de la commercialisation du coton figurent: l'annonce des prix juste avant les semailles; l'achat assuré de la production entière; la ponctualité des achats; le versement global; l'impartialité et la précision; la participation de villageois de confiance; et les primes spéciales accordées aux villages où les rendements sont élevés.

TABLEAU 1

CLASSEMENT RELATIF DES PREFERENCES COMMERCIALES POUR L'ECHANTILLON ENTIER ET PAR GROUPE ETHNIQUE

	Total	Bwaba	Mossi
Coton	1	1	1
Volaille	2	2	3
Courges	3	3	2
Noix de karité	4	4	4
Sésame	5	5	5,5
Petits ruminants	6	6	5,5
Arachides	7	10	7
Porcins	8	9	9
Haricots	9	11	8
Prêt accordé par un parent	10	7.5	12,5
Prêt accordé par le groupe des cultivateurs	11	7.5	16
Mobylette/motocyclette	12	12	10,5
Riz	13	14	12,5
Maïz	14	13	14
Bovins	15	15	10,5
Prêt accordé par un commerçant	16	16	18
Petit mil	17	18	15
Sorgho	18	17	17
Bicyclette	19	19	19
Charrette	20	20	20

NOTE: $R = .88$
$\rho > .01$
$t = 7.95$
$\rho > .001$

Spearman's ρ (rho) or R:

$$\rho = 1 - \frac{6 \Sigma d^2}{N (N^2 - 1)}$$

t-test (two-tailed):

$$t = \rho \frac{N - 2}{1 - 2}$$

$df = 2$

Université du Michigan. La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

RESUME ANALYTIQUE

SECOND DOCUMENT DE TRAVAIL

SECURITE CEREALIERE AU NIVEAU DES EXPLOITATIONS AU BURKINA FASO

Charles A. May

Cette monographie présente une description approfondie (a) de la méthodologie appliquée aux études villageoises, (b) des cinq villages étudiés de décembre 1983 à novembre 1984 et (c) des types de transactions céréalières observés. Ce dernier aspect est employé dans une analyse de la sécurité alimentaire de base des familles d'exploitants, notamment dans les zones déficitaires du Nord.

La méthodologie de recherche était axée sur une série de questionnaires portant, d'une part, sur les ventes, les achats et la consommation de céréales et, d'autre part, sur les céréales obtenues ou écoulées en dehors du marché monétaire. Ces questionnaires ont été soumis toutes les deux semaines à environ 45 "unités de décision" dans chaque village. Les renseignements suivants ont également été rassemblés: recensement villageois (une fois); recensement des ménages (mises à jour mensuelles); récolte (une fois); stockage au niveau de l'exploitation (tous les trois mois); superficie consacrée à chacune des cultures principales (une fois); biens de consommation durables; unités de mesure (une fois); recensement animal (tous les trois mois).

Deux villages de l'étude se trouvent dans la région de Yatenga et accusent en général un déficit céréalier. Deux autres villages de l'étude situés dans la Volta Noire ont souvent atteint l'autosuffisance ou un excédent marginal, mais pendant l'année de l'enquête ils ont eu de mauvaises récoltes. Le cinquième village se trouve dans les Hauts-Bassins et produit en général un excédent céréalier. Ce cinquième village n'a pas été incorporé dans l'analyse sur laquelle se base cette monographie.

Dans les quatre villages analysés, les transactions céréalières en dehors du marché se sont avérées beaucoup plus importantes que les transactions au niveau du marché. Dans les deux villages du Nord (au Yatenga), l'OFNACER et les banques de céréales ont constitué des sources d'achat de céréales plus importantes auprès des cultivateurs que dans les deux villages de la Volta Noire. Dans l'un des villages du Yatenga, les

cultivateurs avaient apparemment tendance à acheter des quantités de leur céréale préférée (le petit mil) tôt dans la saison qui suit la récolte, lorsque les prix étaient faibles, puis à se servir de leur propre stock à mesure que les prix montaient.

Les banques de céréales varient considérablement d'un village et d'une région à l'autre. Il semble que celles du Yatenga soient des participants efficaces au marché lorsqu'elles disposent de céréales à vendre. Les banques de céréales de l'ancienne Volta Noire fonctionnent plus efficacement comme rassembleurs de grosses quantités pour des acheteurs extérieurs, en particulier l'OFNACER et la SOFITEX. Cette variation entre les régions peut être attribuée aux différents buts établis pour les banques de céréales dès leur création. Les banques du Yatenga sont considérées comme des centres de distribution alors que celles de l'ancienne Volta Noire sont en fait des agents de collecte. La variation qui existe à l'intérieur d'une région est généralement attribuée aux insuffisances administratives et au manque de capital (Pfluger 1984: 26 et Kat 1983: Chapitre VI, 3). Cependant, on néglige souvent la nécessité d'assurer l'approvisionnement stable des banques de céréales qui fonctionnent comme des centres de distribution. Les données fournies par ces recherches indiquent qu'une banque de céréales qui fonctionne normalement pourrait accaparer une partie plus importante du marché si son approvisionnement était suffisant durant toute l'année.

L'aptitude du marché privé à satisfaire la sécurité céréalière des consommateurs semble varier comme dans le cas des banques de céréales. Les marchés du Yatenga sont mieux établis et, lorsque des commerçants locaux y participent, disposent d'un écoulement régulier de produits céréaliers. Les marchés moins vigoureux, par exemple celui de Bougouré, résultent en partie de l'absence de ce type de commerçant dans la communauté. D'autres facteurs souvent cités par les commerçants eux-mêmes pour expliquer pourquoi un tel écoulement ne se produit pas dans ces marchés moins vigoureux sont: la faiblesse des stocks, le taux supérieur de défauts de paiement en cas de crédit dans les zones chroniquement déficitaires et, enfin, l'accroissement des demandes de dons purs et simples.

Une autre indication que le marché privé n'est pas homogène dans tout le pays réside dans l'importance étonnamment restreinte du marché privé dans les zones de production excédentaire, sur le plan non seulement des ventes mais également des achats. Jusqu'à présent, l'économie du marché n'est pas

parvenue à remplacer les échanges traditionnels qui se produisent entre les familles. Dans les parties du Yatenga où le marché privé est bien établi, par exemple à Mené, il n'existe qu'un minimum d'achats et de ventes entre les ménages.

Dans d'autres régions où les marchés sont bien établis, le commerce privé peut contribuer sensiblement à la sécurité céréalière. La rapidité de leur réaction aux stimulants économiques dépasse de loin celle de l'entreprise parapublique OFNACER. Citons par exemple l'importation de maïs nouvellement récolté au Ghana ou en Côte d'Ivoire dans l'extrême Nord du pays à Mené. Les principaux commerçants à Ouahigouya sont en contact quotidien, par téléphone, avec les autres centres de commercialisation importants du pays, notamment Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, afin d'obtenir les derniers renseignements commerciaux. Les commerçants qui ont une connaissance du marché et qui disposent des ressources nécessaires pour agir sont capables de répondre à des circonstances économiques difficiles en peu de temps. De tels commerçants représentent toutefois une ressource humaine plutôt rare au Burkina Faso et sont loin de contrôler le commerce dans toutes les régions du pays.

RESUME ANALYTIQUE

TROISIEME DOCUMENT DE TRAVAIL

EXCEDENTS COMMERCIAUX AU BURKINA FASO: UNE ETUDE DES SCHEMAS D'ECOULEMENT DES CEREALES

Ellen Jean Szarletta

Cette étude examine les schémas d'écoulement des céréales appliqués par les familles de cinq villages de l'Ouest du Burkina Faso. Celui des cinq villages qui se situe le plus au Sud dispose en général d'un excédent céréalier, alors que les deux villages le plus au Nord sont normalement déficitaires. Une enquête a été effectuée auprès des cultivateurs toutes les deux semaines de décembre 1983 à novembre 1984.

Un résultat frappant est l'importance de l'écoulement des céréales en dehors du marché. Les dons de céréales offerts et reçus ont largement dépassé les ventes et les achats de céréales dans les quatre villages pour lesquels les données sont complètes.

Une analyse des schémas de vente de céréales montre que la récolte céréalière constitue de loin la meilleure prévision des ventes. Une augmentation de la récolte de 1,0 pour cent a été associée à une augmentation des ventes de 0,82 pour cent.

On a trouvé que plusieurs variables qu'on supposait être liées aux ventes ne le sont pas. Parmi ces variables, citons la taille de la famille (en équivalents de consommation), les avoirs en bétail et le prix des céréales. Dans ce cas précis, le manque de sensibilité des prix constitue un phénomène très restreint dans la mesure où l'unique variation de prix observée était parmi les cinq villages et sur les douze mois de l'année.

RESUME ANALYTIQUE

QUATRIEME DOCUMENT DE TRAVAIL

COMPORTEMENT RELATIF AUX VENTES DE CEREALES DANS LES FAMILLES D'EXPLOITANTS DE QUATRE VILLAGES DU BURKINA FASO

Christopher R. Pardy

Cette étude analyse les schémas particuliers aux ventes de céréales dans quatre villages du Burkina Faso et examine par ailleurs les facteurs qui aident à expliquer les quantités de céréales vendues par les différents ménages. L'étude porte sur la campagne 1983/84. Des données ont été rassemblées tous les mois auprès de trente ménages dans chacun des quatre villages étudiés: Nédogo, Poédogo, Dissankuy et Diapangou.

Nédogo se trouve sur le Plateau Central à 30 km environ au nord-ouest de Ouagadougou. Vu la densité de la population, les périodes de mise en jachère se sont rétrécies et la fertilité des sols s'est détériorée. Les précipitations annuelles à Nédogo oscillent entre 700 et 800 mm. Les cultures dominantes sont les céréales, en particulier le petit mil (57 pour cent de la superficie cultivée) et le sorgho blanc (21 pour cent). La culture de rapport la plus importante à Nédogo est l'arachide.

Poédogo est situé dans la partie sud du Plateau Central, près de Manga, un marché céréalier actif. Ce village reçoit normalement entre 800 et 900 mm de précipitations annuelles. Comme à Nédogo, les cultures céréalières occupent la partie la plus importante de la superficie cultivée (92 pour cent), mais, dans ce cas, les sorghos, en particulier le sorgho blanc, sont relativement plus importants. L'arachide représente la principale culture en dehors des céréales.

Dissankuy est situé dans la région relativement fertile de la Volta Noire, à approximativement 120 km au nord de Bobo-Dioulasso. Il existe moins de contraintes pesant sur l'utilisation des terres dans cette zone que sur le Plateau Central et les rendements céréaliers y sont supérieurs. Les précipitations annuelles varient de 800 à 900 mm et le coton représente 15 pour cent environ de la superficie cultivée. A part les céréales, les autres principales cultures sont l'arachide et les noix bambara, bien que la première soit plus importante que les derniers.

Diapangou reçoit des précipitations annuelles qui varient entre 700 et 800 mm et se trouve dans une zone de terres abondantes à l'est de Ouagadougou et à approximativement 25 km de Fada. On pratique un système de culture itinérante dans ce village. A Diapangou, le petit mil et le sorgho blanc sont des cultures associées où l'association comporte approximativement 75 à 90 pour cent de petit mil. L'arachide constitue la culture la plus importante en dehors des céréales.

Les tableaux suivants présentent des renseignements sur le volume des ventes effectuées dans chacun des quatre villages.

A Dissankuy, l'analyse de régression montre que les ventes céréalières effectuées par un ménage sont liées d'une manière significative et positive à la quantité de céréales récoltée et au nombre d'animaux qui lui appartiennent; en revanche, les ventes sont liées d'une manière négative au nombre d'unités de consommation dans le ménage. A Nédogo, l'analyse de régression montre un seul rapport significatif et positif entre les ventes céréalières d'un ménage et sa récolte céréalière. En ce qui concerne les deux autres villages, Poédogo et Diapangou, l'analyse de régression n'a pas dégagé de rapports explicatifs significatifs.

TABLEAU 1

VENTES CEREALIERES BRUTES ANNUELLES PAR VILLAGE

	Ventes brutes (kg)				
	Vendeurs			Echantillon	
Village	Volume	Par ménage	Par équivalent producteur	Par ménage	Par équivalent producteur
Nédogo	8033	286,89	42,76	277,00	42,13
Poédogo	8799	488,83	82,70	419,00	71,42
Dissankuy	4859	373,77	72,31	179,96	39,47
Diapangou	9765	443,86	79,98	390,60	71,49
Total	31.456	388,35		308,39	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 2

RECOLTE CEREALIERE ET VENTES CEREALIERES COMME POURCENTAGE DE LA RECOLTE

	Récolte (kg)	Ventes/Récolte (%)
Nédogo	38.873	20,7
Poédogo	35.355	24,9
Dissankuy	32.809	14,8
Diapangou	45.800	21,3

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

RESUME ANALYTIQUE

CINQUIEME DOCUMENT DE TRAVAIL

UNE ANALYSE ANTHROPOLOGIQUE ECONOMIQUE DE LA COMMERCIALISATION DES CEREALES AU BURKINA FASO: INTERPRETATION BASEE SUR DES OBSERVATIONS SUR LE TERRAIN

Mahir Saul

Saul présente une analyse de l'économie politique de la commercialisation des céréales qui est riche de détails ethnographiques. En commençant avec un exposé concis de l'histoire des marchés céréaliers qui montre l'évolution de la structure commerciale d'aujourd'hui depuis la période qui a précédé l'independance, il révèle les incidences importantes de la croissance des grandes villes et des événements liés à la sécheresse de 1972-73 sur la structure existance des marchés céréaliers. Il fait un tour d'horizon complet de la commercialisation des céréales en présentant des données sur: les types de personnes qui participent au marché; les schémas d'écoulement des céréales; les commerçants dans les grandes villes et dans les centres commerciaux secondaires; le stockage des céréales par les commerçants et par les cultivateurs; les incidences du gouvernement et des organismes importants sur les circuits d'approvisionnement; la structure et les prix du marché; la concurrence; le comportement commercial des cultivateurs; et, enfin, les relations entre les commerçants et les cultivateurs. Les données se basent sur des études effectuées sur le terrain dans le centre et dans l'ouest du Burkina Faso.

Deux thèmes principaux reparaissent régulièrement dans le rapport: (1) l'importance de l'accès au capital financier nécessaire pour influencer le marché; et (2) l'orientation du système de ramassage des céréales en faveur de l'approvisionnement en céréales des grandes villes et notamment de Ouagadougou. L'auteur conclut que ces facteurs ont conduit mutuellement à une certaine stabilité au niveau de la structure du marché et des circuits d'approvisionnement au cours des années et, par ailleurs, que diverses interventions de la part du gouvernement ont contribué également à ce même effet.

En examinant le comportement des cultivateurs aussi bien que des commerçants, il distingue entre ceux qui ont accès à des sommes importantes

de capital et ceux qui n'ont pas un tel accès, tout en indiquant dans quelle mesure leur comportement respectif diffère. Bien que ceux qui ont accès à des sommes importantes soient relativement peu nombreux, l'auteur montre qu'ils exercent la plus grande influence sur le marché.

Saul explique que la croissance de la concurrence depuis quelques années, due aux récoltes de plus en plus faibles, a commencé pourtant à perturber cette structure. En conséquence, l'environnement commercial devient incertain, ce qui a pour effet de réorienter les circuits d'approvisionnement dans l'ouest du pays au détriment des commerçants de Bobo-Dioulasso disposant de ressources financières importantes et en faveur des commerçants de Ouagadougou et de Ouahigouya disposant également de ressources financières importantes. La concurrence réelle se produit au niveau des intermédiaires et des cultivateurs, mais ceux-ci n'influencent pas en dernière analyse les résultats finals.

Saul montre que, malgré le fait que la majorité des intermédiaires participant au marché céréalier disposent de très peu de capital et comptent donc sur un roulement rapide des stocks, ce serait néanmoins une erreur de conclure que le marché est très concurrentiel dans son ensemble dans la mesure où même ces participants indépendants sont influencés en fin de compte par les commerçants les plus importants. Ainsi, l'auteur nous montre implicitement qu'il convient d'éviter de tirer des conclusions concernant la structure du marché sur la base des caractéristiques les plus évidentes ou les plus perceptibles des marchés.

RESUME ANALYTIQUE

SIXIEME DOCUMENT DE TRAVAIL

MARCHES CEREALIERS DE LA REGION DE LA VOLTA NOIRE AU BURKINA FASO

Ira Green

Cette étude porte sur les conditions de marché affectant les cultivateurs de la région de la Volta Noire au Burkina Faso. Les recherches ont été effectuées dans les marchés et les villages de la région en 1983/84. La Volta Noire est une région qui produit en général des excédents de céréales et constitue donc une source importante de céréales pour les villes de Ouahigouya, Bobo-Dioulasso et Ouagadougou. A l'intérieur de la région, la partie sud reçoit plus de précipitations et atteint donc un niveau plus élevé de production céréalière. La partie nord est plutôt marginale et comprend de nombreux villages où la production est déficitaire.

Le commerce céréalier de la Volta Noire est dominé par les grossistes importants de Ouahigouya et de Bobo-Dioulasso. Les activités des autres commerçants de la région se situent à un niveau progressivement plus restreint: les grossistes indépendants de la région; les commerçants qui assurent la collecte en travaillant indépendamment ou pour d'autrui; les agents au niveau des villages qui identifient les producteurs disposés à vendre des céréales à d'autres commerçants; les agents villageois qui effectuent des achats dans les villages au nom d'un commerçant important; et, enfin, les vendeuses dont le rayon d'activité est le plus restreint et qui travaillent soit de manière indépendante soit en assurant la collecte de céréales pour un commerçant plus important.

Il est possible d'identifier trois niveaux de marché dans la Volta Noire: les petits marchés de brousse desservant deux ou trois villages situés à une certaine distance des routes principales; les marchés de brousse régionaux qui desservent plusieurs villages et petits marchés de brousse et qui sont en mesure d'assurer un transport; et, enfin, les marchés centraux situés aux carrefours importants ou dans les villes.

L'OFNACER achète des céréales dans la Volta Noire de novembre à mars. Il effectue ces achats auprès des groupements coopératifs villageois, des commerçants privés, des producteurs et des Comités de Défense pour la Révolution (CDR).

Du point de vue des cultivateurs, il existe plusieurs options concernant la date et le site des ventes, les acheteurs éventuels et les produits à vendre. Le stockage au niveau des exploitations semble suffisant pour permettre aux cultivateurs de garder leurs céréales jusqu'au moment où ils sont prêts à les vendre. La plupart des cultivateurs pouvaient choisir entre divers lieux de vente et divers types de commerçants disposés à acheter leurs produits. En outre, ils pouvaient prendre la décision de vendre des cultures de rapport (par exemple le coton), des animaux ou d'autres articles en dehors des céréales afin de se procurer des espèces.

Dans la Volta Noire, le système de commercialisation des céréales est relativement compétitif. Aux niveaux inférieurs du système de commercialisation, les producteurs peuvent trouver de nombreux acheteurs éventuels de leurs céréales. Il existe en général très peu de collusion au sujet des prix parmi ces intermédiaires et un accès relativement facile au système de commerialisation à ce niveau. Dans les villages des zones déficitaires, cependant, il existe une tendance plus marquée vers l'établissement de monopsones commerciaux. Vu les faibles quantités de céréales commercialisées dans ces zones, peu d'intermédiaires de plus haut niveau y opèrent. Ce phénomène permet à l'agent villageois de créer un monopsone des transactions céréalières de grande échelle et d'imposer aux producteurs un prix quelque peu inférieur. Mais la plupart des achats effectués par l'agent villageois se produisent tout de suite après la récolte, lorsque les prix au marché sont bas également, et, en conséquence, la différence relative entre les prix au village et ceux au marché n'est pas significative.

Dans les zones qui produisent des excédents, les marchés sont en général plus compétitifs, mais certaines pratiques des commerçants tendent à réduire les bénéfices réalisés par un producteur qui cherche à vendre des céréales. Les marchés dans ces zones sont dominés par les commerçants à distance installés à Ouahigouya ou à Bobo-Dioulasso. Ces commerçants se font concurrence pour les excédents céréaliers disponibles de la région. Les commerçants de Ouahigouya sont de loin les plus importants et en général ne se font pas concurrence entre eux. Ils offrent un prix plus élevé que leurs homologues de Bobo-Dioulasso et l'office de commercialisation des céréales. Mais leurs achats se limitent aux villages et à certaines époques de l'année, notamment tout de suite après la récolte.

Les centres d'échange dans les zones de production excédentaire sont dominés par les commerçants de Bobo-Dioulasso et les grossistes régionaux importants. Bien que bon nombre de commerçants concourent pour les céréales disponibles dans ces marchés, la compétition est atténuée par la relation producteur-commerçant et par la difficulté relative d'accès aux niveaux supérieurs du système de commercialisation. La relation producteur-commerçant permet au commerçant d'imposer au producteur de céréales un prix inférieur à celui qui prévaut dans les transactions de marché libre. Par ailleurs, la disponibilité limitée du capital sert à diminuer le nombre de commerçants importants opérant dans ces marchés et, en conséquence, le niveau de compétition. Néanmoins, les producteurs trouvent que les pertes financières occasionnées par les prix inférieurs sont en quelque sorte compensées par les avantages sociaux de la relation producteur-commerçant.

Généralement, les marges du système de commercialisation et les bénéfices réalisés par les commerçants ne sont pas excessifs, mais pendant les années de mauvaise récolte, les commerçants peuvent réaliser des bénéfices extraordinaires dans les marchés céréaliers. En outre, les marges sont plus élevées pour les commerçants à distance installés à Ouahigouya du fait que les prix de revente sont supérieurs au niveau des marchés visés.

L'accès aux marchés est relativement bon dans la Volta Noire. Les producteurs à tous les niveaux du système de commercialisation ont accès à une ou plusieurs voies d'écoulement. Pourtant, aux niveaux inférieurs du système, les producteurs sont parfois obligés d'accepter un prix moins élevé afin d'amener les commerçants à effectuer des achats à ces niveaux.

Les marchés sont intégrés sur le plan local mais ne le sont pas sur le plan régional. Ni les producteurs ni les commerçants ne cherchent d'autres marchés en dehors de leur zone commerciale immédiate. C'est seulement lorsque les stocks céréaliers de la région sont très réduits que les producteurs et les commerçants se tournent vers de nouveaux marchés. Par ailleurs, les commerçants à distance ont tendance à limiter leurs activités à une ou deux zones de la Volta Noire. Ainsi, les marchés où ils effectuent leurs achats sont plus liés à leurs marchés cibles qu'aux autres marchés de la Volta Noire.

ANNEXE B

ANNEXE STATISTIQUE

TABLEAU B.1

PREVISIONS POUR LA POPULATION RESIDANTE PAR ORD[a]
(en milliers)

Année	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Est	Hauts-Bassins[b]	Yatenga	Sahel	Bougouriba	Volta Noire	Total
1971	881	378	590	736	380	544	495	331	334	594	5263
1972	897	385	600	749	387	554	503	336	340	604	5355
1973	913	391	611	762	394	563	512	342	345	615	5448
1974	929	398	622	775	400	573	521	348	351	625	5542
1975	945	405	632	789	407	583	530	354	357	636	5638
1976	961	412	643	802	414	593	539	361	364	647	5736
1977	978	419	655	816	421	603	549	367	370	658	5836
1978	995	426	666	831	429	614	558	373	376	670	5938
1979	1012	434	677	845	436	625	568	379	383	681	6040
1980	1030	441	689	860	443	635	578	386	390	693	6145
1981	1048	449	701	875	451	646	588	392	396	705	6251
1982	1066	457	713	890	459	638	598	399	403	717	6360
1983	1084	465	725	905	467	669	608	406	410	730	6469

SOURCE: INSD - Direction de la démographie, d'aprés le recensement de 1975.

NOTES: [a]Les projections de l'Institut Nationale de la Statistique et de la Démographie (INSD) sont basées sur un taux annuel de 1,7 - 1,8% pour la population résidente, appliqué à toutes les régions (voir Tableau 2.1). On a employé ces données par manque d'autre, quoique certaines régions comme le Yatenga et le Sahel sont connus pour avoir subit de grandes émigrations pendant les dix dernières années. La Volta Noire et les Hauts-Bassins ont reçu beaucoup des ces émigrants.

[b]Population des régions des Hauts-Bassins et de la Comoe.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.2

PRODUCTION CEREALIERE PAR HABITANT
(en kilogrammes)

Année	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Est	Hauts-Bassins	Yatenga	Sahel	Bougouriba	Volta Noire	Total
1971	154,5	150,2	209,3	84,2	193,0	149,7	117,6	79,0	307,0	197,2	159,1
1972	160,4	154,6	180,4	103,5	190,7	132,8	125,8	58,6	301,9	191,7	156,5
1973	147,4	140,4	171,5	131,2	48,5	131,3	113,7	58,8	144,1	160,5	131,1
1974	243,8	131,7	184,4	197,4	232,8	216,9	169,3	123,9	130,5	150,7	186,8
1975	178,9	215,1	199,1	225,1	230,5	206,9	179,6	125,4	195,2	334,6	212,1
1976	152,9	149,1	149,4	97,9	238,8	151,0	118,6	116,3	174,6	266,2	159,2
1977	172,9	157,2	178,7	103,0	252,2	162,6	130,6	85,1	180,0	317,1	174,5
1978	149,6	150,4	173,8	127,2	236,0	224,8	135,5	140,8	198,2	264,2	177,4
1979	179,8	171,2	152,5	178,7	245,5	205,4	117,6	116,3	207,8	284,5	187,6
1980	149,7	184,5	110,1	100,8	141,4	202,5	68,0	116,8	217,1	222,1	148,5
1981	187,4	180,3	187,7	126,3	196,1	214,3	117,2	172,7	223,4	248,7	183,4
1982	175,3	142,6	124,2	92,4	194,9	225,5	89,5	143,6	220,3	280,0	166,8
1983	152,4	195,6	118,8	118,7	180,3	179,2	87,4	91,7	180,1	240,3	153,6

SOURCE: INSD - Direction de la démographie, d'aprés le recensement de 1975.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.3

BESOINS CEREALIERS REGIONAUX
1971-1983
(en kilogrammes)

Année	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Est	Hauts-Bassins	Yatenga	Sahel	Bougouriba	Volta Noire	Total
1971	169152	72576	113280	141312	72960	104448	95040	63552	64128	114048	1010496
1972	172224	73920	115200	143808	74304	106368	96576	64512	65280	115968	1028160
1973	175296	75072	117312	146304	75648	108096	98304	65664	66240	118080	1046016
1974	178368	76416	119424	148800	76800	110016	100032	66816	67392	120000	1064064
1975	181440	77760	121344	151488	78144	111936	101760	67968	68544	122112	1082496
1976	184512	79104	123456	153984	79488	113856	103488	69312	69888	124224	1101312
1977	187776	80448	125760	156672	80832	115776	105408	70464	71040	126336	1120512
1978	191040	81792	127872	159552	82368	117888	107136	71616	72192	128640	1140096
1979	194304	83328	129984	162240	83712	120000	109056	72768	73536	130752	1159680
1980	197760	84672	132288	165120	85056	121920	110976	74112	74880	133056	1179840
1981	201216	86208	134592	168000	86592	124032	112896	75264	76032	135360	1200192
1982	204672	87744	136896	170880	88128	122496	114816	76608	77376	137664	1221120
1983	208128	89280	139200	173760	89664	128448	116736	77952	78720	140160	1242048

SOURCE: Calculé d'aprés les chiffres de la population régionale (voir Tableau B.1), en utilisant un besoin de consommation minimum de 192 kg/personne.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU 8.4

CAPACITE DE STOCKAGE OFNACER
AU 10/05/1983

C. D. G.	Magasins stock de Stabilisation (1500 et 750T)	Magasins Aide au Sahel (500T)	Silos Ridel (550T)	Silos en Tôle (200T)	Magasins stocks de Sécurité	Total
OUAGADOUGOU	(2) 5000T	-	-	-800T	-	24350T
- Ouaga	(4) 6000T	-	(11) 6050	-	6500T	-
- Pô	-	-	-	(1) 200T	1500T	1700T
- Manga/Zorgho	-	-	-	(2) 400T	-	400T
Sous-Total	11000T	-	6050	1400T	8000T	26450T
BOBO-DIOULASSO						
- Bobo	(2) 3000T	-	(3) 1650T	-	3500T	8150T
- Banfora	-	-	-	-	2000T	2000T
Sous-Total	3000T	-	1650T	-	5500T	10150T
KOUDOUGOU						
- Koudougou	-	-	-	-	1000T	1000T
Sous-Total	-	-	-	-	1000T	1000T
DEDOUGOU	(1) 1500T	-	(4) 2200T	(1) 200T	5000T	8900T
Sous-Total	1500T	-	2200T	200T	5000T	8900T
KOUPELA						
- Koupéla	(1) 1500T	-	-	(2) 400T	-	1900T
- Tenkodogo	-	-	-	-	2000T	2000T
- Zabré (1/Zorgo)	-	-	-	(2) 400T	1000T	1400T
Sous-Total	1500T	-	-	800T	3000T	5300T
GAOUA						
- Gaoua	-	-	-	-	2500T	2500T
- Diébougou	(1) 1500T	-	-	-	2000T	3500T
Sous-Total	1500T	-	-	-	4500T	6000T
FADA						
- Fada	(2) 3000T	-	-	-	3000T	6000T
- Sougo/Koalla	-	-	-	200T	-	200T
Sous-Total	3000T	-	-	200T	3000T	6200T
DORI						
- Dori	(1/2) 750T	(4) 2000T	-	-	-	2750T
- Gorom-Gorom	-	(3) 1500T	-	-	-	1500T
- Arbinda	-	(3) 1500T	-	(2) 400T	-	1900T
- Gorgadji	-	-	-	(1) 200T	-	200T
- Sebba	-	(3) 1500T	-	(2) 400T	-	1900T
- Djibo	-	(4) 2000T	-	-	-	2000T
Sous-Total	750T	8500T	-	1000T	-	10250T
OUAHIGOUYA						
- Ouahigouya	(1) 1500T	-	(2) 1100T	(1) 200T	-	2800T
- Banka-Thiou	-	-	-	(2) 400T	-	400T
- Titao	-	(3) 1500T	-	-	-	1500T
Sous-Total	1500T	1500T	1100T	600T	-	4700T
KAYA						
- Kaya	(1) 1500T	-	-	-	-	1500T
Sous-Total	1500T	-	-	-	-	1500T
TOTAL GENERAL	12(1/2)+4 25250T	(20) 10000T	(20) 11000T	(22)-1 4200T	30000T	80450T

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.5

EQUIVALENTS DE POIDS DES UNITES DE DETAIL VENDUES
par l'OFNACER en 1984

Céréales \ Mesure	Pot (kg)	Double Pot (kg)	Demi tine (kg)	Tine (kg)
Petit mil	0,8	1,6	8	16
Sorgho blanc	0,8	1,6	8	16
Sorgho rouge	0,69	1,38	6,9	13,8
Maïs	0,695	1,39	6,95	13,9
Riz décortiqué	0,815	1,63	8,15	16,3

SOURCE: Note de service par le Directeur commercial de l'OFNACER, 10 janvier 1984.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.6a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: BOUGOURIBA
CDG: GAOUA, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,3	,9	4,5	81,3	62,3	149,4	(19)
Sorgho rouge	2,0	0,	,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,4	,4	0,	2,9	(0)
Mil	,4	0,	,1	0,	0,	,1	,1	2,5	15,3	20,8	89,4	19,0	147,6	(19)
Maïs	,0	0,	,1	0,	,1	0,	0,	0,	,3	,3	35,3	4,1	40,3	(5)
Avariée	,1	2,9	4,0	11,6	36,7	12,2	2,7	1,3	22,2	24,5	20,7	85,9	224,7	(29)
Riz	5,6	8,3	9,9	8,2	15,8	12,9	11,9	14,1	36,2	23,1	33,9	31,4	211,6	(27)
Total	8,3	11,2	14,1	19,9	52,6	25,2	14,7	18,2	75,0	73,6	260,9	202,7	776,4	(100)
Pourcent du Total	(1)	(1)	(2)	(3	(7)	(3)	(2)	(2)	(10)	(9)	(34)	(26)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.6b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: BOUGOURIBA
CDG: GAOUA, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	58,1	11,1	11,7	5,0	37,5	95,5	106,5	140,4	50,0	189,5	108,6	49,0	863,1	(60)
Sorgho rouge	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,1	0,	0,	0,	,1	(0)
Mil	32,6	28,7	22,0	10,8	5,5	,1	0,	0,	10,8	,7	,1	,4	111,9	(8)
Maïs	21,6	3,3	,1	0,	0,	0,	0,	0,	,1	0,	5,2	15,3	45,6	(3)
Avariée	30,0	41,2	6,9	0,	,7	,5	0,	0,	,6	0,	0,	0,	79,9	(6)
Riz	13,2	24,1	26,6	15,3	39,3	22,7	18,3	31,3	63,5	27,6	14,5	31,9	328,5	(23)
Total	155,5	108,4	67,4	31,2	83,0	118,8	124,8	171,7	125,2	217,8	128,6	96,7	1429,0	(100)
Pourcent du Total	(11)	(8)	(5)	(2)	(6)	(8)	(9)	(12)	(9)	(15)	(9)	(7)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.7a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE
CDG: OUAGADOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	15,9	19,2	17,5	6,1	29,0	32,9	34,4	56,3	160,1	229,9	1168,9	821,3	2591,7	(17)
Sorgho rouge	4,4	0,	,1	,3	,2	,9	64,1	104,9	94,0	374,4	632,1	113,9	1389,4	(9)
Mil	0,	,3	,3	0,	0,	,3	13,5	90,5	501,2	606,8	595,8	281,2	2090,0	(14)
Maïs	16,1	20,0	23,4	44,9	169,8	71,6	281,7	112,7	364,0	1175,0	154,4	756,5	3190,4	(21)
Avariée	0,	0,	0,	0,	0,	0,	6,2	0,	0,	0,	0,	0,	6,2	(0)
Riz	89,9	135,6	123,0	106,6	95,5	170,6	624,0	132,9	232,5	473,7	656,1	2988,1	5828,5	(39)
Total	126,4	175,1	164,3	158,0	294,5	276,4	1023,9	497,2	1351,8	2859,9	3207,4	4961,1	15096,1	(100)
Pourcent du Total	(1)	(1)	(1)	(1)	(2)	(2)	(7)	(3)	(9)	(19)	(21)	(33)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.7b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE
CDG: OUAGADOUGOU, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	641,0	536,6	259,3	185,6	554,4	798,9	391,1	163,8	339,8	410,6	267,4	15,7	4564,1	(24)
Sorgho rouge	0,	0,	0,	0,	,4	20,8	6,5	1356,2	594,3	1029,8	219,8	140,6	3368,4	(18)
Mil	259,2	30,6	5,5	9,6	4,8	33,7	349,5	70,2	10,3	,6	,8	,1	775,0	(4)
Maïs	263,2	86,1	,5	10,5	13,6	36,3	12,3	,7	12,2	106,2	2084,2	1704,8	4330,8	(23)
Avariée	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,3	0,	3,8	4,2	(0)
Riz	763,6	825,4	423,8	275,8	263,7	474,9	432,4	451,6	600,4	418,5	612,6	318,2	5860,9	(31)
Total	1927,1	1478,7	689,1	481,5	837,0	1364,6	1191,8	2042,5	1557,0	1966,1	3184,8	2183,4	18903,4	(100)
Pourcent du Total	(10)	(8)	(4)	(3)	(4)	(7)	(6)	(11)	(8)	(10)	(17)	(12)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.8a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-EST
CDG: KOUPELA, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	0,	0,	0,	,9	0,	,0	0,	6,7	21,4	31,0	72,3	35,2	167,6	(18)
Sorgho rouge	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,0	,5	53,8	203,7	278,6	536,6	(57)
Mil	0,	0,	0,	0,	0,	,0	0,	0,	,0	10,8	29,4	14,1	54,4	(6)
Maïs	0,	3,4	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,1	2,4	11,3	5,4	22,7	(2)
Avariée	0,	0,	,4	,0	1,4	2,8	9,5	12,4	2,9	3,9	,0	4,8	38,2	(4)
Riz	7,8	6,1	8,0	5,3	5,9	5,7	7,3	8,7	6,4	9,2	13,5	37,8	121,7	(13)
Total	7,8	9,5	8,4	6,3	7,3	8,6	16,8	27,8	31,5	111,2	330,3	375,8	941,3	(100)
Pourcent du Total	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(2)	(3)	(3)	(12)	(35)	(40)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.8b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-EST
CDG: KOUPELA, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	4,2	1,9	2,6	0,	,8	15,9	24,4	37,1	33,7	25,6	276,6	51,5	474,4	(24)
Sorgho rouge	157,4	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2,7	171,9	408,2	16,7	1,9	758,9	(39)
Mil	12,5	7,2	4,9	0,	6,0	6,6	18,9	6,2	11,5	,4	0,	0,	74,4	(4)
Maïs	2,6	,1	,1	0,	,0	0,	0,	,1	0,	0,	34,3	273,2	310,4	(16)
Avariée	1,5	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,7	0,	,1	0,	,1	2,4	(0)
Riz	17,3	9,7	13,4	0,	9,3	6,2	33,3	38,6	59,0	26,9	58,6	73,6	346,0	(18)
Total	195,5	18,9	21,0	0,	16,2	28,7	76,6	85,5	276,1	461,3	386,1	400,3	1966,5	(100)
Pourcent du Total	(10)	(1)	(1)	(0)	(1)	(1)	(4)	(4)	(14)	(23)	(20)	(20)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.9a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-NORD
CDG: KAYA, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	0,	0,	0,	0,	,2	1,1	6,2	21,3	6,9	4,1	,4	49,8	90,0	(2)
Sorgho rouge	0,	,1	,0	,1	0,	0,	,8	12,2	254,1	328,7	481,8	115,1	1193,0	(28)
Mil	0,	0,	,1	0,	0,	0,	,8	1,2	25,8	23,3	9,1	6,4	66,7	(2)
Maïs	1,8	1,3	,4	1,0	1,7	14,7	64,6	97,1	197,2	82,5	316,4	556,7	1335,6	(31)
Avariée	5,8	25,5	72,4	96,4	48,9	58,1	306,3	492,4	201,9	17,7	59,7	10,0	1395,1	(33)
Riz	7,4	8,4	16,0	9,4	8,5	13,8	13,0	14,0	21,0	14,7	20,5	54,1	201,2	(5)
Total	15,1	35,4	89,0	106,9	59,4	87,8	391,8	638,2	706,9	471,1	888,0	792,1	4281,7	(100)
Pourcent du Total	(0)	(1)	(2)	(2)	(1)	(2)	(9)	(15)	(17)	(11)	(21)	(19)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.9b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-NORD
CDG: KAYA, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	70,4	46,9	111,5	178,5	571,7	716,9	557,5	91,4	6,1	86,5	114,3	39,8	2591,4	(27)
Sorgho rouge	0,	0,	0,	0,	0,	0,	25,9	1003,7	1228,7	841,9	969,9	1098,0	5068,1	(52)
Mil	15,0	8,3	11,1	21,8	4,7	185,6	194,2	22,7	1,2	1,6	,3	0,	456,5	(5)
Maïs	287,3	14,4	19,6	16,3	7,8	6,6	,1	2,5	0,	5,2	515,1	263,6	1138,5	(12)
Avariée	5,3	0,	3,6	,0	2,9	5,1	,1	0,	0,	0,	0,	0,	17,1	(0)
Riz	44,2	23,8	31,1	11,4	22,4	25,4	43,3	54,9	52,9	20,6	77,9	13,9	421,9	(4)
Total	422,2	93,4	176,9	228,0	609,6	939,7	811,1	1175,2	1288,9	955,8	1577,5	1415,2	9693,6	(100)
Pourcent du Total	(4)	(1)	(2)	(2)	(6)	(10)	(8)	(12)	(13)	(10)	(16)	(15)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.10a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-OUEST
CDG: KOUDOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	,4	,3	1,7	18,3	6,4	32,2	16,4	6,3	58,8	50,3	358,9	203,5	753,6	(40)
Sorgho rouge	,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	3,5	13,4	37,9	33,1	,4	88,3	(5)
Mil	,1	,1	0,	,7	,2	,8	,2	0,	2,6	29,8	24,4	53,1	112,2	(6)
Maïs	,2	0,	3,6	13,3	71,1	13,4	7,0	11,1	16,6	58,0	52,4	74,7	321,4	(17)
Avariée	0,	0,	0,	0,	,7	25,2	30,2	4,2	5,3	0,	0,	19,9	85,4	(4)
Riz	5,3	8,3	20,6	81,0	14,1	62,2	21,9	36,6	42,4	56,0	97,4	97,9	543,9	(29)
Total	6,1	8,7	25,9	113,4	92,5	133,8	75,6	61,9	139,1	232,1	566,2	449,5	1904,8	(100)
Pourcent du Total	(0)	(0)	(1)	(6)	(5)	(7)	(4)	(3)	(7)	(12)	(30)	(24)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.10b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-OUEST
CDG: KOUDOUGOU, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	30,0	84,8	58,8	17,1	20,5	41,5	107,1	182,2	33,2	47,7	33,7	17,2	674,0	(26)
Sorgho rouge	1,3	0,	,2	0,	0,	,7	1,0	0,	0,	74,2	65,1	,1	142,5	(5)
Mil	38,0	12,8	5,3	,9	0,	21,8	6,6	39,9	21,4	26,1	6,9	5,5	185,1	(7)
Maïs	18,8	5,3	1,6	,3	,1	,8	1,5	4,5	1,1	,4	74,1	365,8	474,3	(18)
Avariée	,9	2,9	2,2	2,0	4,1	4,3	41,7	2,8	2,8	0,	0,	0,	63,8	(2)
Riz	426,5	28,0	86,2	36,6	16,4	17,8	71,0	69,3	64,2	43,1	100,3	124,8	1084,0	(41)
Total	515,4	133,8	154,3	57,0	41,0	86,8	228,8	298,7	122,7	191,4	280,1	513,4	2623,6	(100)
Pourcent du Total	(20)	(5)	(6)	(2)	(2)	(3)	(9)	(11)	(5)	(7)	(11)	(20)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.11a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: EST
CDG: FADA N'GOURMA, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	17,1	29,1	2,5	14,6	8,0	11,4	14,7	12,9	20,4	80,6	166,0	134,5	511,9	(42)
Sorgho rouge	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	5,5	20,0	25,5	(2)
Mil	,3	,9	,0	4,3	11,4	2,7	,0	,5	,5	,1	326,3	29,8	377,0	(31)
Maïs	0,	,2	,1	,1	,2	,1	,5	,7	,4	4,3	11,5	59,5	77,6	(6)
Avariée	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,7	14,9	,3	0,	15,9	(1)
Riz	9,2	10,2	10,5	6,5	19,8	14,2	11,6	13,8	16,6	23,6	19,3	55,7	211,4	(17)
Total	26,5	40,4	13,2	25,6	39,4	28,4	26,9	28,0	38,6	123,5	529,0	299,5	1219,5	(100)
Pourcent du Total	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(2)	(2)	(2)	(3)	(10)	(43)	(25)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.11b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: EST
CDG: FADA N'GOURMA, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	370,3	30,1	6,5	3,1	6,6	119,1	88,0	38,1	41,9	290,8	464,8	286,9	1746,2	(67)
Sorgho rouge	2,0	8,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	6,0	87,8	47,3	67,2	218,2	(8)
Mil	10,1	1,8	1,3	,4	3,6	,1	11,1	5,2	17,7	1,8	,9	12,2	66,3	(3)
Maïs	100,7	23,7	5,9	,8	1,1	0,	3,5	5,2	0,	0,	2,5	27,1	170,6	(7)
Avariée	,5	,5	7,2	0,	,1	0,	6,1	,1	0,	,4	,3	0,	15,3	(1)
Riz	37,1	46,6	30,5	10,3	8,7	19,8	32,5	23,8	45,4	57,6	55,8	15,9	384,0	(15)
Total	520,8	110,7	51,4	14,6	20,2	139,0	141,2	72,5	111,1	438,4	571,6	409,3	2500,6	(100)
Pourcent du Total	(20)	(4)	(2)	(1)	(1)	(5)	(5)	(3)	(4)	(17)	(22)	(16)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.12a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: HAUTS-BASSINS
CDG: BOBO-DIOULASSO, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,5	10,0	104,7	55,2	170,5	(5)
Sorgho rouge	30,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,1	,6	3,6	0,	34,4	(1)
Mil	,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,1	0,	2,7	59,5	29,9	92,3	(2)
Maïs	,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1,5	21,3	62,4	85,4	(2)
Avariée	0,	0,	0,	1,3	0,	90,3	0,	1,4	501,7	,1	916,5	56,8	1568,1	(42)
Riz	59,3	24,8	52,7	20,8	7,5	602,0	205,9	307,0	388,3	4,0	15,3	55,9	1743,7	(47)
Total	89,6	24,8	52,7	22,2	7,5	692,3	205,9	308,5	890,6	18,9	1121,0	260,3	3694,4	(100)
Pourcent du Total	(2)	(1)	(1)	(1)	(0)	(19)	(6)	(8)	(24)	(1)	(30)	(7)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.12b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: HAUTS-BASSINS
CDG: BOBO-DIOULASSO, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	0,	141,1	40,3	12,0	50,0	79,6	28,4	185,0	0,	257,5	78,1	,5	872,5	(35)
Sorgho rouge	0,	4,9	0,	0,	0,	0,	0,	0,	170,5	0,	0,	12,9	188,2	(8)
Mil	0,	2,5	,0	0,	0,	0,	24,4	56,6	1,6	0,	0,	0,	85,2	(3)
Maïs	0,	19,9	0,	,0	0,	0,	0,	2,3	8,0	1,8	138,9	99,6	270,5	(11)
Avariée	0,	0,	0,	,4	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,4	(0)
Riz	0,	181,3	132,9	18,9	18,1	18,6	12,9	82,5	286,4	88,4	120,1	96,4	1056,5	(43)
Total	0,	349,7	173,2	31,5	68,1	98,2	65,7	326,4	466,5	347,7	337,1	209,5	2473,5	(100)
Pourcent du Total	(0)	(14)	(7)	(1)	(3)	(4)	(3)	(13)	(19)	(14)	(14)	(8)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.13a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: SAHEL
CDG: DORI, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	2,3	3,6	2,6	15,0	3,3	,6	1,9	74,1	134,3	150,3	327,4	471,6	1187,2	(15)
Sorgho rouge	,6	,3	,2	,2	1,2	1,9	15,5	33,8	446,4	820,3	739,6	289,1	2349,0	(29)
Mil	2,1	2,1	2,2	49,8	1,0	1,2	1,3	23,1	2,4	106,3	71,1	42,6	305,4	(4)
Maïs	,2	370,7	231,6	375,4	127,8	202,0	147,9	387,1	14,7	0,	36,6	265,6	2159,9	(27)
Avariée	139,1	0,	0,	60,0	157,4	154,8	244,3	447,1	158,4	16,5	195,1	38,9	1611,8	(20)
Riz	8,7	19,8	18,4	22,3	23,1	30,8	32,4	34,4	45,6	95,5	61,1	78,5	470,8	(6)
Total	153,1	396,6	255,1	522,7	313,9	391,1	443,4	999,6	801,9	1189,0	1430,9	1186,4	8084,0	(100)
Pourcent du Total	(2)	(5)	(3)	(6)	(4)	(5)	(5)	(12)	(10)	(15)	(18)	(15)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.13b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: SAHEL
CDG: DORI, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	371,4	126,4	205,5	442,6	959,5	1207,8	1384,4	1459,1	840,6	335,1	43,2	,2	7375,7	(56)
Sorgho rouge	0,	12,1	85,8	75,5	0,	0,	464,2	128,7	487,1	425,0	206,9	186,7	2072,0	(16)
Mil	7,9	67,7	24,7	0,	0,	0,	9,5	720,9	1032,8	236,7	40,8	0,	2140,8	(16)
Maïs	50,2	46,2	287,4	104,9	44,6	0,	0,	0,	0,	0,	110,0	15,5	658,9	(5)
Avariée	57,4	63,5	117,7	3,7	,4	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	242,8	(2)
Riz	26,8	60,8	84,8	54,4	88,3	85,6	110,0	51,0	38,5	78,0	50,3	14,5	743,1	(6)
Total	513,7	376,8	805,9	681,1	1032,8	1293,4	1968,0	2359,7	2399,0	1074,8	451,1	216,9	13233,4	(100)
Pourcent du Total	(4)	(3)	(6)	(5)	(8)	(10)	(15)	(18)	(18)	(8)	(3)	(2)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.14a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: VOLTA NOIRE
CDG: DEDOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	1,1	,8	0,	22,3	0,	0,	,2	1,0	39,7	55,4	240,5	159,9	520,9	(73)
Sorgho rouge	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	(0)
Mil	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,1	0,	,2	(0)
Maïs	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	(0)
Avariée	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,3	16,7	4,1	,2	0,	1,2	22,5	(3)
Riz	5,0	6,1	4,3	1,8	1,1	1,9	3,2	1,5	20,4	51,4	28,8	44,0	169,4	(24)
Total	6,1	6,9	4,3	24,1	1,1	1,9	3,7	19,2	64,2	107,1	269,4	205,1	713,0	(100)
Pourcent du Total	(1)	(1)	(1)	(3)	(0)	(0)	(1)	(3)	(9)	(15)	(38)	(29)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.14b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: VOLTA NOIRE
CDG: DEDOUGOU, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	50,7	42,2	4,0	6,4	5,8	42,6	110,0	218,0	155,2	167,9	237,6	3,9	1044,3	(42)
Sorgho rouge	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	13,0	12,0	,1	0,	25,2	(1)
Mil	0,	0,	0,	0,	0,	0,	18,8	14,4	20,4	5,1	0,	1,1	59,8	(2)
Maïs	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,0	55,0	672,5	727,6	(29)
Avariée	,4	0,	,4	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,8	(0)
Riz	22,0	48,9	60,5	25,7	32,5	23,6	43,5	56,7	71,2	71,9	80,7	115,8	652,9	(26)
Total	73,1	91,1	64,9	32,0	38,3	66,2	172,3	289,2	259,8	257,0	373,4	793,3	2510,6	(100)
Pourcent du Total	(3)	(4)	(3)	(1)	(2)	(3)	(7)	(12)	(10)	(10)	(15)	(32)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.15a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: YATENGA
CDG: OUAHIGOUYA, 1982-83
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	0,	0,	,7	5,1	,6	,4	,2	2,6	2,9	6,8	27,5	3039,[illegible]	3086,6	(18)
Sorgho rouge	4,7	0,	0,	31,2	61,2	145,5	354,0	796,2	1581,9	653,3	690,8	167,4	4488,3	(25)
Mil	,3	0,	,6	,1	,6	,0	1,3	3,5	1,6	2,0	11,7	240,5	262,4	(1)
Maïs	30,9	0,	679,4	506,4	973,3	1271,8	1875,7	460,9	171,5	449,3	1162,1	704,0	8285,5	(47)
Avariée	0,	0,	50,2	2,0	42,3	16,9	109,8	18,7	38,1	13,4	8,9	699,5	1000,0	(6)
Riz	9,5	0,	32,9	37,4	38,1	58,0	32,7	22,8	34,7	27,2	34,3	154,0	481,7	(3)
Total	45,5	0,	763,9	582,4	1116,1	1492,7	2373,7	1306,9	1830,9	1152,0	1935,4	5005,0	17604,5	(100)
Pourcent du Total	(0)	(0)	(4)	(3)	(6)	(8)	(13)	(7)	(10)	(7)	(11)	(28)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.15b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR PRODUIT

ORD: YATENGA
CDG: OUAHIGOUYA, 1983-84
(tonnes)

Céréales	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Sorgho blanc	90,1	214,0	49,4	224,2	94,5	479,8	527,4	35,3	6,6	77,5	141,6	68,6	2009,2	(18)
Sorgho rouge	22,1	6,4	57,0	121,4	278,7	34,8	18,3	819,5	1323,2	937,1	1417,5	808,6	5844,6	(53)
Mil	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	35,7	3,5	,4	,4	,0	40,0	(0)
Maïs	144,9	43,4	118,6	82,9	10,9	1,7	,1	0,	,1	0,	753,2	802,2	1958,2	(18)
Avariée	47,0	87,6	99,1	16,7	43,7	2,9	3,6	,8	0,	0,	0,	4,4	306,0	(3)
Riz	42,4	77,4	43,3	23,6	81,2	44,1	64,3	41,2	141,5	65,4	99,9	149,9	874,2	(8)
Total	346,6	428,9	367,4	468,8	509,1	563,3	613,8	932,5	1474,9	1080,5	2412,7	1833,7	11032,1	(100)
Pourcent du Total	(3)	(4)	(3)	(4)	(5)	(5)	(6)	(8)	(13)	(10)	(22)	(17)	(100)	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.16a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: BOUGOURIBA
CDG: GAOUA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
CDSA Gaoua	97,3	,4	75,3	18,8	37,2	85,5	314,6	41
Diébougou	29,4	,8	56,7	13,8	119,1	42,8	262,6	34
Dano	12,2	0,	6,7	1,2	49,9	10,4	80,4	10
Kampti	0.	1,4	3,4	0,	2,2	31,6	38,7	5
Dissin	10,3	,2	5,0	3,7	15,3	13,7	48,2	6
Batié	,1	0,	,6	2,6	1,1	27,5	31,9	4
Total	149,4	2,9	147,6	40,3	224,7	211,6	776,4	100
Pourcent du Total	19	0	19	5	29	27	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.16b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: BOUGOURIBA
CDG: GAOUA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
CDSA Gaoua	396,0	0,	58,9	6,0	42,3	156,5	659,8	46
Diébougou	198,6	0,	17,8	39,3	4,7	84,9	345,4	24
Dano	36,8	,1	17,0	,1	5,6	21,7	81,4	6
Kampti	42,3	0,	7,1	,0	14,5	19,5	83,5	6
Dissin	43,6	0,	6,6	0,	0,	16,3	66,5	5
Batié	87,2	0,	4,4	,2	12,7	19,2	123,8	9
Loropeni	30,3	0,	0,	0,	0,	7,9	38,2	3
Nako	18,2	0,	0,	0,	0,	2,3	20,6	1
Legmouin	9,9	0,	0,	0,	0,	0,	9,9	1
Total	863,1	,1	111,9	45,6	79,9	328,5	1429,0	100
Pourcent du Total	60	0	8	3	6	23	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.17a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE
CDG: OUAGADOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Ouagadougou Centers:								
Mag. Ouagadougou	581,5	1376,8	956,2	1886,2	6,2	3847,6	8654,5	57
C.V. Direction (Ouagadougou)	668,1	0,	374,9	517,7	0,	889,4	2450,2	16
Nouveau Centre	151,6	3,2	82,0	106,6	0,	102,2	445,7	3
Paspanga	85,9	0,	29,0	35,5	0,	40,9	191,4	1
Dassasgo	53,5	2,6	14,0	25,0	0,	14,4	109,5	1
Baskuy	95,8	4,5	34,3	45,4	0,	52,0	232,1	2
Larle Yaar	102,1	0,	51,7	83,4	0,	106,6	343,8	2
Nab-Rhaga	91,5	1,1	52,8	85,8	0,	95,3	326,5	2
Marché Central	3,4	0,	0,	3,0	0,	8,4	14,8	0
Sankaryaré	74,7	0,	50,7	31,8	0,	102,2	259,5	2
Cissin	70,4	0,	59,0	50,7	0,	55,3	235,5	2
Gounghin	82,4	0,	63,1	104,9	0,	118,2	368,7	2
Tanghin Barrage	63,5	0,	44,2	50,8	0,	93,6	252,2	2
Zogona	66,9	0,	38,8	61,4	0,	58,8	226,0	1
Zangoétin	93,7	,9	43,0	51,5	0,	81,1	270,2	2
Ourgou/Lindi	0,	0,	0,	2,0	0,	0,	2,0	0
Kombissiri	0,	0,	0,	0,	0,	,9	,9	0
Pô	151,4	0,	125,5	0,	0,	129,0	405,9	3
Sabsé	0,	,2	0,	0,	0,	0,	,2	0
Ziniaré	55,2	0,	16,0	14,0	0,	12,5	97,7	1
Boussé	42,5	0,	3,0	0,	0,	14,4	59,9	0
Saponé	23,2	0,	41,5	0,	0,	3,4	68,1	0
Tanguin-Dassouri	34,3	0,	10,0	34,3	0,	2,1	80,7	1
Total	2591,7	1389,4	2090,0	3190,4	6,2	5828,5	15096,1	100
Pourcent du Total	17	9	14	21	0	39	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.17b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE
CDG: OUAGADOUGOU, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Ouagadougou Centers								
Mag. Central (Ouagadougou)	2613,7	1245,3	367,3	1802,1	3,8	3156,9	9189,1	49
C.V. Direction (Ouagadougou)	846,9	1583,1	114,4	798,3	,1	808,0	4150,8	22
Nouveau Centre	67,9	56,7	20,0	196,8	0,	182,6	523,9	3
Paspanga	81,0	37,3	21,0	86,5	0,	149,1	375,0	2
Dassasgo	44,4	52,3	21,5	46,7	0,	99,2	264,2	1
Baskuy	52,9	,3	7 0	80,0	,2	89,2	229,6	1
Larle Yaar	74,6	16,7	40,7	262,3	0,	167,2	561,4	3
Nab-Rhaga	89,6	26,8	20,0	54,6	0,	113,6	304,7	2
Sankaryaré	88,9	14,7	7,1	94,0	0,	115,9	320,6	2
Cissin	83,9	29,3	20,0	98,1	0,	90,4	321,9	2
Gounghin	75,5	39,7	26,8	101,9	0,	131,6	375,5	2
Tanghin Barrage	98,9	101,8	19,9	252,0	0,	169,5	642,1	3
Zogona	81,7	35,2	22,9	126,3	0,	89,8	355,9	2
Zangoétin	86,9	38,7	29,3	85,4	0,	164,3	404,5	2
Kombissiri	1,0	0,	0,	134,7	0,	0,	135,7	1
Pô	93,9	20,2	3,1	6,4	0,	193,9	317,6	2
Ziniaré	23,3	15,2	2,1	3,3	0,	52,2	96,2	1
Boussé	27,4	6,0	4,0	0,	0,	34,5	71,9	0
Saponé	31,4	48,9	9,3	94,1	0,	53,1	236,8	1
Tanguin-Dassouri	,2	0,	18,5	7,1	0,	0,	25,7	0
Total	4564,1	3368,4	775,0	4330,8	4,2	5860,9	18903,4	100
Pourcent du Total	24	18	4	23	0	31	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.18a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-EST
CDG: KOUPELA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Koupéla	74,3	124,5	16,6	6,9	6,0	45,0	273,4	29
Tenkodogo	52,4	111,4	37,6	6,0	10,7	38,5	256,6	27
Zorgo	8,0	7,0	0,	0,	0,	4,4	19,4	2
Garango	0,	0,	0,	0,	14,4	22,0	36,4	4
Zabré	30,4	291,0	,2	9,8	,5	6,2	338,2	36
Gomboussougou	2,5	2,3	0,	0,	0,	2,0	6,7	1
Bitou	0,	,4	0,	0,	6,6	3,5	10,5	1
Total	167,6	536,6	54,4	22,7	38,2	121,7	941,3	100
Pourcent du Total	10	57	6	2	4	13	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.18b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-EST
CDG: KOUPELA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Garango	36,7	30,0	2,9	24,9	0,	68,8	163,5	8
Tenkodogo	174,9	43,1	32,6	17,0	1,7	107,8	377,2	19
Zorgo	67,5	85,3	4,7	28,6	0,	26,3	212,3	11
Koupéla	91,2	334,1	17,6	50,3	0,	119,8	613,0	31
Zabré	38,1	167,1	11,6	2,1	,7	17,0	236,7	12
Gomboussougou	0,	,3	0,	0,	0,	0,	,3	0
Méguet	23,8	9,1	4,8	0,	0,	,6	38,3	2
Gouguin	19,2	9,8	0,	25,0	0,	2,1	56,2	3
Boulsa	0,	54,1	0,	116,9	0,	1,2	172,2	9
Moktédo	0,	26,0	0,	0,	0,	1,0	27,0	1
Ouargaye	11,0	0,	0,	15,0	0,	1,3	27,3	1
CDR Koupéla	0,	0,	0,	19,3	0,	0,	19,3	1
Zam	12,0	0,	0,	11,3	0,	0,	23,3	1
Total	474,4	758,9	74,4	310,4	2,4	346,0	1966,5	100
Pourcent du Total	24	39	4	16	0	18	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.19a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-NORD
CDG: KAYA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Kaya	58,8	187,4	56,6	542,2	512,5	52,2	1409,8	33
Marché Kaya	5,0	271,4	0,	198,5	48,8	75,6	599,3	14
Kongoussi	8,6	111,9	,6	54,1	284,8	9,3	469,4	11
Bourzanga	0,	132,4	0,	62,2	152,6	3,5	350,7	8
Boulsa	17,6	74,3	9,5	144,8	17,2	25,7	289,2	7
Pissila	0,	63,0	0,	56,2	56,3	2,5	178,1	4
Barsalogo	0,	96,5	0,	50,1	72,4	9,7	228,7	5
Tikaré	0,	0,	0,	50,8	48,2	11,8	110,8	3
Tougouri	0,	35,1	0,	22,0	48,8	5,5	111,5	3
Yalogo	0,	69,9	0,	99,9	13,0	0,	182,8	4
Rollo	0,	36,5	0,	11,9	52,0	,7	101,1	2
Téma	0,	48,1	0,	32,6	0,	,4	81,1	2
Korsimoro	0,	3,9	0,	6,2	59,8	2,0	72,0	2
Boussouma	0,	0,	0,	0,	15,1	0,	15,1	0
Guibaré	0,	9,5	0,	0,	13,5	,5	23,5	1
Mané	0,	26,8	0,	4,0	0,	1,7	32,6	1
Koalla	0,	26,0	0,	0,	0,	0,	26,0	1
Total	90,0	1193,0	66,7	1335,6	1395,1	201,2	4281,7	100
Pourcent du Total	2	28	2	31	33	5	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.19b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-NORD
CDG: KAYA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Central Kaya	962,4	2005,7	244,1	254,4	6,3	222,0	3694,9	38
Marché Central Kaya	119,9	0,	0,	55,9	10,6	46,2	232,6	2
Kongoussi	405,6	699,3	97,8	125,0	0,	40,6	1368,3	14
Bourzanga	82,9	120,0	0,	66,6	0,	,8	270,4	3
Boulsa	29,8	5,8	24,4	2,1	0,	27,0	89,0	1
Pissila	100,7	284,5	24,2	88,2	0,	6,3	503,8	5
Barsalogo	221,6	378,8	24,0	109,6	0,	8,9	742,9	8
Tikaré	89,1	104,9	12,4	22,8	0,	1,6	230,8	2
Tougouri	64,9	119,7	10,4	36,8	0,	1,7	233,6	2
Yalogo	153,0	251,1	0,	88,5	0,	,5	493,1	5
Rollo	76,5	117,8	1,9	28,0	,0	0,	224,3	2
Téma	25,5	166,2	4,5	21,9	0,	2,8	220,9	2
Korsimoro	27,3	128,4	1,8	94,1	,2	55,8	307,6	3
Boussouma	40,5	191,7	0,	43,0	0,	1,9	277,1	3
Guibaré	31,4	30,0	0,	6,7	0,	0,	68,0	1
Mané	26,6	282,8	8,5	64,8	0,	3,7	386,4	4
Koalla	0,	0,	0	0,	0,	0,	0,	0
Dablo	49,2	13,0	0,	2,5	0,	0,	64,7	1
Bélogo	8,4	0,	0,	0,	0,	0,	8,4	0
Sabsé	76,0	168,6	2,5	27,5	0,	2,1	276,8	3
Total	2591,4	5068,1	456,5	1138,5	17,1	421,9	9693,6	100
Pourcent du Total	27	52	5	12	0	4	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.20a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-OUEST
CDG: KOUDOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Koudougou	427,5	25,9	61,8	237,7	75,8	387,9	1216,7	64
Fara	55,0	3,2	1,9	11,3	0,	14,6	86,1	5
Sabou	36,5	0,	,4	10,1	1,0	32,4	80,4	4
Kokologo	20,2	15,2	1,5	12,7	0,	8,5	58,1	3
Yako	26,0	13,0	,6	0,	2,2	18,3	60,1	3
Nanoro	1,6	0,	3,6	2,8	0,	4,0	12,1	1
Samba	12,7	3,2	1,6	2,2	0,	12,8	32,6	2
Kordié	0,	,0	0,	0,	0,	0,	,0	0
Léo	19,0	7,3	3,0	9,8	2,7	17,5	59,3	3
Ténado	10,2	2,0	14,0	2,3	2,6	16,2	47,3	2
Réo	14,0	,9	0,	3,6	1,1	9,7	30,0	2
Kassou	12,2	4,3	2,8	2,1	0,	5,8	27,2	1
Pouni	21,2	2,1	7,0	2,5	0,	8,7	41,5	2
Kindi	7,4	0,	3,8	2,1	0,	1,7	15,0	1
Bouyounou	28,7	4,1	0,	9,9	0,	2,0	44,7	2
Boura	21,6	4,1	1,0	1,8	0,	1,3	29,8	2
Arbolé	0,	3,2	4,0	5,2	0,	0,	12,4	1
Bourkina	30,8	0,	5,0	5,3	0,	2,3	43,4	2
Niabouri	2,1	0,	0,	0,	0,	0,	2,1	0
To	6,0	0,	0,	0,	0,	0,	6,0	0
Total	753,6	88,3	112,2	321,4	85,4	543,9	1904,8	100
Pourcent du Total	40	5	6	17	4	29	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.20b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: CENTRE-OUEST
CDG: KOUDOUGOU, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Koudougou	376,8	45,9	99,4	360,1	62,9	469,7	1414,8	54
Fara	11,8	0,	3,0	5,0	0,	6,4	26,3	1
Sabou	12,6	13,7	2,3	1,9	0,	14,8	45,2	2
Kokologo	20,3	6,7	3,0	14,4	0,	16,9	61,3	2
Yako	27,7	11,3	12,1	13,0	,8	16,5	81,4	3
Nanoro	25,3	8,0	2,4	15,4	0,	40,0	91,1	3
Samba	9,1	0,	3,0	,6	0,	402,9	415,7	16
Kordié	7,0	0,	0,	0,	0,	2,0	9,0	0
Léo	28,9	0,	9,8	4,2	0,	30,6	73,6	3
Ténado	7,2	,0	3,7	,8	0,	5,2	17,0	1
Réo	16,2	5,0	,4	22,2	0,	12,2	56,0	2
Kassou	6,5	6,6	7,1	,2	0,	4,1	24,5	1
Pouni	10,8	2,0	1,0	1,6	0,	8,4	23,8	1
Kindi	5,5	0,	,2	9,2	0,	10,6	25,5	1
Bouyounou	5,0	6,6	2,0	2,4	0,	9,3	25,3	1
Boura	8,2	0,	2,0	0,	0,	1,7	11,9	0
Arbolé	20,9	0,	5,8	0,	0,	1,2	27,9	1
Bourkina	,1	0,	1,3	2,5	0,	3,3	7,2	0
To	8,0	5,1	2,0	0,	0,	3,1	18,2	1
Ouessa	6,1	0,	2,0	1,8	0,	2,7	12,6	0
Niebouré	26,1	5,5	1,0	2,0	0,	2,0	36,7	1
Poa	4,3	2,0	5,3	0,	0,	4,3	15,9	1
Didir	7,0	0,	3,0	6,0	0,	2,5	18,5	1
La Toden	7,0	5,1	7,8	5,0	0,	4,6	29,5	1
Sili	7,0	6,6	3,0	6,0	0,	3,1	25,7	1
Zamo	8,5	0,	2,4	0,	0,	3,3	14,2	1
Sapouy	0,	5,5	0,	0,	0,	1,5	7,0	0
Imassogo	0,	6,8	0,	0,	0,	,6	7,4	0
Total	674,0	142,5	185,1	474,3	63,8	1084,0	2623,6	100
Pourcent du Total	26	5	7	18	2	41	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.21a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: EST
CDG: FADA N'GOURMA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Fada Siège	215,7	25,5	320,6	72,3	,2	152,2	786,6	64
C.V. Marché Fada	6,1	0,	6,0	0,	0,	17,2	29,3	2
Diapaga	50,9	0,	7,0	0,	0,	25,7	83,7	7
Bogandé	90,4	0,	0,	,7	11,4	,8	103,4	8
Pama	50,5	0,	2,8	4,6	1,4	7,1	66,4	5
Kantchari	10,0	0,	20,4	0,	0,	3,0	33,4	3
Komin Yanga	5,4	0,	0,	0,	0,	0,	5,4	0
Piéla	46,0	0,	0,	0,	2,9	4,2	53,1	4
Bilanga	6,5	0,	0,	0,	0,	1,0	7,5	1
Koalla	18,5	0,	0,	0,	0,	0,	18,5	2
Logobou	11,8	0,	1,1	0,	0,	0,	13,0	1
Matiacoali	0,	0,	12,0	0,	0,	0,	12,0	1
Botou	0,	0,	7,0	0,	0,	0,	7,0	1
Total	511,9	25,5	377,0	77,6	15,9	211,4	1219,5	100
Pourcent du Total	42	2	31	6	1	17	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.21b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: EST
CDG: FADA N'GOURMA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Fada Siege	762,5	90,5	27,1	67,4	1,5	307,4	1256,4	48
C.V. Marché Fada	,3	0,	,5	2,9	0,	2,6	6,4	0
Diapaga	283,5	0,	0,	20,2	0,	19,6	323,4	12
Bogandé	47,8	0,	,1	0,	0,	5,3	53,3	2
Pama	61,3	0,	10,6	,4	7,1	3,6	83,1	3
Kantchari	74,8	23,2	5,5	21,7	0,	23,5	153,7	6
Komin Yanga	24,3	0,	2,4	0,	0,	,5	27,2	1
Piéla	39,6	0,	,8	0,	0,	6,0	46,4	2
Bilanga	1,9	0,	,8	0,	0,	2,0	4,8	0
Koalla	2,4	0,	0,	0,	6,6	0,	9,0	0
Logobou	9,3	0,	5,8	0,	0,	,5	15,6	1
Matiacoali	27,0	5,9	0,	18,6	0,	,6	52,1	2
Botou	68,5	33,4	0,	7,0	0,	0,	109,0	4
Namounou	276,1	0,	1,7	21,4	0,	7,0	306,3	12
Bilanga Yanga	11,3	0,	2,9	0,	0,	0,	14,2	1
Korongou	5,4	0,	3,6	0,	0,	0,	9,0	0
Ougarou	5,0	10,2	0,	0,	0,	0,	15,2	1
Yamba	4,7	0,	0,	0,	0,	0,	4,7	0
Gayéri	18,3	15,0	3,1	3,9	0,	,3	40,7	2
Sabra	0,	0,	1,0	0,	0,	0,	1,0	0
Tambaga	10,0	0,	0,	0,	0,	0,	10,0	0
Diabo	12,0	39,9	0.	7,0	0,	0,	58,9	2
Total	1746,2	218,2	66,3	170,6	15,3	384,0	2600,6	100
Pourcent du Total	67	8	3	7	1	15	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.22a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: HAUTS-BASSINS
CDG: BOBO-DIOULASSO, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Bobo-Dioulasso	138,3	34,3	71,1	37,0	1568,2	1649,1	3498,3	95
C.V. Eboé (Bobo)	20,0	0,	18,0	23,0	0,	17,5	78,5	2
C.V. Koko (Bobo)	4,0	0,	3,0	15,9	0,	4,7	27,6	1
Chambre de Commerce	0,	0,	0,	0,	0,	1,9	1,9	0
Banfora	8,1	0,	0,1	9,4	0,	70,3	88,0	3
Total	170,5	34,4	92,3	85,4	1568,1	1743,7	3694,4	100
Pourcent du Total	5	1	2	2	42	47	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.22b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: HAUTS-BASSINS
CDG: BOBO-DIOULASSO, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Bobo-Dioulasso	531,9	144,7	76,7	183,3	,4	374,3	1311,3	53
C.V. Eboé (Bobo)	49,7	6,0	4,0	2,8	0,	263,3	325,8	13
C.V. Koko (Bobo)	67,4	6,0	4,0	32,8	0,	223,4	333,6	13
BRD. Revolution	0,	0,	0,	15,6	0,	10,1	25,7	1
Banfora	192,5	23,5	,5	36,0	0,	182,4	435,1	18
C.V. Toussiana	31,0	8,0	0,	0,	0,	3,0	42,0	2
Total	872,5	188,2	85,2	270,5	,4	1056,5	2473,5	100
Pourcent du Total	35	8	3	11	0	43	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.23a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: SAHEL
CDG: DORI, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Dori	393,0	874,1	71,7	24,8	387,9	268,5	2020,1	25
C.V. Dori	249,5	0,	0,	86,3	0,	0,	335,8	4
Féd des Eglises	0,	66,6	0,	0,	0,	0,	66,6	1
Djibo	111,2	735,3	13,1	1808,9	474,8	26,0	3169,4	39
Gorom-Gorom	75,0	329,8	0,	106,1	414,5	88,6	1014,0	13
UGVO (Gorom)	26,0	45,3	131,0	0,	0,	38,5	240,9	3
Aribinda	15,8	297,6	10,2	0,	78,9	28,1	430,6	5
Sebba	40,8	,4	,3	31,2	195,6	18,0	286,4	4
Baraboulé	0,	0,	30,0	30,0	60,0	3,0	123,0	2
Markoy	96,2	0,	0,	58,5	0,	0,	154,7	2
Pétégoli	7,0	0,	7,0	7,0	0,	0,	21,0	0
Falagountou	41,9	0,	0,	0,	0,	0,	41,9	1
Nassoumbou	7,0	0,	7,0	7,0	0,	0,	21,0	0
Tondiata	0,	0,	5,0	0,	0,	0,	5,0	0
Bani	60,0	0,	30,0	0,	0,	0,	90,0	1
Déou	63,6	0,	0,	0,	0,	0,	63,6	1
Total	1187,2	2349,0	305,4	2159,9	1611,8	470,8	8084,0	100
Pourcent du Total	15	29	4	27	20	6	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.23b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: SAHEL
CDG: DORI, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Central Dori	616,1	193,1	706,8	209,5	4,9	127,2	1857,5	15
C.V. Dori	1568,9	440,8	116,9	27,6	0,	155,0	2309,3	17
Féd des Eglises	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Djibo	449,0	241,0	21,0	29,7	7,6	49,8	798,2	6
Gorom-Gorom	1124,2	207,4	701,5	132,8	189,1	135,7	2490,8	19
UGVO (Gorom)	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Aribinda	854,3	364,8	114,0	78,0	0,	68,9	1480,1	11
Sebba	872,0	184,2	176,0	0,	,3	147,9	1380,4	10
Baraboulé	0,	104,1	0,	0,	0,	0,	104,1	1
Markoy	825,2	21,2	93,4	74,5	27,8	33,5	1075,7	8
Pétégoli	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Falagountou	202,8	0,	28,0	0,	0,	0,	230,8	2
Nassoumbou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Tondiata	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Bani	276,6	98,1	98,1	0,	0,	7,0	479,8	4
Déou	96,9	0,	47,3	67,0	3,0	0,	214,2	2
Tin-akoff	201,1	20,0	9,5	0,	10,0	0,	240,6	2
Projet Elevage	7,5	0,	7,2	6,0	0,	11,0	31,7	0
Gorgadji	142,0	8,6	21,1	18,8	0,	0,	190,5	1
Tongomayél	139,1	104,1	0,	0,	0,	0,	243,3	2
Poté-Mengao	0,	78,1	0,	0,	0,	0,	78,1	1
1er ric Dori	0,	0,	0,	15,0	0,	7,0	22,0	0
Yalogo	0,	6,3	0,	0,	0,	0,	6,3	0
Total	7375,7	2072,0	2140,8	658,9	242,8	743,1	13233,4	100
Pourcent du Total	56	16	16	5	2	6	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.24a

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: VOLTA NOIRE
CDG: DEDOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Dédougou M.C.	26,1	0,	,2	0,	16,9	33,6	76,8	11
C.V. Dédougou	21,7	0,	,0	0,	5,6	61,9	89,2	13
Tougan	172,2	0,	0,	0,	0,	16,5	188,7	26
Boromo	206,4	0,	0,	0,	0,	16,5	222,9	31
Toma	64,0	0,	0,	0,	0,	13,5	77,5	11
Djibasso	4,6	0,	0,	0,	0,	0,	4,6	1
Toéni	5,6	0,	0,	0,	0,	0,	5,6	1
Nouna	1,3	0,	0,	0,	0,	24,6	25,9	4
Kougni	0,	0,	0,	0,	0,	,3	,3	0
Kassoum	19,0	0,	0,	0,	0,	2,0	21,0	3
Solenzo	0,	0,	0,	0,	0,	,3	,3	0
Safané	0,	0,	0,	0,	0,	,1	,1	0
Total	520,9	0,	,2	0,	22,5	169,4	713,0	100
Pourcent du Total	73	0	0	0	3	24	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.24b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: VOLTA NOIRE
CDG: DEDOUGOU, 19B3-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Dedougou M.C.	652,4	20,0	38,3	468,5	,4	217,4	1397,0	56
C.V. Dedougou	83,0	,1	3,0	47,0	,4	224,3	357,8	14
Tougan	103,2	5,0	9,1	91,3	0,	72,1	280,6	11
Boromo	75,2	0,	0,	13,6	0,	60,4	149,2	6
Toma	39,3	0,	3,4	28,2	0,	23,5	94,3	4
Djibasso	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Toéni	2,2	0,	0,	0,	0,	0,	2,2	0
Nouna	82,8	0,	6,1	79,1	0,	55,2	223,3	9
Kougni	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Kassoum	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Solenzo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Safané	,6	0,	0,	0,	0,	0,	,6	0
Kiembara	,5	0,	0,	0,	0,	0,	,5	0
Barani	5,0	0,	0,	0,	0,	0,	5,0	0
Total	1044,3	25,2	59,8	727,6	,8	652,9	2510,6	100
Pourcent du Total	43	1	2	29	0	26	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.25b

VENTES DE L'OFNACER PAR CENTRE DE VENTE ET PAR PRODUIT

ORD: YATENGA
CDG: OUAHIGOUYA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	Sorgho Blanc	Sorgho Rouge	Mil	Maïs	Avariée	Riz	Total	Pourcent du Total
Mag. Ouahigouya	629,1	1019,1	40,0	607,1	275,2	477,2	3047,7	28
C.V. Marché (Ouahigouya)	357,6	1503,0	0,	190,5	,1	147,0	2198,2	20
Titao	155,2	648,6	0,	257,6	11,2	63,2	1135,8	10
Tiou	119,4	444,9	0,	134,4	,3	52,0	751,0	7
Ban	48,7	81,6	0,	,6	,5	3,7	135,1	1
Séquénéga	201,6	492,2	0,	93,7	15,8	29,4	832,7	8
Gourcy	118,7	420,9	0,	112,4	,1	41,4	693,7	6
Koumbri	27,8	164,8	0,	95,3	2,8	0,	290,7	3
Solé	0,	43,3	0,	0,	0,	3,9	47,3	0
Ouindigui	0,	12,7	0,	0,	0,	,4	13,2	0
Kossouka	0,	,5	0,	0,	0,	0,	,5	0
Ingané	0,	3,8	0,	0,	0,	6,9	10,7	0
Zogore	,2	108,7	0,	0,	0,	0,	109,0	1
Namissiguima	24,3	123,8	0,	0,	0,	0,	148,1	1
Tangaye	26,3	81,1	0,	0,	0,	0,	107,4	1
Kaïn	0,	30,3	0,	17,5	0,	0,	47,8	0
Oula	24,4	73,2	0,	0,	0,	0,	97,6	1
Tongomayél	18,8	0,	0,	0,	0,	0,	18,8	0
Tougou	,2	27,1	0,	0,	0,	0,	27,3	0
Kalo	0,	35,5	0,	0,	0,	0,	35,5	0
Djibo	217,3	383,8	0,	396,0	0,	43,8	1041,0	9
Total	2009,2	5844,6	40,0	1958,2	306,0	874,2	11032,1	100
Percent du Total	18	53	0	18	3	8	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.26a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: BOUGOURIBA
CDG: GAOUA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
CDSA Gaoua	3,3	7,3	9,1	2,0	5,7	7,4	5,5	6,4	14,4	30,8	132,7	89,8	314,6	41
Diébougou	1,0	,2	,5	12,0	40,0	14,1	3,2	2,0	38,6	22,2	86,8	41,9	262,6	34
Dano	0,	,6	,6	,8	,6	,5	,9	1,3	3,4	6,1	25,9	39,6	80,4	10
Kampti	3,2	2,6	2,9	3,6	4,8	,6	1,8	3,1	10,8	2,2	,1	2,8	38,7	5
Dissin	,5	,3	,3	,1	,4	,5	1,0	1,9	1,9	2,3	12,4	26,5	48,2	6
Batié	,2	,1	.6	1,3	1,1	2,0	2,3	3,4	5,9	9,8	2,9	2,1	31,9	4
Total	8,3	11,2	14,1	19,9	52,6	25,2	14,7	18,2	75,0	73,6	260,9	202,7	776,4	100
Pourcent du Total	1	1	2	3	7	3	2	2	10	9	34	26	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.26b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: BOUGOURIBA
CDG: GAOUA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
CDSA Gaoua	49,4	56,8	30,7	19,2	33,0	67,4	67,1	80,3	90,6	132,1	20,8	12,5	659,8	46
Diébougou	62,2	20,3	25,0	7,4	28,0	27,0	25,6	39,3	9,5	18,9	30,7	51,3	345,4	24
Dano	19,3	3,8	2,2	,5	1,2	2,8	1,5	1,7	13,3	10,8	13,6	10,6	81,4	6
Kampti	7,9	15,4	3,3	1,8	5,6	6,6	7,4	22,6	2,6	0,	10,0	,2	83,5	6
Dissin	10,0	2,8	2,7	1,8	1,9	4,1	10,7	11,5	2,5	7.4	10,7	,5	66,5	5
Batié	6,7	9,3	3,5	,4	1,9	9,4	8,0	16,2	6,7	30,3	25,4	6,0	123,8	9
Loropeni	0,	0,	0,	0,	11,3	1,4	2,3	,1	0,	9,1	12,9	1,0	38,2	3
Nako	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2,1	0,	0,	,5	3,4	14,6	20,6	1
Legmouin	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	8,7	1,2	0,	9,9	1
Total	155,5	108,4	67,4	31,2	83,0	118,8	124,8	171,7	125,2	217,8	128,6	96,7	1429,0	100
Pourcent du Total	11	8	5	2	6	8	9	12	9	15	9	7	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.27a
VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: CENTRE
CDG: OUAGADOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Ouagadougou Centers:														
Mag. Central (Ouagadougou)	71,5	104,8	63,3	76,8	223,6	158,3	840,1	239,3	693,6	1816,2	1348,7	3018,3	8654,5	57
C.V. Direction Ouagadougou	27,3	36,7	54,1	37,8	29,2	52,9	101,4	139,9	363,7	265,7	553,9	787,3	2450,2	16
Nouveau Centre	0.	0.	0.	0.	0.	0.	6,8	1,4	44,4	119,8	149,1	124,1	445,7	3
Paspanga	,3	,9	,1	0.	0.	0.	0.	2,8	1,1	26,7	73,0	86,5	191,4	1
Dassasgo	,3	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	2,6	6,8	44,5	55,3	109,5	1
Baskuy	1,1	5,6	4,4	3,4	4,0	4,3	5,8	2,5	11,6	36,6	82,6	70,0	232,1	2
Larlé Yaar	2,5	2,9	1,1	4,3	2,7	6,1	10,5	10,0	18,2	57,9	104,0	123,5	343,8	2
Nab-Rhaga	2,1	1,8	3,5	4,6	4,5	4,1	8,6	5,0	24,0	65,7	106,8	95,5	326,5	2
Marché Central	3,7	,9	2,6	,9	,4	6,1	,1	0.	0.	0.	0.	0.	14,8	0
Sankaryaré	1,4	2,7	5,9	2,2	2,4	5,2	6,6	7,6	27,7	51,6	89,9	56,1	259,5	2
Cissin	2,3	2,2	3,9	2,4	3,2	4,6	5,6	2,4	6,0	45,0	71,7	86,0	235,5	2
Gounghin	2,1	2,1	5,3	7,2	8,1	0.	10,3	5,9	18,3	83,0	108,6	117,9	368,7	2
Tanghin Barrage	3,4	2,7	9,9	9,6	5,5	16,9	4,3	9,5	15,6	23,7	95,7	55,5	252,2	2
Zogona	1,5	2,6	2,5	2,7	2,7	3,9	3,6	2,2	14,7	33,5	80,7	75,2	226,0	1
Zangoétin	2,6	4,4	4,1	3,8	3,7	8,5	3,6	8,5	24,0	59,7	101,7	45,6	270,2	2
Kombissiri	,0	0.	,0	0.	,3	,1	0.	0.	,4	0.	0.	0.	,9	0
Pô	1,8	4,6	3,4	2,0	4,1	3,8	6,1	58,4	74,8	90,0	94,7	62,2	405,9	3
Sabsé	,2	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	,2	0
Zinlaré	0.	0.	0.	0.	0.	1,5	10,3	1,6	5,4	28,6	27,2	23,0	97,7	1
Boussé	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	,3	19,5	27,5	12,6	59,9	0
Saponé	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	5,3	17,3	26,5	18,9	68,1	0
Tanguin-Dassouri	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	12,5	20,4	47,8	80,7	1
Ourgou/Lindi	2,0	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	2,0	0
Total	126,4	175,1	164,3	158,0	294,5	276,4	1023,9	497,2	1351,8	2859,9	3207,4	4961,1	15096,1	100
Pourcent du Total	1	1	1	1	2	2	7	3	9	19	21	33	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.27b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: CENTRE
CDG: OUAGADOUGOU, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Ouagadougou Centers:														
Mag. Central (Ouagadougou)	657,9	667,7	375,7	237,2	503,1	734,0	786,4	385,5	1041,3	1226,9	1621,2	952,2	9189,1	49
C.V. Direction Ouagadougou	250,7	335,2	85,5	115,3	134,0	341,3	125,2	146[illegible],8	195,8	263,2	475,6	364,1	4150,8	22
Nouveau Centre	56,9	55,6	22,0	5,7	11,4	15,1	8,1	30,3	38,5	41,9	164,4	74,0	523,9	3
Paspanga	83,9	25,9	19,7	11,5	13,8	19,8	22,6	20,3	24,3	21,7	81,7	29,9	375,0	2
Dassasgo	77,2	27,3	4,3	0,	0,	0,	9,0	4,6	28,2	31,3	67,2	15,0	264,2	1
Baskuy	53,3	31,5	22,6	9,4	6,5	16,1	0,	0,	0,	,2	30,1	59,9	229,6	1
Larlé Yaar	1[illegible]7,0	55,1	13,4	10,3	13,2	8,2	34,4	10,9	12,0	6,7	157,8	112,4	561,4	3
Nab-Rhaga	81,0	46,7	22,0	6,1	14,6	18,3	16,5	2,4	6,5	27,6	8,2	54,6	304,7	2
Sankaryaré	69,1	34,2	5,2	14,1	14,8	17,1	18,4	7,2	12,1	25,3	44,3	58,2	320,6	2
Cissin	[illegible],0	33,2	22,0	13,9	15,6	14,0	3,5	0,	7,0	20,5	68,1	48,0	321,9	2
Gounghin	108,4	53,6	24,2	0,	0,	0,	19,3	10,7	16,8	49,5	48,1	45,1	375,5	2
Tanghin Barrage	37,6	43,0	6,6	5,8	22,7	43,7	58,1	28,0	49,0	84,0	153,4	110,3	642,1	3
Zogona	101,1	3,2	11,1	8,7	20,5	18,1	0,	4,3	25,3	30,9	76,0	55,8	355,9	2
Zangoetin	80,0	40,7	24,5	9,4	26,6	18,6	25,0	18,3	31,4	38,8	39,4	51,9	404,5	2
Kombissiri	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	30,0	105,7	135,7	1
Pô	25,9	8,4	9,6	14,3	18,0	34,2	51,7	25,2	34,8	38,1	42,1	15,1	317,6	2
Ziniaré	5,8	8,0	6,5	2,6	8,4	27,9	0,	13,1	1,4	19,0	1,9	1,6	96,2	1
Boussé	5,9	,9	5,6	4,4	4,8	21,8	0,	10,7	15,3	2,2	,1	0,	71,9	0
Saponé	4,7	8,5	8,6	11,9	9,0	16,2	13,5	5,9	16,2	38,3	75,0	29,1	236,8	1
Tanguin-Dassouri	24,5	0,	0,	,7	0,	0,	0,	,1	0,	0,	0,	,4	25,7	0
Total	1927,1	1478,7	689,1	481,5	837,0	1364,6	1191,8	2042,5	1557,0	1966,1	3184,8	2183,4	18903,4	100
Pourcent du Total	10	8	4	3	4	7	6	11	8	10	17	12	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.28a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: CENTRE-EST
CDG: KOUPELA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Koupéla	2,4	4,7	2,5	,9	0,8	1,5	2,4	9,9	8,9	8,7	60,6	170,1	273,4	29
Tenkodogo	3,0	2,3	2,2	2,4	2,2	4,4	2,4	5,4	8,9	16,5	160,9	45,6	256,6	27
Zabré	0,	0,	,8	0,	1,6	0,	1,5	0,	8,7	76,2	90,0	159,2	338,2	36
Garango	,8	1,7	2,8	2,9	2,7	2,7	9,9	10,6	0,	2,1	0,	0,	36,4	4
Zorgo	1,5	,8	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,4	1,0	14,8	,9	19,4	2
Gomboussougou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,5	0,	1,4	1,6	3,3	0,	6,7	1
Bitou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1,8	3,1	5,0	,6	0,	10,5	1
Total	7,8	9,5	8,4	6,3	7,3	8,6	16,8	27,8	31,5	111,2	330,3	375,8	941,3	100
Pourcent du Total	1	1	1	1	1	1	2	3	3	12	35	40	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.28b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: CENTRE-EST
CDG: KOUPELA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Koupéla	0,	0,	8,3	0,	5,9	3,8	30,4	28,0	139,1	213,9	104,2	79,4	613,0	31
Tenkodogo	19,5	11,7	9,4	0,	6,9	10,7	31,5	31,2	48,3	56,0	113,5	38,3	377,2	19
Zabré	159,2	1,5	,5	0,	1,3	1,0	1,6	2,9	16,2	12,7	29,0	7,6	236,7	12
Garango	12,7	5,6	0,	0,	2,1	5,7	11,1	16,7	16,7	34,8	26,3	31,8	163,5	8
Zorgo	3,9	0,	2,8	0,	0,	4,5	2,0	2,6	42,6	53,1	69,8	31,0	212,3	11
Gomboussougou	,3	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,3	0
Méguet	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2,4	2,4	9,2	,2	24,1	38,3	2
Gouguin	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1,7	10,8	1,8	10,7	31,2	56,2	3
Moktédo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	26,4	0,	,6	27,0	1
Ouargaye	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	11,0	16,3	27,3	1
CDR Koupéla	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	19,3	19,3	1
Zam	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	23,3	23,3	1
Boulsa	0,	0,	0,	0,	0	0,	0,	0,	0,	53,3	21,4	97,4	172,2	9
Total	195,5	18,9	21,0	0,	16,2	28,7	76,6	85,5	276,1	461,3	386,1	400,3	1966,5	100
Pourcent du Total	10	1	1	0	1	1	4	4	14	23	20	20	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.29a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: CENTRE-NORD
CDG: KAYA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Central Kaya	2,5	12,7	43,6	5,1	4,4	38,0	104,3	309,3	274,3	58,7	208,7	348,1	1409,8	33
Marché Central Kaya	3,2	5,5	7,6	5,8	7,8	10,6	44,3	47,4	51,9	141,7	145,7	127,8	599,3	14
Kongoussi	3,0	10,2	28,9	93,1	41,1	21,2	54,8	72,1	51,7	17,0	28,5	47,7	469,4	11
Bourzanga	0,	0,	0,	0,	0,	0,	79,6	35,4	85,9	37,8	102,4	9,5	350,7	8
Boulsa	2,0	1,8	4,4	2,5	4,9	11,0	7,0	3,2	11,8	42,2	116,8	81,4	289,2	7
Pissila	,1	,1	0,	0,	0,	1,1	20,3	26,8	24,5	21,9	51,0	32,3	178,1	4
Barsalogo	,5	,2	1,0	,4	,7	3,0	32,8	47,3	27,4	18,7	64,4	32,4	228,7	5
Tikaré	2,9	4,2	2,8	0,	,2	,1	14,1	0,	20,6	25,1	29,3	11,5	110,8	3
Tougouri	,9	,6	0,	0,	,2	,7	2,6	4,0	13,2	0,	74,4	14,9	111,5	3
Yalogo	0,	0,	0,	0,	0,	1,6	18,5	29,5	76,0	41,1	16,0	0,	182,8	4
Rollo	0,	0,	,7	0,	0,	0,	0,	13,0	39,0	33,0	15,3	0,	101,1	2
Téma	0,	0,	0,	0,	0,	,5	0,	0,	,7	33,8	0,	46,1	81,1	2
Korsimoro	0,	0,	0,	0,	0,	0,	13,4	35,1	15,8	0,	1,5	6,1	72,0	2
Boussouma	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	15,1	0,	0,	0,	0,	15,1	0
Guibaré	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	14,0	0,	9,5	0,	23,5	1
Mané	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	11,5	21,1	32,6	1
Koalla	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	13,0	13,0	26,0	1
Total	15,1	35,4	89,0	106,9	59,4	87,8	391,8	638,2	701,9	471,1	888,0	792,1	4281,7	100
Pourcent du Total	0	1	2	2	1	2	9	15	17	11	21	19	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.29b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: CENTRE-NORD
CDG: KAYA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Central Kaya	135,9	36,1	81,4	106,7	200,6	358,0	339,4	607,5	533,3	335,6	494,7	465,6	3694,9	38
Marché Central Kaya	81,8	12,2	33,7	18,9	59,5	26,5	0,	0,	0,	0,	0,	0,	232,6	2
Kongoussi	15,8	2,8	3,9	25,2	133,2	207,7	106,8	137,9	239,7	116,5	193,6	184,9	1368,3	14
Bourzanga	0,	2,1	,4	4,9	0,	8,1	48,3	39,0	43,3	33,5	66,4	17,3	270,4	3
Boulsa	8,2	1,6	4,0	3,6	10,3	25,8	20,0	4,5	11,0	0,	0,	0,	89,0	1
Pissila	18,7	,7	13,4	14,8	49,0	14,7	36,3	88,3	50,9	46,1	79,8	90,9	503,8	5
Barsalogo	26,2	14,6	11,9	24,0	51,0	70,4	54,0	68,3	116,0	35,4	171,5	99,5	742,9	8
Tikaré	4,9	,7	0,	,0	11,3	40,1	41,5	13,0	42,4	24,5	,4	51,9	230,8	2
Tougouri	4,0	4,0	0,	9,7	5,1	29,9	18,3	39,5	0,	55,5	20,5	47,0	233,6	2
Yalogo	78,3	0,	9,8	12,5	30,1	102,3	0,	0,	95,6	83,5	14,5	66,3	493,1	5
Rollo	10,5	0,	0,	2,0	,0	12,6	14,9	26,8	0,	40,4	79,4	37,8	224,3	2
Téma	6,9	0,	,9	0,	7,8	3,4	2,2	9,3	23,1	29,5	39,4	98,3	220,9	2
Korsimoro	4,6	0,	2,7	0,	,6	0,	10,4	8,3	11,4	31,0	161,1	77,1	307,6	3
Boussouma	0,	0,	0,	0,	0,	0,	31,3	23,6	28,0	44,9	51,0	98,2	277,1	3
Guibaré	3,2	0,	0,	0,	4,5	0,	26,0	0,	13,0	5,7	1,4	14,1	68,0	1
Mané	23,0	4,2	0,	,8	0,	13,5	8,6	68,1	71,1	43,4	113,5	40,2	386,4	4
Koalla	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Dablo	0,	7,3	6,4	0,	25,0	13,0	13,0	0,	0,	0,	0,	0,	64,7	1
Bélgo	0,	0,	8,4	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	8,4	0
Sabsé	0,	0,	0,	4,8	21,3	13,5	39,9	40,7	10,0	30,2	90,2	26,1	276,8	3
Total	422,2	93,4	176,9	228,0	609,6	939,7	811,1	1175,2	1288,9	955,8	1577,5	1415,2	9693,6	100
Pourcent du Total	4	1	2	2	6	10	8	12	13	10	16	15	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.30a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: CENTRE-OUEST
CDG: KOUDOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Central Koudougou	4,0	4,4	18,1	107,3	86,9	123,7	55,1	46,9	81,8	141,0	319,4	228,0	1216,7	64
Fara	0,	,5	,2	,7	,8	,3	1,0	0,	10,1	20,6	29,4	22,5	86,1	5
Sabou	,7	,5	1,2	1,4	,5	4,4	5,2	1,0	1,4	7,4	30,8	25,8	80,4	4
Kokologo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1,1	7,7	2,7	26,0	20,5	58,1	3
Yako	,5	,6	,1	0,	0,	0,	5,1	1,5	,4	14,5	21,3	15,9	60,1	3
Nanoro	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	5,6	6,5	12,1	1
Samba	,8	0,	3,2	0,	2,2	0,	0,	5,0	0,	8,3	7,4	5,6	32,6	2
Kordié	,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Léo	0,	2,5	0,	,6	0,	,8	1,3	1,3	13,4	10,5	6,7	22,1	59,3	3
Ténado	0,	0,	2,4	,9	0,	2,6	1,7	1,5	5,9	8,0	17,2	6,9	47,3	2
Réo	0,	0,	,6	2,4	2,1	2,1	6,1	3,4	3,2	5,3	2,8	2,0	30,0	2
Kassou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	12,1	7,8	7,4	0,	27,2	1
Pouni	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	3,0	3,0	22,0	13,5	41,5	2
Kindi	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	3,1	6,2	5,6	15,0	1
Bouyounou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	13,2	31,5	44,7	2
Boura	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	19,0	10,9	29,8	2
Arbolé	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	12,4	0,	12,4	1
Bourkina	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	19,3	24,2	43,4	2
Niabouri	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2,1	2,1	0
To	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	6,0	6,0	0
Total	6,1	8,7	25,9	113,4	92,5	133,8	75,6	61,9	139,1	232,1	566,2	449,5	1904,8	100
Pourcent du Total	0	0	1	6	5	7	4	3	7	12	30	24	100	

Université du Michigan, la Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.30b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: CENTRE-OUEST
CDG: KOUDOUGOU, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Central Koudougou	45,9	114,7	144,9	43,1	33,2	59,1	184,0	26,1	91,8	43,6	159,8	468,4	1414,8	54
Fara	5,8	,3	0,	0,	0,	0,	1,3	12,1	0,	0,	6,7	0,	26,3	1
Sabou	2,4	,4	,4	1,0	1,9	,8	4,3	2,4	0,	21,4	9,9	,2	45,2	2
Kokologo	8,3	4,2	0,	3,6	0,	5,8	4,6	2,8	8,9	6,9	2,0	13,2	61,3	2
Yako	15,4	5,5	,2	5,0	0,	0,	1,9	12,0	12,6	7,6	21,1	0,	81,4	3
Nanoro	6,7	0,	1,6	0,	0,	0,	10,2	48,2	0,	7,3	17,1	0,	91,1	3
Samba	393,7	1,2	,9	2,5	,7	0,	,9	15,6	0,	0,	0,	0,	415,7	16
Kordié	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,1	7,8	0,	1,0	0,	0,	9,0	0
Léo	9,0	3,9	,4	1,3	4,4	5,6	6,0	8,8	6,3	6,9	8,6	12,1	73,6	3
Ténado	0,	0,	1,7	0,	0,	0,	1,1	12,1	0,	,9	1,1	0,	17,0	1
Réo	1,0	,5	2,7	0,	,4	4,1	7,4	2,8	,5	4,7	12,3	19,4	56,0	2
Kassou	2,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	15,3	0,	7,1	0,	0,	24,5	1
Pouni	4,2	,8	,8	0,	0,	,2	2,3	10,1	0,	5,3	0,	0,	23,8	1
Kindi	1,1	0,	,2	,4	,3	0,	4,6	0,	2,4	3,3	13,0	0,	25,5	1
Bouyounou	8,9	0,	0,	0,	0,	0,	0,	9,2	0,	7,2	0,	0,	25,3	1
Boura	,8	0,	0,	0,	0,	0,	0,	11,1	0,	0,	0,	0,	11,9	0
Arbolé	0,	0,	0,	0,	0,	11,1	0,	8,9	0,	7,0	,9	0,	27,9	1
Bourkina	5,2	2,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	7,2	0
To	1,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	10,2	0,	7,0	0,	0,	18,2	1
Ouessa	2,6	0,	,3	0,	0.	0,	0,	8,2	0,	1,5	0,	0,	12,6	0
Niabouri	1,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	30,0	0	5,5	0,	0,	36,7	1
Poa	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	4,6	0,	11,3	0,	0,	15,9	1
Didir	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	11,5	0,	0,	7,0	0,	18,5	1
Latodin	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	10,5	0,	12,9	6,0	0,	29,5	1
Sili	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	11,5	0,	7,2	7,0	0,	25,7	1
Zamo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	6,5	0,	7,7	0,	0,	14,2	1
Sapouy	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	7,0	0,	0,	7,0	0
Imassogo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	7,4	0,	7,4	0
Total	515,4	133,8	154,3	57,0	41,0	86,8	228,8	298,7	122,7	191,4	280,1	513,4	2623,6	100
Pourcent du Total	20	5	6	2	2	3	9	11	5	7	11	20	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.31a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: EST
ORD: FADA N'GOURMA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Fada Siège	5,1	26,1	13,2	25,6	31,6	26,5	14,8	24,4	17,9	42,5	374,1	184,5	786,6	64
C.V. Marché Fada	3,6	9,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,1	8,0	8,5	0,	29,3	2
Diapaga	0,	0,	0,	0,	0,	1,9	0,	2,1	18,4	3,8	14,6	42,9	83,7	7
Bogandé	0,	,2	0,	0,	0,	0,	0,	1,4	0,	11,9	57,4	32,3	103,4	8
Fama	6,5	0,	0,	0,	7,5	0,	12,1	0,	0,	40,3	0,	0,	66,4	5
Kantchari	11,4	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	7,3	14,7	33,4	3
Komin Yanga	0,	3,3	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2,0	0,	5,4	0
Piéla	0,	1,6	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2,1	13,8	33,5	2,0	58,1	4
Bilanga	0,	0,	0,	0,	,3	0,	0,	0,	0,	0,	,7	6,5	7,5	1
Koalla	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	3,1	12,0	3,3	18,5	2
Logobou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	11,8	1,1	13,0	1
Matiacoali	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	7,0	5,0	12,0	1
Botou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	7,0	7,0	1
Total	26,6	40,4	13,2	25,6	39,4	28,4	26,9	28,0	38,6	123,5	529,0	299,5	1219,5	100
Pourcent du Total	2	3	1	2	3	2	2	2	3	10	43	25	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.31b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: EST
CDG: FADA N'GOURMA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Fada Siège	123,7	65,0	25,5	9,7	13,1	128,3	97,1	23,5	53,3	84,3	436,1	196,7	1256,4	48
C.V. Marché Fada	4,9	,4	1,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	6,4	0
Diapaga	34,3	6,7	2,6	,2	0,	0,	0,	3,3	14,4	217,4	20,2	24,0	323,4	2
Bogandé	4,0	,8	,2	0,	1,4	9,5	8,0	8,3	4,9	4,5	11,6	0,	53,3	2
Pama	0,	9,5	2,1	0,	0,	1,0	15,4	0,	,6	,5	2,9	51,1	83,1	3
Kantchari	14,0	15,9	1,4	3,6	1,8	0,	5,9	14,4	12,2	27,5	23,9	33,0	153,7	6
Komin Yanga	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,9	11,1	4,6	2,7	7,9	27,2	1
Piéla	6,9	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	19,6	19,9	0,	46,4	2
Bilanga	2,5	,3	1,8	0,	0,	0,	,2	0,	0,	0,	0,	0,	4,8	0
Koalla	0,	,8	8,2	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	9,0	0
Logobou	4,1	1,5	,6	0,	0,	0,	0,	0,	2,0	0,	5,5	1,8	15,6	1
Matiacoali	17,0	3,0	,4	0,	0,	0,	,1	3,6	1,9	5,9	0,	20,0	52,1	2
Botou	6,8	3,5	0,	1,0	3,9	,3	9,1	10,6	0,	26,4	18,3	29,0	109,0	4
Namounou	280,1	0,	4,0	0,	0,	0,	1,7	3,4	0,	0,	0,	17,1	306,3	12
Bilanga Yanga	8,2	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	4,2	1,8	14,2	1
Korongou	9,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	9,0	0
Ougarou	5,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	7,9	2,3	15,2	1
Yamba	0,	3,3	1,4	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	4,7	0
Gayéri	0,	0,	,6	0,	0,	0,	3,6	4,3	10,1	14,3	0,	7,7	40,7	2
Sabra	0,	0,	1,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1,0	0
Tambaga	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,4	0,	8,3	1,3	10,0	0
Diabo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	33,4	10,0	15,5	58,9	2
Total	520,8	110,7	51,4	14,6	20,2	139,0	141,2	72,5	111,1	438,4	571,6	409,3	2600,6	100
Pourcent du Total	20	4	2	1	1	5	5	3	4	17	22	16	100	

Université du Michigan, La Dyn. 'que de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.32a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: HAUTS-BASSINS
CDG: BOBO-DIOULASSO, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Bobo-Dioulasso	30,0	24,3	51,9	20,1	6,1	691,5	204,4	304,6	887,8	16,0	1083,8	177,4	3498,3	95
C.V. Ebne(Bobo)	0,	0,	0,	0,	0,	,1	0,	3,4	2,4	2,7	29,0	40,8	78,5	2
C.V. Koko(Bobo)	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	27,6	27,6	1
Chambre de Commerce	,6	,3	0,	1,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1,9	0
Banfora	59,0	,2	,7	,9	1,3	,7	1,5	,5	,3	,2	8,1	14,4	88,0	3
Total	89,6	24,8	52,7	22,2	7,5	692,3	205,9	308,5	890,6	18,9	1121.0	260,3	3694,4	100
Pourcent du Total	2	1	1	1	0	19	6	8	24	1	30	7	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.32b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: HAUTS-BASSINS
CDG: BOBO-DIOULASSO, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Bobo-Dioulasso	0,	183,8	33,8	17,3	38,9	51,8	22,9	211,0	225,5	240,8	180,8	104,5	1311,3	53
C.V. Eboe(Bobo)	0,	66,5	39,7	2,6	1,6	,4	5,0	36,7	86,0	19,0	51,2	17,1	325,8	13
C.V. Koko(Bobo)	0,	71,3	57,3	,6	10,9	5,5	6,0	27,8	73,8	14,0	26,6	39,7	333,6	13
BRD. Revolution	0,	0,	0,	0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	8,1	17,6	25,7	1
Banfora	0,	28,2	42,3	10,9	16,8	29,1	27,0	37,2	71,3	71,4	70,3	30,5	435,1	18
C.V. Toussiana	0,	0,	0,	0,	0,	11,4	4,6	13,7	9,8	2,4	0,	0,	42,0	2
Total	0,	349,7	173,2	31,5	68,1	98,2	65,7	326,4	466,5	347,7	337,1	209,5	2473,5	100
Pourcent du Total	0	14	7	1	3	4	3	13	19	14	14	8	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.33a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: SAHEL
CDG: DORI, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Central Dori	0,	10,9	10,8	12,5	17,4	53,9	120,7	324,5	360,2	434,4	401,3	273,5	2020,1	25
C.V. Dori	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	214,0	121,8	335,8	4
Féd des Eglises	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	66,6	66,6	1
Djibo	144,3	376,6	236,8	335,8	259,2	304,6	253,0	434,3	39,9	318,6	387,2	79,2	3169,4	39
Gorom-Gorom	5,3	5,3	5,5	0,	12,8	19,8	64,6	178,1	191,9	235,8	99,0	195,8	1014,0	13
UGVO (Gorom)	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	163,8	0,	77,0	240,9	3
Aribinda	1,5	,5	,9	,4	20,8	10,9	2,3	47,8	209,9	15,0	31,6	89,1	430,6	5
Sebba	1,9	3,3	1,1	3,9	3,7	2,1	2,8	14,9	0,	21,4	166,0	65,0	286,4	4
Baraboulé	0,	0,	0,	123,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	123,0	2
Markoy	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	154,7	154,7	2
Pétégoli	0,	0,	0,	21,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	21,0	0
Falagountou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	41,9	0,	41,9	1
Nassoumbou	0,	0,	0,	21,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	21,0	0
Tondiata	0,	0,	0,	5,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	5,0	0
Bani	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	90,0	0,	90,0	1
Déou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	63,6	63,6	1
Total	153,1	396,6	255,1	522,7	313,9	391,4	443,4	999,6	801,9	1189,0	1430,9	1186,4	8084,0	100
Pourcent du Total	2	5	3	6	4	5	5	12	10	15	18	15	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.33b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: SAHEL
CDG: DORI, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Central Dori	13,0	115,4	160,4	16,2	172,7	120,8	224,1	251,3	512,3	66,7	110,8	93,7	1857,5	15
C.V. Dori	114,3	65,5	164,6	208,1	206,3	210,1	357,4	472,0	143,6	234,5	104,5	29,3	2309,3	17
Mag. Central Djibo	95,3	10,5	10,1	15,4	45,2	120,7	147,3	127,5	226,2	0,	0,	0,	798,2	6
Gorom-Gorom	90,2	152,7	169,7	87,5	152,9	183,8	275,5	422,7	525,0	307,4	97,9	25,5	2490,8	19
UGVO (Gorom)	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Aribinda	85,3	14,7	101,3	103,6	164,9	243,1	224,9	244,3	153,6	43,8	100,5	0,	1480,1	11
Sebba	6,1	11,5	13,4	30,4	95,7	201,8	150,3	297,2	246,8	314,8	6,4	6,0	1380,4	10
Baraboulé	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	104,1	0,	0,	0,	104,1	1
Markoy	10,0	6,5	64,7	95,7	128,0	110,1	175,1	144,0	228,1	67,4	24,7	21,3	1075,7	8
Pétégoli	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Falagountou	0,	0,	0,	24,0	0,	0,	82,8	110,0	14,0	0,	0,	0,	230,8	2
Nassoumbou	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Tondiata	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Bani	0,	0,	0,	14,0	119,0	50,0	89,1	84,6	63,0	40,1	0,	20,0	479,8	4
Déou	44,1	0,	70,0	0,	0,	0,	0,	100,1	0,	0,	0,	0,	214,2	2
Tin-akoff	55,4	0,	20,0	48,7	8,0	8,0	100,5	0,	0,	0,	0,	0,	240,6	2
Projet Elevage	0,	0,	31,7	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	31,7	0
Gorgadji	0,	0,	0,	37,4	0,	0,	50,0	103,1	0,	0,	0,	0,	190,5	1
Tongomayel	0,	0,	0,	0,	0,	45,0	91,1	3,0	104,1	0,	0,	0,	243,3	2
Fobé-Mengao	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	78,1	0,	0,	0,	78,1	1
1er Ric Dori	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	22,0	22,0	0
Yalogo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	6,3	0,	6,3	0
Total	513,7	376,8	805,9	681,1	1092,8	1293,4	1968,0	2359,7	2399,0	1074,8	451,1	216,9	13233,4	100
Pourcent du Total	4	3	6	5	8	10	15	18	18	8	3	2	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.34a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: VOLTA NOIRE
CDG: DEDOUGOU, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Dédougou M.C.	0,	0,	0.	1,4	,7	0,	0,	17,8	1,4	22,7	32,6	0,	76,8	1
C.V. Dédougou	2,4	3,3	1,6	,3	0,	1,6	3,4	0,	23,2	0,	0,	53,4	89,2	13
Tougan	,1	,2	0,	0,	0,	0,	0,	0,	18,0	14,3	102,8	53,3	188,7	26
Boromo	,3	1,0	,1	0,	0,	0,	0,	0,	3,4	27,4	101,9	88,6	222,9	31
Toma	,2	,3	,3	0,	0,	0,	0,	0,	18,0	18,7	30,7	9,2	77,5	11
Djibasso	,5	0,	0,	4,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	4,6	1
Toéni	,6	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1,0	0,	4,0	0,	0,	5,6	1
Nouna	,3	,3	2,1	0,	,4	,1	,3	,3	,1	20,0	1,3	,6	25,9	4
Kougni	,3	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,3	0
Kassoum	1,0	1,7	0,	18,2	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	21,0	3
Solenzo	,3	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,3	0
Safané	0,	0,	,0	0,	0,	,1	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,1	0
Total	6,1	6,9	4,3	24,1	1,1	1,9	3,7	19,2	64,2	107,1	269,4	205,1	713,0	100
Pourcent du Total	1	1	1	3	0	0	1	3	9	15	38	29	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.34b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: VOLTA NOIRE
CDG: DEDOUGOU, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Dédougou M.C.	30,8	35,7	1,0	9,2	,7	19,1	115,8	208,0	180,3	137,9	193,7	464,9	1397,0	56
C.V. Dédougou	0,	30,8	42,2	12,4	25,9	26,2	29,9	16,9	0,	31,0	51,6	90,8	357,8	14
Tougan	11,1	8,9	5,9	2,7	3,2	3,2	4,8	28,8	35,8	32,5	40,3	103,4	280,6	11
Koromo	24,2	9,0	5,9	5,1	5,7	10,4	8,3	10,5	11,4	12,6	26,5	19,5	149,2	6
Toma	5,9	2,1	3,1	0,	0,	0,	4,8	17,0	8,3	9,3	9,8	34,0	94,3	4
Djibasso	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Toéni	0,	0,	0,	0,	0,	2,2	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2,2	0
Nouna	1,0	3,8	6,9	2,1	2,8	0,	8,6	8,0	24,0	33,7	51,5	80,7	223,3	9
Kougni	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Kassoum	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Solenzo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Safané	0,	,6	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,6	0
Kiembara	0,	0,	0,	,5	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	,5	0
Barani	0,	0,	0,	0,	0,	5,0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	5,0	0
Total	73,1	91,1	64,9	32,0	38,3	66,2	172,3	289,2	259,8	257,0	373,4	793,3	2510,6	100
Pourcent du Total	3	4	3	1	2	3	7	12	10	10	15	32	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.35a

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: YATENGA
CDG: OUAHIGOUYA, 1982-83
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Central (Ouahigouya)	13,2	0,	153,0	49,0	154,0	175,4	808,4	413,8	974,9	203,4	518,2	1342,9	4806,3	28
C.V. Marché (Ouahigouya)	3,7	0,	201,3	191,7	273,6	263,7	217,4	133,3	64,0	265,6	331,9	259,6	2206,1	13
Titao	24,6	0,	109,7	81,4	126,9	114,9	231,7	242,1	205,6	153,9	256,6	262,3	1809,7	10
Tiou	2,1	0,	89,4	49,4	99,9	137,5	185,3	86,2	96,7	132,3	199,7	405,8	1484,3	8
Ban	1,3	0,	1,0	12,7	39,6	43,1	121,0	76,7	43,4	51,7	72,8	88,7	552,1	3
Séquénéga	,3	0,	122,1	83,4	258,3	280,5	199,6	97,3	153,3	165,1	245,5	536,4	2141,9	12
Gourcy	,3	0,	37,0	62,3	10,7	229,3	234,5	109,3	103,4	61,8	154,0	837,1	1840,3	10
Koumbri	0,	0,	3,5	8,5	13,5	30,8	5,5	0,	11,1	10,4	34,2	218,0	335,6	2
Bérenga	0,	0,	0,	0,	33,4	0,	33,0	0,	0,	0,	0,	0,	66,4	0
Solé	0,	0,	46,8	43,8	36,5	66,5	75,2	54,3	63,3	45,3	38,0	22,3	491,7	3
Ouindigui	0,	0,	0,	0,	4,7	17,7	37,8	50,3	68,7	7,3	2,9	0,	189,4	1
Kossouka	0,	0,	0,	0,	13,0	0,	44,0	14,3	20,0	0,	0,	46,0	137,3	1
Lago	0,	0,	0,	0,	13,0	26,0	26,0	0,	0,	0,	0,	0,	65,0	0
Lilkana	0,	0,	0,	0,	38,9	26,0	13,0	0,	0,	0,	0,	0,	78,0	0
Ingané	0,	0,	0,	0,	0,	22,7	17,1	19,6	6,6	3,5	47,4	4,5	121,4	1
Boussouma	0,	0,	0,	0,	0,	3,3	6,7	0,	0,	0,	0,	0,	10,0	0
Kalsaka	0,	0,	0,	0,	0,	34,6	31,4	0,	0,	24,3	13,6	224,1	328,0	2
Ziga	0,	0,	0,	0,	0,	5,0	14,6	0,	0,	0,	0,	0,	19,6	0
Hippo	0,	0,	0,	0,	0,	5,5	19,0	0,	0,	0,	0,	0,	24,5	0
Margo	0,	0,	0,	0,	0,	10,0	10,0	0,	0,	0,	0,	0,	20,0	0
Barga	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2,5	9,8	,6	0,	0,	0,	12,9	0
Mené	0,	0,	0,	0,	0,	0,	14,0	0,	0,	0,	0,	0,	14,0	0
Zogoré	0,	0,	0,	0,	0,	0,	26,0	0,	19,1	20,6	0,	38,7	104,4	1
Namissiguima	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	6,6	15,5	106,0	128,1	1
Tangaye	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	4,5	57,0	61,5	0
Kaïn	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	86,5	86,5	0
Oula	0,	0,	0	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	118,7	118,7	1
Baraboulé	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	12,0	12,0	0
Djibo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	204,8	204,8	1
Tongomayél	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	133,7	133,7	1
Total	45,5	0,	763,9	582,4	1116,1	1492,7	2373,7	1306,9	1830,9	1152,0	1935,4	5005,0	17604,5	100
Pourcent du Total	0	0	4	3	6	8	13	7	10	7	11	28	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU B.35b

VENTES DE L'OFNACER PAR MOIS ET PAR CENTRE DE VENTE

ORD: YATENGA
CDG: OUAHIGOUYA, 1983-84
(tonnes)

Centres de Vente	oct.	nov.	déc.	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	Total	Pourcent du Total
Mag. Central (Ouahigouya)	167,0	178,1	187,7	301,0	97,8	180,7	140,8	204,5	437,2	97,7	775,2	280,1	3047,7	28
C.V. Marché Ouahigouya	22,9	6,8	24,2	76,8	198,0	214,6	110,6	315,2	338,4	171,2	359,6	359,9	2198,2	20
Titao	20,0	20,8	93,1	37,7	73,3	49,6	95,9	98,2	89,2	102,8	132,0	323,3	1135,8	10
Tiou	25,5	5,2	14,2	23,6	51,0	22,6	62,2	85,7	99,6	89,1	154,6	117,8	751,0	7
Ban	,5	1,7	,5	3,3	0,	0,	1,7	6,3	23,7	18,6	58,1	20,7	135,1	1
Séguénéga	45,0	55,7	19,3	4,7	60,9	49,8	62,5	81,4	125,8	65,2	184,6	79,9	832,7	8
Gourcy	18,6	2,5	0,	,2	19,7	44,5	63,2	32,6	63,1	115,4	196,0	138,0	693,7	6
Koumbri	19,7	1,9	2,4	0,	1,0	1,5	22,5	0,	37,1	43,1	75,6	85,8	290,7	3
Solé	3,2	0,	2,5	,4	0,	0,	1,0	0,	14,7	18,7	0,	6,8	47,3	0
Ouindigui	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	13,2	0,	0,	0,	0,	13,2	0
Kossouka	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0	,5	0,	0,	0,	0,	,5	0
Ingané	3,2	1,3	1,3	1,6	0,	0,	1,3	2,0	0,	0,	0,	0,	10,7	0
Kalsaka	23,3	16,3	1,3	0,	0,	0,	0,	28,0	42,5	52,8	19,8	59,3	243,2	2
Zogore	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	16,3	36,3	27,1	25,4	3,9	109,0	1
Namissiguima	0,	0,	0,	4,0	4,5	0,	27,7	17,5	38,1	5,6	50,1	,6	148,1	1
Tangaye	0,	,5	1,3	0,	0,	0,	0,	24,5	9,8	0,	18,3	53,0	107,4	1
Kaïn	0,	0,	0,	15,5	0,	0,	0,	6,5	0,	10,8	0,	14,9	47,8	0
Oula	0,	0,	0,	0,	0,	0,	24,4	0,	70,9	2,4	0,	0,	97,6	1
Tougou	0,	0,	,2	0,	0,	0,	0,	0,	13,0	14,1	0,	0,	27,3	0
Kalo	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	35,5	0,	0,	0,	35,5	0
Baraboulé	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0
Djibo	0,	119,3	19,5	0,	2,9	0,	0,	0,	0,	246,0	363,5	289,7	1041,0	9
Tongomayél	0,	18,8	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	0,	18,8	0
Total	346,6	428,9	367,4	468,8	509,1	563,3	613,8	932,5	1474,9	1080,5	2412,7	1833,7	11032,1	100
Pourcent du Total	3	4	3	4	5	5	6	8	13	10	22	17	100	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

ANNEXE C

RECONNAISSANCE RAPIDE
METHODE ET QUESTIONNAIRES

UNE METHODE DE RECONNAISSANCE RAPIDE VISANT A ETUDIER LES MARCHES AGRICOLES DANS LES PAYS MOINS AVANCES

C.1 INTRODUCTION

Depuis les années 50 les économistes ont axé leurs efforts sur l'étude des marchés et des systèmes de commercialisation alimentaire dans les pays en développement. Les efforts dans ces pays se sont accélérés dans les années 70 et au début des années 80 à mesure qu'il est devenu évident qu'une hausse de production ne suffirait pas à atténuer le problème de la faim. Cela a encouragé les recherches sur les facteurs qui influencent la distribution alimentaire tels que les politiques de prix et les infrastructures de transport et de commercialisation. Les recherches sur les systèmes de commercialisation se sont traduites par des recommandations concernant des programmes d'amélioration des marchés. Ni les recherches ni les recommandations concomitantes n'ont cependant exercé d'effet sensible sur les programmes d'amélioration des marchés ni sur l'élaboration de politiques nationales relatives aux marchés.

Ce manque d'interaction entre les recherches et l'action concrète s'explique par plusieurs raisons. La première est politique. Les recommandations qui ne correspondent pas aux objectifs politiques et aux idéaux officiels d'un gouvernement particulier n'ont guère de chances d'être intégrées dans sa politique. De même, si elles ne sont pas acceptables par les acteurs du marché, leur application sera difficile et coûteuse, avec peu de chances de succès.

Les autres explications de la faible concrétisation des recommandations des recherches dans la politique officielle peuvent être liées à des facteurs maîtrisables par les chercheurs, tels que la participation des acteurs du système à la conception des améliorations, à l'échelonnement des résultats et à la mise en oeuvre des conclusions et des recommandations stratégiques. Ces facteurs sont liés, en partie du moins, aux méthodes généralement employées pour étudier les systèmes de commercialisation. Le présent document propose une méthode de recherche sur la commercialisation visant à résoudre certains de ces problèmes -- la reconnaissance rapide (RR).

La plupart des recherches sur les marchés dans les pays moins avancés (PMA) s'inscrivent dans un effort général de recherche visant à résoudre le

problème "Comment nourrir ces populations plus efficacement?". Dans le cadre de cet effort, les chercheurs en matière de production ont appris que les améliorations technologiques fondées sur les résultats des stations de recherche étaient rarement adoptées. Pourquoi? Parce que l'aptitude à adopter des innovations dépendait de certaines conditions socio-économiques. La station de recherche n'était pas affectée par ces conditions. Par conséquent, elles n'étaient pas intégrées dans les recherches, à moins que le chercheur ne fasse l'effort de s'adresser aux utilisateurs, les exploitants agricoles, pour comprendre les contraintes non agricoles, définir des moyens de les surmonter et mettre en oeuvre les nouvelles stratégies.

La situation analogue en ce qui concerne les recherches sur les systèmes de commercialisation a trait aux recommandations sur les moyens d'augmenter la concurrence, recommandations qui découlent de l'analyse fondée sur les théories de la concurrence parfaite. Ces recommandations prennent rarement en compte les participants du système: les producteurs, les consommateurs, les divers commerçants et le gouvernement -- les gens qui devront adopter les nouvelles "améliorations" et pour qui elles devraient normalement être conçues.

Vues sous cet angle, les solutions au problème de l'alimentation plus efficace de la population résident dans des recherches explicitement orientées vers les questions suivantes:[1]

1. Comment fonctionne le système du point de vue de chaque type de participant?

2. Quels problèmes sont perçus par chaque type de participant?

3. Quelles améliorations (changements) souhaitent les participants?

4. Quelles sont les obstacles à ces améliorations?

Les données collectées en réponse à ces questions peuvent être analysées pour décrire et évaluer le système de commercialisation existant et élaborer des propositions d'améliorations.

---

[1] Un système de concurrence parfaite est une bonne référence. Les différents participants suggéreront assurément des modifications qui améliorent la concurrence.

La reconnaissance rapide est une méthode visant à répondre systématiquement à ces questions. La méthode présente quatre caractéristiques principales:

1. Elle recueille des données sur les perceptions des participants du système sur le fonctionnement du système et leur place relative dans le système. Des données sont sollicitées auprès de tous les types de participants.

2. Elle essaie de couvrir une vaste zone géographique relativement vite; elle est donc comparativement bon marché.

3. Les données tirées de chaque série de questions sont analysées avant de passer à la série suivante.

4. Des séries successives sont utilisées pour recueillir des types d'informations de plus en plus délicates.

L'utilisation des techniques de reconnaissance rapide a été mise au point dans le cadre de l'approche de recherche sur les systèmes d'exploitation agricole. Elle a été élaborée en réponse à la faible application des résultats de la recherche sur la gestion agricole pour mettre en place des programmes d'amélioration de la production (voir Collinson 1979). Pour les systèmes de commercialisation comme pour les systèmes de production, la RR est un outil de diagnostic qui peut être utilisé seul mais qui donne les meilleurs résultats en conjonction avec d'autres outils analytiques tels que l'analyse des prix et l'étude du processus de prise de décision par les exploitants à l'égard du marché.

Afin de résoudre quelques uns de ces problèmes, le présent document propose de suivre une approche de reconnaissance rapide pour la recherche sur la commercialisation. Il commence par une comparaison des résultats de différentes méthodologies généralement employées pour évaluer des systèmes de commercialisation. Cela montre que l'approche de la RR donne des résultats beaucoup plus utiles pour recommander des mesures d'amélioration spécifiques que les approches plus traditionnelles. Le document enchaîne avec une discussion plus détaillée de la technique de la RR, y compris une explication de chaque étape suivie. Les liens avec les autres outils d'évaluation du système de commercialisation sont examinés. C'est l'approche que nous avons suivie pour la méthode de reconnaissance rapide de la recherche sur la commercialisation des céréales au Burkina Faso. Des informations spécifiques sur les régions, les marchés et les informants contactés, ainsi que les diverses étapes de notre recherche RR sont

présentées dans l'introduction au Volume II, Rapports régionaux, rapports de reconnaissance rapide.

C.2 CADRE GENERAL

La recherche sur les systèmes de commercialisation est généralement axée sur la question: "Les marchés sont-ils concurrentiels?" Les méthodes utilisées pour répondre à cette question entrent dans deux catégories: (1) questionnaires intensifs avec collecte de données extensive; et (2) collecte rapide des données. Les résultats comprennent deux types d'analyse: (1) analyse descriptive de la concurrence des marchés basée sur les données recueillies à partir d'entretiens avec les participants du marché; et (2) analyse statistique des séries de prix au marché pour évaluer le degré d'intégration du marché. Les recommandations d'amélioration portent donc sur les moyens de rendre le système plus compétitif. Dans cette section, nous envisageons les questions posées et les méthodes utilisées pour y répondre afin d'identifier les domaines dans lesquels une autre méthodologie devrait apporter une amélioration.

L'importance accordée à la question de la compétitivité d'un système de commercialisation repose sur la théorie économique néoclassique, qui conclut qu'un système parfaitement concurrentiel permet la distribution la plus rationnelle des ressources. Le paradigme structure - comportement-performance (SCP) est l'élaboration de cette théorie appliquée spécifiquement aux entreprises et aux marchés. C'est le cadre d'analyse employé le plus souvent par les économiques néoclassiques pour analyser comment un marché ou un système de commercialisation fonctionne. Le SCP établit des liens de cause à effet entre la structure et le comportement du marché, d'une part, et entre le comportement et la performance du marché, d'autre part.[2]

Qu'elles soient longues et intensives ou rapides, les méthodologies le plus souvent utilisées pour étudier les marchés répondent aux besoins de données de l'analyse dans le cadre de ce paradigme. On collecte des données sur les nombres et les types de participants au marché et leur influence relative sur les prix, les ratios de concentration, les associations

---

[2] Pour un examen détaillé de ce paradigme, voir Scherer, 1980.

commerciales, les différences entre les services des entreprises individuelles (crédit, taille de la mesure) et les mécanismes de coordination verticale. Les séries de prix, les marges bénéficiaires et les coûts sont utilisés pour évaluer la performance du marché.

En évaluant la structure, le comportement et la performance d'un système de commercialisation, le chercheur oriente habituellement ses efforts sur l'évaluation de sa compétitivité relative. Il procède en déterminant en quoi les conditions du système en place diffèrent des conditions du système idéal -- en identifiant les imperfections du marché. Les recommandations d'amélioration portent généralement sur les moyens de transformer le système en un système plus proche de la concurrence parfaite. Cette méthode est bien adaptée pour évaluer la compétitivité -- mais est-ce la question la plus importante que la recherche essaie de résoudre?

Les recommandations qui en découlent sont tirées d'un ensemble de solutions générales aux problèmes de commercialisation: améliorer les mouvements d'information (relever et communiquer les prix), améliorer les possibilités de crédit, instituer des normes et des mesures uniformes, améliorer les routes, investir dans l'infrastructure de commercialisation et reconnaître l'importance des intermédiaires (faire appel au secteur privé). On observe généralement un manque d'ajustement des recommandations aux problèmes spécifiques des différentes régions et l'insuffisance de classement des suggestions par ordre de priorité. Et, point non moins important, des plans spécifiques sur la manière d'appliquer les recommandations sont généralement inclus avec une discussion des problèmes d'application éventuels.[3] Cela peut tenir au fait que les chercheurs formulent les recommandations sans être véritablement concernés. Lorsque les participants du système offrent leurs propres évaluation et recommandations, ils peuvent les adapter à leur situation particulière.

La force de l'approche traditionnelle réside en grande partie dans la confiance que les autres chercheurs et responsables officiels accordent aux

---

[3] L'une des raisons pour lesquelles les résultats de recherche sont trop généraux et les recommandations difficiles à appliquer est que la recherche est considérée comme un projet en soi, et non comme un volet d'un projet plus important qui exerce une influence sur l'élaboration et la mise en oeuvre de toute politique. Le chercheur devrait essayer de définir les moyens d'améliorer ou de modifier le système de commercialisation, non pas de déterminer si le système est compétitif ou comment il fonctionne.

nombres (ce que nous aimons appeler des faits indiscutables). Nous supposons implicitement que cette optique du système de commercialisation est moins faussée et par conséquent plus authentique que la perception des participants individuels du marché. Elle suppose également que les recommandations d'amélioration formulées par les chercheurs sont plus valides que celles des participants du marché.

Ces chercheurs, cependant, ne participent pas au système de commercialisation. Leurs idées sur les problèmes les plus importants ou la meilleure façon de les résoudre peuvent être entièrement différentes de celles des participants. Les résultats de ces méthodes de recherche traditionnelles sont alors utilisés pour concevoir les programmes d'amélioration. Par conséquent, les recommandations proviennent de l'extérieur du système de commercialisation proprement dit. Cela peut expliquer en partie pourquoi ces programmes d'amélioration ne fonctionnent pas.

La méthode de reconnaissance rapide est fondée sur l'hypothèse que les participants connaissent le système et sont les mieux placés pour expliquer comment il fonctionne et offrir des suggestions d'amélioration. Cette méthode cherche à décrire le système de commercialisation du point de vue des différents participants. Naturellement, chaque groupe de participants a une idée différente de ce que "mieux" signifie, et de la manière d'améliorer les choses. Le chercheur doit intégrer ces différents points de vue et les utiliser pour aider à formuler des recommandations. Cette approche ne modifie pas les données économiques du problème, mais plus exactement le contexte dans lequel ces problèmes sont définis et les solutions élaborées.

Dans la situation idéale, le chercheur aurait un volet dans lequel les acteurs du marché seraient consultés pour aider à formuler des recommandations. Le chercheur jouerait ensuite le rôle d'animateur plutôt que celui d'expert.

C.3 LA RECONNAISSANCE RAPIDE (RR)

Le regain d'intérêt manifesté au cours des dernières années pour les techniques de RR afin de se faire une idée des problèmes des pays en développement est lié dans une grande mesure à la faible satisfaction donnée par les méthodes intensives/rigoureuses suivies par les universitaires et

par les évaluations superficielles normalement employées par les organismes bailleurs de fonds et les institutions nationales pour concevoir les projets de développement. Comme on le mentionne dans la section précédente au sujet de la recherche sur la commercialisation, les méthodes intensives/rigoureuses comportent souvent la collecte de vastes quantités d'informations sur une base hebdomadaire ou bimensuelle pendant une année agricole et/ou la coordination d'une enquête de base avec un grand échantillon. Ces approches absorbent beaucoup de temps et de ressources, et elles ne sont pas à l'abri des erreurs. Les missions d'évaluation rapide qui ont été qualifiées de "saupoudrage" ou de tourisme du développement rural par Robert Chambers (1979) ne suivent souvent aucune méthode explicite et sont donc particulièrement sensibles aux préjugés et aux aptitudes de ceux qui recueillent les informations. La RR peut être caractérisée comme un effort en vue d'incorporer et de systématiser la meilleure des approches d'évaluation rapide. Diverses techniques de RR ont été employées comme volet de la recherche sur les systèmes d'exploitation (RSE).

L'horizon à court terme et les faibles ressources requises par la RR sont bien adaptées à la phase initiale de diagnostic/description et de conception de la RSE qui a pour objectif de générer des hypothèses sur les possibilités d'amélioration des systèmes de production. La RR fournit un mécanisme de supervision des systèmes d'exploitation dans une région donnée qui permet également de se concentrer rapidement sur les interventions ou les méthodes de recherche les plus encourageantes qui semblent répondre le mieux aux contraintes perçues par les familles agricoles. Les résultats constituent le début du processus de recherche dans le cas de la RSE -- à savoir, un aperçu des systèmes d'exploitation à aider, avec des propositions spécifiques portant sur des efforts de recherche et de développement dans la région. La validité de ces propositions fait ensuite l'objet de recherches sur le terrain et statistiques supplémentaires.

Pour les systèmes de commercialisation, la RR peut fournir un mécanisme similaire pour interroger les différents participants dans une grande région de manière à obtenir une idée générale du mode de fonctionnement du système, des obstacles aux améliorations et des domaines dans lesquels une intervention s'impose. Comme dans le cas de la RSE, elle peut être utilisée pour sélectionner des domaines particuliers d'étude plus approfondie. Elle entame en outre l'important processus d'identification des informants

essentiels, c'est-à-dire les commerçants, les transporteurs, les exploitants, dans les domaines qui ne font pas l'objet d'une étude intensive, qui souhaitent et peuvent aborder les aspects plus délicats et compliqués de la commercialisation.[4]

En dépit des efforts de systématisation des procédures, la RR reste plus un art qu'une science. La séquence spécifique d'activités décrite plus en détail dans la section suivante illustre les nombreuses approches de RR. La plupart comprennent les éléments suivants:

1. La première étape devrait être un aperçu du ou des domaines ou systèmes à étudier, y compris l'examen de la documentation disponible, des entretiens avec les autorités et d'autres individus informés, de même qu'éventuellement de brèves visites d'évaluation dans les régions concernées.

2. Sur cette base, il est possible de procéder à une détermination préliminaire: (a) de l'hétérogénéité de la zone/système et des limites correspondantes (zonage/groupement); (b) du niveau des connaissances sur chaque domaine/système; et (c) des ressources nécessaires pour effectuer la RR, lesquelles dépendent dans une grande mesure de (a) et (b). Une zone/système qui semble très homogène et a déjà fait l'objet d'une étude intensive nécessite un traitement moins approfondi que les zones/systèmes hautement différenciés sur lesquels on ne sait pas grand chose.

3. On effectue des visites sur le terrain pour observer les zones/systèmes directement et interroger les exploitants/participants. Cette phase peut comporter ou non la conception et l'administration de questionnaires formels, mais la plupart des approches utilisent au moins un questionnaire rudimentaire. On attache plus d'importance à la localisation des enquêtés qui sont bien informés.

4. Les visites sur le terrain sont normalement effectuées par de petites équipes d'enquêteurs représentant diverses disciplines.

5. Un rapport préliminaire est rédigé immédiatement après les visites sur le terrain à la lumière des résultats des entretiens et des conclusions de la discussion qui a lieu au sein de l'équipe après chaque série d'entretiens.

6. On effectue parfois des visites de suivi sur le terrain lorsque la base de connaissance est particulièrement faible ou si les résultats des visites initiales semblent contradictoires/peu concluants.

---

[4] Ce problème est moins important lorsqu'on étudie les systèmes de production. Dans ce processus, on interroge relativement peu d'"informants essentiels", au lieu de ceux qui sont nécessairement typiques ou représentatifs.

Les avantages plus attrayants de la RR comprennent le faible coût et le peu de temps nécessaire par rapport à la recherche rigoureuse traditionnelle. Lorsqu'on utilise des questionnaires, on peut aussi obtenir des "données" qui se prêtent à une tabulation ou à une analyse -- ce qui n'est normalement pas le cas avec les missions d'évaluation rapide typiques. Ses partisans affirment que la RR peut générer 80 pour cent des informations sur une zone/système qui pourraient être obtenues d'une enquête de base formelle. Lorsque des zones/systèmes sont hétérogènes et hautement différenciés, les méthodes des enquêtes de base formelles appliquées à un échantillon suffisamment grand pour être considéré comme même marginalement représentatif peuvent s'avérer prohibitives.

La RR présente également un certain nombre d'inconvénients. Elle a tendance à s'appuyer lourdement sur des informants essentiels s'exprimant mieux, lesquels représentent souvent les membres les plus érudits, puissants et aisés de la communauté. Selon le type d'informations recherchées, cette approche peut produire d'importants biais de la part des enquêtés. On pose souvent aux enquêtés des questions qui mettent en lumière leurs impressions générales sur les ordres de grandeur de la superficie consacrée à certaines cultures ou les effectifs de main-d'oeuvre nécessaires pour diverses activités de production, ce qui produit souvent des réponses fondées sur des impressions. Ces impressions ne constituent pas toujours une bonne approximation de la réalité, ce qui explique que les chercheurs recommandent encore l'utilisation de l'observation directe et des mesures. Dans le cas de la RSE, les impressions préalables sont en fait les informations recherchées. Les perceptions des exploitants sur la nature et l'ampleur des contraintes auxquelles ils sont confrontés sont au moins aussi importantes que les résultats de toute évaluation "objective".

Comme pour la RSE, la méthode proposée pour la RR ne représente pas un substitut complet de la recherche traditionnelle sur la commercialisation. Elle complète les approches traditionnelles de plusieurs façons:

1. La RR fournit un moyen de sélectionner systématiquement les emplacements des études intensives utilisant les approches traditionnelles. Cela n'impose pas de suivre toutes les étapes de la RR mais d'effectuer éventuellement les opérations de définition de zones ou de groupes qui sont examinées plus en détail ci-dessous.

2. L'utilisation de la RR parallèlement avec les méthodes traditionnelles plus intensives fournit une base qui permet de

déterminer la représentativité ou l'applicabilité des résultats des études plus intensives.

3. Comme on l'a déjà mentionné dans les régions qui sont très hétérogènes et où l'état des connaissances est particulièrement déficient, les méthodes de RR peuvent offrir la seule solution pratique à l'obtention d'informations compte tenu des contraintes relatives aux ressources.

4. Les méthodes de RR dépendent lourdement des perceptions des exploitants sur leurs conditions de vie, par opposition aux mesures directes ou objectives de ces conditions qui font souvent l'objet des études intensives. Une comparaison des informations peut être extrêmement utile pour comprendre pourquoi les exploitants font ce qu'ils font et les conséquences de leurs actes.

D'une manière générale, la RR peut se caractériser comme une méthode qui fournit un ensemble supplémentaire d'outils de recherche (bien que certains chercheurs hésitent peut-être à définir ainsi la RR) et qui peut améliorer sensiblement l'efficacité et la qualité de la recherche dans les zones rurales des pays en développement, en particulier si elle est utilisée de façon sélective et non comme moyen de substitution de toutes les autres formes de recherche. La RR présente l'avantage supplémentaire d'ouvrir la voie à des formes de politiques plus axées sur la participation.

C.4 DETAILS SUR LA METHODE DE LA RR

Quels types d'informations la méthode de la RR permet-elle de recueillir? Lorsqu'on envisage quels types d'informations sont adaptés aux méthodes de la RR, nous devons d'abord envisager les objectifs de la recherche sur le système de commercialisation. En termes très simples, l'objectif est de comprendre le système de commercialisation: comment il fonctionne et pourquoi les divers participants font ce qu'ils font. Le but ultime est de déterminer si un programme d'amélioration est nécessaire et, le cas échéant, quels types d'interventions s'imposent et où.

Les types d'informations à recueillir dépendent des questions à poser et des méthodes proposées pour y répondre. Les réponses aux questions suivantes permettraient de comprendre relativement bien le système de commercialisation:

- Comment fonctionne actuellement le système de commercialisation; comment a-t-il évolué dans le temps?

- Qui sont les différents participants?
- Comment interviennent-ils et quels sont leurs rapports?
- Quelles sont les sources d'approvisionnement, les centres de demande, etc. (aspects géographiques du système)?
- Comment les différents participants communiquent-ils et coordonnent-ils leurs activités?
- Quelles sont les contraintes qui pèsent sur le comportement commercial des participants?

Comme nous l'avons déjà mentionné, dans la méthode de RR les informations nécessaires pour répondre à ces questions sont obtenues par itération. A chaque phase, les questions posées, qui deviennent plus sensibles aux passages suivants, sont précisées et souvent formulées à la suite des réponses obtenues lors de l'itération précédente. Les informants essentiels contactés à chaque itération sont triés de ceux contactés lors de l'itération précédente afin de pouvoir établir le rapport et la confiance nécessaires pour obtenir des réponses valides aux questions plus probantes.

Les sujets particuliers à aborder à chaque itération sont énumérés ci-dessous:

1. <u>Première itération</u>: (Le chercheur supervise la collecte des données par l'enquêteur)

   Connaissances courantes sur le système de commercialisation:

   - Nom des types de participants au marché
   - Différents circuits de commercialisation et importance relative
   - Saisonnalité - quels sont les changements de volume par rapport au
   - Lieu - d'où viennent les céréales, où vont-elles et comment cela a-t-il changé au cours des 10 dernières années
   - Procédures de fonctionnement types (PFT) - comment se déroulent les transactions:
     - vente à crédit
     - vente sur commission
     - nature du contrat
     - comment les gens jugent la qualité
     - informations de base sur les unités traditionnelles (unités de vente et écarts)
     - emplacement
   - Modalités de transport et problèmes
   - Modalités de stockage et problèmes
   - Associations commerciales
   - Suggestions visant à améliorer la fonction du système de commercialisation

- Systèmes de marché dans votre région: fonction (zones rurales), fréquence et facilités
- Ethnicité, lieu d'origine pour les types de participants au marché (clan, caste)
- Hiérarchie des lieux de marché, types d'emplacement de marché (zones urbaines)
- Principaux changements des marchés au cours des dernières années
- Eventail des denrées commercialisées par divers types d'intermédiaires.

2. Deuxième itération: (Administrée par le chercheur aux informants essentiels)

Questions explicatives:

- Quelles informations influencent les prix (informations qualitatives pour interpréter les données de prix)
- Associations commerciales - comment fonctionnent-elles
- Politique gouvernementale - quel est son rôle, l'OFNACER, quel devrait être son rôle d'après les informants
- Pour les exploitants agricoles - quand vendent-ils et pourquoi; à qui et pourquoi (c'est le principal objectif des rassemblements villageois).

3. Troisième itération: (Administrée par le chercheur aux informants essentiels)
Etablir une série d'hypothèses sur le fonctionnement du marché (structure, comportement et performance)

- Demander aux gens ce qu'ils en pensent
- Idem pour les améliorations du marché et de la politique gouvernementale
- Préciser et approfondir les problèmes soulevés par les deux premières itérations

Les étapes spécifiques à suivre dans la méthode de RR sont résumées ci-dessous puis font l'objet d'une explication plus détaillée:

1. Définir et grouper les cases de la matrice des unités de recherche.
2. Sélectionner les domaines prioritaires sur lesquels la recherche sera axée.
3. Grouper les cases selon les caractéristiques qui affecteront la méthode de collecte des données employée.
4. Déterminer en général et pour chaque groupe spécifique les informations à obtenir.
5. Déterminer la séquence appropriée des activités.
6. Concevoir les instruments spécifiques permettant de répondre aux questions de la première itération.

7. Sélectionner un échantillon.

8. Analyser les résultats de la première itération.

Pour chaque itération suivante, répéter les étapes 5-7. Les questions sont posées à un sous-groupe des informants essentiels précédents, qui sont sélectionnés en fonction de leur désir de fournir des informations et de l'importance relative des éléments d'information qu'il peuvent fournir par rapport aux éléments recherchés.

1. Définition et groupement

Cette étape a pour objectif de définir les domaines ou les unités sur lesquels la recherche portera. Le résultat devrait être une matrice tridimensionnelle dont les cases représentent une combinaison de:

a. Zones géographiques relativement homogènes, définies par exemple comme:

- excédentaire
- déficitaire
- alternante
- urbaine
- limitrophe

b. Catégories de participants au marché, par exemple:

- producteur
- grossiste
- détaillant
- consommateur

Les catégories doivent être découvertes sur le terrain. Les noms donnés aux différents types d'intermédiaires peuvent représenter des données importantes sur le mode de fonctionnement du système.

c. Produits ou catégories de produits. En général, ils seront déterminés par les besoins de la recherche.

2. Sélection des zones de priorité

Cette étape ramène le domaine de recherche de l'ensemble de la matrice (ci-dessus) à un petit nombre de cases sur lesquelles on concentrera la collecte réelle des données sur le terrain afin d'atteindre les objectifs de recherche dans les délais et les contraintes budgétaires imposés. La sélection doit être basée sur les critères suivants:

- priorités stratégiques;
- état des connaissances actuelles;
- degré de couverture nécessaire pour atteindre les objectifs du projet;
- possibilité de travailler dans différents domaines.

3. Groupement des ressemblances dans les techniques de recherche

Cette étape prend les domaines qui résultent de l'étape 2 et les assemble en groupes qui nécessiteront chacun différentes techniques de recherche (questionnaires, sélection des échantillons, sous-études). Voici certains facteurs de groupement possibles:

- zones urbaines
- régions faiblement peuplées
- centres régionaux
- régions fortement déficitaires
- producteurs
- consommateurs
- commerçants de toutes sortes.

4. Détermination des informations à obtenir

A l'évidence, les informations spécifiques à obtenir dépendent des principales questions et hypothèses de recherche. Il est particulièrement important de s'attacher à réfuter, corroborer ou raffiner les idées courantes sur lesquelles se fondent les choix stratégiques.

Pour chaque type d'informant, nous avons besoin d'établir une liste exhaustive des questions auxquelles nous aimerions apporter une réponse (type d'information que nous voulons recueillir). La liste doit ensuite être décomposée pour séparer les questions plus délicates, lesquelles doivent être réservées pour les itérations suivantes, des questions moins sensibles ou portant sur des informations courantes.

A ce stade, il est important de se souvenir d'obtenir le point de vue de nombreux informants différents sur les mêmes questions. C'est essentiel pour établir une image complète du système de commercialisation et formuler des recommandations utiles.

Ces questions doivent ensuite être intégrées dans un questionnaire directement utilisable par les enquêteurs.

5. Séquence d'activités appropriées

Il est important de coordonner les visites de recherche dans le temps et dans l'espace de manière à perdre le moins de temps possible en déplacements. Notre enquêteur devrait pouvoir parler avec trois ou quatre personnes par jour. Cela signifie qu'une équipe de deux ou trois personnes plus le chercheur peut couvrir une zone en deux à quatre semaines selon sa taille, la fréquence des marchés et les facilités de transport.

Il est essentiel que les enquêteurs s'entretiennent, chaque jour si possible, sur les informations recueillies. Le chercheur doit tenir une

réunion d'information avec eux une fois par semaine environ. Lors de la première itération, une fois que les enquêteurs sont bien formés et comprennent la manière de fonctionner en équipe, il n'est pas nécessaire que le chercheur soit continuellement présent. Les informations de la première itération doivent être bien assimilées et les hypothèses formulées avant de passer aux activités de la deuxième itération.

Dans les grandes zones urbaines, il sera peut-être nécessaire de revenir voir les informants plusieurs fois pour consolider le climat de confiance. En réalisant des entretiens plus brefs lors de la première itération, les questions plus indiscrètes peuvent être réparties sur plusieurs réunions.

Lorsqu'on emploie deux équipes d'enquêteurs pour travailler dans deux régions en même temps, il est à la fois important et utile d'organiser des discussions non structurées sous la direction du chercheur et en présence des enquêteurs. Un débat ouvert sur les informations obtenues permet de mieux connaître et comprendre le système. Ces débats mettent souvent en évidence les biais cachés ou les préjugés des enquêteurs eux-mêmes, ce qui est important pour interpréter leurs résultats et orienter les autres questions.

6. Conception des instruments de collecte des données

Comme nous l'avons mentionné plus haut, les instruments utilisés pour collecter des données spécifiques dépendent du type de données recueillies. Il convient que les enquêteurs testent ces instruments avant de les utiliser en se les administrant mutuellement puis en les administrant à des informants de l'échantillon. Etant donné que nous ne leur accordons aucune valeur statistique, les instruments peuvent et devraient être raffinés à mesure que les données sont recueillies.

7. Sélection d'un échantillon

C'est un domaine où la RR diffère sensiblement des techniques de recherche plus intensives. Le caractère aléatoire est peu important et bien que la représentativité soit souhaitable, le principe qui préside à la sélection de l'échantillon est la nécessité de s'entretenir avec des membres de tous les principaux groupes de participants au marché. Au sein de chaque groupe, il est possible d'obtenir des informations sur l'importance relative (pondération) de chaque type d'enquêté au moyen des entretiens.

De toute évidence, la taille de l'échantillon doit être déterminée par les délais et les contraintes financières ainsi que par l'impératif de représentativité. Du fait que les données ne sont parfois pas numériques, la signification statistique n'est pas une contrainte. Il est cependant important de ne pas commettre l'erreur de sélectionner trop peu d'informants pour obtenir des vues homogènes ou de sélectionner les enquêtés de telle façon qu'on ignore les domaines de forte variation (sexe, ethnicité, richesse, statut social, âge).

8. Analyse

Il est difficile de dire comment effectuer l'analyse. Au terme de la première itération, l'analyse des données produira trois résultats spécifiques:

1. Une liste des informations manquantes dans les entretiens de la première itération;

2. Une série d'hypothèses sur le fonctionnement du système de commercialisation, y compris les facteurs qui expliquent les différences dans l'importance relative des circuits de commercialisation de différentes régions; des explications des axes commerciaux et de la direction des mouvements de marchandises, ainsi que certains éclaircissements sur les principaux problèmes rencontrés par différents participants;

3. Une analyse descriptive du système de commercialisation, une synthèse des rapports rédigés pour chaque région.

C.5 LIENS OPERATIONNELS AVEC LES AUTRES FORMES DE RECHERCHE SUR LE SYSTEME DE COMMERCIALISATION

Comme nous l'avons mentionné plus haut, la RR peut être utilisée seule ou en conjonction avec d'autres méthodes de recherche. Les techniques peuvent être utilisées pour:

1. Choisir les emplacements de site pour les volets plus intensifs d'une étude.

2. Etudier un vaste réseau de commercialisation (pour un ou plusieurs produits), obtenir des données sur la manière dont le système fonctionne, soit comme une fin en soi, soit pour compléter et aider à définir d'autres techniques (telle que l'analyse des prix).

Le nombre d'itérations dépend des délais et des contraintes budgétaires. La première itération peut être extrêmement informative, même si les suivantes ne sont pas possibles.

Dans un programme de recherche où plusieurs études secondaires seront effectuées sur des questions séparées mais connexes, la première itération du volet de RR devrait être effectuée en premier lieu -- pour se faire une idée préliminaire. Les données réunies peuvent ensuite servir à sélectionner les sites plus efficacement pour les études secondaires. Le processus d'entretiens ouverts permet de mettre en évidence des problèmes et des questions qui risquent sinon de n'être découverts qu'après la conception des questionnaires et la sélection des sites.

C.6 CONCLUSION

La raison d'entreprendre la plupart des études sur les systèmes de commercialisation alimentaire dans les pays en développement est le sentiment que le système n'achemine pas les denrées alimentaires aussi efficacement que possible. Dans ce document, nous avons examiné une méthode de recherche, la reconnaissance rapide, qui a pour objectif de diagnostiquer les problèmes d'un système de commercialisation sous sa forme actuelle. Nous avons élaboré cette méthode par besoin d'un outil de diagnostic. Comme nous l'avons expliqué, le paradigme structure - comportement - performance (SCP) est un outil d'évaluation; le diagnostic établi par une analyse de SCP est déduit, il ne fait pas explicitement partie de la recherche. L'objectif de la méthode de reconnaissance rapide décrite ici est de recommander des moyens d'améliorer le système. La nécessité d'une alternative aux méthodes de recherche traditionnelle provient du fait que les recommandations formulées au moyen de l'approche SCP ont donné lieu à peu de mesures concrètes.

L'approche de la RR est destinée à résoudre trois problèmes spécifiques rencontrés avec les méthodes traditionnelles: (1) coût élevé; (2) nécessité de collecter des données pendant une longue période; et (3) pour que les recommandations soient applicables, elles doivent s'appuyer sur les circonstances particulières du système existant et doivent prendre en compte les perceptions et les opinions des participants. Avec la RR, il est possible de recueillir un grand volume d'informations qualitatives à un coût relativement faible, comparativement vite, et les problèmes du système (diagnostic) proviendront directement des données. Enfin, les recommandations peuvent explicitement aborder les préoccupations des

participants du système puisqu'on a explicitement recueilli des données sur leurs perceptions. En fait, on peut effectivement tester ses hypothèses ou ses recommandations auprès des divers participants du système pendant l'une des itérations suivantes. La RR peut également se poursuivre après la phase d'étude initiale afin de rester informé sur le marché.

La RR n'est naturellement pas une panacée. Elle présente plusieurs problèmes qu'il convient de comprendre avant de concevoir un programme de recherche qui l'utilise:

1. Pour être efficace, la RR exige la supervision et la participation intensives d'un chercheur, ce qui peut épuiser le chercheur.

2. Elle nécessite des enquêteurs très bien formés capables de travailler de façon indépendante.

3. Elle n'est pas destinée à recueillir des données chronologiques qui peuvent être analysées, comme des séries de prix ou de coûts.

4. La méthode a besoin d'être raffinée sur les points suivants: comment recueillir des informations sur les mouvements interrégionaux; comment l'utiliser dans les bureaux nationaux de recherche; et comment l'intégrer avec les techniques plus quantitatives.

Idéalement, il est préférable d'utiliser la RR dans les phases initiales d'un projet pour étudier un système de commercialisation. Les informations recueillies lors de la première itération seraient très précieuses pour sélectionner les régions à étudier plus en profondeur. La méthode de la RR est un parfait complément aux méthodes traditionnelles car elle permet de comprendre les problèmes qui entravent l'analyse quantitative.

Nous avons élaboré cette méthode lors de nos recherches sur le terrain au Burkina Faso parce que nous recherchions un moyen de recueillir des informations sur la commercialisation à travers le pays, rapidement et avec un budget très restreint, informations qui nous permettraient de formuler des recommandations qui nous permettraient à leur tour de comprendre les perspectives des divers participants au marché. Nous avons utilisé la technique de la RR pour compléter les autres méthodes plus traditionnelles que nous utilisions.

RR QUESTIONNAIRES

DOSSIER 1er PASSAGE RR A COMPLETER

Introduction: Résumé - synthèse du programme effectué dans la région - date/marché visité, travail effectué, personnes vues.

I. Depouillement d'après la liste des informations generales sur la région à demander. Informations sur la Région - Tableau le plus complet possible: Insister sur autres études effectuées dans la Région et existence de "Mercuriales" (dans quelles conditions ces prix sont-ils relevés?)

- CARTE SURPLUS - DEFICIT. (1)
- BANQUES DE CEREALES - Groupement villageois - Carte et commentaire - Liste des quantités stockées et différenciation des organismes financeurs - Illustrer la zone approvisionnée par chaque banque de céréales. (2)
- CARTE OFNACER: Carte des centres de ventes/achats de l'OFNACER et commentaires. (3)

II. Information-(Photo)-sur les Chaines de Commercialisation - Tableau 2. Représentation des mouvements ou flux de céréales entre les centres commerciaux villageois, locaux, régionaux, urbains de la région.

- CARTE STRUCTURE DES MARCHES. (4)

COMMERCANTS (d'après le depouillement des questionnaires)

III. Tables des Intermédiaires:

Joindre un schéma des chaines ou systèmes importants. Signaler les systèmes particuliers.

Tableau de la distribution par marché du nombre d'intermédiaires à chaque niveau.

IV. Commentaire du III:

Conditions de Transaction - Prix - Transport - Stockage - Accès au marché - Concurrence - Attraction du client - difficultés du commerce.

Inscrivez ici les informations recueillies auprès des informateurs dans l'ordre suivant:

A. Quels prix avez-vous collectés? Quelles informations? Commentaires sur les marges relevées et la différence de prix entre les marchés et les intermédiaires, y compris les prix officiels. (Faire un petit tableau.) Expliquez le processus de formation des prix et l'utilisation des mesures.

B. Quelles informations avez-vous eu sur les coûts de transport. Pour tout agent commercialisant des céréales (y compris organismes officiels ou autres organismes). Utiliser la carte (photocopie de la première) pour montrer le coût pour chaque trajet. Ne pas oublier d'y illustrer l'état des routes en saison sèche/en saison des pluies. Qui contrôlent les transports? CARTE ETAT DES ROUTES - TABLEAU COUTS DE TRANSPORT (5)

C. Les commerçants ont-ils des problèmes de stockage - stockage et différence selon les variétés, les années? Roulement des céréales d'années antérieures, pertes.

D. Accès aux marchés des commerçants - Concurrence ou entente? Comment attire-t-on et garde-t-on le client? Rôle du crédit.

- Importance, influence des éthnies dans le commerce et relations commerciales.

E. Difficultés du commerce - Changements depuis 10 ans - Choses à améliorer. Où trouver du capital. (Banques, commerçants, amis, organismes officiels?)

PRODUCTEURS (d'après depouillement des questionnaires)

V. Processus de décision de vente de céréales par les producteurs. Commentaire sur les principaux facteurs influencant la période de vente, le choix de l'acheteur, etc. Quels sont les autres produits commercialisés par les producteurs. Influence de ces produits sur le commerce des céréales. Si possible, carte des autres produits pouvant être commercialisés dans les différentes régions.

- Appréhension des mesures locales par rapport aux mesures officielles.
- Jugement sur différents agents de commercialisation - commerçant, OFNACER Banques de Céréales, etc.

VI. Commentaires généraux - Impression des Superviseurs RR - Particularités de cette région à suivre lors d'un second passage - Questions qu'il faudrait poser quand on aura gagné une meilleure confiance - Choses à éclaircir lors d'un 2é passage.

Annexes:

- Liste - de toute personne interviewée (entièrement ou non - avec ou sans fiche d'enquête) - Information sur ces informateurs en vue du 2è passage. Niveau de coopération et méfiance? Pourra-t-on voyager avec lui?
- Docments annexes des superviseurs - Fiches d'enquêteurs - Autres ...
- Documents collectés - confiés par informateurs - ORD - OFNACER, etc... (mercuriales, études diverses).

I. INFORMATIONS GENERALES SUR LA REGION

I. VISITES O.R.D. OFFICIELS ETC.

INFORMATIONS SOUHAITEES:

- Population -- (densité) (si possible) éthnies, principaux centres urbains. Mouvements de population. Géographie, cartes locales? (émigration, immigration) - (informations pouvant aussi être obtenues à Ouagadougou.)
- Production:
  - quels produits principaux (cultures de rente, cultures vivrières)
  - Niveaux rendements par rapport années antérieures, suivant les céréales - causes.
  - Quelles régions sont les plus productrices selon les céréales? Zones surplus - Zones déficit. Importance relative du déficit selon les zones.
- Commercialisation:
  - La région est-elle une entité économique au niveau de la commercialisation des céréales? Quel est le niveau d'intégration et de relations commerciales entre les principaux marchés de céréales de la région?
  - Mouvements céréales avec l'extérieur de la région.
  - Rôle des organismes suivants dans la commercialisation.
    * ORD
    * OFNACER
    * Groupements villageois
    * Banques de céréales

    Rôle proportionnel (quantité et politiques menées) joué par chacun d'eux actuellement et au cours des dix (10) dernières années.
  - Existe t-il des études effectuées ou en cours sur la commercialisation des céréales dans la région.
  - Une collecte des prix ou "Mercuriale" est-elle effectuée réguilièrement au niveau de l'ORD ou autre organisme dans les principaux marchés de la région.

    Depuis quand? Quels marchés? Type d'informations recueillies.

ENQUETEUR _____
DATE _____
LIEU D'ENQUETE _____
NOM ENQUETE _____

QUESTIONNAIRE POUR LES CULTIVATEURS VENDANT DES CEREALES

PRODUCTION - VENTES - DONNEES SUR TRANSACTIONS - MOTIVATIONS

1. Pouvez-vous indiquer pour chaque céréales quelles quantités vous avez produites, données, vendues, stockées l'année passée (récoolte 1982-83)?

Céréale	Production 82	Quantité Donnée	Quantité Vendue	Quantité Stockée
Sorgho Blanc				
Sorgho Rouge				
Petit Mil				
Mais				

2. Combien avez-vous vendu, donné, stocké de céréales depuis la dernière récolte (après la récolte 83)?

Céréale	Production 83	Quantité Donnée	Quantité Vendue	Quantité Stockée
Sorgho Blanc				
Sorgho Rouge				
Petit Mil				
Mais				

Combien pouvez-vous vendre encore avant la nouvelle récolte?

3. Pour l'année passée (82-83) (ou bien la dernière année où vous avez vendu des céréales au cas ou vous n'avez rien vendu l'année passée) à qui avez-vous vendu? (Rassembleur, petit commerçant, transporteur, etc.) Avez-vousvendu à plusieurs personnes? Quelles quantités avez-vous vendues avec chacune d'elles? A quelle époque avez-vous vendu et où?

	Type d'acheteur (caracteristique, origine, etc.)	Proportion Vendue	Epoque de Vente	Lieu de Transaction Quelle proximité?
Sorgho Blanc				
Sorgho Rouge				
Petit Mil				
Mais				

4. Pourquoi avez-vous vendu à certains acheteurs et pas à d'autres? Quels avantages? Quels inconvenients? Pourquoi sur certains marchés et pas sur d'autres?

5. Pour quelles raison avez-vous vendu (éventuellement donné) vos céréales à certaine période de l'année, plutôt quà d'autres? Raisons.

Après la Récolte (oct. - Déc. 82)

Jan. - Mars 83

Avril - Juin 83

Avant la Récolte (Juillet - Sept. 83)

6. Quand avez-vous vendu ou pensez-vous vendre pour cette années (après récolte 83). Pourquoi? Ou s'il n'y a pas de ventes cette année ni l'année

dernière, alors lors d'une année normale, quand effectuez-vous vos ventes et pourquoi?

7. Quelles unites du mesure utilisez-vous pour vos ventes? Y-a-t-il eu des changements dans la mesure utilisée depuis les 10 dernières années?

Céréales	Unité de mesure	Changement de mesure et raisons

N'oublier pas de poser des questions supplémentaires dur la connaisssance de l'équivalence en kg. de leurs mesures traditionelles. Pourquoi veulent-ils garder ces mesures?

STOCKAGE - TRANSPORT - COUTS

8. Avez-vous conservé en stockage des céréales de l'année dernière et des récoltes antérieures? En quelles quantités? Que se passe-t-il lors d'une année normale? Pourquoi? Stockage?

9. Les céréales vendues pendant l'année dernière (récolte 82 à récolte 83) provennaient-elles de la récolte 82 ou bien de la récolte antérieure? De quelles années sont-elles? Expliquez la raison du choix de céréales vendues.

10. Est-ce que la plupart de producteurs font le même choix? Cela dépend de quels facteurs durant une année de production normale?

_____

_____

_____

11. Quels sont vos moyens de stockage pour chaque céréale? Quel est le temps de stockage moyen pour chaque céréale? Avantages - inconvenients - problèmes et coûts rencontrés pour ce stockage.

Céréales	Moyen de Stockage	Durée Moyen de stockage	Problème rencontrés Quels sont les coûts

12. Quels moyens de transport utilisez-vous pour apporter vos céréales au marché ou sur les lieux de transaction? Le faites-vous même, avec vos propres moyens de transport, ou qui les transporte? Quel est le coût de ces transports?

Céréales	Qui assure le transport Par quels moyens	Coûts Transports

L'accès à ces moyens de transport est-il facile? Quel est le niveau de l'offre de transport au niveau local? Les propriétaires de ces vehicules peuvent-ils exercer sur les utilisateurs des pressions? Concurrence entre les transporteurs.

CONDITIONS DE COMMERCIALISATION

13. Avez-vous déjà vendu "en herbe", ou reçu des avances sur la vente? Est-ce une pratique courante dans la région et dans les dix dernières années? Cela se faisait-il? Expliquer ces arrangements et les raisons d'une telle pratique.

14. Y-a-t-il un groupement villageois dans votre village/zone/ou région? En êtes vous membre? Ont-ils une banque de céréales? Vous en servez-vous? Si non, pourquoi pas. Si oui, expliquer. Vendez-vous ou achetez à l'OFNACER? Pourquoi?

15. Est-ce que votre village (ou régiou) est auto suffisant en céréales? Si non, quelles sont les cultures principales achetées à des périodes partculières de l'année? Dans quels marchés? Que faites-vous vous même?

Saison	Céréales achetées (Niveau de quantité)	Marchés lieu d'achat
Hivernage (Juil.-sept.)		
Récolte (Oct.-Déc.)		
Saison sèche (Jan.-Juin)		

16. Quels sont les facteurs principaux qui influencent vos achats ou ventes des céréales, outre les besoins de consommation - importance du prix d'achat, nombre d'acheteurs ou vendeurs, problèmes de transport, de stockage, etc... Rôle des activités annexes.

QUESTIONNAIRE POUR LE 1er PASSAGE DE L'ETUDE DES MARCHES RR

1. Enquêteur _____
2. Date _____
3. Lieu d'enquête _____
4. Type d'intermédiaire dans la commercialisation. _____

QUESTIONS GENERALES - MARCHES DES CEREALES DANS LA REGION

5a. Quels sont les principaux marchés dans la région en ce qui concerne la commercialisation des céréales et quels sont les marchés secondaires? Indiquer les par ordre d'importance. Quelle distance entre eux et sont-ils pratiquables en toute saison?

_____

_____

_____

5b. Comment et à quoi se délimite la zone d'influence de chaque marché cité plus haut? La zone d'influence est la zone à l'intérieur de laquelle un marché principal a des relations avec les marchés secondaires et les villages avoisinnants.

Marché Principal Zone d'influence (Marchés secondaires)

_____

_____

_____

5c. Entre les principaux marchés cités dans la région dans son ensemble, y-a-t-il des relations importantes entre ces marchés à l'intérieur de la région ou bien les commerçants opérant sur un marché et sa zone d'influence n'opèrent pas sur les autres marchés principaux? Sont-ils des marchés indépendants?

_____

_____

_____

6. Quelles sont les céréales qui font l'objet de plus de commerce dans les marchés principaux et leur zone d'influence?

Citer ces céréales par ordre d'importance. Peut-on donner un ordre d'idée. Sur ces 10 sacs de céréales commercialisés, combien de sorgho blanc, etc.?

Répéter cet exercice pour chaque marché principal.

Ordre des céréales:	Sur 10 sacs combien pour chaque type de Céréales?

7. Pour chaque céréale, peut-on citer et classer les marchés principaux et les marchés secondaires par ordre d'importance? Cet ordre d'importance change-t-il pour les différentes saisons? Si oui, indiquer le nouveau classement des marchés pour chaque céréale à chaque saison.

Céréales Marchés	SAISON			
	Automne/Récolte	Jan./Mars	Avril/Juin	Juillet/Sept.

8. Pour chaque céréale, quelle est la part des céréales commercialisées dans le total des céréales produites dans la région ou dans la zone de ce marché?

Quelle est la part de ces céréales commercialisées qui est acheminée à l'extérieur de la région ou de la zone de marché? Pouvez-vous donner une approximation? Vers quelle direction ces céréales vont-elles?

Céréale	Sur 100 sacs produits combien commercialisés année normale?	Sur 10 sacs commercialisés quelle consommation locale?	Principale destination des céréales partant de la zone du marché ou de la région. Importance relative de chaque direction prise.

INFORMATIONS SUR LES CHAINES DE COMMERCIALISATION DES CEREALES, TYPE D'INTERMEDIAIRES, TRANSACTION, ETC.

9. Quels sont les principaux niveaux d'intermédiaires qui se chargent de la commercialisation des céréales dans la région ou dans la zone d'influence du marché?

En prenant les systèmes de commercialisation les plus courants dans cette région, décrire les différents niveaux d'intermédiaires et leur fonction dans cette chaine de commerce. Peut-on donner une idée du nombre d'intermédiaires existant à chaque étape de la commercialisation dans la région ou sur le marché principal?

Système de commercialisation courant Chaine d'intermédiaires Noms locaux	Fonction	Nombre approximatif sur le marché ou région

Ce système de commercialisation a t-il changé au cours des 10 dernières années? N'y-a-t-il pas de changement de ce système selon la saison, la localité, le niveau de production? Décrire les chaines commerciales particulières.

10. Rôle de l'informateur dans le système de commercialisation local, activité principales, point de base, type de céréales commercialisées.

11. Si l'on prend chaque niveau d'intermédiaire un à un (producteur, agent, rassembleur, commerçant, etc.), quels sont leurs points de base, leur activités annexes?

- Pratiquent-ils le commerce à plein temps ou comme activité minoritaire? Viennent-ils de l'exterieur, proviennent-ils ou font-ils partie d'une ethnie, d'une origine ou d'un groupe spécifique? Quels sont les groupes ethniques les

plus importants à chaque niveau d'intermédiaire? Prendre chaque type d'intermédiaire de la chaine un à un.

Type d'intermédiaire	Point de base. Activités annexes. Temps consacré au commerce	Ethnie

12. A chaque niveau, quelle est la zone ou le rayon d'activité de chaque intermédiaire, quels sont les liens commerciaux entre eux et les autres intermédiaires. Point de transaction. Cela diffère-t-il selon les céréales?

Intermédiaire	Rayon d'activité Point de transaction Niveau des liens avec autres intermédiaires

13. Pour chaque niveau d'intermédiaire donner un ordre de grandeur du niveau de céréales commercialisées dans une année normale, le type de mesure utilisée (à l'achat et à la vente) (louche, aissette, tine, etc.).

Quels sont les termes de transaction habituels; et y-a-t-il des ristournes, à quel niveau les céréales sont-elles payées cash ou à credit?

Si ces termes de transaction sont différents pour les diverses céréales, noter les par céréale. Noter aussi si les critères spéciaux de qualité par céréale modifient les conditions de transaction dans une année normale (intermédiaire).

Céréale	Type d'intermédiaire	Niveau de quantité commercialisée dans l'année	Type de mesure	Caractéristiques de la transaction, cash crédit, ristourne?

Les mesures utilisées peuvent-elles être comparées et jugées en fonction des mesures oficielles? Connaissent-ils l'équivalence en kg. de leurs mesures?

14. Transport: Décrire les systèmes de transport pour chaque composante des chaines de commercialisation qui implique un déplacement de céréales. Est-ce que les intermédiaires possèdent habituellement leur propre moyen de transport? Moyens et coûts de transport.

Intermédiaire	Moyens de transport/Propre ou loué?	Coûts	Problèmes

15. Stockage: Pour chaque céréale et pour chaque intermédiaire, indiquer quelles sont les périodes habituelles d'achat et de vente; quelle est la durée du stockage effectuée par chaque intermédiaire, par quels moyens de stockage et demander quels sont les problèmes posés par ce stockage.

Céréale	Intermédiaires	Période, époque d'achat et de vente	Durée habituelle du stockage	Quels moyens de stockage et problèmes posés

16. Connaissance des conditions du marché:

Les différents intermédiaires, (producteurs, petits commerçants, etc.) sont-ils au courant des conditions sur les marchés? Quels prix, quantités de céréales offertes, prix de transport, possibilité de ristourne, crédit, etc.?

Si oui, comment obtiennent-ils ces informations et jusqu'à quelle "distance" (des marchés) peuvent-ils connaitre ces informations.

17. Association des commerçants:

Y-a-t-il des associations actives ou inactives de divers types d'intermédiaires ou producteurs dans cette région? Donner des noms d'associations, noms des "responsables" eventuellement, leur fonction, nombre et nature des membres. Quelles sont les conditions d'adhésion? Inclure les associations qui ne sont plus actives et les raisons pour laquelles elles ne le sont plus. Décrire ci-dessous.

DIFFICULTES ET PROBLEMES DU COMMERCE

18. Comment débute-t-on comme commerçant? Quelles sont les difficultés majeures?

19. Quels sont les problèmes majeurs que rencontrent les commerçants et les systèmes de commercialisation céréalière dans cette région? Concurrence et attraction du client.

20. Quel genre d'améliorations faut-il dans le système de commercialisation des céréales?

21. Y-a-t-il eu de changements pendant les dix dernières années?

22. Y-a-t-il de commerçants en faillite? Si oui ou non, pourquoi?

23. Que faut-il à un commerçant pour réussir? Quels sont les commerçants opérant dans cette région qui ont réussi?

24. Avez-vous des questions à nous poser pour notre retour eventuellement recommendation ou conseils?

FICHE: 2° PASSAGE RR-

RELEVE DES INFORMATIONS SUR LES CHAINES DE COMMERCIALISATION
DE CEREALES SUIVES PAR LES ENQUETEURS (Poids - prix dans les transactions observées)

Date observation	Point de Production			Marché Régional		Marché National		Vente Finale
Nom observateur	Village (Producteur)	Poids Prix	Marché Intermédiaire	Poids Prix	Intermédiaire	Date Observation	Intermédiaire Poids - Prix	Intermédiaire, consommateur

SUIVI CHAINES: FICHE INTERMEDIAIRE: 2° passage RR - pour chaque personne interrogée dans le cadre d'une chaine de commercialisation de céréales selectionnée.

DATE:

- Remplir pour chaque intermédiaire intervenant dans les chaines que vous avons choisi de suivre.

- Indiquer sur cette fiche le numero de la chaine ou cette personne intervient.

No. CHAINE

FONCTION DE CETTE PERSONNE AU SEIN DE LA CHAINE

RENSEIGNEMENTS SUR LA PERSONNE (dans la mesure du possible)

- NOM
- ORIGINE (très important)
- HISTORIQUE DE CES ACTIVITES DE COMMERCIALISATION. Comment est-il venu au commerce?

o AGE APPROXIMATIF

o ETHNIE

o BASE ACTUELLE

RENSEIGNEMENTS SUR SES ACTIVITES COMMERCIALES:

SAISONS	NOV-DEC-JANV	FEV-MARS-AVRIL	MAI-JUIN-JUIL	AOUT-SEPT-OCT	TOTAL/AN
Petit Mil					
Sorgho Blanc					
Sorgho Rouge & Mais					
Autres Produits					

Indiquer à chaque fois pour l'achat et pour la vente la mesure et le prix pratique pour cette mesure.

II. PHOTO DE CHAINE DE COMMERCIALISATION - PRINCIPAUX MOUVEMENTS		NOM DE LA REGION
MARCHES SECONDAIRES CORRESPONDANTS Moyens de transport	PRINCIPAUX MARCHES Moyens de transport	PRINCIPALES DESTINATIONS CEREALES
NOMS DES MARCHES - DISTANCE - ACCESSIBILITE PAR ORDRE D'IMPORTANCE Importance de chaque culture sur chaque marché 1) 2) 3) 4)	NOM DU MARCHE - importance des céréales différentes - Liens avec autres "principaux Marchés" 1) 2) 3)	PAR CULTURE PRINCIPALE A) Sorgho Blanc (importance des destinations) - consommation locale - principale destination B) Sorgho Rouge C) Petit Mil D) Mais

- Quels sont les produits qui vous rapportent le plus? Variations des profits?

- Quelles sont les mesures qui rapportent le plus? Achat et vente.

- Quelle sont les saisons qui rapportent le plus?

- Quelles strategies de stockage rapportent le plus?

- Quels sont les lieux d'achat qui rapportent le plus? Les plus accessibles? Les moins accessibles? Quels fournisseurs font-ils faire les meilleures affaires? Les écarts de benefice entre les lieux et personnes sont-ils grands? Quels écarts de quantité vendue par chaque fournisseur? (Quantité moyenne?)

- Quels sont les lieux de vente, les clients qui rapportent le plus? Y-a-t-il beaucoup d'écart entre eux - vos clients connaissent-ils vos conditions d'achat?

- En quoi le choix des mesures, du stockage, des lieux d'achat et fournisseurs des lieux de vente et clients changent-ils en cas de
  - très bonne recolte?
  - très mauvaise recolte?

III. TABLE DES INTERMEDIAIRES NOM DU MARCHE OU DE LA REGION

NIVEAU D'INTERMEDIAIRE PAR ORDRE CROISSANT PRODUCTEUR CONSOMMATEUR	ROLE FONCTION (nombre approximatif sur le marché)	ACTIVITES POINTS DE	ANNEXES BASE	ORIGINE ETHNIE	ZONE D'ACTIVITE LIENS AVEC AUTRES INTERMEDIAIRES CEREALES	NIVEAU DE QUANTITES CEREALES COMMERCIALISEES/	MESURE UTILISEE	TERME DE TRANSACTION/ CEREALES	TYPE DE TRANSPORT/ COUTS	EPOQUE ACHAT/ VENTE TYPE ET LONGUEUR DU STOCKAGE	CONNAISSANCE DES PRIX ET CONDITIONS DES AUTRES MARCHES	NIVEAU DES PRIX				ASSOCIATIONS ENTENTE GROUPES COMMERCE	PROBLEMES AMELIORATIONS SOUHAITEES QUALITES DU COMMERCANT
												ACHAT		VENTE			
												SAC	ASSIETTE	SAC	ASSIETTE		
NIVEAU 1 Personnes interrogées (NOMS) (LIEU D'ENQUETE)																	

CONDITIONS DE SUCCES DANS VOS ACTIVITES COMMERCIALES
RELATIONS AVEC INTERMEDIAIRES

- Comment vous informez-vous des prix et quantités disponibles? Sur les lieux d'achat? Sur les lieux de vente?

Les prix varient-ils beaucoup d'un marché à l'autre? Entre différents producteurs les prix pratiqués dans un endroit influencent-ils les prix dans un autre endroit proche? Pourquoi?

- Y-a-t-il une concurrence autour de vous? Où, quand? Comment? Pour acheter? Pour vendre? Ou bien y-a-t-il un accord, meme tacite, entre les gens remplissant la même fonction commerciale?

Offrez-vous les memes services, les mêmes conditions d'achat et vente dans la région?

Les écarts d'un agent à l'autre (ou commerçant) sont-ils importants? Dans quelles conditions? Y-a-t-il une concentration des achats ou des ventes locales de céréales par l'un d'entre vous? Concurrence de l'OFNACER, des Banques de Céréales?

- Quelles sont vos relations avec les fournisseurs à qui vous achetez? Sont-ils des fournisseurs reguliers? Ou occasionnels? Comment conserver les fournisseurs? Comment en attirer d'autres? Pensez-vous que ces fournisseurs soient informés des prix, des mesures, des quantités, que l'on trouve ailleurs?

- Quels sont vos liens et conditions avec vos clients? Sont-ils des acheteurs reguliers? Occasionnels? Comment les conserver? En attirer d'autres?

COUTS DE COMMERCIALISATION

TRANSPORTS - DEPLACEMENTS

coût par sac	Location de vehicule	Propriété d'un Vehicule
	coût de location_____	coût véhicule_____
	essence_____	& de vie_____
	chauffeur_____	essence_____
	tonnage du véhicule_____	entretien_____
	autre gains avec_____	chauffeur_____
	ce véhicule_____	

MAIN D'OEUVRE - AIDE

Employés____ Nombre____ Paiement_____ "Petit frères" aides:___

intermédiaires locaux (commission, cadeaux...)
(s'assurer que la commission n'a pas été incleé dans le prix du sac à l'achat, si indiqué)

EMBALLAGE - STOCKAGE - COMMERCE

Payez-vous les sacs vides? Combien?
Quel coût pour le stockage par sac votre propre magasin
location par mois ou année
Coûts pour les pertes combien de sacs?
Coûts pour la patente prix de la place au Marché

CAPITAL

Intérêts sur emprunts? (pour le commerce des Céréales)

Pertes pour non Remboursement des crédit octroyés aux fournisseurs ou clients:
sacs/an évaluation de la somme

DIFFICULTES (Noter les difficultés d'accés au transport, à l'information, à certains marchés, à la main d'oeuvre, les difficultés d'approvisionnement, d'écoulement.)

FORMATION DES PRIX

Si possible, discuter avec l'informateur sur le processes de formation des prise et l'etablissement des marges.

ANNEXE D

METHODOLOGIE APPLIQUEE AUX ETUDES VILLAGEOISES

ANNEXE D

METHODOLOGIE APPLIQUEE AUX ETUDES VILLAGEOISES

D.1 INTRODUCTION

Le Projet de commercialisation des céréales au Burkina Faso procède d'un effort collectif. Il comportait trois volets: Etudes de marché, Etudes urbaines et Etudes villageoises. Une équipe pluridisciplinaire a établi le schéma théorique de ce projet et l'a mené à bien sur la base de ces trois éléments charnière. Etant donné cette approche pluridisciplinaire, la collecte des données qualitatives et quantitatives nécessaires à l'identification des stratégies de commercialisation utilisées par le petit exploitant agricole a exigé un éventail de méthodologies.

Le volet Etudes villageoises de ce Projet de commercialisation des céréales au Burkina Faso visait essentiellement à parvenir à une meilleure compréhension des paramètres de l'économie des ménages agricoles. Un intérêt tout particulier a été porté à la question de la commercialisation des céréales, qu'il s'agisse d'achats ou de ventes. Atteindre un tel objectif exigeait de mieux saisir les mécanismes de prise de décisions au niveau de l'exploitation agricole familiale en ce qui concerne la commercialisation des céréales. Il exigeait en outre d'évaluer les divers facteurs conjoncturels qui confrontaient les cultivateurs.

Les objectifs fondamentaux de telles études villageoises visaient à déterminer les éléments suivants:

- COMMENT les agriculteurs décident-ils de céder ou de se procurer leurs céréales vivrières?
- POURQUOI procèdent-ils de cette manière?
- QUELLES sont les conditions du marché confrontant les cultivateurs?

Grâce à l'ensemble des données recueillies en milieu villageois, l'équipe de chercheurs désirait identifier les stratégies élaborées par l'agriculteur en matière de vente, de stockage, d'achat et de consommation. Il s'agissait également de déterminer comment il écoulait et se procurait ses céréales vivrières dans le contexte global de l'économie ménagère rurale. Il importait donc de déterminer l'ensemble des variables qui influencent les

transactions céréalières au niveau de la production et, une fois identifiés, d'établir les causes sous-jacentes de tels variables. Le troisième objectif visait à analyser le comportement du cultivateur vis-à-vis des producteurs de céréales, que leurs récoltes soient excédentaires ou déficitaires, et de déterminer comment il influence le marché.

Ce chapitre décrit, dans ses grandes lignes, la méthode appliquée par l'équipe de chercheurs afin d'atteindre les multiples objectifs fixés au titre des Etudes villageoises. Les données d'enquête économique collectées, à partir d'un questionnaire, constituaient le point d'appui des travaux de recherche. La technique de collecte des données était centrée sur les modes de transactions économiques. Toutefois, ces transactions ont été analysées dans un contexte socio-culturel, grâce au concours d'un anthropologue participant au projet. Il a ainsi été tenu compte de facteurs sociaux tels que: obligations, réciprocité et redistribution. Un relevé des prix des céréales vendues dans les marchés villageois a permis d'obtenir un complément d'information, sur une base plus traditionnelle.

La majeure partie des données recueillies proviennent de celles résultant d'enquêtes et d'informations sur les prix au marché. Toutefois, compte tenu du fait qu'une masse de données quantitatives ne peut être interprétée à sa juste valeur que si elle est examinée à la lumière d'éléments qualitatifs, l'équipe chargée des travaux de recherche a donc eu recours à des techniques permettant de satisfaire à cet impératif. Dans cette perspective, les chercheurs se sont efforcés d'interroger en détail les agriculteurs et les marchands de céréales. Ils ont également procédé à une étude des préférences de ventes à partir de photographies des avoirs au niveau de l'exploitation agricole. Le recours à de telles techniques pour obtenir des éléments d'information à la fois quantitatifs et qualitatifs, permet d'aboutir à une analyse plus rigoureuse des faits recueillis et de tenir davantage compte des réalités villageoises. L'utilisation de méthodes communément employées pour le choix des sites et des échantillons, complétaient de tels efforts. La fin de ce chapitre est consacrée à diverses suggestions destinées à améliorer le modus operandi de futurs chercheurs.

D.2 CHOIX DES SITES

D.2.1. Régions

Le Projet de commercialisation des céréales exigeait un examen des stratégies suivies par les petits exploitants agricoles en matière de cessions et d'approvisionnements en céréales vivrières. En raison des ressources limitées pour mener à bien le projet, le choix s'est fixé sur deux régions. Dans le premier cas, la production excédentaire présentait surtout un intérêt au plan de la commercialisation; dans le second cas où la production était déficitaire, il s'agissait avant tout d'étudier les méthodes d'approvisionnement. Ces deux régions peuplées de groupes ethniques différents, situées dans des zones agro-climatiques également différentes, offraient de surcroît des cultures principales et secondaires distinctes. Par ailleurs, un vaste réseau privé de ventes de céréales vivrières semblait exister entre les deux régions, en raison des allées et venues constatées entre le nord -- un secteur agricole chroniquement déficitaire -- et le sud-ouest du Burkina Faso qui était plus fertile, moins peuplé et mieux irrigué. La région à production excédentaire se trouvait dans l'ancienne province de la Volta Noire (il s'agit maintenant des provinces de Mou Houn, de Sourou et de Kossi). La région à production déficitaire était située dans la province du Yatenga.

Un effort concerté a été déployé pour effectuer des recherches dans des régions et des villages qui n'avaient pas fait l'objet d'études antérieures. Ceci afin d'apporter un complément d'information aux travaux entrepris par d'autres chercheurs dans des régions différentes du pays. Dans ce dessein d'éviter des chevauchements avec des études achevées, en cours ou bien envisagées, nombre des recherches ont donc été axées sur un rassemblement de données de base, descriptives des régions, de leurs paramètres économiques et de leur interaction. Par ailleurs, la documentation établie sur la commercialisation des céréales par les petits exploitants agricoles, s'étant avérée insuffisante, il a également fallu recueillir des données fondamentales pour la recherche.

Le processus de sélection des régions à étudier avait été précédé de visites par l'équipe de chercheurs et d'entretiens avec des responsables locaux de l'ORD, de l'OFNACER, de la Mairie, etc. Des contacts avaient également été pris avec d'autres équipes de chercheurs travaillant au

Burkina Faso auprès d'organismes tels que: l'ICRISAT, la SAFGRAD, etc. A ce stade de la procédure de sélection, aucun village n'a été choisi; l'accent a été mis sur les régions qui semblaient présenter le plus d'intérêt en matière de commercialisation des céréales et paraissaient justifier une enquête exhaustive sur place par l'équipe de chercheurs. Une fois que le choix des régions à étudier a été fixé, l'équipe s'est rendue sur place afin d'approfondir ses connaissances en vue de la sélection des villages.

D.2.2 Villages

Le choix des villages à étudier dans chaque région a été guidé par divers critères. Il importait en tout premier lieu de repérer dans chaque région deux villages ayant des caractères spécifiques à chacune des régions étudiées. L'équipe de recherche s'intéressait tout particulièrement aux villages qui avaient accès à différents marchés locaux. Inclure plus d'un village par région était également perçu comme un moyen d'élargir le champ d'application des moindres résultats émanant des travaux de recherche. Cette méthode permettait en outre de mieux saisir l'ampleur des variations agro-climatiques régionales des secteurs étudiés. Il importait donc de choisir des sites éloignés les uns des autres. Par ailleurs, se limiter à deux villages par région permettait de maximiser les ressources allouées dans le cadre de ce projet. Et c'est dans cette optique qu'il a été décidé de ne choisir aucun village situé au-delà d'une heure de route du chef-lieu à partir duquel opérait l'équipe. Un tel expédient permettait de limiter le temps passé sur la route par le chercheur et, de surcroît, se justifiait pour des raisons de logistique et de sécurité.

Il importait que les villages choisis ne soient pas situés en bordure des principaux axes routiers et notamment de routes goudronnées; la partialité de toute information sur la commercialisation recueillie dans de tels villages ne pouvait, qu'en limiter le champ d'application. Dans la plupart des cas, les villages burkinabés sont situés à l'écart des routes goudronnées. Et les principaux marchés ne sont pas tous implantés en bordure des bonnes routes. Les villages ont été choisis à partir d'un large éventail de marchés allant de ceux bien achalandés au niveau régional au simple petit marché local.

Là encore, les chercheurs ont dû s'en remettre aux institutions locales afin d'obtenir les informations souhaitées sur un village et, dans certains cas, pour leur fournir des guides. Il y a lieu de noter à cet égard qu'au

niveau de chaque chef-lieu de département, l'ORD constituait l'une des principales sources d'information. L'emplacement des villages à visiter a été choisi par l'équipe de chercheurs et, pour chacun des villages, un complément d'information sur le terrain a été obtenu auprès des employés ruraux de l'ORD et des fonctionnaires en poste dans chaque sous-région.

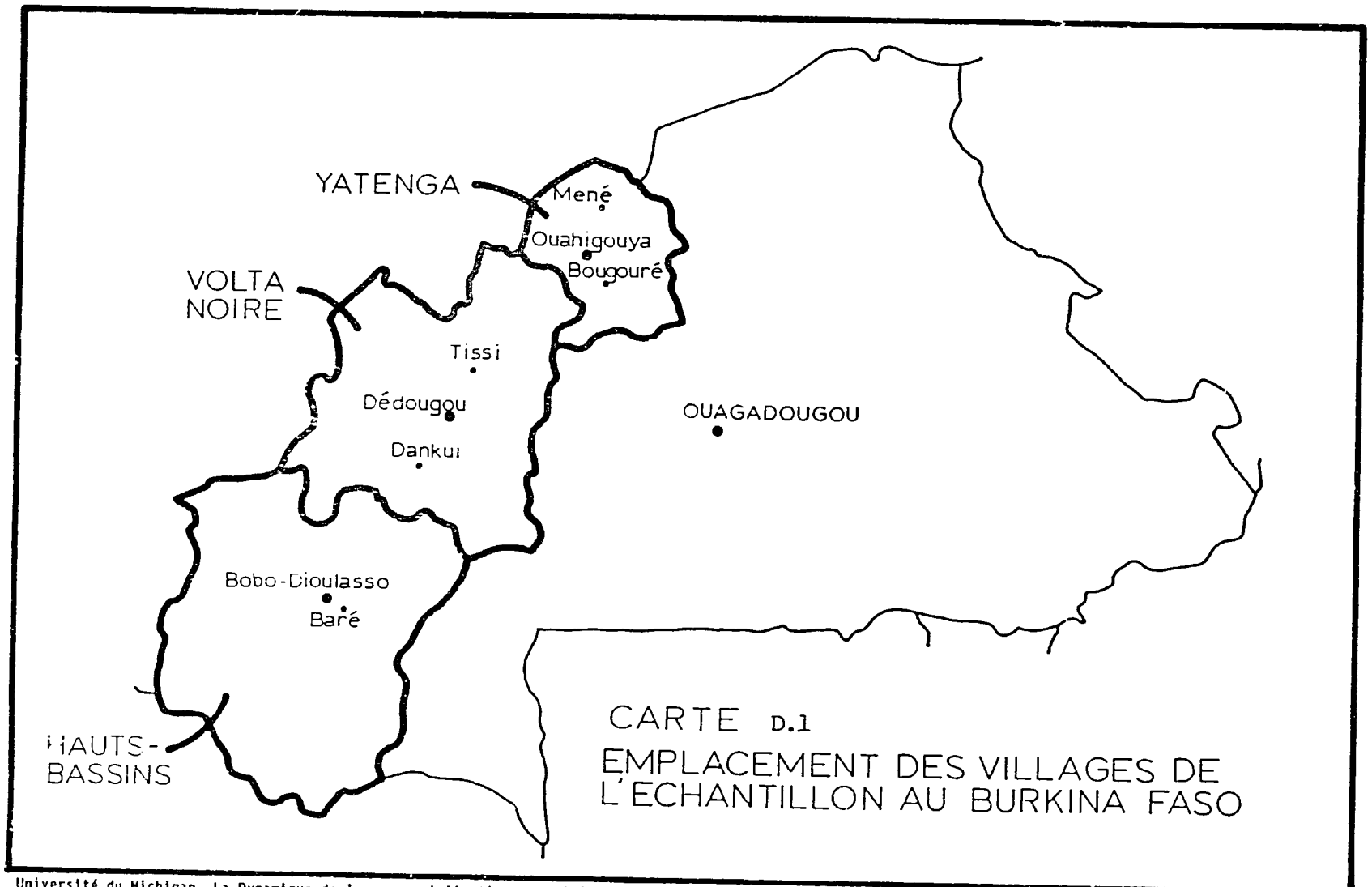
Dès son arrivée dans le village choisi, l'équipe de chercheurs, accompagnée de représentants de l'ORD ou du gouvernement, était présentée au chef du village. La nature du projet était expliquée au chef et souvent commentée devant le conseil des sages. L'analyse sommaire des réactions du chef et du conseil des sages à l'égard de l'étude projetée entrait aussi en jeu au moment de décider s'il convenait ou non de travailler dans un village donné. Une fois la décision prise de travailler dans un village, les autorités locales compétentes étaient avisées des emplacements exacts où nous envisagions d'opérer.

Dans le Yatenga, une région à production déficitaire, le choix s'était fixé sur les villages de Mené et de Bougouré. Mené, avec son important marché régional est situé à 45 kilomètres au nord-est du chef-lieu de département. Il est surtout peuplé de Mossis et sa principale culture est le mil à chandelle. Bougouré dispose d'un petit marché. Situé à 35 kilomètres au sud-est du chef-lieu de département, ses habitants sont tous des Mossis et la principale culture de ce village est le sorgho blanc. (Voir la Carte D.1 pour l'emplacement des villages de l'echantillon.)

Les recherches entreprises dans la région à production excédentaire de l'ancienne province de la Volta Noire ont abouti à la sélection des villages de Tissi et de Dankui. Tissi n'a pas de marché. Situé à 60 kilomètres au nord du chef-lieu de département, ce village est surtout peuplé de Dafing. Il a pour principales cultures les sorghos blanc et rouge. Dankui possède un marché de brousse hors des limites du village. Situé à 54 kilomètres du chef-lieu de département, ses habitants appartiennent aux ethnies Bwaba, Mossi et Fulani (Peul). Le sorgho est sa principale culture céréalière et le coton représente une importante culture de rapport.

D.2.3 Marches

Lors de la préparation de l'étude sur la commercialisation des céréales au Burkina Faso, l'équipe de chercheurs a tenu compte du fait que l'environnement économique influe sur les décisions prises par les ménages



CARTE D.1
EMPLACEMENT DES VILLAGES DE L'ECHANTILLON AU BURKINA FASO

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

d'agriculteurs. Le processus suivi dans la prise de décisions au niveau de ces familles rurales, ne peut pas être analysé si l'on n'est pas sensible aux conditions du marché qui confrontent les cultivateurs. Afin de prendre en compte de telles considérations, il a été procédé, à petite échelle mais d'une manière intensive, à des études de marché autour de chacun des sites de villages choisis. Ces efforts de recherche incluaient des relevés de prix, des entrevues avec les commerçants en grains et des conversations avec les cultivateurs sur des thèmes prédéterminés.

Dans chacun des quatre villages ciblés, un ou deux marchés ont été choisis. Il s'agissait des marchés mentionnés par les agriculteurs, comme étant ceux où il se rendaient le plus fréquemment, et qui apparaissaient sur les questionnaires. A l'issue d'un séjour d'un mois dans chaque village, on distinguait, à partir d'observations générales et d'entretiens, quels étaient les marchés fréquentés par les cultivateurs qui figuraient dans notre échantillon. La validité de cette information a été vérifiée grâce aux données plus objectives provenant des questionnaires relatifs aux ventes et aux lieux d'achat.

Hormis les prix pratiqués au niveau de ces villages, il a également été procédé à un relevé de ceux qui étaient en vigueur au niveau du chef-lieu où des compléments d'information ont été recueillis lors d'entrevues. Ce mode de procéder semblait important étant donné que les chefs-lieux de départements abritent souvent d'importants marchés, des entrepôts de l'OFNACER et ceux d'autres participants à la commercialisation des céréales: ORD, PVO, etc. L'importance de ces marchés de chef-lieu, situés à Ouahigouya, pour ce qui concerne le Yatenga et dans l'ancienne Volta Noire, à Dédougou, était dans ce dernier cas marginale, alors que le marché céréalier de Ouahigouya jouait un rôle majeur tant au plan régional que national.

Au Yatenga, où la production est déficitaire, le marché céréalier du village de Mené était l'un des plus importants de la région. Il avait la préférence des cultivateurs faisant partie de l'échantillon sélectionné par l'équipe de chercheurs. Et c'est le seul marché aux alentours du site de Mené où il a été procédé à un relevé des prix. Des sondages ont été effectués dans d'autres marchés des environs mentionnés par les exploitants agricoles. Deux marchés ont été sélectionnés, aux fins d'études, dans la seconde région à production déficitaire, c'est-à-dire aux environs du

village de Bougouré. L'un était situé à Ziga, à 7 kilomètres à l'ouest; l'autre à Douré, à 14 kilomètres à l'est. Le relevé des prix, qui avait été amorçé dans ces deux endroits, a dû être abandonné en ce qui concerne Douré, en raison de l'intransigeance des commerçants. Le village de Ziga, plus important que celui de Bougouré, abrite une banque sous-régionale de céréales. Il est surtout fréquenté par les petits commerçants locaux.

Dans les régions à production excédentaire de l'ancienne Volta Noire, le choix s'est fixé sur un marché proche du village de Tissi. Tissi, on s'en souvient, n'a pas son propre marché, ce qui contraint les villageois à se déplacer pour satisfaire à leurs besoins. Gassan, situé à un important carrefour à 9 kilomètres au nord-est, offre un emplacement de choix pour observer les activités du marché. Dans le cas de Dankui, un autre village à production excédentaire, également situé dans l'ancienne Volta Noire, deux marchés ont été sélectionnés aux fins d'études. Tchiookui, un marché de brousse dans la "banlieue" de Dankui se trouve à 12 kilomètres au nord-ouest, par rapport au centre du village. Koumana, le second marché choisi dans la région de Dankui, a la particularité d'être un grand marché situé en pleine campagne à quelque 35 kilomètres, au sud-ouest, et d'être fréquenté par les agriculteurs locaux.

D.3 SELECTION DE L'ECHANTILLON

D.3.1 Exploitants agricoles

L'équipe de chercheurs a choisi, dans chacun des quatre villages sélectionnés à l'origine, un échantillon aléatoire et stratifié, et a procédé à un recensement démographique au niveau du village. Le facteur de stratification utilisé dans le procesus de sélection de l'échantillon était d'ordre ethnique. Il a été appliqué dans chaque village afin d'établir, en pourcentages, la répartition ethnique de leur population. La concession constituait l'élément de base de l'échantillon et lorsque l'une d'elles était choisie, tous ses habitants faisaient partie, dès lors, de l'échantillon. Ce processus a été poursuivi jusqu'à ce que l'on parvienne à un total d'environ 45 ménages, par village.

Afin de mettre en oeuvre la sélection de l'échantillon, le processus incluait la tenue d'une réunion publique sous les auspices du chef de village. L'équipe de chercheurs saisissait l'occasion d'une telle réunion

pour expliquer la nature de l'étude entreprise et pour présenter le personnel de terrain aux villageois assemblés. Le recensement de la population du village s'effectuait en l'espace de deux ou trois jours. Les données recueillies étaient classées par concession, chacune d'entre elle reflétant le nombre de ménages qui y étaient rattachés. L'échantillon aléatoire était alors choisi et ceux qui en faisaient partie étaient notifiés par l'intermédiaire du conseil des sages. Tout ménage sélectionné qui ne désirait pas participer à une telle étude avait la faculté de déclarer forfait. En fait, on ne constatait pas plus de deux cas de ce genre par village.

Il est nécessaire, à ce stade, de dire quelques mots sur la nature du ménage agricole burkinabé. Il s'agit d'une entité à caractère dynamique et non pas statique. Son ampleur, sa composition et même son statut indépendant varient au fil des mois et en fonction des circonstances. Au terme de l'étude entreprise et peu après la sélection initiale de l'échantillon des ménages de cultivateurs, chacun d'entre eux a été jugé séparément afin de déterminer quels étaient ceux qui agissaient en tant qu'unité indépendante dans la prise de décisions et ceux qui étaient tributaires d'un autre ménage, en général, dans la même concession. Le processus de sélection s'est ensuite étendu à d'autres concessions et à leurs ménages respectifs afin que l'échantillon de chaque village ciblé totalise environ 45 unités responsables de la prise de décisions. Les facteurs de base suivants ont été pris en compte pour distinguer l'indépendance de décision des ménages: moyens de stockage et champs personnels, tendances dans la consommation, proximité physique, et répartition des tâches. Aucune combinaison de ces critères n'a été utilisée pour juger du degré d'indépendance matérielle et du statut de chaque ménage, qui ont été évalués sur une base individuelle.

Des ménages de notables ont été inclus dans l'échantillon de deux villages du Yatenga. Une telle décision semblait bien augurer de la bonne volonté des villageois et de leur participation. Cet élément supplémentaire permettait en outre d'analyser l'influence qu'exercaient ces notables sur l'ensemble de la situation économique prévalant au sein de chaque village. Au nombre de ces notables figuraient: le chef de village, le féticheur, le président des sociétés de coopératives du village, l'Imam et le chef de la corporation des forgerons et bijoutiers.

D.3.2 Commerçants

Le choix des commerçants en céréales aux niveaux du village et du chef-lieu a été opéré sur une base plus subjective. La première prise de contacts dans le village s'effectuait, en général, par l'intermédiaire d'une tierce personne chargée des présentations. En raison des modifications apportées par le gouvernement à la politique céréalière, les commerçants se montraient plus circonspects que les agriculteurs lors d'entretiens avec notre équipe de recherche sur le terrain. Toutefois, lorsque l'équipe en question parvenait à gagner la confiance d'un commerçant ou d'une commerçante, l'équipe demandait alors à être présentée à un autre négociant. Dans le cas de l'échantillon sélectionné au village de Mené, l'un de ces commerçants en céréales s'est avéré précieux pour ménager d'autres contacts. Dans d'autres cas et dans les villages non inclus dans l'échantillon, l'équipe se bornait à observer les transactions céréalières et se présentait elle-même. Au niveau du chef-lieu, il était nécessaire de prendre rendez-vous avec les commerçants, non seulement en raison de leurs horaires chargés, mais aussi pour n'être pas trop dérangés pendant l'entrevue.

D.4 COLLECTE DES DONNEES

D.4.1 Données d'enquête

Les questionnaires relatifs aux données économiques étaient distribués toutes les deux semaines à tous les ménages inclus dans l'échantillon de chacun des quatre villages sélectionnés initialement. L'objectif primordial de tels questionnaires était d'observer le flux des recettes et des dépenses au niveau de l'exploitation agricole familiale. Cinq questionnaires basés sur les niveaux de consommation, les ventes, les achats, les montants déboursés ou encaissés permettaient lors des entrevues qui avaient lieu tous les quinze jours avec le ménage, d'évaluer l'importance de ses biens et services.

A l'appui de ces cinq questionnaires de base venaient se greffer des recensements trimestriels du bétail et des capacités de stockage au niveau de l'exploitation. Au début de l'étude, il a été procédé à une seule collecte d'informations sur les variables démographiques existant au sein de la famille, à l'enregistrement sur le terrain des superficies cultivées et également à un relevé unique des biens durables. Par ailleurs, les données

relatives aux campagnes de 1983 et de 1984 ont, elles aussi, été recueillies.

Deux questionnaires spéciaux ont été présentés en plus de ceux à compléter toutes les quinzaines ou une seule fois. Le premier visait à refléter les changements qui, avec le temps, étaient intervenus dans la composition de la famille. Le second avait pour but d'établir une liste et un tableau de conversion des unités de mesure locales en kilogrammes. Etant donné la dynamique des familles rurales, à laquelle nous avons déjà fait allusion, leur composition était suivie au mois le mois afin de déterminer les changements survenus en l'espace d'un an. Dans cette optique, et à la fin de chaque mois, il était procédé à un recensement des membres de la famille qui, au cours du mois en question, avaient résidé à l'exploitation pendant deux semaines ou plus.

Il s'est avéré que, chez nombre de ménages, les fluctuations notées en l'espace d'un an pouvaient grandement affecter les équivalences de production et de consommation utilisées dans l'analyse. Ce contrôle mensuel de la composition du ménage a permis à l'équipe de recherche de suivre les flux migratoires, d'enregistrer le nombre des décès de même que celui des naissances et des visiteurs.

Le poids des unités de mesure locales utilisées par chaque ménage inclus dans l'échantillon a été déterminé dans la mesure du possible afin d'établir des tableaux de conversion en kilogrammes pour les céréales en grains et en épis. L'établissement de tels tableaux de conversion au niveau du ménage de cultivateurs s'est avéré nécessaire en raison des variations sensibles constatées dans les dimensions des récipients de même catégorie qui étaient utilisés en tant qu'unité de mesure et ce d'un village à un autre, et au niveau des villages. La collecte de ces données s'est révélée moins problématique lorsque l'équipe de recherche fournissait un type de céréale en grains à peser, car tous les ménages ne disposaient pas de capacités de stockage au niveau de l'exploitation pour y emmagasiner toutes les céréales en grains. Afin d'établir la différence de poids existant entre les céréales en grains et en épis, les cultivateurs qui disposaient de céréales en épis ont été invités à vider les récipients généralement utilisés pour les mesurer et à battre leur contenu habituel de céréales. Ces dernières ont été pesées avant et apres battage afin d'établir, pour un nombre aussi grand que possible de ménages, des coefficients de battage.

Et, à partir de ces coefficients, il a été possible d'établir une cote moyenne par village. Au total, 13 questionnaires, présentés sous une forme schématisée dans le Tableau D.1, ont été utilisés au cours des travaux de recherche entrepris sur le terrain où la collecte des données, qui avait commencé en décembre 1983, s'est prolongée jusqu'en décembre 1984.

Parmi les membres de chaque famille, interrogés dans le cadre des questionnaires soumis une fois par quinzaine, figuraient le chef de famille, ses femmes, tous les autres hommes mariés ou adultes, âgés de 20 ans ou plus, les femmes mariées et quel que soit leur âge, les veufs et les veuves. Cette tranche d'âge et ces catégories de personnes étaient, à notre avis, celles qui, au sein d'un ménage, contribuaient le plus au marché des céréales. Il était prévu d'interroger chaque ménage au cours d'une journée déterminée à l'avance et de sonder environ 4 à 5 familles par jour. Le meilleur moment de la journée pour compléter de tels questionnaires était de bonne heure le matin, en fin d'après midi ou encore vers midi; les agriculteurs étaient généralement occupés pendant le reste de la journée.

Les questions étaient posées par un enquêteur burkinabé, détaché dans chaque village ciblé. A l'approche de la campagne culturale, un auxiliaire a été affecté dans chaque village; il devenait en effet de plus en plus difficile de joindre les cultivateurs pendant cette période où l'utilisation des instruments d'enquête atteignait son point culminant. Un effort concerté a été déployé pour s'adjoindre les services d'une enquêteuse; aucune n'a pu être recrutée faute de candidate valable et disponible. Toutefois, il y a lieu de noter l'emploi d'une auxiliaire qui a permis d'améliorer la collecte des données recueillies auprès des éléments féminins de l'échantillon. Les autres enquêteurs et auxiliaires étaient tous des hommes âgés de 20 à 25 ans, dont le niveau d'instruction se situait entre le 1er et le 2ème degré. De plus, des agents de niveau universitaire étaient chargés dans les chefs-lieux de département: de superviser la collecte des données en l'absence du chercheur, de remplacer au pied levé tout enquêteur tombant malade, de prêter leur concours pour recueillir des informations sur la commercialisation des céréales et lors d'entrevues informelles.

D.4.2 Données sur les prix

Les données sur l'éventail des prix des principales céréales vivrières étaient collectées, une fois par quinzaine et dans chacun des marchés de village mentionnés antérieurement dans la partie traitant de la sélection

TABLEAU D.1

SOMMAIRE DES QUESTIONNAIRES UTILISES

Questionnaire numéro	Questionnaire nom	But principal	Fréquence d'application
0	Recensement des villageois	Dénombrer la population aux fins de sélection de l'échantillon	Une fois
1	Recensement des ménages	Dénombrer les membres de la famille: sexe, âge, ethnie, etc.,	Une fois
2	Relevés sur le terrain	Superficies cultivées pour chaque culture ou variéties de culture	Une fois
3	Stockage à l'exploitation	Quantités de denrées alimentaires stockées pendant un certain temps	Trimestriel
4	Récoltes	Quantités récoltées	Annuel
5	Consommation	Quantités et origine des denrées alimentaires consommées	Quinzaine
6	Ventes	Quantités, valeur, type de marchandises, raison et lieu des ventes	Quinzaine
7	Achats	Quantités, valeur, type de marchandises, raison et lieu des ventes	Quinzaine
8	Quantités données	Service, salaires, credits, dons et contributions	Quinzaine
9	Quantités recues	Service, salaires, dons et versements, credits	Quinzaine
10	Changement dans la composition des ménages	Relevé des changements dans la composition des ménages	Mensuel
11	Biens durables	Ressources financières en biens d'équipement	Une fois
12	Unités de mesure	Conservion des mesures locales en kilogrammes	Une fois
13	Recensement du bétail	Espèce, nombre et propriétaire du bétail	Trimestriel

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

des sites à étudier. Etant donné les variations constatées dans les unités de mesure utilisées sur les marchés et d'un marché à un autre, l'éventail des prix et des poids a dû être enregistré petit à petit. La collecte des données relatives aux poids et aux cours des céréales sélectionnées dans chaque région dépendait de la gamme des céréales cultivées dans cette région.

Les unités de mesure enregistrées étaient également spécifiques aux régions. Il était souhaitable de procéder à un relevé des prix d'achat et de vente pratiqués selon les unités de mesure utilisées, afin d'étudier les marges bénéficiaires réalisées par les commerçants. Cette approche directe dans la collecte des données n'était pas toujours possible en raison de la méfiance témoignée par certains commerçants à l'égard de nos intentions. Dans les régions où notre étude suscitait une telle circonspection, une tierce partie intervenait; un villageois se substituait en général à l'enquêteur pour procéder aux achats et aux ventes de céréales. Dans les deux cas, elles étaient achetées lors d'un jour de marché, stockées, puis revendues à l'occasion du marché suivant. Etant donné les variantes constatées dans les poids nets, à la vente comme à l'achat, il était généralement nécessaire de compléter le "stock-échantillon" par d'autres achats de céréales. Lorsque nous nous trouvions en présence de commerçants qui s'avéraient plus réceptifs au champ de notre étude, il était alors possible d'enregistrer directement les transactions entre le cultivateur et le négociant ou vice versa. Les études entreprises pendant une période d'un an au niveau des villages ont permis, dans les diverses régions sélectionnées, de réunir un petit ensemble de données chronologiques sur les prix et les poids locaux des céréales qui avaient cours sur les marchés affectant les cultivateurs inclus dans l'échantillon.

D.4.3. Entrevues informelles

Tel que mentionné dans l'introduction à ce chapitre, il était dans l'intention de l'équipe de recherche de compléter les données quantitatives de l'enquête, de même que celles rassemblées sur les prix, par des éléments qualitatifs recueillis lors d'entrevues avec des agriculteurs et des commerçants. Ces entrevues, dont la durée était d'une heure et demie à deux heures et qui en général étaient plus informelles, s'inspiraient des informations obtenues grâce aux questionnaires sur les données économiques. Bien qu'un effort ait été fait pour aborder divers thèmes pertinents et

relevant des travaux de recherche, il était également entendu que le cultivateur ou le commerçant avait la faculté, dans toute la mesure du possible, d'exprimer son propre point de vue sur le marché céréalier. D'autres participants à ce marché ont également été interrogés (agents de l'OFNACER, responsables de banques de céréales, etc.)

L'objectif visé lors de ces entrevues informelles était de permettre au chercheur de recueillir un complément d'information sur la situation particulière du cultivateur et du commerçant. Grâce à ces entrevues, le chercheur pouvait affiner son interprétation de l'ensemble des données recueillies telles que: identification des éléments marginaux, des commerçants inclus dans l'échantillon, des bénéficiaires d'une retraite, etc. Les entrevues, et en particulier celles avec des commerçants, s'inspiraient, mais à moindre échelle, du canevas établi pour la conduite des études du marché. Cette micro-analyse, articulée sur la méthode suivie dans le cadre des études de marché, a permis -- étant donné le caractère permanent des études au niveau du village -- de procéder à un examen plus intensif, qu'exhaustif, des marchés locaux. De plus, l'emploi d'une méthodologie analogue a permis d'intégrer facilement les informations villageoises à celles de marché.

Au fur et à mesure que progressait le travail sur le terrain, il est apparu qu'il était impératif de comprendre la nature et les stratégies suivies par les ménages d'agriculteurs dans la formation de revenus. Dans le cas des régions à production déficitaire, il importait de comprendre comment les familles rurales se procuraient les fonds nécessaires pour acheter les céréales dont elles avaient besoin. Dans les régions à production excédentaire, l'équipe de recherche désirait déterminer, auprès du plus grand nombre possible de ménages, quel était le rôle joué par les ventes de céréales par rapport à d'autres activités concourant à la formation de revenus. Une technique de collecte de données a été mise au point avec la collaboration de l'anthropologue affecté au projet. Elle était basée sur l'utilisation de photographies Polaroïd des biens des ménages d'agriculteurs et s'inspirait des propres travaux entrepris par l'anthropologue. Un modèle antérieur conçu par l'anthropologue et intitulé échelle de préférence commerciale (MPS) a été utilisé à Dankui.

Après introduction de certaines modifications dans l'utilisation de cet instrument de collecte de données et adoption de son schéma structurel, il

s'est avéré que la technique MPS était une méthode de travail qui répondait mieux aux impératifs économiques guidant les efforts de recherche. Il a été jugé utile, lors des importants changements opérés au plan structurel, d'inclure une photographie montrant que la main-d'oeuvre entre dans la formation de revenus. D'autre part, les cultivateurs ou cultivatrices devaient, au cours de cette séance de photographie, renoncer à exhiber les biens qui ne leur appartenaient pas en propre. Pour éviter la confusion, le sigle MPS, qui est fréquemment utilisé par les économistes pour désigner une propension marginale à épargner, a été remplacé par le sigle SPIG ou étude sur les préférences de vente dans la formation des revenus. Et pour démontrer ses applications nouvelles, cet instrument de collecte de données a été utilisé dans chacun des quatre villages ciblés.

Les séries de photographies consacrées aux biens des ménages de cultivateurs incluaient les biens de consommation durables, les produits de la terre, la main-d'oeuvre, les prêts et les transferts de fonds. Ces photographies, au nombre d'une vingtaine, ont été facilement adaptées afin de refléter les spécificités de l'environnement particulier à un village et qui sont susceptibles d'avoir influence les possibilités de formation de revenus. Ces photos ont été remises au cultivateur. Il a ensuite été invité à les classer dans un ordre de préférence de "ventes" qui lui permettrait de satisfaire à des besoins en argent liquide. A l'évidence, l'analyse de données ainsi collectées comporte certaines limitations: il est impossible, par exemple, d'établir des différences temporelles dans les préférences de ventes lorsque l'information n'a été sollicitée qu'une seule fois. Cependant, ce mode de procéder a l'avantage de rehausser la valeur des observations d'ordre qualitatif présentées par le cultivateur.

D.5 SUGGESTIONS CONCERNANT LES METHODOLOGIES FUTURES

Il est toujours plus facile d'analyser des faits a posteriori. Cette sagesse acquise en rétrospective, nous autorise à méditer sur les aspects utiles des méthodes de recherche mises au point et sur les modifications qu'il convient de leur apporter. Nous désirons consacrer cette fin de chapitre à certaines suggestions qui résultent de notre expérience. Elles s'adressent à tout futur chercheur qui entreprendrait une étude similaire.

Lors de la sélection du site régional, les villages choisis dans le

cadre de l'étude à mener peuvent s'avérer trop éloignés et même inaccessibles. En l'occurrence, l'équipe de recherche risque de passer plus de temps sur la route que dans le village lui-même. Il faut également tenir compte de la fatigue accumulée lors de longs déplacements et plus particulièrement sur les routes non goudronnées, ce qui a pour résultat de nuire à l'efficacité du chercheur et à sa vivacité d'esprit sur le terrain. Dans cette perspective, les villages à étudier ne devraient pas être situés à plus de 45 minutes de route du centre d'où rayonne le chercheur, qui, dans notre cas, étaient des chefs-lieux de département. Cela ne signifie pas que les chercheurs doivent s'installer dans la capitale du pays et limiter leurs études aux villages situés dans un rayon de 45 minutes, mais plutôt de les affecter dans des chefs-lieux et d'y établir leur base opérationnelle.

Au niveau du village lui-même, il y a lieu également de se préoccuper du gaspillage des ressources: temps disponible pour le chercheur, énergie requise pour la conduite des travaux de recherche, consommation d'essence, etc. Dans cette optique, il serait peut-être utile de construire un modeste local de recherche dans le village, ou à sa périphérie, pour y passer la nuit ou lorsque la visite des sites de recherche doit durer plusieurs jours. Dans ce cas, il est plus rationnel et plus profitable, tant du point de vue de la recherche que pour des considérations économiques, de rester dans le village, que de faire le trajet quotidiennement. Un bon programme peut exiger de passer deux semaines sur le terrain pour collecter des données, plus deux semaines pour les analyser, les juger et, le cas échéant, pour repenser et réviser les instruments de recherche ou mettre au point de nouvelles méthodes de travail. A l'issue des travaux d'étude, et en signe de remerciement aux habitants qui ont collaboré au projet, le local peut alors être mis à la disposition du village qui l'utilisera comme bon lui semble. Il peut, par exemple, le transformer en lieu de réunion, en dispensaire ou banque de céréales, etc. A l'évidence, les villageois devront être consultés avant de choisir l'emplacement et le type de structure à bâtir.

Vivre en permanence dans le village se traduit toujours, semble-t-il par un accroissement de travail pour les enquêteurs car, au fil des mois, le chercheur allonge la liste des critères de données. Dans ce cas, c'est la qualité qui doit être considérée et non la quantité des informations à

recueillir. Les recommandations faites après l'analyse d'une montagne de données peu intéressantes ne peuvent qu'aboutir à la formulation d'une politique médiocre, voire complètement erronée. En conséquence, un enquêteur de terrain devrait limiter ses entrevues à un maximum de cinq familles, quel que soit le jour choisi, et se réserver deux jours par semaine pour les entrevues qui ont dû être reportées par suite de l'absence du cultivateur, d'une maladie ou à cause d'autres problèmes imprévisibles. Ces deux journées de rattrapage pourraient également être consacrées à des projets spéciaux tels que la collecte de données sur la commercialisation, à la présentation de questionnaires spéciaux et à d'autres visites au marché du village. Pour le personnel de terrain, un tel calendrier permettrait à chaque enquêteur d'interroger 20 familles par semaine. Quatre journées seraient ainsi consacrées aux entrevues formelles, deux à des projets spéciaux et l'une au repos. Le personnel de terrain ne bénéficierait certes que d'une seule journée de repos mais, étant donné l'indisponibilité des agriculteurs à certains moments de la journée, ce personnel ne travaille pas huit heures par jour. Les jours de rattrapage devraient être intercalés entre les quatre journées d'entrevues formelles. On pourrait par exemple prévoir deux jours d'entrevues formelles, un de rattrapage, suivi de deux autres journées d'entrevues formelles et d'une autre de rattrapage.

Prenons le cas d'un enquêteur collectant des données sur vingt familles par semaine; quarante d'entre elles, au total, pourraient être interrogées si les données étaient réunies une fois par quinzaine. Si l'on désire s'en tenir à un format hebdomadaire, un second enquêteur serait souhaitable afin d'interroger les quarante familles en question. Un enquêteur et une enquêteuse serait l'idéal, notamment pour le travail de recherche effectué dans les sociétés traditionnelles où les contacts entre femmes et hommes sont limités en dehors du cercle familial. Si nous nous fondons sur notre propre expérience, les enquêteuses élicitent beaucoup plus de données quantitatives et qualitatives des femmes interrogées, que leurs homologues masculins. Le recrutement d'enquêteuses permettrait en outre d'aborder le problème relevé dans la plupart des enquêtes économiques qui ne reflètent pas pleinement le poids économique que représentent les femmes des pays en développement. L'une des solutions consisterait à faire interroger les femmes incluses dans l'échantillon sélectionné, précisément par une

enquêteuse. Une telle répartition des tâches permettrait en outre d'accroître le nombre de familles interrogées, au cours d'une journée.

Outre le fait de tenir compte des rôles dévolus localement à chaque sexe, une telle initiative aurait de surcroît le grand avantage de pouvoir faire concorder le moment de la recherche avec l'unité locale de mesure du temps. Dans la plupart des sociétés rurales traditionnelles, le temps se mesure non pas sur la base d'une semaine de sept jours mais sur celle de la périodicité des jours de marché. Faire concorder la fréquence des questionnaires à remplir avec un nombre entier multiple du cycle normal du marché local permettrait aux participants de mieux se souvenir des dates; d'intégrer la recherche à la routine locale et, ce faisant, de mieux la faire accepter. Dans les régions mossi étudiées, c'est-à-dire à Mené et à Bougouré, la fréquence du marché est habituellement de trois jours et il peut avoir lieu au cours de n'importe quelle semaine, pendant deux ou trois jours. En raison de la confusion engendrée par une telle situation, il est probable que certains des agrégats et des données étaient tronquées.

Toujours à propos de ces régions mossi, il serait souhaitable de concevoir une méthode intégrée qui comporterait deux journées d'entrevues. Elles seraient suivies de recherches sur les lieux du marché, c'est-à-dire au moment même où il se tient, puis de deux autres journées d'entrevues, elles-mêmes suivies d'un jour de repos. Une telle approche permettrait de faire coïncider la collecte des données avec le cycle du marché local. Chaque famille serait avisée que l'entrevue aurait lieu une fois tous les six jours; deux marchés se seraient donc tenus dans l'intervalle. Des schémas semblables peuvent être établis pour les dates d'entrevues à fixer dans le cadre de la recherche, en fonction de la fréquence des marchés et dès l'instant que l'on ne se limite pas à des unités de mesure du temps basées sur sept jours. Une telle intégration au cycle local du marché a le double avantage d'accroître la disponibilité du cultivateur. Nous avons découvert que le jour qui présentait le plus de difficulté pour contacter les cultivateurs coïncidait avec la tenue du marché local le plus fréquenté. Par conséquent, avec une telle approche intégrée aucune entrevue formelle n'est jamais prévue pendant un jour de marché.

Une autre méthode qui permet d'accroître la qualité et la quantité des données collectées consiste à scinder les questions à poser. En d'autres termes, il suffit de séparer les questions générales des questions

spécifiques. Par exemple, au lieu de chercher à établir si un participant à l'étude s'est procuré des céréales depuis la dernière entrevue, il est préférable de l'interroger sur chacune des principales variétés de céréales. Une stratégie analogue peut être utilisée pour d'autres questions importantes touchant par exemple à l'élevage, aux intrants, aux biens fongibles, aux biens durables, etc. Une telle liste de questions ponctuelles devrait figurer pour mémoire sur le questionnaire de terrain utilisé par les enquêteurs, ne serait-ce que pour s'assurer qu'ils soulèvent bien les mêmes points, au cours de leurs entrevues avec tous les participants inclus dans l'échantillon.

Enfin, citons deux facteurs qui, s'ils avaient été mieux étudiés, auraient pu contribuer à rendre cet effort de recherche plus efficace. A l'usage, le mode d'opérer a révélé certaines failles dans l'analyse du revenu ménager des cultivateurs. Si, en théorie, les questionnaires sollicitant des réponses sur les "ventes" et les "montants encaissés" étaient censés fournir une telle information, en pratique, de telles données se sont avérées incomplètes. Le problème provenait de l'agriculteur et de sa propre interprétation de ce que constituent une vente et un montant encaissé. Le champ d'activités entrant dans la formation de revenus était si vaste que certaines des possibilités évoquées ne semblaient pas devoir être incluses dans nos deux catégories de questions. Il est possible que pour remédier à cet état de choses, il faille opter pour une approche quantitative de la méthode SPIG, ou bien que des questions plus spécifiques soient posées dans le cadre des questionnaires relatifs aux recettes. Le modèle SPIG pourrait en outre être amélioré en l'appliquant à trois ou quatre moments différents de l'année, afin d'identifier tout changement temporel survenu dans les préférences de ventes de l'échantillon sélectionné.

Autre point de préoccupation majeur: les unités de mesure utilisées, leurs équivalents locaux et leur conversion en kilogrammes. Tel que mentionné ci-dessus, en raison des variantes constatées dans les unités de mesure utilisées par les familles et les villages, il semblait plus judicieux de procéder à des conversions au niveau des ménages eux-mêmes. La tâche s'est révélée particulièrement ardue étant donné la pléthore d'unités de mesure utilisées par les villageois. Autres problèmes auxquels nous nous sommes heurtés, le fait que toutes les familles ne disposaient pas de

quantités suffisantes de céréales en grains ou en épis, qui vaillent la peine d'être mesurées. Certains ménages faisaient preuve de réticence car ils craignaient d'encourir un manque à gagner lors de la pesée des céréales. Dans certains cas, les unités de mesure elles-mêmes s'étaient égarées au cours de l'année, ou bien étaient hors de service. Tous ces problèmes pourraient être évités si, pour les besoins de l'étude, une unité de mesure type était utilisée pour les céréales en grains et en épis, si elles étaient distribuées à chaque famille incluse dans l'échantillon et si des unités de rechange étaient gardées en réserve. Les participants se verraient attribuer ces unités de mesure et seraient priés de signaler les transactions de céréales basées sur l'utilisation d'un tel système. A l'évidence, ces unités de mesure devraient être distribuées avant la récolte. Il serait probablement bon que plusieurs exemplaires du type utilisé pour la pesée des céréales en grains et en épis soient remis à chaque ménage, voire un de chaque type et à chacune des personnes interrogées. A titre d'exemple, l'omniprésent bol en plastique ou en métal s'avérerait utile pour mesurer les céréales en grains alors que les paniers tressés localement conviendraient mieux pour mesurer les céréales en épis. Une telle tentative de normalisation des unités de mesure -- lesquelles seraient mises gracieusement à la disposition des ménages participant à l'étude -- pourrait être présentée comme un moyen de les récompenser d'avoir accepté de participer aux travaux de recherche. Si certains ménages venaient à persister dans l'utilisation de leurs anciennes unités de mesure, il pourrait alors leur être demandé de déterminer l'équivalent de ces unités. Celles qui seraient distribuées ne devraient pas être présentées comme des unités homologuées par le gouvernement car elles pourraient introduire à l'avenir un élément de partialité dans la collecte de données sur les transactions. Elles pourraient avoir d'autres conséquences. Si les villages inclus dans l'échantillon devaient, par la suite, être identifiés comme des villages où tous les habitants ont eu accès à des unités de mesure normalisées et homologuées par le gouvernement, une telle situation pourraient conduire certains commerçants à faire des affaires ailleurs. Un village qui viendrait à se réclamer de telles informations ponctuelles et de telles unités de mesure type, ne refléterait pas les spécificités actuelles des marchés de village burkinabés.

LES CODES

A. GENERAL (toutes les fiches)

* specifier en marge
98 ne sais pas
*99 autre
00 non applciable

B. OUI/NON (00,01,04)

01 oui
02 non

C. SEXE (00,01)

01 masculin
02 feminin

D. SITUATION DE FAMILLE (00, 01)

01 marié, premiere fois
02 marié, deuxieme fois
03 celibataire
04 divorcé(e)
05 veuf(ve)
06 décédé(e)

E. ALPHABETISME (00)

01 analphabète
02 alphabetisé en Francais
03 alphabetisé en Arabe

04 alphabetisé en Francais et Arabe
05 alphabetisation fonctionelle

F. RELIGION (01)

01 Animiste
02 Musulman
03 Catholique
04 Protestante

ETHNIE/LANGUE (01/00)

01 Francais/Francaise
02 Mossi/More
03 Kurumba (Fulse)/Kourunfe
04 Peul/Foufoulde
05 Samo/Samogho
06 Hausa/Hausa
07 Bobo-Djoula/Djoula
08 Bwaba/Bwanu
09 Bobo-Fing/Bobo-Fing
10 Dafing/Dafing
11 Bissa (Busanse)/Busanga
12 Gourmantche/Gourma
13 Gourounsi/Goursi
14 Marka/Marka
15 Dagari/Dagari
16 Lobi/Lobiri
17 Senoufo/Senoufo
18 Dogon/Dogon
19 Rimaibe/)
20 0/Arabe
21 Bambara/Bambara
22 Asante/Twi
23
24
25
26
27
28
30

H. TYPE DE TRAVAIL OU ACTIVITE (01)

01 travail dans ses propres champs
02 travail salarié dans les champs
03 jardinage
04 ménage/travail de maison
05 élevage de son propre tropeau
06 élevage pour un propriètaire
07 pêche
08 chasse
09 vannerie
10 tissage
11 poterie
12 cordonnerie
13 bijouterie
14 confection de calebasses
15 confection de nattes
16 confection de chapeaux
17 couture
18 forge
19 menuiserie ou autre artisan du bois
20 boucherie
21 confection de briques
22 construction de greniers
23 maconnerie
24 construction ou forage de puits
*25 autre construction
26 collecte et vente du fumier
27 collecte et vente de bois
28 collecte et vente de paille et autre produit
29 battage des céréales
30 préparation et vente de bière
*31 petit commerce
*32 commerc3
33 mécanique
34 transport motorisé
35 location de charettes
36 location de boeufs
*37 autre location
38 guérisseur
39 griot
40 marabou/Imam/maître Coranique

41 pasteur ou catéchiste
42 école coranique
43 école secondaire
44 école primaire
45 pensionné
46 fonctionnaire
*47 autre travail salarié
48 tressage de corde
49 tressage de cheveus
50 berger/élevage pour concession
51 préparation et vente d'aliment
52 musicien
53 teinturerie
54 filage de coton
55 élevage de volailes
56 école agricole/FJA
57 service militaire
58 collecte et vente de karité
59
60 travail limité aux champs de la concession (pas de propres champs)

I. NIVEAU DE INSTRUCTION (01)

01 1 an
02 2 ans
03 3 ans
04 4 ans
05 5 ans
06 6 ans (CEP)
07 sixième
08 quatrième
09 cinquième
10 troisième
11 deuxième
12 première
13 terminale (le bac)
14 1 an université
15 2 ans université
16 3 ans université
17 plus de 3 ans université
18 école coranique
19 école militaire FJA

J. ACTIF/INACTIF/EMIGRE (01)

00 enfants moins de six ans
01 actif
02 temporairement inactif
03 inactif permanent
04 actif de passage
05 inactif de passage
06 émigré permanent envoyant
07 émigré permanent n'envoyant rien
08 émigré temporaire envoyant quelque chose
09 émigré temporaire n'envoyant rien
10 non plus un membre du ménage (divorcée)

K. EMPLACEMENTS DES CHAMPS OU RECIPIENTS DES CULTURES (02, 03)

01 dans la cour
02 dans une case
03 à corté de la concession
04 dans le village
05 dans un campement de culture
06 dans le champ
07 en brousse
08 dans un bas fond proche
09 dans un bas fond en brousse
10
11
12
13 à côté du village

L. ACQUISITION DE TERRES (02)

(* spécifier de qui et conditions d'usufruit)
01 hérité
*02 reçu en cadeau (autorité totale)
03 révendiqué car inoccupé
*04 echangé
*05 emprunté à long terme
*06 emprunté à court terme
*07 loué (specifier conditions de location
08 distribué par le gouvernement
09
*10 cédé pour exploitation à un member de la même concession (femmes, adolescents)
11 prérogative de la famille du chef

M. TYPE DE STOCKAGE (03)

01 grenier en paille (grand)
02 grenier en banco (grand) (nāni)
03 sac
04 canari
05 fût ou barique
06 fosse
07 panier
08 sur arbre, hangar, barre, poutre
09 tas
10
11
12 grenier en banco (petit) (nan ko ho)
13 grenier en paille (petit)
14 grenier en banco "Koeni"
15 sur échaffaudage

PRODUITS, OUTILS, MARCHANDISES

N1. Cultures (03-09)

001 jachère
002 sorgho rouge
003 sorgho blanc
004 petit mil
005 fonio
006 maïs
007 riz paddy
008 riz
009 arachide
010 niebé
011 pois de terre
012 soja
013 haricot
014 igname
015 manioc
016 taro
017 patate
018 pomme de terre
019 gombo
020 oignon
021 tomate
022 aubergine
023 chou
024 courge
025 piment
026 calebasse
*027 fruits
028 tabac
029 coton
030 miel
031 sésame
032 semences diverses
033 hibiscus
034 oseille
035 da
036 autres fines herbes
037 noix de karité
038 néré
039 feuilles diverses
040 autres produits cueillis sur les arbres
041 paille ou tiges
042 fourrage
043 bois
044 farine de blé/maïs/mil
045 carotte
046 boule d'acassa
047 datte
048 galette
049 beignet
050 melon
051 salad3
052 kapok
053 feuilles de baobab
054 soumbala
055 charbon
056 bouillie
057 couscous
058 noix de coco
059 Haricot vert
060 autres graines ou céréales de brousse (ex: graines d'épine)

N2. Animaux et Produits Animaux (05-09)

061 taureau 0-5 ans
062 taureau 5-10 ans
063 taureau 10 + ans
064 vache 0-5 ans
065 vache 5-10 ans
066 vache 10 + ans
067 agneau 0-1 an
068 agneau 1-2 ans
069 belier 2-5 ans
070 belier 5-10 ans
071 belier 10 + ans
072 brebis 2-5 ans
073 brebis 5-10 ans
074 brebis 10 + ans
075 chevreau 0-1 an
076 chevreau 1-2 ans
077 bouc 2-5 ans
078 bouc 5-10 ans
079 bouc 10 + ans
080 chèvre 2-5 ans
081 chèvre 5-10 ans
082 chèvre 10 + ans
083 âne pré-adulte
084 âne adulte
085 anesse pré-adulte
086 anesse adulte
087 porc pré-adulte
088 porc adulte
089 cheval
090 lapin
091 cobaye
092 poulet ou coq
093 pintade
094 pigeon
095 canard
096 dindon
097 oeufs
100 lait
101 peau
102 viande crue
103 viande cuite
104 fromage/beurre de lait
105 perdrix
106 maïs CATHWELL/OFNACER
107 lait CATHWELL
108 poisson
*109 viande de brousse

110 sorgho US (aide d'urgence)

N3. Facteurs de Production (06-09)

111 terre
112 argent

113 outils agricoles à main (daba, houe, pioche, hache, machète, bêche, pelle, etc.)
114 sarcleur
115 butteur
116 rayonneur
117 semoir
118 tracteur
119 charette tombereaux (âne)
120 charrue à boeufs
121 charrue à âne
122 char à boeufs
123 joug
124 soins vétérinaires
125 chaine
126 corde
127 paniers
128 sacs
*129 autre recipients agricoles
130 fumier
131 engrais coton
132 engrais arachide
133 engrais maraîcher
134 poudre rouge
135 poudre blanche
*136 autre insecticide
*137 semences
138 pilon dameur
139 canari (jarre)
140 seau
141 insecticide
142 mortier
143 cherilles
144 cauri
145 fusul cartouche
146 pompe
147 puisette
148 graisse
149
150 hydromiel

N4. Marchandises (06-09)

151 kola
152 cigarettes
153 dolo
154 eau de farine de mil
155 café ou thé
156 autre boisson
157 pain ou biscuits/gataux
158 sel cuisine
159 sucre
160 huile de cuisine
161 beurre de karité
162 condiments (c.e.d. maggi)
163 plats cuisinés
*164 autres aliments
165 outils de cuisine
166 fournitures scolaires
167 piles
168 torche
169 lampe
170 radio
171 montre ou autre bijoux
172 machine à coudre
173 tissu ou pagne
174 indigo
175 fil
176 vêtements
177 chassures
178 nattes
179 savon
180 soins et medicaments commerciaux
181 soins et medicaments traditionnels
182 charmes et fétiches
183 transport/voyage
184 bicyclette
185 mobylette
186 pétrole ou mélange ou huile moteur
187 pneu ou chambre à air
188 autres pieces ou outils pour bicyclettes ou mobylettes ou charettes
*189 lot de marchandises diverses
190 pomade et d'autres produits
191 lait concentré en boîte
192 pour jeux
193 lits traditionelles en bois
194 porte traditionelles en bois
195 potasse
196 perfum
197 étoffe toffe
198 allumettes
199 éléments de construction
200 bon-bon
201 couteau
202 foulard
203 lâme lâ
204 bic
205 waré ou autre jeux
206 meuble de maison
207 oreillet
208 bière
210 soda ou sucerie
211 services (moulin, reparations, etc.)
212 pierre à l'écher (sel animaux)
213 matériel de tissage
214 peigne
215 moto
216 arbres
217 levure
218 tamarin
219 chapelet
220 aiguille
221
222
223
224
225
226
227
228
229
*230 livres

O. UNITE DE MESURE (03-10)

01 unité
02 mètre
03 kilo
04 livre
05 litre
06 plat
07 louche petite
08 louche moyenne
09 louche grande
10 boite de pâté
11 boite
12 gourde
13 calebasse
14 assiette locale
15 assiette Yoruba
16 tine locale
17 tine ORD
18 panier petit
19 panier moyen
20 panier grand
21 canari petit
22 canari moyen
23 canari grand
24 seau petit
25 seau moyen
26 seau grand
27 sac de 25 kg.
28 sac de 34 kg.
29 sac de 45 kg.
30 sac de 50 kg.
31 sac de 100 kg.
*32 autre sac
33 barrique
34 brouette
35 charette
36 morceau
37 sachet
38 paquet
39 boule
40 rouleau
41 tas (seulement pour marchandises
42 tresse ou grappe
43 fagot
44 tête
45 poignée
46 coudée
47 brassée
48 cuillerée
49 botte/balle
50 planche
51 bouteille
52 tubercule petit
53 tubercule moyen
54 tubercule grand
55
56
57
58 tonne
59 bassine
60 cube
61 dixième
62
63 1/2 tine
64 1/4 tine
65 carton (cartouche)
66
67 gobelet
68 bol
69 caisse
70 ecueille

P. FORME DES CEREALES (03-10)

01 non-battu, en coque, en tiges (c.e.d. non-transformé)
02 battu, sans coque
03 découtriqué
04 germé
05 germé
06
07 seché ou fumé
08
09
10 cuire

Q. FONCITON OU BUT DES CEREALES STOCKEES, ET DES VENTES, ACHATS, CADEAUX (03, 06-09)

01 bon prix
02 pour commerce
03 pour transformations (c.e.d. dolo, petits gateaux)
04 pour cadeaux
05 pour auto-consommation du ménage
06 pour les impôts
07 pour prélèvements ou dîmes musulmanes
08 pour frais scolaires
09 pour remboursement d'un prêt
10 pour épargne
11 pour réserve en prévision de mauvaises récoltes et de famine
12 pour salariés
13 pour invitations de travail
14 pour semences
15 pour fumier ou engrais
16 pour outils agricoles
17 pour autres occupations non-agricoles
18 pour acquisition ou accroisement du cheptel ou tropeau
19 pour acquisition des animaux
20 pour grigri
21 pour funerailles
22 pour circoncision ou excision
23 pour mariage ou financaille
*24 pour autre fête ou cérémonie
*25 pour autres besoins du ménage
26 pour envoi des fonds ou biens
27 pour maintenir des bonnes relations
28 pour remercier du prêt d'une terre
29 pour remercier du travail de quelqu'un
30 pour construir
31 pour remercier d'un service rendu
32 pour payer des médicament.
33 pour filage de coton
34 pour crédit

35 pour pensions
36 pour cotisations
37 hospitalité
38 Pour achat des céréales
39 pour transport ou voyage
40 pour bénédiction
41 aid d'urgence
42 pour sacrifice
43 pour bienfaisance
44 pour maraboutage
45 pour héritage
46 pour baptéme
47 pour peser enfant
48 pour seins traditionels
49 pour commission
50 pour occupation agricole
51 pour fourriére

R. DISPOSITION DE LA RECOLTE (04)

01 vendue
02 vendue en herbe
03 stockée
04 consommée
05 donnée
06
07
08
09
10

S. LIEU DE TRANSACTION (06-10)

01 Côte d'Ivoire
02 Ghana
03 Mali
04 Niger
05 Ouagadougou
06 Tougan
07 Behui
08 Dinkena
09 KassaKongo
10 Sam
11 Donkomara
12 Gouran
13 Tikan
14 yé
15 Souma
16 Korombéré
17 Toumani
18 Sagara
19 Yarga
20 Yallé
21 Youba
22 Lougouri
23 Mimima Dowcé
24 Pello
25 Bougounam
26 Dinglà
27 Lossa
28 Ninigui
29 Ïngané
30 Ouahigouya
31 Méné
32 Bougouré
33 Koumbri
34 Ziga
35 Bema
36 Berenga
37 Yako
38 Gourcy
39 Seguenega
40 Oula
41 Titao
42 Ségué
43 Bintigué
44 Djibo
45 Banh (Sagara)
46 Kalsagdo
47 Ranga
48 Ranga
49 Samba
50 Bobo-Dioulasso
51 Baré
52 Soumousso
53 Wara
54 Yéguesso
55 Kerou
56 Kosso
57 Lécéré
58 keribé
59 Sa
60 Doumbassa
61 Koumbara
62. Kouka
63 Solenzo
64 Soromi
65 Dedougou
66 Koudougou
67 Nouna (dimanche, mais tous les jours)
68 Tissi (pas de marché)
69 Dankui
70 Ouarkoye
71 Zaba (pas de marché)
72 Gassan (cinq jours)
73 Kougni (cinq jours)
74 Djimbaso (?)
75 Tchiookui (vendredi)
76 Fakena (dimanche)
77 Kekaba (vendredi)
78 Koena (jeudi)
79 Mookui (lundi)
80 Marché de la Volta Noire (jeudi)
81 Kumana (vendredi)
82 Safane
83 Pankui (pas de marché)
84 Doudou (dimanche)
85 Bina
86 Ourouna
87 Goni
88 Sono
89 Lonifiera
90 Koni
91 Léié
92 Bissan
93 Poundoun
94 Sankui
95 Toma (cinq jours)
96 Grand Moura (cinq jours)
97 Douroula (cinq jours)

T. ACHETEUR/VENDEUR/DONNEUR/ BENEFICIAIRE (06-09)

01 OFNACER
02 ORD
03 COVOLCOM
04 SOFITEX
05 Service Elevage
06 le gouvernement
07 groupement villageois
08 groupement naam
09 petit commerçant du village
10 moyen commerçant du village
11 grand commerçant hors du village
12 petit commerçant hors du village
13 moyen commerçant hors du village
14 grand commerçant hors du village
15 membre du ménage
16 membre de la concession
17 autre parent dans le village
18 ami trés proche, ami intime
19 camarade de même groupe d'age
20 autre personne (non-parent) dans le village
21 parent hors du village
22 autre personne (non-parent) hors du village
23 fonctionnaire
24 vendeuse/verseur
25 marchand paysan (menuisier, boucher, boulanger, etc.)
26 CDR
27
28
29
30 camarade ou ami(e)
31 personnel CRED
32 revendeuse/revendeur
34 mission religeuse
35

U. ENDROIT PRECIS (06, 07)

01 le champ
02 sa concession dans le village
03 concession d'un autre
04 sur la route/village
05 magasin
06 marché
07 sa maison en brousse
08 BC
09 Préfecture
10 ORD

V. TRANSFERT DE REVENU

01 versement, envoi (d'argent)
02 prêt ou paiement de crédit
03 salarie et paiement de services
04 cadeaux
05 impôts
06 frais scolaires
07 cotisation

00 RECENSEMENT VILLAGEOIS
(une fois seulement)

NOTES

- Le présent récensement s'intéresse à tout homme marié du village.

INSTRUCTIONS

0. Remplir la fiche en haut à gauche et à droite comme d'habitude. Donner les renseignements supplémentaires sur le chef de ménage (CM) -- le degré de parenté avec le chef de concession, son ethnie, sa religion et lieu de naissance. Si celui-ci habite un autre village que celui où l'étude est menée, inscrire le nom de la ville ou du village et de la sous-préfecture.

1. Inscrire le nom et prénom du CM suivis de ceux de la première femme et leurs enfants selon les plans arrêtés pour le récensement familial. Cependant, noter la différence majeure entre les deux: Le récensement villageois est basé sur les liens de parenté et non uniquement sur ceux de la co-habitation. Cela veut dire que les noms des divorcés, des décédés et des absents de la famille proche doivent être mentionnés.

   Indiquer le décès par une croix (X) sur le numéro de code de l'individu à gauche. L'âge de la personne décédée devait être inscrit comme étant son âge à sa mort et une croix marquée sur le chiffre. En ce qui concerne les personnes décédées, les données qui suivent l'âge (6, 7, 8) ne sont pas nécessaires. Par ailleurs, le nom de la personne décédée n'est pas nécessaire.

   Pour nos besoins, parmi les absents doivent être compris les fils et les filles du CM et ses femmes, ainsi que d'autres parents ou relations qu'ils estiment important d'inclure. L'interviewer doit poser la question de la manière suivante: Y-a-t-il quelqu'un d'autre qui d'habitude vit avec vous et n'est pas ici maintenant? Prendre tous les renseignements sur les absents.

   La raison pour laquelle il faut mentionner les personnes divorcées, ou les époux (épouses) et enfants décédés, ainsi que les membres absents de la famille, etc... est de pouvoir identifier tous parent ou relations de ces mêmes personnes qui peuvent se trouver encore dans le ménage. Ne pas oublier de s'enquérir de cette possiblité lorsque ces cas se présentent.

   Attention. Si vous découvrez un fils marié ou le frère du CM (ou tout autre homme marié qui habite le même village ou la même concession) notez les données correspondantes auxcolonnes I à 6. S'il s'agit de "résidence actuelle" inscrire "même concession" ou s'il habite une autre concession inscrire simplement le nom du village. Les renseignements qui restent (7 à 10) peuvent être omis étant donné que le même homme sera interviewé plus tard mais sur une fiche séparée en tant que CM lui-même.

00 (suite)

2. Les exemples du genre de termes à employer dans la définition de liens de parenté sont donnés ci-dessous. Ces termes verbaux devraient être suivis d'un ou deux numéros progessifs (à partir de la marge gauche) pour préciser le degré de parenté par rapport au CM ou, si nécessaire, par rapport à un adulte de plus proche parenté de la famille. (Voir un exemple d'un questionnaire rempli).

   Dans le cas où des personnes plus marginales sont concernées, c'est-à-dire la veuve du fils décédé ou un oncle du CM, prendre les renseigrements simplement d'une manière descriptive.

Liens de parenté

Chef de maison (CM)	fille de ____/____	demi-soeur paternelle de ____
épouse No. 1 du CM	épouse de____/____	demi-soeur maternelle de____
épouse No. 2 du CM	père de ____	soeur de _____
épouse No. 3 du CM	mère de ____	etc.
épouse No. 4 du CM	demi-frère paternel de____	? -- personne inconnue, ou personne dont il n'est pas nécessaire de connaître le nom
ex-épouse du ____	demi-frère maternel de____	
fils du ____/____	frère de____	

3. SITUATION DE FAMILLE -- Inscrire le code approprié pour chaque individus (D)

4. Sexe -- inscrire le code approprié (C).

5. Age -- inscrire l'âge réel. En cas d'incertitude sur l'âge de l'individu, l'interviewer peut: demander l'année de naissance et calculer le nombre d'années et les inscrire; inscrire l'âge approximatif; se renseigner sur un événement majeur national ou régional qui s'est produit au moment de la naissance ou vers la période de sa naissance et calculer le nombre d'années en se basant sur cet événement. En ce qui concerne les personnes décédées, inscrire simplement l'âge au décès et, mettre une croix sur le numéro dans la case.

6. "Résidence actuelle" veut dire le village même ou, au cas où il y aurait des absents, le nom du village ou de la ville et de la sous-préfecture où ils habitent actuellement. Lorsque l'individu vit dans le même ménage que le CM, inscrire "même ménage". Lorsque l'individu vit dans la même concession mais dans un ménage différent, écrire "même concession".

7. Alphabétisme -- inscrire le numéro approprié (E).

8. Langues -- inscrire le numéro approprié (G). La langue maternelle, "M" doit être premièrement suivi des autres langues selon le niveau de connaissance.

00 (suite)

9. Sous cette section, inscrire simplement "oui" ou "non" (code B). Si l'informateur veut donner d'autres renseignements sur la quantité des biens que possède la famille, ces données peuvent être mentionnées entre parenthèses après le mot. Cependant, ne pas demander des précisions sur les nombres d'animaux.

10. Inscrire ces renseignements en mots. Il y a des possibilités telles que, chef de village , chef de quartier , chef des terres, chef des greniers, chef de forgerons, chef des cultivateurs, chef de lignes, chef des chasseurs, griot, chef de classe d'âge, chef d'une coopérative, guérisseur, et d'autres positions politiques et administratives.

CAS PROBLEMATIQUES

01 RECENSEMENT FAMILIAL
(une fois seulement)

NOTES

- Le présent récensement s'adresse aux personnes vivantes uniquement. Il est effectué avec le CM.
- Quelques-uns des renseignements (précédés d'une flèche comme ci-dessous indiqués) peuvent être copiés au préalable sur le récensement villageois initial.
- Cependant, se renseigner à la fin du récensement pour savoir si quelqu'un d'autre vit avec le répondant (penser surtout aux femmes) juste à titre de contre-vérification. En même temps, vérifier si tout le monde a été touché dans le cadre du récensement villageois.

INSTRUCTIONS

0. Inscrire verbalement le lien de parenté qui existe entre le CM et le chef de concession (ex: lui-même "petit frère" fils de la deuxième épouse du chef de concession). Etre explicite sur le lien de parenté de la même manière que pour le recensement villageois.

1. Assigner un numéro séquentiel à chaque membre du ménage. Il faut ajouter les noms des membres qui n'ont pas pu être recensés lors du recensement villageois ou qu'on a découvert par la suite.

→ 2. Inscrire le nom et prénom du CM et de sa première femme. Ensuite inscrire les noms et prénoms des filles et fils du CM et de son épouse No. 1. Inscrire les enfants par ordre de naissance, filles comme garçons. Si c'est le prénom du fils qui est inscrit le premier, s'assurer que c'est bien lui qui est l'aîné et non la fille.

Inscrire le nom et prénom de la deuxième femme et répéter la procédure ci-dessus. Cette procédure s'applique aux autres femmes et à leurs enfants. Inscrire les noms de tout autre habitant, homme ou femme, vivant dans la maison.

Inscrire les noms de toute autre personne non encore inscrite qui appartient au ménage immédiat enquêté, mais qui est absent ou a émigré hors du village.

3. Inscrire l'ethnie de chaque membre de ménage. Inscrire le code (G).

4. Inscrire la religion de chaque membre de la maison: Inscrire le code (F).

→ 5. Inscrire l'état civil de chaque membre de ménage. Inscrire le code (D).

OI (suite)

→ 6. Inscrire le lien de parenté ou tout autre lien qui existe entre le CM et chaque membre du ménage. Etre précis. Ces renseignements seront codés plus tard.

→ 7. Inscrire le sexe de chaque membre de la maison. Inscrire le code (C).

→ 8. Inscrire l'âge de chaque membre de maison. Marquer le nombre d'années réel.

9. Inscrire le lieu de naissance et la sous-préfecture pour chaque membre de la maison.

IO. Inscrire -- par ordre d'importance -- le travail et les activités de chaque individu. La première d'une telle activité doit être inscrite comme l'activité "principale" c'est-à-dire "Quelle est l'activité qui vous permet d'entretenir une famille?" Inscrire le code (H). Ensuite inscrire les codes des autres activités importantes citées par l'informateur. Le terme "important" dans le contexte actuel se définit par rapport à la durée du temps passé pour mener l'activité au cours de l'année et non par rapport au montant du revenu qui en résulte. Chaque adulte devrait être consulté individuellement sur cette question si possible. Ne pas oublier de prendre des renseignements sur les activités commerciales. En ce qui concerne les émigrants, se référer aux données sur le CM.

II. Noter toute activité supplémentaire passée et les compétences de chaque membre de ménage. On pourrait doubler le code (H) à ce niveau, ex:

couture	I	7
petit commerce	3	I

I2. Inscrire le niveau d'éducation formelle reçue par chaque membre (I). S'il y a eu plus d'un type d'instruction il sera nécessaire d'utiliser le double code, ex:

4 années d'étude primaire	0	4
Formatic FJA	2	0

I3. Inscrire le status actif/inactif (J) de chaque personne vivant présentement dans la maison. Est considérée "active" toute personne (homme/femme) qui entreprend un travail ou des tâches contribuant à l'économie familiale (ex: agriculture, artisanat, travaux ménagers, commerce, etc.). Quant aux émigrants inscrire le code (J) aussi selon l'information donnée par le CM.

CAS PROBLEMATIQUES

02 INVENTAIRE DES CHAMPS ET JARDINS
(une fois seulement)

NOTES

- La présente fiche concerne individuellement chaque personne, qui au niveau du récensement familial, a indiqué que l'agriculture était l'une de ses activités majeures.

- Ne pas oublier les jardins. Ils doivent être considérés comme des champs. Premièrement les champs et ensuite les jardins d'une personne donnée doivent être classés ensemble sur sa fiche. Utiliser des fiches supplémentaires par individu si nécessaire. En outre, assigner des numéros d'ordre progressif aux différents champs et jardins d'une même personne.

- Si vous remarquez que les principales cultures de base, (sorgho rouge, sorgho blanc, petit mil) ne sont pas cultivées par un membre du ménage, prenez des informations. Demandez comment et où les membres de ce ménage obtiennent ces cultures de base. Inscrire les explications dans la marge.

INSTRUCTIONS

1. Assigner un numéro d'ordre progressif à chaque champ ou jardin nommé par chaque informateur.

2. Décrire verbalement l'endroit de chaque terrain en y inscrivant le code (K). Etre précis dans les descriptions verbales. Celles-ci seront basées sur votre propre examen visuel du champ, y compris les deacriptions verbales données par l'informateur. En ce qui nous concerne, un "champ" est défini comme un terrain caractérisé par une culture dominante -- même si l'informateur le classe comme une partie d'un terrain voisin plus vaste sur lequel se trouvent les mêmes ou différentes cultures. L'information n'exclut cependant pas les champs avec cultures mixtes (voir ci-dessus). S'informer sur les champs en jachère.

3. Citer les noms des cultures de chaque champ par ordre d'importance sur le champ. Chaque culture doit être citée sur une ligne séparée. Si la culture est plantée dans le même champ qu'une autre, elle doit porter le même numéro dans l'ordre progressif et la même identification verbale.

4. Inscrire le nom de la personne ayant le droit de prendre des décisions sur les produits des champs -- c'est-à-dire la personne qui évalue les récoltes à l'avance selon la disposition du terrain. Inscrire le numéro progressif complet de la personne (basé sur sa fiche 01, du récensement familial). Le nombre complet se compose d'abord du numéro de la concession suivi du Numéro du ménage auquel l'individu se rattache et se termine enfin par le numéro progressif de l'individu dans le ménage.

5. Questionner sur la façon dont l'informateur a obtenu le droit d'utilisation de ce terrain (champ ou jardin) -- inscrire le code approprié (L).

02 (suite)

6. Inscrire le nom de la personne exerçant l'autorité suprême sur le terrain -- contrairement à celle qui a autorité sur la disposition des cultures qui s'y trouvent. "Autorité suprême sur le terrain" veut dire le pouvoir de louer ou prêter la terre sans consulter une autre personne. Inscrire le numéro progressif complet de la personne s'il est membre de l'échantillon choisi. S'il ne l'est pas, marquer 99.

7. Lorsque vous visitez chaque champ, faites un croquis de sa forme générale en indiquant toute particularité topographique sur une feuille séparée. On peut facilement esquisser dix à vingt champs au recto-verso de la feuille (voir échantillon). Inscrire le nombre progressif de chaque champ à l'intérieur de chaque croquis et ajouter le nom de l'informateur et son numéro progressif en haut.

CAS PROBLEMATIQUES

03 STOCKAGE DES CEREALES ET CULTURES DE RENTE
(trimestriel)

NOTES

- La présente fiche s'adresse à tous les membres du ménage ayant indiqué qu'ils ont un droit de décision sur les récoltes d'un ou plusieurs champs. Les mêmes personnes devraient être interviewés séparément et sur une fiche séparée.

- Inscrire chaque structure de stockage ou récipient individuel sur une ligne séparée.

- S'informer de grandes quantités de récoltes stockées. En particulier, se renseigner sur le propriétaire, la production et la disposition. Mettre les explications de ces quantités dans la marge ou au verso de la fiche.

- Vérifier visuellement et compter chaque grenier ou récipient, moyen de stockage dans chaque concession. Confronter le résul de vos comptes aux informations données par les personnes questionnées.
- Il peut y avoir des gens qui ne font pas de travaux champêtres ou ne s'occupent pas de la production d'un champ mais qui peuvent avoir des récoltes en stockage. S'assurer de cette possibilité, mentionner ces individus sur la fiche et chercher à savoir l'origine de ces récoltes.

INSTRUCTIONS

1. Assigner un nombre progressif à chacun des moyens de stockage cité par l'informateur.

2. Inscrire le nom du vrai propriétaire de la structure ou récipient de stockage. Dans la plupart des cas, ce sera l'informateur lui-même (elle-même). Cependant, si le propriétaire de la structure de stockage est une personne autre que le répondant (ex: si la structure est empruntée) marquer le nom de la personne sous "propriétaire du récipient ."

3. Inscrire le type de chaque grenier ou récipient de stockage et marquer le code (M). Noter aussi d'une manière descriptive, l'emplacement de chaque structure et marquer le code (K).

4. Inscrire le type de récoltes stockées dans chaque structure de stockage et marquer les codes (NI). Ne pas oublier d'inclure les récoltes de rente qui peuvent être stockées. Par ailleurs, il faut noter qu'il est possible de stocker plus d'une récolte dans un même grenier ou récipient. Dans des cas pareils, chaque récolte devrait être inscrite et codée sur une autre ligne.

03 (suite)

5. Enregistrer la quantité de chaque récolte stockée dans chaque récipient. Premièrement marquer le nombre des unités de mesure de chaque récolte cité par l'informateur. Deuxièmement, marquer le type de mesures en mot et le représenter par le code (O). Troisièmement, marquer la forme sous laquelle la récolte est stockée et porter le code (P).

6. Noter les deux derniers chiffres de l'année où le produit stocké a été récolté.

7. Inscrire le Nom de la personne qui a complète autorité (c'est à dire qui n'a pas besoin de consulter qui que ce soit) pour décider de l'utilisation de chaque culture stockée. Inscrire le nombre progressif complet de cette personne.

8. Citer par ordre d'importance décroissante les utilisations et fonctions prévues pour chaque culture stockée (code Q). (Voir instructions No. 8 de la fiche 04, "Récoltes des champs et jardins).

CAS PROBLEMATIQUES

04 RECOLTE DES CHAMPS ET JARDINS
(bi-hebdomadaire jusqu'à la fin des travaux de récolte)

NOTES

- La présente fiche s'adresse à tous les membres du ménage ayant indiqué qu'ils ont un droit de décision sur les récoltes d'un ou plusieur champs. Les mêmes personnes devraient être interviewés séparément et sur une fiche séparée. Questionner tout d'abord à propos des champs, et ensuite à propos des jardins de chaque personne.

- Des champs aux cultures mixtes où la récolte de chaque culture se fait à des périodes différentes devraient être traités comme si chacun des produits agricoles dans le champ était séparé. Cependant, toutes les récoltes d'un tel champ porteront bien sûr, le même numéro du champ.

INSTRUCTIONS

1. Marquer le numéro progressif de chacun des champs et jardins de l'informateur au fur et à mesure que vous prenez ces renseignements (se référer à la fiche No. 2 "Inventaire des Champs et Jardins").

2. Demander si la récolte de quelque culture que ce soit a été achevée sur chaque champ au courant des deux dernières semaines (A noter, cependant, qu'au moment de remplir la fiche, il faut s'informer sur tous les terrains de l'informateur afin de déterminer ceux qui ont été déjà récoltés avant le démarrage du projet dans le village). Inscrire "oui/non" code (B). Si "oui" (c'est à dire, la récolte d'une culture a été effectivement achevée sur le champ en question), continuer l'interview en remplissant les colonnes suivantes. Si "non", ne pas continuer le questionnaire à propos de cette culture sur ce champ et tirer donc un trait sur la ligne la concernant avant de passer soit à une autre culture sur le même champ (si c'est le cas), soit à un autre champ.

3. Demander le jour où l'informateur a terminé la récolte du champ/jardin. Inscrire le code "du jour" approprié (voir le calendrier).

4. Demander le jour où l'informateur a commencé la récolte du champ/jardin. Inscrire le code "du jour" approprié.

5. Marquer le nombre de jours mis pour terminer la récolte. Ce chiffre peut ne pas être toujours égal à la différence entre les renseignements retenus aux numéros 3 et 4 ci-dessus. Exemple: le chiffre en question sera plus petit si la récolte n'est pas faite dans les jours consécutifs à cause des pluies, fêtes, congés, maladies, etc.

6. Noter le nom du ou des produits agricoles récoltés sur chaque champ/jardin. Inscrire le code (NI).

   Ne pas oublier qu'il est possible de récolter plus d'un produit agricole sur un terrain donné. Dans de pareils cas, chaque produit doit être inscrit et codé sur une ligne séparée.

04 (suite)

7. Marquer la quantité de chaque produit récolté sur chaque terrain. Premièrement enregistrer le nombre d'unités de mesure cité par l'informateur pour chaque produit. Deuxièmement le type d'unité de mesure en mots et codé (O). Troisièmement, noter la forme sous laquelle la récolte est stockée et mettre le code (P).

8. Demander ce que l'informateur envisage de faire des quantités récoltées. Inscrire le (s) code (s) (R). Il est possible que les récoltes collectées serviront à plus d'une fin. Dans de tels cas les différents usages devraient être inscrits dans les cases réservés aux codes par ordre d'importance. Cet ordre sera défini par les quantités relatives de chaque récolte destinées à un usage donné. La plus grande quantité disponible sera citée en premier lieu, et ainsi de suite par ordre d'importance décroissante.

9. Si l'informateur a stocké des produits récoltés, marquer le numéro progressif complet de la structure ou récipient de stockage.

10. Marquer le nom de la personne qui a l'autorité de déterminer la disposition des quantités récoltées (pas le propriétaire de la structure de stockage bien que ce soit d'habitude la même personne). Inscrire le numéro progressif complet de l'individu.

11. Marquer la lettre "T" pour temporaire ou la lettre "P" pour permanent pour réfléter le type de structure ou moyen de stockage cité au No. 9 ci-dessus. Les récipients temporaires seront généralement ceux situés dans les champs pour le stockage à court terme.

CAS PROBLEMATIQUES

05 CONSOMMATION DES CEREALES, CULTURES ET PRODUITS ANIMAUX
(bi-hebdomadaire)

NOTES

- Cette fiche s'adresse à chaque adulte féminin membre du ménage chargée de préparer la nourriture. Chaque femme doit être interviewée séparement et sur une fiche séparée.

- "Consommation" ici porte sur la bière et la nourriture, préparées et bue /mangée dans le cadre des activités du ménage.

- Faire attention aux larges quantités non caractéristiques de consommation de bière et de nourriture. Ces quantités peuvent concerner les invitations de travail,les fêtes ou autres évènements spéciaux. Se renseigner à fond sur la nature de ces évènements et inscrire l'information au verso de la fiche.

- Ne pas oublier de se renseigner non seulement sur la consommation des céréales mais aussi sur celle des cultures de rentes (ex: arachides, pois de terre, riz, manioc, pomme de terre, haricots) et produits animaux (ex: viande, oeufs, lait, formage).

INSTRUCTIONS

I. Marquer les différentes récoltes ou produits préparés par l'informatrice pour la consommation de son ménage. Inscrire les codes correspondants (NI et N2).

2. Marquer la quantité de chaque récolte ou produit préparé. A noter qu'en ce qui concerne les produits céréaliers, l'informatrice devrait être encouragé à donner ou à traduire sa réponse en termes de quantités de grains. Marquer le nombre d'unités de mesure cité par l'informatrice pour chaque récolte ou produit. Ensuite noter le type d'unité de mesure en mots et le code (O). En dernier lieu, noter la forme sous laquelle la récolte ou le produit est cité et le code (P).

   NOTE: Le code "P" désigne seulement les produits céréaliers . Pour les autres récoltes et produits, écrire simplement leur forme en toutes lettres dans l'espace réservé et inscrire le code (00), "non applicable".

3. Inscrire le nom et le lieu de parenté (au besoin) si cela existe entre la personne auprès de laquelle l'informatrice a obtenu les denrées alimentaires qu'elle a préparées. peut être elle-même ou son mari, une co-épouse, une amie, un membre aîné de la concession, etc. Inscrire le numéro progressif complet. Avoir des informations sur l'origine de la denrée alimentaire -- c'est-à-dire si elle était produite sur place, achetée ou obtenue comme cadeau ou échange, etc.

05 (suite)

4. En ce qui concerne les céréales ou autres récoltes prélevées à partir des structures ou récipients de stockage, identifier le genre de structure récipient où les prélèvements ont été faits. Inscrire le numéro progressif complet de la structure ou du récipient en se basant sur la fiche 03 "Stockage des Céréales et Cultures de Rentes".

CAS PROBLEMATIQUES

06 VENTES
(bi-hebdomadaire)

NOTES

- Ce questionnaire est mené auprès de chaque membre de l'échantillon pris individuellement à propos des ventes ou échanges de quelque sorte que ce soit effectués (ou non) au cours des deux dernières semaines. Si l'informateur dit n'avoir pas fait de ventes ou échanges ou cours de la période précitée, remplir les parties gauche et droite en haut de la fiche comme d'habitude et faire une grande croix (X) sur le reste.

- La fiche a l'intention de servir de guide pour des transactions non monétaires et monétaires. Ne pas oublier de demander les deux.

- A noter que le format de la fiche (et les quatre autres qui suivent -- 07, 08, 09 et 10) est à "double niveaux" c'est à dire qu'il y a cinq lignes par page dont chaque ligne contient des questions qui continuent sur le niveau "inférieur". S'assurer que les données citées à la ligne 01 au niveau supérieur se poursuivent à la ligne 01 correspondante au niveau inférieur. Cette procédure s'applique aux lignes 02 à 05.

- Ne pas oublier de se renseigner sur les différentes catégories possibles des ventes et échanges citées en haut de la fiche sous le mot "Produit".

- Etre vigilant en ce qui concerne la sur-ou sous-évaluation des données indiquées par l'informateur à propos de chaque vente ou échange. Dès que vous soupçonnez l'un ou l'autre cas, notez le dans la marge.

- Attention, le chiffre dans la colonne de la valeur monétaire, (Valeur) et (ce qui reste à payer), doit remplir complement toute la place réservée à cet usage. Les cases restées inoccuppées sur sa gauche par le chiffre de la valeur monétaire indiquée, seront donc remplies par des zéros. (Il en sera de même pour les fiches 07, 08, 09 et 10).

INSTRUCTIONS

1. Le numéro de ligne de chaque vente/échange a été déjà inscrit pour vous sur la feuille. Lorsque le nombre de transactions pour un individu donné s'étale sur une période bi-hebdomadaire et dépasse cinq, utiliser simplement des feuilles supplémentaires et continuer de faire le numérotage des lignes à partir de six. Ecrire d'une manière claire et appliquée sur les chiffres allant de 01 à 06 déjà marqués.

2. Sur quoi ont porté les ventes et les échanges que l'informateur a effectués au cours des deux dernières semaines? Marquer chaque denrée sur une ligne séparée et noter le code (N1-N4).

3. Marquer le nom du propriétaire de la denrée vendue ou échangée. Il peut s'agir ou non de l'informateur lui-même. Inscrire le numéro progressif complet de la personne.

06, (suite)

4. Marquer la quantité de chaque denrée vendue/échangée. Premièrement inscrire le nombre d'unités de mesure de la denrée citée par l'informateur. Deuxièmement, inscrire le type d'unité de mesure en mots et le code correspondant (O). Troisièmement, marquer la forme de la denrée en mots à l'endroit réservé. Concernant les céréales, marquer le code(P). Quant aux autres denrées, inscrire simplement le code 00, "non applicable".

5. Si la denrée vendue/échangée était une céréale, demander l'année de sa récolte. Inscrire les deux derniers chiffres de l'année de récolte. Si la denrée n'était pas une céréale écrire simplement 00, "non applicable" dans cette colonne.

6. Noter le type de paiement dans la transaction. Inscrire le code (N1-N4). Le mode de paiement peut être sous forme monétaire ou non monétaire (ex: prendre du lait contre des céréales. Ensuite, noter la valeur monétaire de la transaction. La valeur monétaire des ventes sera en CFA. En ce qui concerne les transactions non monétaires évaluer la valeur en CFA selon les informations de l'informateur. Les estimations porteront sur la quantité totale de la denrée que la personne a utilisée dans les transactions. Pour les transactions monétaires, demander si une partie du prix de la vente ou de l'échange reste encore à encaisser par l'informateur. Si c'est le cas, noter le montant qui reste encore impayé -- Pour les transactions non monétaires, inscrire 000099 et ajouter une note explicative dans la marge ou au dos du questionnaire.

7. Le numéro déjà inscrit ici correspond au numéro de la même transaction au niveau "supérieur" de la fiche.

8. Marquer la raison pour laquelle l'informateur a vendu/échangé la denrée. Inscrire le code (Q).

9. Noter le nom de la ou des autres personnes impliquées dans la transaction -- C'est-à-dire la ou les personne (s) qui ont acheté/reçu la marchandise de l'informateur. Noter le numéro progressif complet de la personne.

10. Mentionner le lien de parenté, le lien de parenté fictif ou autre lien social (ex: camarade du même age) qui existe entre l'informateur et l'autre partie de la transaction. Décrire verbalement le lien de parenté dans l'espace fourni. Etre précis. Les renseignements seront mis en code plus tard.

11. Inscrire le nom du village ou de la ville où la transaction a eu lieu. Mettre le code (S).

12. Inscrire la localité exacte où la transaction a eu lieu à l'intérieur du village ou de la ville cité (e) au numéro 11 ci-dessus. Marquer le code (U)

CAS PROBLEMATIQUES

07 ACHATS
(bi-hebdomadaire)

NOTES

- A cette fiche s'appliquent les mêmes notes que celles de la fiche 06 "Ventes" mais en considérant cette fois-ci les achats de l'informateur et non plus ses Ventes.

INSTRUCTIONS

Suivre les mêmes instructions que pour la fiche "Ventes", mais en les appliquant cette fois-ci aux achats des personnes questionnées.

CAS PROBLEMATIQUES

08 CADEAUX DONNES
(bi-hebdomadaire)

NOTES

- La présente fiche s'adresse individuellement à chaque membre de l'échantillon pour lui demander s'il a ou non donné des cade de toute nature au cours des 2 dernières semaines. Si un informateur dit n'avoir pas fait de dons au cours de la période citée, remplir simplement les parties gauche et droite du haut de la fiche comme d'habitude et faire une croix (X) sur le re

- La fiche a deux niveaux aussi.

INSTRUCTIONS

1. Le numéro de la ligne de chaque don a été déjà rempli pour vous.

2. Citer les dons faits par l'informateur au cours des deux dernières semaines sur des lignes différentes. Porter le code (N1-N4). Utiliser (et renuméroter) des feuilles supplémentaires si nécessaire.

3. Inscrire le nom du propriétaire du don.. Marquer le numéro progressif complet de la personne. Il est fort possible que ce soit l'informateur lui-même.

4. Noter la quantité de chaque denrée. Premièrement, marquer le nombre d'unités de mesure de chaque don cité par l'informateur. Deuxièmement, marquer le type d'unité de mesure et le code (O). Troisièmement, inscrire en mots la forme de l'article dans l'espace fourni. Concernant les céréales, marquer le code (P). Les autres denrées porteront le code 00 "non applicable".

5. Marquer les estimations en valeur monétaire de chaque don faites par l'informateur en FCFA. Si l'informateur est réticent quant aux renseignements sur les estimations, ne pas insister. Marquer plutôt ce que vous devinez comme étant "la valeur appropriée" en vous basant sur les prix en cours sur le marché à partir des informations recueillies lors des interviews et autres. Faire une étoile assez visible dans la marge droite après la colonne pour indiquer que les estimations sont faites par l'interviewer que vous êtes et non par l'informateur.

6. Le numéro déjà marqué ici correspond au numéro de la même transaction au niveau "supérieur" de la fiche.

7. Noter la raison pour laquelle l'informateur a fait ce don et le code (Q). A remarquer, cependant, que donner un genre de réponse qui veut dire en sorte ceci: "pour faire un don" ne suffit pas. Demander des détails.

8. Marquer le nom du bénéficiaire du don. Inscrire le numéro progressif complet de la personne.

08, (suite)

9. Noter le lien de parenté, le lien de parenté fictif ou autre lien social d'importance (ex: camarade du même âge) qui existe entre l'informateur et le bénéficiaire du don. Décrire verbalement ce lien de parenté à l'endroit réservé. Etre précis. Ces renseignements seront mis en code plus tard.

10. Marquer le nom du village ou de la ville où le don a été effectué. Inscrire le code (S) au numéro 10 ci-dessus où le don s'est effectué.

11. Marquer la localité exacte située à l'intérieur du village ou de la ville citée

CAS PROBLEMATIQUES

09 DONS RECUS
(bi-hbdomadaire)

NOTES

- Les mêmes notes que celles de la fiche 08 "Cadeau reçus" sont applicables ici, mais la seule différence est qu'il s'agit des dons dont l'informateur a bénéficié et non ceux que lui-même a faits qui feront l'objet des enquêtes.

INSTRUCTIONS

Les "Instructions" tout comme les notes suivent la même procédure appliquée à la fiche 08 mais portent sur les dons reçus par l'informateur.

CAS PROBLEMATIQUES

10. PRIX ET QUANTITE DES CEREALES ET DES CULTURES VIVRIERES

NOTES

- Ce questionnaire doit s'effectuer auprès de 10 à 15 commerçants différents, une fois qu'ils ont effectué une vente. Ainsi les questions se rapportent à la transaction précédant immédiatement l'intervention de l'enquêteur. Il faut questionner les commerçants de céréales et de cultures vivrières les plus importantes dans la région où vous êtes Mais la priorité doit être accordée aux transactions concernant les céréales en general, y compris toutes sortes de céréales.

- Ce questionnaire doit prendre en compte à la fois les transactions monétaires et les transactions non monétaires. Il faut s'assurer que tous types de transaction ont été notés.

- Aucun nom, que ce soit celui du vendeur ou celui de l'acheteur n'est requis. Cependant, il est important de connaitre les noms des commerçants qui fréquentent ce marché.

- Soyez vigilants à propos d'une sous-évaluation ou surévaluation des transactions dans les réponses du commerçant vis-à-vis des valeurs citées pour chaque vente ou échange. Quand l'une ou l'autre de ces réponses vous semble suspecte, notez le dans la marge.

INSTRUCTIONS

1. Le nombre progressif de chaque transaction apparait déjà à l'extrême gauche de la fiche

2. Inscrire le village ou la ville de résidence actuelle ainsi que la sous-préfecture du vendeur. Nous ne demandons pas le village de naissance! Dans la case réservée au code, inscrire le code correspondant au statut et catégorie du commerçant questionné (T).

3. Inscrire le type de céréale ou culture vivrière faisant l'objet de la transaction et entrer le code approprié (N1, N2).

4. Noter la quantité et le prix à l'unité des biens vendus ou échangés. Tout d'abord, inscrire le nombre d'unités de mesure du bien échangé ou vendu par la personne questionnée. Ensuite, inscrire le type d'unité de mesure en toutes lettres, et inscrire le code approprié (O). Enfin, écrire en toutes lettres la forme dans laquelle les biens ont été négociés. Pour les céréales, entrer ensuite le code approprié (P). Pour les cultures de rente, inscrire alors simplement 00, "non applicable". Dernièrement, inscrire le prix à l'unité du bien dans l'unité dans laquelle la vente ou l'échange se sont effectués.

IO, (suite)

5/9 Noter toutes informations supplémentaires ou les transactionsqui n'ont pas été mentionnées dans d'autres secteurs du questionnaire. Par exemple, inscrire le nom d'un commerçant rencontré fréquemment, ou commenter une transaction typique

6. Le nombre progressif correspondant à la continuation de la ligne est une simple répétition des nombres progressifs figurant dans la colonne 1 .

7. Inscrire le paiement reçu par le vendeur des biens en question. Tout d'abord, noter si le paiement a été effectué immédiatement ou si du crédit a été inclu dans la transaction. Si le paiement a été immédiat, noter le type de paiement reçu, monétaire ou non monétaire. Entrer le code approprié pour le type de paiement (NI-4). Ensuite, inscrire la valeur du paiement reçu. Pour l'argent liquide, inscrire la somme en FCFA. Pour les transactions non monétaires, inscrire la valeur estimée par le vendeur de ce qu'il a reçu en échange de ces biens.

   Si la transaction a impliqué un crédit, noter quel type de crédit, c'est à dire, monétaire ou non monétaire. Entrer le code approprié (NI-4). Ensuite, noter la valeur du crédit accordé. Pour le crédit monétaire, indiquer la somme exacte en FCFA; pour le crédit non monétaire, noter la valeur en FCFA estimée indiquée par le vendeur pour le crédit accordé. Finalement, inscrire le nombre de jours pour lequel le crédit a été accordé.

8. Noter le village ou la ville de résidence actuelle et la sous-préfecture de l'acheteur, et entrer le code "le plus approprié" (T) pour décrire cet acheteur. Cette information peut aussi être obtenue auprès de l'acheteur.

CAS PROBLEMATIQUES

RECENSEMENT DU VILLAGE

00
F V C M DATE

Interview reviewed ____
Lieu de l'entretien _____
Enquêteur _____
Autres assistants _____
_____

Relation du CM au chef de concession _____ Ethnie CM _____ Religion CM _____ Village de naissance du CM _____

No. Pro.	1 Nom, Prenom	2 Relations de Parenté	3 SI	4 Sexe	5 Age	6 Résidence Actuelle	7 Alpha-bétism	8 Langues N	1	2	3	4
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												

9
Le ménage possede

__ charrue bovine
__ charrue asine
__ charrette
__ bicyclette
__ mobylette
__ moto
__ bétail á eux même
__ bétail á eux même plus
bétail á garder
__ bétail á garder seulement
__ seulement les boeufs pour la charrue

10
Autres commentaires, par ex: quelque titre spécial du CM

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

RECENSEMENT DU MENAGE

01
F ___ V ___ C ___ M ___ DATE _____

INTERVIEW REVIEWED ___
Lieu d'entretien _____
Repondeur _____
Enquêteur _____
Les autres qui assistaient à l'entretien _____
Quartier _____

_____ Relation du CM au Chef de Concession

_____ Nom du Chef de Concession

1 No. Prog du Memb.	2 NOM, Prenom	3 Ethn.	4 Rél.	5 SF	6 Lien de Parenté au Chef du Ménage	7 Sexe	8 Age	9 Village de Naissance / Sous-Préf.	10 Activités Importantes	11 Act Pas	12 Niv Ins	13 Act Ina Emp

RENSEIGNEMENTS DES CHAMPS

02 / F V C M DATE

Qui a mesuré:

No. du Champ.	Emplacement	Detenteur du Culture	Acq. de Terre	Responsable du Terrain

Utilisation d'intrants					
Fumure		Engrais		Attelée	

Culture	1983	(N)	1982	(N)
ere 1				
eme 2				
eme 3				

Mesures		
Perimet	Erreur	Superficie

Mesures de Champs

Côté	Angle	Longeur	Côté	Angle	Longeur	Côté	Angle	Longeur
01			09			17		
02			10			18		
03			11			19		
04			12			20		
05			13			21		
06			14			22		
07			15			23		
08			16			24		

Faire un Croquis du Champ

CEREALES ET CULTURE DE RENTE STOCKEES

03 / F ___ V ___ C ___ M ___ DATE _____

INTERVIEW REVIEWED ___
Lieu d'entretien _____
Repondeur _____
Enquêteur _____
Les autres qui assistaient à l'entretien _____

1	2	3		4	5			6	7	8	
No. Pro du Réc.	Propriet. du Récip.	Moyen de Stockage		Culture(s)	Quantité			An	Détenteur	No. Prog. du Membre	Fonction
		Type	Emplacement		No.	Unité de Mesure	Forme de Culture				

RECOLTE DE CHAMPS ET JARDINS

04 / F ___ V ___ C ___ M ___ DATE

INTERVIEW REVIEWED ___
Lieu d'entretien ___
Repondeur ___
Enquêteur ___
Les Autres qui assistait
a l'entretien ___

1	2	3	4	5	6	7			8	9	10		11
No. Prog. de Ch.	Re-colte Ter.	Quand Fini	Quand Comm.	Combien du Jour	Culture(s)	Quantité			Vendu/ Stocké/ Consommé/ Donné	No. Prog. de Recip.	Détenteur	No. Prog. de Membre	T ou P
						No.	Unité de Mésure	Forme de Culture					

CONSOMMATION DE CEREALES, DE CULTURE DE RENTE ET DE PRODUIT ANIMAUX

05 / F V C M DATE

INTERVIEW REVIEWED ___
Lieu d'entretien_____
Enquêteur_____
Les autres qui assistait
a l'entretien_____

1	2		3					4		5	
			Quantité								
Nom, Prenom du Repondeur	Culture(s) ou Produit(s)	(N)	No.	Unité de Mesure	(O)	Forme de Cult/Prod.	(P)	Fourni Par Qui	No. Prog. de Membre	De Quel Grenier	No. Prog. de Récip.

LES VENTES

06 / F V C M DATE

Produit:
- ____agricole
- ____de cueillette
- ____animaux
- ____transformé
- ____artisanal
- ____autre

INTERVIEW REVIEWED ___
Lieu d'entretien _____
Rapondeur _____
Enquêteur _____
Les autres qui assistait à l'entretien _____

1	2	3	4				5	6		
			Quantité					Paiement Reçu		
No. de Lig	Produit Vendu (N)	Propriétaire	No. Prog. du Prop.	No.	Unité de Mesure (O)	Forme de Produit (P)	An	Bien Echangé (N)	Valeur Totale	Ce Qui Reste à Payer
01										
02										
03										
04										
05										

7	8	9	10	11	12	13
No. de Lig	But de Vente (Q)	Acheteur (T)	Relation Avec Vendeur	Lieu de Transaction (S)	Endroit Précis (U)	Date
01						
02						
03						
04						
05						

LES ACHATS

07 / F ___ V ___ C ___ M ___ DATE _____

Produit:
- ____ agricole
- ____ de cueillette
- ____ animaux
- ____ transformé
- ____ artisanal
- ____ autre

INTERVIEW REVIEWED ___
Lieu d'entretien _____
Repondeur _____
Enquêteur _____
Les autres qui assistait à l'entretien _____

1	2		3		4				5	6		
					Quantité					Paiement Donné		
No. de Lig	Produit Acheté	(N)	Propriétaire	No. Prog. du Prop.	No.	Unité de Mesure	(O)	Forme de Produit	(P)	An	Bien Echangé (N)	Valeur Totale	Ce Qui Reste à Payer
01													
02													
03													
04													
05													

7	8		9		10	11		12		13
No. de Lig	But de Achat	(Q)	Vendeur	(T)	Relation Avec Acheteur	Lieu de Transaction	(S)	Endroit Précis	(U)	Date
01										
02										
03										
04										
05										

MONTANTS DONNES

08 ___ ___ ___ ___
F V C M DATE

INTERVIEW REVIEWED ____
Enquêteur _____

___ ENVOIS DONNES (01)
___ Céréales ___ Famille hors du village
___ Argent ___ Autres
___ Biens

___ REMBOURSEMENT DE CREDIT (02)
___ Céréales ___ Parenté ___ Facteurs de production
___ Argent ___ Non-Parenté ___ Biens de consommation
___ Biens ___ Commerçant
___ Groupement

___ SALAIRES/SERVICES/TRAVAIL PAYES (03)
___ Céréales ___ Travail agricole
___ Argent ___ Travail non-agricole
___ Biens ___ Services Payés

___ CADEAUX DONNES (04)
___ Céréales ___ Membre de famille
___ Argent ___ Membre du village
___ Biens ___ Personne hors du village

___ AUTRES
___ Impots (05) ___ Frais Scolaires (06) ___ Cotisations (07)

1 Type de Transfert de Revenu (V)	2 Donateur de Transfert avec no. progressive	3 Bien Transféré (N)	4 QUANTITE NO.	Unité (O)	Frm. (P)	5 Valeur de Transfert	6 But des Transferts de Revenu (Q)

MONTANTS RECUS

INTERVIEW REVIEWED _____
Enquêteur _____

09 / F ___ V ___ C ___ M ___ DATE _____

___ ENVOIS RECUS (01)
___ Céréales
___ Argent
___ Biens
___ Membre du Men/Conc
___ Famille hors du village
___ Autres

___ SALAIRES/SERVICES/TRAVAIL RENDU (03)
___ Céréales
___ Argent
___ Biens
___ Travail agricole
___ Travail non-agricole
___ Services rendus

___ PRETS DE CREDIT (02)
___ Céréales
___ Argent
___ Biens
___ Parenté
___ Non-parenté
___ Groupement
___ Commerçant
___ Facteurs de Production
___ Biens de consommation

___ CADEAUX RECUS (04)
___ Céréales
___ Argent
___ Biens
___ Membre de concession
___ Membre du village
___ Personne hors du village

1 Type de Transfert de Revenu (V)	2 Bénéficiaire de Transfert avec no. progressive	3 Bien Transféré (N)	4 QUANTITE NO.	Unité (O)	Tra (P)	5 Valeur de Transfert	6 But des Transferts de Revenu (Q)

12 / F V C M DATE

UNITES DE MESURE

INTERVIEW REVIEWED___
Lieu d'entretien_____
Enquêteur_____
Repondeur_____
Les autres qui assistaient à l'entretien_____

1	2	3	4	5			6
Unité de Mesure Utilisée (O)	Culture (N)	Forme (P)	Unités par Pesée	Poids à Chaque Pesée ere 1	eme 2	eme 3	Poids à Vide

RECENSEMENT DU CHEPTEL

11 / F — V — C — M — DATE

INTERVIEW REVIEWED_____
Lieu d'entretien_____
Enquêteur_____
Repondeur_____
Les autres qui assistaient à l'entretien_____

1			2		3	4		5	6	7
TYP.	Animaux	(N2)	Detenteur	No. Prog. du Detent.	Quantité	Detenteur	No. Prog. du Detent.	Quantité	Berger	CB
Bovine	taureau 0-5 ans	0 6 1								
	taureau 5-10 ans	0 6 2								
	taureau 10 ans	0 6 3								
	vache 0-5 ans	0 6 4								
	vache 5-10 ans	0 6 5								
	vache 10 ans	0 6 6								
Ovine	agneau 0-1 an	0 6 7								
	agneau 1-2 ans	0 6 8								
	belier 2-5 ans	0 6 9								
	belier 5-10 ans	0 7 0								
	belier 10 ans	0 7 1								
	brebis 2-5 ans	0 7 2								
	brebis 5-10 ans	0 7 3								
	brebis 10 ans	0 7 4								
Caprine	chevreau 0-1 an	0 7 5								
	chevreau 1-2 ans	0 7 6								
	bouc 2-5 ans	0 7 7								
	bouc 5-10 ans	0 7 8								
	bouc 10 ans	0 7 9								
	chevre 2-5 ans	0 8 0								
	chevre 5-10 ans	0 8 1								
	chevre 10 ans	0 8 2								
Anin.	âne pre-adulte	0 8 3								
	âne adulte	0 8 4								
	anesse pre-adulte	0 8 5								
	anesse adulte	0 8 6								
Vol.	poulet ou coq	0 9 2								
	pintade	0 9 3								
	pigeon	0 9 4								
	canard	0 9 5								
	dindon	0 9 6								
Autre	porc pre-adulte	0 8 7								
	porc adulte	0 8 8								
	cheval	0 8 9								
	lapin	0 9 0								
	cobaye	0 9 1								

C.B.- Est-ce que le paysan donne des céréales à son bétail. Inscrire 'O' pour oui et 'N' pour non.

CHANGEMENTS EN COMPOSITION DU MENAGE

	Fev.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct.	Nov.	Dec.
01											
02											
03											
04											
05											
06											
07											
08											
09											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											

ANNEXE E

METHODOLOGIE DE L'ENQUETE URBAINE
DESCRIPTION DES ECHANTILLONS

Afin de mieux comprendre d'une part la demande et d'autre part les moyens par lesquels les consommateurs urbains s'approvisionnent en céréales, nous avons effectué deux études distinctes à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso. Dans chacune des deux villes nous avons d'abord identifié des échantillons de consommateurs et de préparatrices de plats cuisinés, puis administré un questionnaire différent pour chaque groupe. Les questionnaires devaient aborder les sujets suivants:

a. Estimer la demande urbaine (mensuelle/saisonnière/annuelle).

b. Déterminer les principaux schémas d'achat -- identifier les groupes socio-économiques qui appliquent divers schémas.

c. Les commerçants modifient-ils les prix ou les schémas de distribution de manière à ce que ceux-ci s'accordent avec les schémas mensuels de la demande?

d. Déterminer la proportion de la consommation céréalière achetée dans le circuit des plats cuisinés.

e. Quel est le comportement des restaurateurs vis-à-vis du marché céréalier?

f. Effectuer une analyse des prix de divers marchés urbains.

g. Qui effectue des achats auprès de l'OFNACER? Pourquoi ou pourquoi pas?

h. Les consommateurs sont-ils au courant des prix de vente au consommateur s'appliquant aux céréales?

i. Déterminer l'importance de la production individuelle et des dons dans la satisfaction de la demande céréalière urbaine.

j. Dégager l'importance des différentes céréales dans le régime urbain -- en fonction des catégories socio-économiques.

Nous présenterons les méthodologies d'échantillonnage ci-dessous et, par la suite, quelques exemples de questionnaires.

Nous avons choisi des échantillons à Bobo-Dioulasso et à Ouagadougou pour les enquêtes sur les consommateurs et les préparatrices de plats cuisinés. Ces échantillons ont comporté:

- 108 ménages pour l'enquête sur les consommateurs à Bobo-Dioulasso et 125 à Ouagadougou;
- 75 préparatrices de plats cuisinés dans chacune des villes de Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou.

E.1 L'ECHANTILLON DE BOBO-DIOULASSO

E.1.1 Echantillon de consommateurs

Cet échantillon se base sur un recensement de la population et des ménages effectué en 1978 par l'ORD des Hauts-Bassins.[1] A l'époque, il existait 14.339 ménages au total, divisés en 22 quartiers, dont 2 étaient nouveaux et non lotis.[2] Depuis lors, la population de ces deux quartiers a augmenté sensiblement. Par conséquent, nous avons élargi l'échantillon original de 100 ménages, qui est proportionnel à la population censitaire, en ajoutant 8 ménages résidant dans ces deux quartiers. Le Tableau E.1 présente la distribution de l'échantillon de consommateurs.

Afin de choisir les ménages de l'échantillon nous avons procédé de la manière suivante. Dans les quartiers lotis, nous avons d'abord choisi au hasard le nombre approprié de blocs, puis, à l'intérieur de chaque bloc, nous avons choisi au hasard un seul ménage. Dans les quartiers non lotis, l'enquêteur a choisi des ménages au hasard en identifiant le deuxième ménage tous les 500 mètres.

E.1.2 Echantillon de préparatrices de plats cuisinés et de restaurants

Nous avons choisi un échantillon représentatif de 75 restaurants et préparatrices de plats cuisinés sur un nombre total de 1089. Ce total a été identifié par un enquêteur du CRED qui a effectué un recensement de ces établissements pendant les mois d'avril et mai (Tableau E.2). Le

---

[1]Remarquons que nous utilisons ce recensement, bien qu'il soit un peu ancien, faute de données plus récentes. S'il en existe, nous n'avons pas pu les obtenir -- non pas faute de moyens, mais plutôt par manque de temps de la part des responsables gouvernementaux locaux, qui étaient incapables de nous fournir les renseignements nécessaires au moment où nous voulions établir notre échantillon. Certains responsables ont répondu ainsi à nos questions concernant la disponibilité d'un recensement récent: "Pour vous donner les renseignements que vous désirez, il me faudrait au moins un mois de travail à un moment où j'ai déjà beaucoup à faire."

[2]Les quartiers sont classés soit loti soit non loti. "Loti" signifie qu'un levé topographique et un lotissement du quartier ont été effectués.

TABLEAU E.1

DISTRIBUTION DE L'ECHANTILLON DES CONSOMMATEURS A BOBO-DIOULASSO

BASE: RECENSEMENT DE LA POPULATION ET DES MENAGES DE LA VILLE DE BOBO-DIOULASSO REALISE EN 1978 PAR L'ORD DES HAUTS-BASSINS

Quartier	Nombre de ménages (%)	Nombre de ménages interviewés
Farakan	653 (4,45)	5
Bolmakoté	635 (4,36)	4
Koumima	260 (1,80)	2
Koko	1012 (6,96)	7
Kombougou	333 (2,29)	2
Hamdalaye	913 (6,28)	6
St. Etienne	478 (3,29)	3
Binoloingousso	180 (1,93)	2
Accart-ville	2989 (20,56)	21
Tounouma	401 (2,76)	3
Yorokoko	452 (3,11)	3
Donona	267 (1,83)	2
Sikasso-Sira	1116 (7,68)	8
Ouezzin-ville	728 (5,07)	5
Koua	186 (1,27)	4[a]
Safalao	464 (3,19)	8[a]
Sossoudougou	767 (5,28)	5
Colma	901 (6,20)	6
Niénèta	323 (2,22)	2
Médina-coura	199 (1,37)	2
Diaradougou	913 (6,28)	6
Dioulassoba	271 (1,86)	2
Total	14,539 (100)	108

NOTE: [a]Des ménages supplémentaires ont été choisis en raison de la hausse plus que proportionnelle enregistrée par le population depuis le recensement.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU E.2

RECENSEMENT DES PREPARATRICES DE PLATS CUISINES ET DES RESTAURANTS - BOBO-DIOULASSO

	Riz	Galettes	Acassa (petit mil)	Bouillie	Beignet	Restaurants	Dolo (bière locale)	Degué	Total	%
1	21	22	6	7	-	-	-	7	63	5,79
2	21	9	2	12	3	6	6	3	62	5,69
3	8	8	-	16	2	-	27	3	64	5,88
4	16	19	16	20	11	6	13	8	109	10,01
5	3	16	-	14	8	-	13	-	54	4,96
6	14	21	8	23	3	9	10	6	94	8,63
7	-	6	-	4	-	-	10	-	20	1,84
8	-	10	-	8	4	-	8	1	32	2,94
9	11	9	-	12	-	5	1	8	46	4,22
10	5	12	-	14	-	-	2	-	33	3,30
11	10	21	3	13	6	2	21	5	81	7,44
12	14	9	-	11	4	-	7	7	52	4,78
13	-	11	-	9	4	-	4	2	30	2,76
14	7	13	3	7	-	2	-	4	36	3,31
15	3	12	-	7	3	-	-	2	27	2,48
16	4	5	-	3	1	-	2	-	15	1,38
17	8	11	3	6	-	-	2	2	32	2,94
18	3	4	-	11	-	-	1	2	21	1,93
19	2	21	4	11	6	-	13	6	63	5,79
20	3	8	-	7	3	-	6	-	27	2,48
21	4	15	1	24	11	-	2	3	60	5,51
22	-	10	-	9	-	-	5	1	25	2,30
23	-	9	-	8	4	-	10	-	31	2,85
24	-	4	-	2	2	-	4	-	12	1,1
Total	157 (14,42)	285 (26,17)	46 (4,22)	258 (23,69)	75 (6,89)	30 (2,76)	168 (15,43)	70 (6,43)	1,089	100

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

recensement porte sur toutes les préparatrices, qu'elles vendent leurs plats cuisinés devant leur concession, sur une route publique, dans un petit marché, au marché central ou dans une zone commerciale. Pour chaque cas on a noté le site de la vente et le type de plat cuisiné en question. Le tableau qui présente la distribution des préparatrices par type de plat cuisiné et par quartier se base sur ce recensement.

Afin d'établir le nombre de préparatrices de chaque type de plat cuisiné que devait comprendre notre échantillon, nous avons calculé la proportion de chaque catégorie de préparatrices dans la population, puis nous avons multiplié cette proportion par 75, ce qui représente la taille de l'échantillon (Tableau E.3).

Exemple:

$$\text{Riz} = \frac{157 \times 75}{1089} = 10{,}81 = 11$$

où 157 = nombre de préparatrices de riz dans la population
1089 = taille de la population

Nous avons réparti le nombre calculé, dans ce cas 11, parmi les différents quartiers proportionnellement à leur distribution dans la population.

Cependant, dès les premières entrevues, nous avons constaté que, dans le cas de certains types de plats cuisinés tels que les galettes, la bouillie et les beignets, les renseignements recueillis ne variaient pas beaucoup. Nous avons donc pris la décision de diminuer le nombre d'entrevues dans ces catégories afin de pouvoir augmenter le nombre d'entrevues dans d'autres catégories, par exemple les restaurants et les préparatrices de dolo, en tenant compte de l'importance de l'activité des préparatrices de plats cuisinés dans chaque catégorie. Ainsi, le nombre de préparatrices de galettes a été réduit de 20, au moment du premier échantillonnage, à 15 et le nombre de préparatrices de bouillie a été réduit de 18 à 14, alors que le nombre de restaurants préparant des plats à base de céréales locales a été augmenté de 2 à 8 et le nombre de préparatrices de dolo de 11 à 14.

L'échantillon de préparatrices a été choisi au hasard selon la procédure suivante: supposons que, dans un marché donné, il existait 10 préparatrices à l'intérieur et 20 préparatrices à l'extérieur du marché et qu'il fallait prévoir des entrevues avec 3 des préparatrices; il serait donc conseillé d'effectuer une entrevue à l'intérieur et 2 entrevues à l'extérieur du marché.

TABLEAU E.3

DISTRIBUTION DE L'ECHANTILLON DES PREPARATRICES DE PLATS CUISINES A BOBO-DIOULASSO

	Riz	Galettes	Acassa (petit mil)	Bouillie	Beignet	Restaurants	Dolo (bière local)	Degué	Total
1 Central Market	2	1	1	1	-	-	-	-	5
2 Farakan	1	1	-	1	-	1	1	-	5
3 Bolmakoté	1	1	-	-	-	-	2	-	4
4 Accart-ville	1	-	1	1	1	1	1	1	7
5 Sarfalao	-	1	-	1	1	-	1	-	4
6 Koko	1	1	1	2	-	1	1	-	7
7 Tounouma	-	-	-	-	-	-	2	-	2
8 Yorokoko	-	1	-	-	-	-	1	-	2
9 Diaradougou	1	-	-	1	-	1	-	1	4
10 Gonibougou	-	1	-	1	-	-	-	-	2
11 St. Etienne	1	1	-	1	1	-	1	-	5
12 Sikasso-Sira	1	-	-	-	-	1	-	1	3
13 Lafiabougou	-	1	-	1	-	-	-	-	2
14 Nyenta	1	1	-	-	-	-	-	-	2
15 Kolima	-	1	-	-	-	-	-	-	1
16 Souzoukoukin	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17 Medmakina	1	-	-	-	-	-	-	-	1
18 Bindougousso	-	-	-	-	-	-	-	1	1
19 Ouezzin-ville	-	-	-	1	1	-	1	1	4
20 Kounima	-	1	-	-	-	-	1	-	2
21 Sousirebougou	-	1	-	1	1	2	-	-	5
22 Dioulassobâ	-	1	-	1	-	-	1	-	3
23 Dogoma	-	1	-	1	-	-	1	-	3
24 Hamdalaye	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Total	11	15	3	14	5	8	14	5	75

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

E.2 L'ECHANTILLON DE OUAGADOUGOU

E.2.1 Echantillon de consommateurs

Cet échantillon correspond exactement à celui du CEDRES (Centre d'études et de documentation pour la recherche en économie sociale de l'Université de Ouagadougou), qui a été défini dans le cadre du projet IFPRI-CEDRES pour une étude sur les consommateurs à Ouagadougou.

L'échantillon IFPRI-CEDRES se base sur un plan de Ouagadougou qui présente tous les quartiers lotis et qui a permis d'identifier 1076 parcelles.[3] Sur ces parcelles le projet IFPRI-CEDRES a choisi au hasard un échantillon de 105 unités. Dans chacune de ces 105 parcelles on a choisi le ménage situé le plus au nord-ouest. Afin d'augmenter les 105 ménages dans les quartiers lotis, le projet a choisi au hasard 5 ménages dans chacun des quatre secteurs (Nord-Sud-Est-Ouest) de la ville. Ainsi, il a ajouté 20 ménages à l'échantillon.[4] Le Tableau E.4 présente la distribution de cet échantillon de consommateurs.

E.2.2 Echantillon de préparatrices de plats cuisinés et de restaurants

Cet échantillon se base sur un recensement effectué en avril et mai 1984 par un enquêteur du CRED dans les quartiers de Ouagadougou, y compris les quartiers non lotis. Le recensement a identifié un total de 1376 restaurants servant des plats à base de céréales locales et préparatrices de tous les types de plat cuisiné, par exemple le riz, la bouillie, les galettes, les boules d'akassa et le dolo (Tableau E.5). Nous avons choisi un échantillon de 75 préparatrices et restaurants sur cette population de 1376, de manière à ce que la proportion de préparatrices de chaque type de plat cuisiné dans l'échantillon corresponde à celle comprise dans la population (Tableau E.6). Par exemple:

$\frac{364 \times 75}{1376} = 20$ préparatrices de riz — où 364 = le nombre de préparatrices de riz dans la population

$\frac{415 \times 75}{1376} = 22{,}62 = 23$ préparatrices de dolo — où 415 = le nombre de préparatrices de dolo dans la population

---

[3]Voir la note 2. Une parcelle est une subdivision d'un quartier loti.

[4]Le projet IFPRI-CEDRES a rencontré un taux de refus de 10 à 15 pour cent. Il a remplacé ces ménages par leurs voisins du côté gauche.

TABLEAU E.4

COMPARAISON DE NOTRE ECHANTILLON (IFPRI-CEDRES) AVEC LA POPULATION DES QUARTIERS DE LA ZONE ASSIGNEE DE OUAGADOUGOU

Quartier	% de lots dans la zone assignée Total = 1076	Nombre de ménages	% de lots dans l'échantillon Total = 105
Kamsoghin	7	6	5,7
Mission	2,3	4	3,8
Tiendpalogo	6,8	3	2,9
Koulouba, Zone Residentiel	5,9	3	2,9
Bilbalogo, Samandin	13,3	16	15,2
Gonghuin Nord	13,8	15	14,3
Gonghuin Sud	5	9	4,8
Ouidi Larlé, Kologha Naba	12,6	16	15,2
Bilibambili	6,6	6	5,7
Paspanga	3,7	5	4,8
Dapoya	8,1	5	4,8
Zone du bois	2,1	2	1,2
Zogona I	8	4	3,8
Zogona II	4,8	6	5,7
Total	100	125	100

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU E.5

RECENSEMENT DES VENDSEUSES DE PLATS CUISINES ET DES RESTAURANTS A OUAGADOUCOU

	Riz	Galettes	Acassa (petit mil)	Bouillie	Restaurants	Dolo (bière locale)	Total
1 Sankariarè	13	4	3	3	-	-	23
2 Gounghin	6	3	6	5	-	49	69
3 Dassasgho	12	7	-	10	-	45	74
4 Central Market	9	7	11	13	3	-	43
5 Larlé	16	7	9	14	1	13	60
6 Pagabayiri	11	11	3	17	-	18	60
7 Baskuy	18	4	2	13	-	-	37
8 Dagnoé	16	7	2	13	-	13	51
9 Winitinga	13	5	-	7	2	23	50
10 Palemitinga	9	3	-	4	2	13	31
11 Ouidi	10	9	-	15	-	13	47
12 Zogona	9	10	2	10	-	-	31
13 Kamsonghin	13	4	-	3	-	11	31
14 Cissin	13	7	3	10	-	15	48
15 Koulouba	12	5	1	3	1	18	40
16 Wayalgui	7	6	2	6	-	10	31
17 Dapoya II	6	5	-	6	1	11	29
18 St. Léon	5	1	-	5	-	21	32
19 Zabré Daga	6	5	5	3	2	-	21
20 Sanyiri	8	9	-	10	-	8	35
21 Carré-four Pô	-	-	-	-	-	-	-
22 Kalgodin	9	7	-	5	-	5	26
23 Sambin	9	5	-	12	-	9	35
24 Tiedpologho	15	2	2	4	-	7	30
25 Zangoetin	7	2	1	5	-	-	15
26 Mozintinga	3	-	-	5	-	4	12
27 Tampouy	16	10	2	6	-	29	63
28 Song Naba	7	7	1	11	-	7	33
29 Nemnin	5	5	5	1	-	5	21
30 Pissi	9	4	-	8	-	2	23
31 St. Camille	5	4	-	5	-	7	21
32 Pagrazondé	5	6	-	8	-	7	26
33 Bangré	5	3	-	6	-	2	16
34 Watinoma	3	4	-	7	-	-	14
35 Tinnoghin	6	-	4	3	-	3	16
36 Antenne-ville	5	3	-	5	-	-	13
37 Kossodo	-	-	-	-	-	-	-
38 Gare-Routier	9	1	-	6	-	-	16
39 Napamboumbou	8	3	1	6	-	6	24
40 Zambasgo	3	2	-	8	-	3	17
41 Somegandé	-	-	-	-	-	-	-
42 Silmissi	2	2	-	2	-	-	6
43 Pate-d'oie	2	2	-	4	-	-	8
44 Gnoko II	-	-	-	-	-	-	-
45 St. Samuel	3	2	-	3	-	-	8
46 Toyibin	4	1	-	1	-	4	10
47 Bilbalogo	4	1	-	6	-	17	28
48 Nionksin	4	5	1	4	-	3	17
49 Tanguin	9	6	-	6	-	14	35
Total	369	207	66	307	12	415	1.376

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU E.6

RECENSEMENT DES VENDSEUSES DE PLATS CUISINES ET DES RESTAURANTS A OUAGADOUGOU

	Riz	Galettes	Acassa (petit mil)	Bouillie	Restaurants	Dolo (bière locale)	Total
1 Sankariare	1	-	-	-	-	-	1
2 Gounghin	-	-	1	-	-	3	4
3 Dassasgho	1	1	-	1	-	3	6
4 Central Market	1	-	1	1	1	-	4
5 Larlé	1	1	1	1	1	1	6
6 Pagabayiri	1	1	-	1	-	1	4
7 Baskuy	1	-	-	1	-	1	3
8 Dagnoé	1	1	-	1	-	1	4
9 Winitinga	1	-	-	1	-	1	3
10 Palemitinga	1	-	-	1	-	1	3
11 Guidi	1	1	-	1	-	1	4
12 Zogona	1	1	-	1	-	-	3
13 Kamsonghin	1	-	-	-	-	1	2
14 Cissin	1	1	-	1	-	1	4
15 Koulouba	1	-	-	-	-	1	2
16 Wayalgui	-	-	-	-	-	1	1
17 Dapoya II	-	-	-	-	-	1	1
18 St. Léon	-	-	-	-	-	1	1
19 Zabré Daga	-	-	-	-	-	-	-
20 Sanyiri	-	1	-	1	-	-	2
21 Carré-four Pô	-	-	-	-	-	-	-
22 Kalgodin	1	1	-	-	-	-	2
23 Sambin	1	-	-	1	-	1	3
24 Tiedpologho	1	-	-	-	-	-	1
25 Zangoetin	-	-	-	-	-	-	-
26 Mozintinga	-	-	-	-	-	-	-
27 Tampouy	1	1	-	-	-	2	4
28 Song Naba	-	1	-	1	-	-	2
29 Nemnin	-	-	-	1	-	-	1
30 Pissi	1	-	-	-	-	-	1
31 St. Camille	-	-	-	-	-	-	-
32 Pagrazondé	-	-	-	1	-	-	1
33 Bangré	-	-	-	-	-	-	-
34 Watinoma	-	-	-	1	-	-	1
35 Tinnoghin	-	-	-	-	-	-	-
36 Antenne-ville	-	-	-	-	-	-	-
37 Kossodo	-	-	-	-	-	-	-
38 Gare-Routier	1	-	-	-	-	-	1
39 Napamboumbou	-	-	-	-	-	-	-
40 Zambasgo	-	-	-	1	-	-	1
41 Somegandé	-	-	-	-	-	-	-
42 Silmissi	-	-	-	-	-	-	-
43 Pate-d'oie	-	-	-	-	-	-	-
44 Gnoko II	-	-	-	-	-	-	-
45 St. Samuel	-	-	-	-	-	-	-
46 Toyibin	-	-	-	-	-	-	-
47 Bilbalogo	-	-	-	-	-	1	1
48 Nionksin	-	-	-	-	-	-	-
49 Tanguin	-	-	-	-	-	1	1
Total	20	11	3	18	2	24	78

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

Nous avons ensuite réparti le nombre total de préparatrices de chaque type de plat cuisiné parmi les différents quartiers proportionnellement à leur distribution dans la population.

$\frac{49 \times 23}{415}$ = 2,72 = 3 préparatrices de dolo dans ce quartier dans l'échantillon

où 49 = le nombre total de préparatrices dans le quartier choisi (population)

et 415 = le nombre total de préparatrices de dolo dans la population

Nous avons laissé la sélection des préparatrices dans chaque quartier à la discrétion de l'enquêteur, qui a toutefois été conseillé d'éviter de choisir deux préparatrices voisines.

Finalement, il est à noter que l'élaboration et l'exécution de cette enquête n'ont pas été faciles. Dans certains cas, ayant entamé une entrevue, nous avons été obligés de trouver une remplaçante du fait que la préparatrice initiale avait décidé de ne plus participer à l'enquête. Nous soupçonnons que, dans la plupart de ces cas, notamment en ce qui concerne les préparatrices de plats cuisinés, la personne avait l'impression que nous étions liés au fisc et qu'elle pouvait avoir des ennuis par la suite.

ENQUETE CONSOMMATEUR

Random no._____
Interview Reviewed_____
Lieu d'entretien_____
Répondeur_____
Enquêter_____
Les autres qui assistaient
à l'entretien_____

_____ _____ _____
Quartier ville date
Ethnie:

I. Le renseignements démographiques (concernant tous les gens nourris sur le même budget)
L'occupation du chef de famille_____ Catégorie_____

Autres personnes apportant un revenu (nombre) _____ Nom de travail _____

Nombre de personnes nourries sur place, en famille_____

	TABLEAU I.							
	AGE							
SEX	1	1-5	5-15	15-30	30-45	45-60	60	Sans Réponse
	Nombre d'épouses:							

II. LA CONSOMMATION DE CEREALES

SAISON PERIODE		FREQUENCE DE CONSOMMATION DES PRODUITS/SEMAINE				QUANTITE CONSOMMEE	EQUIVALENT kg/mois(2)
		Petit Déjeuner	Déjeuner	Diner	Autre		
C: Juillet Août Sept Oct	Sorgho B. Petit Mil Riz Mais						
	Nbre Pers nourries						
CHANGEMENTS A: Nov Déc Jan Fév							
	Nbre Pers nourries						
CHANGEMENTS B: Mars Avril Mai Juin							
	Nbre Pers nourries						

- Quelles céréales préferez-vous? _____ Pourquoi?
- Quelles céréales consommez-vouz le plus? 1. _____ 2. _____ 3. _____. Pourquoi?

III. LES ACHATS DE CEREALES

PRODUITS (Céréales) Periode C	Quantité mesure nombre	Frequence Combien de fois par semaine/mois	Vendeur (code)	Lieu (code)	Cash credit	Prix pour une unité de mesure	Epoque, jour, heure d'achat
Changement Période A							
Changement Période B							
Année Précédente							

CODES POUR LES PERIODES: C) = Juillet, Août, Sept., Oct.; (A) = Nov., Déc., jan., Fév., Mars; (B) = Mars, Avril, Mai, Juin.

1) Code pour "Vendeur"

V1: Producteur
V2: Vendeuse
V3: Petit/Moyen Commerçant
V4: Grand Commerçant
V5: SOVOLCOM
V6: OFNACER
V7: Autres (ex: mentionner "service" lequel? ex: camp militaire

2) Code pour "Lieu"

R: Marchés Ruraux
1: Marchés locaux (de quartier)
C: Marché Central
A: Autres Marchés

Si hors Marché, ajoutez H devant L, C, ou A.

Noms de Marché ou quartier ou village

_____
_____
_____
_____

Code pour Produits:

Sorgho Blanc=002 Sorgho rouge=003 Petit Mil=004 Mais=006 Riz=008

IV. LA PRODUCTION

Produisez-vous vos propres céréales? _____

CEREALES	mesure	nombre total	QUANTITE consommation	Don	Vente

1. Quand consommez-vous votre production?
   Pendant combien de temps celà peut vous supporter? _____
2. Consommez-vous d'abord avant d'acheter? _____ Pourquoi?
   _____
   _____
3. Recevez-vous des céréales en cadeau? _____ Combien et d'où? _____
   Quand achetez-vous les céréales? _____

IV A) PRISE DE DECISION - RAISONS ET CRITERES DE COMPORTEMENT DE CONSOMMATION ET D'ACHAT			
	QUI DECIDE?	CRITERES ET RAISONS DE CETTE DECISION.	CRITERES DE COMPORTEMENT
Catégorie de céréales utilisées régulièrement (en période C)			
Forme (grain/farine) des achats, époque fréquence d'achat, mesure utilisée			
Vendeur lieu			
Crédit			
Changement Consommation/ achats pendant période A et B par rapport à C			
Changement des années Antérieures			

RELATIONS PERSONNELLES							
APPRECIATION							
QUALITE DES CEREALES Que savez-vous? Comment le savez-vous?							
APPRECIATION							
MESURES Les connaissez-vous? Quel contenu réel? Comment le savez-vous?							
APPRECIATION							
RAPPORT PRIX/ MESURE (valeur comparée du prix au kilo) Que savez-vous? Comment?							
APPRECIATION							
SUGGESTIONS Comment Améliorer?							

*Le tableau a pour but de connaitre le niveau d'information dont dispose l'acheteur sur les différents types de fournisseurs de céréales sur leurs "points faibles," et l'opinion qu'il s'est forgée sur chacun d'eux.

V. COMMERCE - CADEAU

Des membres du ménage font-ils du commerce? _____ des cadeaux de céréales? _____

Nature du commerce ou produits commercialisés	Sources des produits	Lieu de vente	Quantité vendue par mois année
Nature cadeau			

VI. LE REVENU

Combien de membres contribuent au revenu de la famille (Y compris le chef de famille)? _____ lesquels?

1. _____ catégorie _____
2. _____ catégorie _____
3. _____ catégorie _____
4. _____ catégorie _____
5. _____ catégorie _____
6. _____ catégorie _____
7. _____ catégorie _____

Quel peut-être le revenu global approximatif de la famille? _____
Quelle part utilisez-vous pour la famille? _____

NB: Mentionner l'existence dans le ménage, d'un ancien combattant, au cas ou il y en aurait.

ENQUETE DE VENDEUSE DE PLAT CUISINE ET RESTAURANT

Quartier _____ Ville _____ date _____

Nom de la vendeuse ou du propriétaire

Ethnie _____ age _____ sexe _____

Interview reviewed _____

Lieu d'entretien _____

Enquêté _____

Les autres qui assistaient à l'entretien _____

I. BUDGET POUR UNE PREPARATION

Nom du Plat PERIODE C	Frequence par jour/semaine	Céréales Utilisées par preparation nature quantité CFA	Ingredients nature CFA	le Bois (CFA)	Salaires des employés	Unité de vente	Prix de vente	Revenu Total pour une preparation	Nbre de plats servis par preparation
Changements en Periode A									
Changements en Periode B									
Durant les années précédents									

II. LES ACHATS DE CEREALES

PRODUITS (Céréales) Periode C	Quantité mesure nombre	Frequence Combien de fois par semaine/mois	Vendeur (code)	Lieu (code)	Cash credit	Prix pour une unité de mesure	Epoque, jour, heure d'achat
Changement Période A							
Changement Période B							
Année Précédente							

CODES POUR LES PERIODES: C) = Juillet, Août, Sept., Oct.; (A) = Nov., Déc., jan., Fév., Mars; (B) = Mars, Avril, Mai, Juin.

1) Code pour "Vendeur"

V1: Producteur
V2: Vendeuse
V3: Petit/Moyen Commerçant
V4: Grand Commerçant
V5: SOVOLCOM
V6: OFNACER
V7: Autres (ex: mentionner "service" lequel? ex: camp militaire

2) Code pour "Lieu"

R: Marchés Ruraux
l: Marchés locaux (de quartier)
C: Marché Central
A: Autres Marchés

Si hors Marché, ajoutez H devant L, C, ou A.

Noms de Marché ou quartier ou village

_____
_____
_____
_____

III. LES VENTES

1. Quand le prix des céréales utilisées augmente, que faites-vous pour préserver vos bénéfices? _____

- Achetez-vous moins d'ingrédient? _____
- Diminuez-vous l'unité de vente (en maintenant les prix)? _____

_____

- Augmentez-vous le prix d'unité? _____
- Autres comportements? _____

_____

2. Faites-vous crédit à certains de vos clients? _____ A combien d'entre eux? _____? Ce système de crédit a-t-il été proposé par vous? _____ Pourquoui? _____ Caractéristiques des clients:

1. situation de famille _____ profession _____ logement _____
   Pass/Regulier _____ autres _____
2. situation de famille _____ profession _____ logement _____
   Pass/Regulier _____ autres _____

NB: 1. enquêtes = vendeuse - restaurant
2. enquêtes = consommateurs (vérification)

IV A) PRISE DE DECISION - RAISONS ET CRITERES DE COMPORTEMENT DE CONSOMMATION ET D'ACHAT			
	QUI DECIDE?	CRITERES ET RAISONS DE CETTE DECISION.	CRITERES DE COMPORTEMENT
Catégorie de céréales utilisées régulièrement (en période C)			
Forme (grain/farine) des achats, époque fréquence d'achat, mesure utilisée			
Vendeur lieu			
Crédit			
Changement Consommation/ achats pendant période A et B par rapport à C			
Changement des années Antérieures			

IV. B INFORMATIONS - SOURCE D'INFORMATION - APPRECIATIONS, JUGEMENTS SUR LES FOURNISSEURS DE CEREALES*

LEGENDE

INFORMATION: réponses données ou bien "ne sais pas"
SOURCE D'INFORMATION: Explication précise de la source d'information
APPRECIATION
(1) Trés favorable (2) assez favorable (3) Sans importance
(4) Défavorable (-) Aucune idée

(ex: Le critère de la qualité des céréales est-il à votre avis un critère favorable ou non pour chacun des différents types d'intermédiaires_____

FOURNISSEURS / CRITERES CHOIX	PRODUCTEUR	VENDEUSE	PETIT/MOYEN COMMERCANT	GRAND COMMERCANT	SOVOLCOM	OFNACER	AUTRES services fonctionnaires
DISPONSIBILITE DES CEREALES que savez-vous? Comment le savez-vous?							
APPRECIATION							
PROXIMITE TRANSPORT							
APPRECIATION							

ANNEXE F

RESULTATS DE L'ENQUETE URBAINE

TABLEAU F.1a

CHOIX DE VENDEUR PAR LE CONSOMMATEUR URBAIN POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon Ouagadougou)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Vendeur	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz
Producteurs (1)	2 (2,1)	-	1 (1,5)	-
Vendeuses (2)	8 (8,3)	2 (7,1)	9 (13,4)	6 (5,0)
Petit ou moyen commerçant (3)	21 (21,9)	10 (35,7)	18 (26,9)	29 (24,4)
Gros commerçant (4)	12 (12,5)	7 (25,0)	2 (3,0)	12 (10,1)
FASO YAAR (5)	-	-	-	4 (3,4)
OFNACER (6)	20 (20,8)	2 (7,1)	20 (29,9)	26 (21,8)
Producteur ou petit/moyen commerçant (13)	1 (1,0)	-	-	-
Acheté à l'OFNACER par l'intermédiaire de l'employeur (17)	-	1 (3,6)	-	-
Vendeuses ou petit/moyen commerçant (23)	5 (5,2)	2 (7,1)	-	6 (5,2)
Petit/moyen commerçant ou gros commerçant (34)	5 (5,2)	-	5 (7,5)	7 (5,9)
Commerçant ou OFNACER (36)	11 (11,4)	3 (10,7)	4 (6,0)	14 (11,7)
FASO YAAR ou OFNACER (56)	-	-	-	1 (0,8)
OFNACER ou vendeuses (62)	-	-	-	1 (0,8)
Gros commerçant ou camp militaire (67)	1 (1,0)	-	-	1 (0,8)
Autre (7)	9 (9,4)	1 (3,6)	8 (11,9)	12 (10,1)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.1b

CHOIX DE VENDEUR PAR LE CONSOMMATEUR URBAIN POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon Bobo-Dioulasso)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Vendeur	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz
Producteurs (1)	5 (6,0)	1 (2,9)	3 (13,6)	1 (1,0)
Vendeuses (2)	5 (6,0)	2 (5,7)	1 (4,5)	-
Petit ou moyen commerçant (3)	38 (45,8)	2 (57,1)	6 (27,3)	72 (69,9)
Gros commerçant (4)	-	-	3 (13,6)	-
OFNACER (6)	3 (3,6)	2 (5,7)	1 (4,5)	4 (3,9)
Vendeuses ou petit/moyen commerçant (23)	1 (1,2)	-	-	-
Producteur ou acheté par l'intermédiaire de l'employeur (33)	1 (1,2)	-	-	-
Petit/moyen commerçant ou gros commerçant (34)	22 (26,5)	7 (20,0)	6 (27,3)	3 (2,9)
Commerçant ou FASO YAAR (35)	-	-	-	1 (1,0)
Commerçant ou OFNACER (36)	3 (3,6)	3 (8,6)	1 (4,5)	5 (4,9)
Autre (7)	1 (1,2)	-	1 (4,5)	14 (13,6)
Pas de résponse/pas de vendeur particulier (8)	4 (4,8)	-	-	3 (2,9)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.2a

IMPORTANCE DES TRANSACTIONS EFFECTUEES PAR LES CONSOMMATEURS URBAINS POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon de Cuagadougou)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Mesure	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz
Kilo (3)	-	-	-	24 (20,2)
Boîte de tomate (11)	-	1 (3,6)	-	-
Assiette locale (14)	5 (5,2)	-	7 (10,6)	1 (0,8)
Asiette Yoruba (15)	9 (9,4)	6 (21,4)	4 (6,1)	-
Tine de l'ORD (17)	9 (9,4)	7 (25,0)	7 (10,6)	4 (3,4)
Sac de 50 kg (30)	7 (7,3)	1 (3,6)	13 (19,7)	54 (45,4)
Sac de 100 kg (31)	65 (67,7)	13 (46,4)	34 (51,5)	31 (26,1)
Sac de 60 kg (53)	1 (1,0)	-	1 (1,5)	4 (3,4)
Sac de 90 kg (54)	-	-	-	1 (0,8)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.2b

IMPORTANCE DES TRANSACTIONS EFFECTUEES PAR LES CONSOMMATEURS URBAINS POUR DIFFERENTES CEREALS
(Echantillon de Bobo-Dioulasso)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Mesure	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz
Kilo (3)	3 (3,6)	-	1 (4,5)	20 (19,4)
Boîte de tomate (11)	2 (2,4)	2 (5,7)	-	-
Tine de l'ORD (17)	13 (15,7)	19 (54,3)	3 (13,6)	2 (1,9)
Sac de 50 kg (30)	2 (2,4)	2 (5,7)	4 (18,20	42 (40,8)
Sac de 100 kg (31)	63 (75,9)	11 (31,4)	13 (59,1)	37 (35,9)
Double Pot (52)	-	1 (2,9)	1 (4,5)	-
Sac de 90 kg (54)	-	-	-	2 (1,9)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.3a

FREQUENCE DES ACHATS PAR LES CONSOMMATEURS URBAINS POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon Ouagadougou)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Fréquence des achats	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz
Quotidiennement (1)	5 (5,3)	2 (7,1)	6 (9,1)	19 (16,0)
Une fois toutes les 2 semaines (2)	4 (4,2)	3 (10,7)	2 (3,0)	5 (4,2)
Une fois toutes les 3 semaines (3)	6 (6,3)	1 (3,6)	4 (6,1)	6 (5,0)
Une fois par mois (4)	39 (41,1)	5 (17,9)	29 (43,9)	57 (47,9)
Une fois tous les 1-2 mois (5)	13 (13,8)	4 (14,3)	7 (10,5)	15 (12,7)
Une fois tous les 2 mois (6)	8 (8,4)	2 (7,1)	6 (9,1)	6 (5,0)
Une fois tous les 2 mois (7)	1 (1,1)	-	3 (4,5)	3 (2,5)
Une fois tous les 4 mois (8)	1 (1,1)	1 (3,6)	1 (1,5)	-
Une fois tous les 2-3 mois (9)	3 (3,2)	-	-	-
Une fois par an (15)	1 (1,1)	2 (7,1)	-	-
Une fois par semaine (17)	11 (11,6)	4 (14,3)	2 (3,0)	1 (0,8)
2-4 fois par semaine (18)	2 (2,1)	3 (10,7)	4 (6,0)	4 (3,3)
Variable (23)	-	-	1 (1,5)	-
Une fois tous les 5-7 mois (25)	1 (1,1)	-	1 (1,5)	1 (0,8)
Deux fois par mois (26)	-	1 (3,6)	-	1 (0,8)
1-2 fois par mois (27)	-	-	-	1 (0,8)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.3b

FREQUENCE DES ACHATS EFFECTURES PAR LES CONSOMMATEURS URBAINS POUR DEFFERENTES CEREALES
(Enchantillon Bobo-Dioulasso)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Fréquence des achats	Sorcho blanc	Petit mil	Maïs	Riz
Quotidiennement (1)	5 (6,0)	1 (2,9)	2 (9,1)	10 (9,7)
Une fois toutes les 3 semaines (3)	1 (1,2)	-	-	2 (1,9)
Une fois par mois (4)	58 (69,9)	22 (62,9)	12 (54,5)	67 (65,0)
Une fois tous les 1 & 1/2 mois (5)	1 (1,2)	-	1 (4,5)	3 (2,9)
Une fois tous les 2 mois (6)	10 (12,0)	1 (2,9)	1 (4,5)	9 (8,7)
Une fois tous les 3 mois (7)	5 (6,0)	2 (5,7)	2 (9,1)	5 (4,9)
Une fois tous les 4 mois (8)	1 (1,0)	1 (2,9)	-	4 (3,9)
Une fois tous les 2-3 mois (9)	1 (1,0)	-	-	-
Une fois tous les 5 mois (10)	-	2 (5,7)	1 (4,5)	-
Une fois tous les 10 mois (14)	-	-	1 (4,5)	-
Une fois par an (15)	1 (1,2)	6 (17,1)	2 (9,1)	3 (2,9)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.4a

LOCALISATION DES ACHATS EFFECTUES PAR LES CONSOMMATEURS URBANS
POUR DIFFERENTED CEREALES
(Echantillon de Ouagadougou)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Localisation	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz
Marché rural (1)	1 (1,0)	1 (3,6)	1 (1,5)	-
Marché local (quartier) (2)	36 (37,5)	13 (46,4)	21 (31,8)	44 (37,0)
Marché central (3)	20 (20,8)	9 (32,1)	9 (13,6)	23 (19,3)
Autres marchés ou acheté par l'intermédiaire de l'employeur (4)	8 (8,3)	-	9 (13,6)	11 (9,2)
OFNACER ou marché central (5)	1 (,0)	1 (3,6)	-	1 (0,8)
Marché local our marché central (12)	4 (4,2)	-	4 (6,1)	5 (4,2)
Marché rural ou marché central (13)	1 (1,0)	-	-	-
OFNACER ou marché central (25)	2 (2,1)	-	1 (1,5)	3 (2,5)
OFNACER (central) ou FASO YAAR (140)	16 (16.7)	3 (10,7)	19 (28,8)	24 (20,3)
OFNACER (quartier ou local) (141)	6 (5,2)	1 (3,6)	2 (3,0)	7 (6,8)
Aucune résponse (6)	1 (1,0)	-	-	1 (0,8)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.4b

LOCALISATION DES ACHATS EFFECTUES PAR LES CONSOMMATEURS URBAINS
POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon de Bobo-Dioulasso)

(% du total de la colonne entre parenthèsis)

Localisation	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz
Marché rural (1)	5 (6,0)	1 (2,9)	3 (13,6)	1 (1,0)
Marché local (quartier) (2)	12 (14,5)	5 (14,3)	3 (13,6)	17 (16,5)
Marché central (3)	51 (61,3)	24 (68,6)	13 (59,1)	58 (56,3)
Autres marchés ou acheté par l'intermédiaire de l'employeur (4)	-	-	-	16 (15,5)
OFNACER ou marché central (5)	3 (3,6)	3 (8,6)	1 (4,5)	5 (4,9)
Marché local ou marché central (12)	1 (1,2)	-	-	1 (1,0)
En dehors du marché (22)	1 (1,2)	-	-	-
Acheté à l'OFNACER par l'intermédiaire de l'employeur (87)	1 (1,2)	-	-	-
OFNACER (central) ou FASO YAAR (140)	3 (3,6)	2 (5,7)	1 (4,5)	2 (1,9)
Autre[a] (7)	2 (2,4)	-	-	-
Aucune réponse (6)	4 (4,8)	-	1 (4,5)	3 (2,9)

NOTE: a) Camp militaire, employeur, etc.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.5a

CHOIX DE VENDEUR PAR LES VENDEUSES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon de Ouagadougou)

(% du total de la colonne entre parenthéses)

Vendeur	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Vendeuse (2)	-	1 (3,8)	-	2 (9,1)	1 (25,0)
Petit/moyen commerçant (3)	- -	4 (15,4)	2 (50,0)	10 (45,5)	-
Gros commerçant(4)	-	-	-	1 (4,5)	1 (25,0)
Producteur petit/moyen commerçant(13)	-	-	-	-	1 (25,0)
Vendeuse ou petit/moyen commerçant(23)	-	20 (76,9)	2 (50,0)	4 (18,2)	-
Petit/moyen ou gros commerçant(34)	-	9 (3,8)	-	2 (9,1)	1 (25,0)
Petit/moyen commerçant ou OFNACER (36)	-	-	-	2 (9,1)	-
Gros commerçant ou OFNACER (46)	-	-	-	1 (4,5)	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.5b

CHOIX DE VENDEUR PAR LES VENDEUSES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CERREALES
(Enchantillon Bobo-Dioulasso)

(% du total de la colonne entre parenthéses)

Vendeur	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Producteur (1)	-	-	-	-	1 (33,3)
Vendeuse (2)	-	7 (22,6)	1 (100,0)	1 (3,6)	1 (33,3)
Petit/moyen commerçant (3)	- -	21 (67,7)	-	22 (78,6)	1 (33,3)
Gros commerçant(4)	-	-	-	2 (7,1)	-
FASO YAAR (5)	-	-	-	1 (3,6)	-
Vendeuse ou petit/moyen commerçant(23)	1 (100,0)	2 (6,5)	-	1 (3,6)	-
Petit/moyen ou gros (34) commerçant	-	-	-	1 (3,6)	-
Pas de vendeur en particulier (14)	-	1 (3,2)	-	-	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.6a

IMPORTANCE DES TRANSACTIONS EFFECTUEES PAR LES VENDEUSES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon Ouagadougou)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Mesure	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Kilogramme (3)	-	-	-	7 (31,8)	-
Assiette Yoruba (15)	-	21 (80,8)	4 (100.0)	8 (36,4)	-
Tine de l'ORD (17)	-	4 (15,4)	-	2 (9,1)	1 (25,0)
Sack de 50 kg (30)	-	-	-	4 (18,2)	-
Sac de 100 kg (31)	-	1 (3,8)	-	1 (4,5)	3 (75,0)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.6b

IMPORTANCE DES TRANSACTIONS EFFECTUEES PAR LES VENDEUSES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon de Bobo-Dioulasso)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Mesure	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Kilogramme (3)	-	-	-	22 (78,6)	-
Petit louche (7)	-	2 (6,5)	-	-	-
Boîte de tomate (11)	1 (100,0)	16 (51,6)	-	-	-
Assiette locale (14)	-	-	1 (100,0)	-	-
Tine de l'ORD (17)	-	11 (35,5)	-	2 (7,1)	-
Panier moyen (19)	-	-	-	-	1 (33,3)
Sac de 50 kg (30)	-	-	-	2 (7,1)	-
Sac de 100 kg (31)	-	2 (6,5)	-	2 (7,1)	1 (33,3)
Ecuelle (61)					1 (33,3)

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLE F.7a

FREQUENCE DES ACHATS EFFECTUES PAR LES VENDEUSES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon de Ouagadougou)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Fréquence	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Une fois par semaine (6)	-	-	-	1 (4,5)	-
Deux fois par semaine (7)	-	1 (3,8)	-	2 (9,1)	4 (100,0)
Quatre fois par semaine (9)	-	1 (3,8)	-	-	-
Cinq fois par semaine (10)	-	1 (3,8)	1 (25,0)	-	-
Sept fois par semaine (12)	-	23 (88,5)	3 (75,0)	19 (86,4)	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU F.7b

FREQUENCE DES ACHATS EFFECTURES PAR LES VENDEUSES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon Bobo-Dioulasso)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Fréquence	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Une fois par semaine (6)	-	3 (9,7)	-	2 (7,1)	1 (33,3)
Deux fois par semaine (7)	-	3 (9,7)	-	3 (10,7)	1 (33,3)
Trois fois par semaine (8)	-	4 (12,9)	-	1 (3,6)	-
Quatre fois par semaine (9)	-	1 (3,2)	-	5 (17,9)	1 (33,3)
Cinq fois par semaine (10)	-	3 (9,7)	-	1 (3,6)	-
Six fois par semaine (11)	-	3 (9,7)	-	2 (7,1)	-
Sept fois par semaine (12)	1 (100,0)	13 (41,9)	1 (100,0)	12 (42,9)	-
Une fois par mois (13)	-	1 (3,2)	-	1 (3,6)	-
Une fois tous les 2 mois (14)	-	-	-	1 (3,6)	-

Université du Michigan. La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso. 1986.

TABLEAU F.8a

LOCALISATION DES ACHATS EFFECTUES PAR LES VENDUESES DEPLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon Ouagadougou)

(% du total de la colonne entre parenthéses)

Localisation	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Marchés locaux (quartiers) (2)	-	22 (84,6)	4 (100,0)	15 (68,2)	-
Marchés centraux (3)	-	1 (3,8)	-	5 (22,7)	1 (25,0)
Livrées à la concession (5)	-	2 (7,7)	-	-	3 (75,0)
Marchés ruraux ou centraux (13)	-	1 (3,8)	-	-	-
Marchés locaux ou centraux (23)	-	-	-	2 (9,1)	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLE F.8b

LOCALISATION DES AHCATS EFFECTUES PAR LES VENDEUSES DE PLATS CUISINES POUR DIFFERENTES CEREALES
(Echantillon de Bobo-Dioulasso)

(% du total de la colonne entre parenthèses)

Localisation	Sorgho blanc	Petit mil	Maïs	Riz	Sorgho rouge
Marchés locaux (quartiers) (2)	1 (100,0)	5 (16,1)	-	18 (64,3)	1 (33,3)
Marchés centraux (3)	-	16 (51,6)	1 (100,0)	7 (25,0)	1 (33,3)
Livrées à la concession (5)	-	-	-	-	1 (33,3)
Marchés locaux ou centraux (23)	-	10 (32,3)	-	3 (10,7)	-

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

ANNEXE G

PRIX DES CEREALES

Les prix examinés et analysés dans ce rapport proviennent d'une variété de sources. Cet annexe présente et examine les prix des céréales. Pour chaque source la méthode d'enregistrement et de calcul des prix sera expliquée. Les problèmes liés à l'utilisation de ces prix dans les analyses seront examinés rapidement.

G.1 PRIX DES CEREALES

Les prix des céréales sont enregistrés par divers organismes au Burkina Faso, y compris l'OFNACER, l'ORD, le Ministère du commerce[1] et certains projets individuels. La fréquence et la méthode d'enregistrement des prix diffèrent dans tous les cas selon la source.

Les prix utilisés dans ce rapport et cités dans cet annexe proviennent de ces différentes sources. La méthode et la fréquence d'enregistrement des prix appliquées par l'OFNACER, par les ORD et dans le cadre de notre étude sont présentées ci-dessous. Le Tableau G.1 résume les sources et la portée des séries de prix pour divers marchés. Les prix eux-mêmes figurent aux Tableaux G.2 - G.5.

Les séries de prix que nous avons trouvées sont relativement courtes, ne dépassant pas 2 à 3 ans. Certains ORD, cependant, enregistrent des prix depuis les années 60. Quelques-uns de ces prix ont été publiés dans d'autres rapports (par exemple CRED 1977). Bon nombre des prix restent, ou sont longtemps restés, inscrits dans des cahiers empilés dans les bureaux des ORD, où ils sont disponibles aux intéressés; toutefois, après un certain temps ils sont souvent jetés, sans jamais avoir été utilisés. Par exemple, lorsque nous avons abordé la question des prix à l'ORD du Centre, on nous a répondu que, peu avant, on avait jeté une grande quantité de cahiers à ce sujet parce qu'on avait besoin d'espace et qu'on ne savait quoi faire de tous ces cahiers. A l'heure actuelle, à notre connaissance, ni les ORD ni le gouvernement n'assurent l'analyse ou la publication de ces prix.

---

[1]Le Ministère du commerce recueille les prix des céréales à Ouagadougou une fois par mois. Cependant, depuis 1981 il ne note que le prix officiel; c'est pourquoi nous n'avons pas utilisé ces prix.

G.1.1 OFNACER

Les agents de l'OFNACER dans les différents centres d'achat et de vente sont chargés, au cours de la dernière semaine de chaque mois, d'enregistrer les prix du petit mil, du sorgho blanc et du maïs dans plusieurs marchés situés à proximité du centre de collecte. Pour chaque céréale, la moyenne des prix ainsi relevés est présentée comme étant le prix mensuel de la céréale dans la région.

L'OFNACER s'intéresse au prix d'un sac de céréales. Lorsque les sacs ne sont pas en vente dans un marché particulier, le prix d'une tine est multiplié par six pour déterminer le prix par sac.

L'objet de l'enregistrement des prix est d'identifier les régions où les céréales commencent à faire défaut, de sorte que l'OFNACER puisse évaluer à quelle région et à quel moment il convient d'envoyer un stock. Il est évident que ces prix ne peuvent être utilisés que pour établir des comparaisons entre les régions et entre les saisons.

G.1.2 Les ORD

Chaque ORD comporte une division d'études économiques qui est chargée en principe d'enregistrer et d'analyser les prix à l'intérieur de l'ORD. Certains ORD enregistrent les prix alors que d'autres ne le font pas. Dans les ORD où les prix sont effectivement enregistrés, le vulgarisateur dans chaque sous-secteur relève les prix sur un certain nombre de marchés tous les dix jours (les mercuriales). Pour chaque marché, la moyenne des trois prix relevés au cours d'un mois est présentée comme étant le prix mensuel. Les prix sont normalement enregistrés par tine et parfois par sac.

En principe, ces prix sont enregistrés pour des fins statistiques. Ils peuvent servir à établir des comparaisons à l'intérieur d'une seule région et entre des régions distinctes. Les variations de prix d'une saison à l'autre sont mitigées par le fait d'utiliser des moyennes.

G.1.3 L'étude du CRED

Cette étude comportait trois volets, assurés par une équipe urbaine, une équipe villageoise et une équipe de reconnaissance rapide, et dans tous les cas des prix ont été enregistrés. Les deux objectifs de l'étude étaient: 1) d'obtenir, à un coût minimum, quelques séries cohérentes qui pourraient servir dans l'analyse et qui, à notre connaissance, n'étaient pas enregistrées ailleurs; et 2) de disposer de données comparatives permettant d'évaluer les prix enregistrés par d'autres sources.

En milieu urbain, les prix de vente au consommateur ont été enregistrés à six marchés de Ouagadougou et à cinq marchés de Bobo-Dioulasso. Les prix par sac et par tine ont été enregistrés chaque semaine pour le petit mil, le sorgho blanc, le sorgho rouge et le maïs. A intervalles réguliers, nous avons effectué des achats de céréales afin d'établir le poids qui correspond à diverses mesures.

En milieu rural, les équipes villageoises ont enregistré les prix de vente au consommateur et les prix au producteur à plusieurs marchés fréquentés par les membres de l'échantillon. Les prix des deux ou trois principales céréales commercialisées dans la région ont été obtenus chaque semaine, par unité locale et par sac, dans la mesure du possible.

Afin d'étudier les marges de la commercialisation, les équipes villageoises ont également recruté des cultivateurs pour vendre et acheter des céréales auprès des commerçants. Le poids et le prix correspondant à chaque achat et à chaque vente ont été enregistrés, puis utilisés pour calculer les marges obtenues par les commerçants locaux.

Les équipes de reconnaissance rapide se sont attachées pareillement à enregister les prix aux marchés qu'elles étudiaient. Les céréales ont parfois été pesées. Vu leur manque de cohérence, ces prix sont utiles en ce qui concerne la vérification des prix figurant dans d'autres séries, mais ne constituent guère une série cohérente en eux-mêmes.

G.1.4 Autres projets

Plusieurs autres projets ont enregistré les prix des céréales: le groupe de Hans Bliler à l'OFNACER, le Projet de développement rizicole de Nioné-Djionkélé, près de N'Dorola, et les cellules socio-économiques de l'ICRISAT et du SAFGRAD. Leurs prix ne sont pas présentés dans ce rapport, bien que nous les ayons parfois utilisés pour vérifier les prix que nous avons cités.

G.1.5 Précision

Au cours d'une journée donnée, les prix varient à l'intérieur d'un marché. Pour la même céréale, il serait possible d'enregister jusqu'à dix ou douze prix différents par kilo, selon la quantité achetée et le commerçant.

Nous pouvons affirmer la vérité des prix enregistrés par le personnel de notre projet mais non celle des prix enregistrés par d'autres organismes. En examinant les séries obtenues par l'OFNACER, par exemple, il est clair

que ces prix sont probablement faux. Quelques agents de l'OFNACER nous ont expliqué qu'ils enregistrent habituellement le prix du mois précédent lorsqu'une céréale particulière n'est pas disponible au marché le jour où ils notent normalement les prix de vente. Il est évident que, très probablement, le prix réel n'est pas celui du mois précédent. Malheureusement, il nous était impossible de savoir lesquels des prix avaient été enregistrés de cette manière, donc aucune correction n'a été envisageable.

G.2 PROBLEMES LIES A L'UTILISATION DES SERIES DE PRIX

Compte tenu des différences qui existent entre les méthodes d'enregistrement des prix et de calcul des prix mensuels, les prix obtenus posent certains problèmes pour l'analyse. Les prix de l'OFNACER et ceux des ORD sont dans les deux cas des séries mensuelles; cependant, ils ne sont nullement compatibles les uns avec les autres. Dans un cas, les différences saisonnières sont obscurcies; dans l'autre, les différences à l'intérieur des régions. Faute de meilleure solution, nous avons employé ces prix dans notre analyse, après mûre considération seulement.

Pour ce qui est de l'analyse de corrélation entre les diverses régions, les prix de l'OFNACER ont tendance à sous-estimer les différences régionales. Ainsi, les corrélations basées sur les prix de l'OFNACER peuvent être biaisées vers le haut. Dans une analyse des marges de la commercialisation, ces prix donneront des marges surestimées.

Pareillement, les prix des ORD peuvent conduire eux aussi à des corrélations biaiseés vers le haut dans la mesure où les variations mensuelles sont obscurcies par le fait d'employer la moyenne des mercuriales. Les marges calculées sur la base de ces prix représentent donc les marges moyennes du mois en question.

TABLEAU G.1

RESUME DES DONNEES DE PRIX DISPONABLES
janvier 1983 - janvier 1985

Marchés	Sorgho rouge			Sorgho blanc			Mil			Maïs		
	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette
1= Ademtenga		14 mois (2)[a]			2 mois (1-2)			14 mois (2)				
2= Aribinda				7 mois (1)		2 mois (1)	3 mois (1)		2 mois (1)			
3= Baré		12 mois (4)			10 mois (4)			1 mois (4)		9 mois	(4)	
4= Barsalogo		8 mois (2)		2 mois (1)	10 mois (2)		1 mois (1)	10 mois (1-2)				
5= Batié			7 mois (1)			7 mois (1-4)						7 mois (1)
6= Boulsa		13 mois (2)		3 mois (1)	13 mois (2)			13 mois (2)				
7= Bousouma				2 mois (1)	6 mois (2)			8 mois (2)				
8= Boussé		8 mois (2)			10 mois (2)			11 mois (2)				
9= Dano			7 mois (1)			6 mois (1)			4 mois (1)			7 mois (1)

TABLEAU G.1 (suite)

Marchés	Sorgho rouge			Sorgho blanc			Mil			Maïs		
	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette
10= Dassouri		18 mois (2)			19 mois (2)			17 mois (2)				
11= Dédougou				5 mois (1)	1 mois (1)	9 mois (1)			10 mois (1)			
12= Diebougou			6 mois (1)			6 mois (1)			5 mois (1)			6 mois (1)
13= Dissin			6 mois (1)			6 mois (1)						6 mois (1)
14= Djibasso					1 mois (1)	9 mois (1)			8 mois (1)			
15= Djibo				5 mois (1)			1 mois (1)					
16= Dori				5 mois (1)		2 mois (1)	1 mois (1)		2 mois (1)	2 mois (1)		2 mois (1)
17= Gaoua			6 mois (1)						4 mois (1)	2 mois (1)		
18= Garango	4 mois (2)			6 mois (1-2)			4 mois (2)					
19= Gassan				2 mois (4)	6 mois (4)		2 mois (4)	6 mois (4)				
20= Gorom-Gorom							2 mois (1)		1 mois (1)	2 mois (1)		1 mois (1)

TABLEAU G.1 (suite)

Marchés	Sorgho rouge			Sorgho blanc			Mil			Maïs		
	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette
21= Guéléoungo		11 mois (2)		11 mois	(2)		11 mois	(2)		11 mois	(2)	
22= Kokologo	1 mois (1)	5 mois (1)		1 mois (1)	5 mois (1)		1 mois (1)	5 mois (1)		1 mois (1)	3 mois (1)	
23= Kongoussi		10 mois (2)		3 mois (1)	10 mois (2)		2 mois (1-2)	12 mois (2)			3 mois (2)	
24= Korsimoro	5 mois (1)	14 mois (2)		6 mois (1)	13 mois (2)		6 mois (1)	14 mois (2)				
25= Koudougou	2 mois (1)	2 mois (1)		4 mois (1)	4 mois (1-3)		1 mois (1)	4 mois (1-3)		4 mois (1)	3 mois (1)	
26= Kouka							4 mois (2)	7 mois (1)				
27= Koumana								7 mois (4)				
28= Koupéla	4 mois (2)		1 mois (1)	7 mois (1-2)								
29= Léo	1 mois (1)	3 mois (1)			5 mois (1)		1 mois (1)	5 mois (1)		1 mois (1)	4 mois (1)	
30= Mané		9 mois (2)		2 mois (1-2)	8 mois (2)			9 mois (2)				
31= Markoy				3 mois (1)		2 mois (1)	2 mois (1)		2 mois (1)	3 mois (1)		2 mois (1)
32= Moktédo		8 mois (2)			4 mois (2)			4 mois (2)				

TABLEAU G.1 (suite)

Marchés	Sorgho rouge			Sorgho blanc			Mil			Maïs		
	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette
33= N'Dorola				7 mois (5)	7 mois (4-5)		7 mois (5)	7 mois (5)		7 mois (5)	7 mois (5)	
34= Nouna					2 mois (1)	9 mois (1)			10 mois (1)			
35= Ouahigouya				2 mois (4)	8 mois (4)			7 mois (4)				
36= Pissila				2 mois (1)	15 mois (2)			15 mois (2)				
37= Pô		10 mois (2)			10 mois (2)			10 mois (2)				
38= Sabsé		5 mois (1-2)			4 mois (2)			12 mois (2)				
39= Safané				4 mois (1)		10 mois (1)			10 mois (1)			
40= Saponé		19 mois (2)			19 mois (2)			19 mois (2)				
41= Sebba				6 mois (1)		2 mois (1)	2 mois (1)		2 mois (1)	1 mois (1)	1 mois (1)	2 mois (1)
42= Solenzo				5 mois (1)		9 mois (1)		1 mois (1)	9 mois (1)			
43= Toumousso		7 mois (4)			7 mois (4)			5 mois (4)			5 mois (4)	

TABLEAU G.1 (suite)

Marchés	Sorgho rouge			Sorgho blanc			Mil			Maïs		
	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette
44= Tchériba				4 mois (1)	2 mois (3)	10 mois (1-3)		10 mois	(1)			
45= Tchiookui		8 mois (4)										
46= Tenkodogo	4 mois (2)			7 mois (1-2)			5 mois (2)					
47= Tiébelé		10 mois (92)			11 mois (2)			11 mois (2)			10 mois (2)	
48= Tikaré					12 mois (2)			10 mois (2)				
49= Tougan				4 mois (1)	2 mois (1)	9 mois (1)		2 mois (1)	10 mois (1)			
50= Tougouri				6 mois (1)	16 mois (2)		3 mois (1)	16 mois (2)				
51= Zabré	3 mois (1-2)			6 mois (1-2)			3 mois (2)					
52= Ziniaré		15 mois (2)			15 mois (2)			15 mois (2)				
53= Zitenga		8 mois (2)			9 mois (2)			9 mois (2)				
54= Zorgo	3 mois (2)	9 mois (2)		3 mois (1-2)	9 mois (2)		3 mois (2)	9 mois (2)				
55= Zoungou		7 mois (2)			16 mois (2)			7 mois (2)				

TABLEAU G.1 (suite)

Marchés	Sorgho rouge			Sorgho blanc			Mil			Maïs		
	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette	sac	tine	assiette
101= Marché Central	12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)	
102= Gounghin	12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		11 mois (4)	11 mois (4)	
103= Larlé	12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		11 mois (4)	11 mois (4)	
104= Sankaryaré	12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)	
105= Zabré Daga	12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		10 mois (4)	10 mois (4)	
106= Baskui	13 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)		12 mois (4)	12 mois (4)	
201= Grand Marché	4 mois (4)	1 mois (4)		13 mois (4)	13 mois (4)		13 mois (4)	13 mois (4)		13 mois (4)	13 mois (4)	
202= St. Etienne	3 mois (4)	1 mois (4)		13 mois (4)	13 mois (4)		13 mois (4)	13 mois (4)		13 mois (4)	13 mois (4)	
203= Ouézzin-ville	4 mois (4)			6 mois (4)	6 mois (4)		7 mois (4)	6 mois (4)				

NOTES: a) Le nombre entre paranthèses se réfère au système qui collecte les prix.

1 = OFNACER
2 = Les ORDs
3 = L'équipe de la reconnaissance rapide urbain et village de CRED
4 = Les groupes des études de CRED
5 = Les agents du projet Niangoloka-Djonkolé

Les différences dans la collection des prix sont discutés dans cette annexe.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU G.2

PRIX MENSUELS DE SORGHO BLANC SUR MARCHES DIVERS
janvier 1983 - janvier 1985
(en FCFA)

MARCHES EN OUAGADOUGOU

Marcheé / Date	Marché Central		Gounghin		Larlé		Sankaryaré		Zabré Daga		Baskui		Mean	
	sac	tine	sac	tin	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83														
2/83														
3/83														
4/83														
5/83														
6/83														
7/83														
8/83														
9/83														
10/83														
11/83														
12/83														
1/84													8500.0	1350.0
2/84	10375	1625	11500	2025	10250	1675	10000	1575	10250	1625	11750	2012	10585.0	1743.5
3/84	11625	1850	12125	2150	12000	2066	11666	1866	11666	1850	12000	2100	11698.0	1953.0
4/84	12083	1950	12000	2000	12166	2033	12333	2000	12250	1950	12166	2033	11971.0	1966.7
5/84	11900	2000	12666	2160	12375	2075	12200	2010	12200	2040	12300	2040	12063.0	2017.9
6/84	12000	2000	12366	2137	12000	2000	11250	1900	12025	2025	11750	1950	11770.0	1973.2
7/84	12700	2240	13400	2410	13000	2320	12400	2120	12600	2220	13375	2350	12711.0	2225.2
8/84	13625	2275	14000	2400	13625	2300	13500	2275	13625	2250	13333	2316	13484.0	2275.2
9/84	13862	2450	14000	2525	13812	2475	13812	2475	13812	2487	13812	2475	13766.0	2437.5
10/84	13650	2460	13550	2420	13550	2460	13650	2480	13650	2480	13550	2460	13329.0	2382.9
11/84	12000	2000	12125	2025	12000	2000	12000	2000	12000	2000	12000	2000	11554.0	1960.7
12/84	11250	1925	11250	1937	11250	1925	11250	1937	11250	1925	11250	1937	10929.0	1905.4
1/85	11000	2000	11000	2000	11000	2000	11000	2000	11000	2000	11000	2000	10714.0	1942.9

TABLEAU G.2 (suite)

Marcheé	Grand Marché		St. Etienne		Ouézzinville		Mean	
Date	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83								
2/83								
3/83								
4/83								
5/83								
6/83								
7/83								
8/83								
9/83								
10/83								
11/83								
12/83								
1/84	8500	1350	8600	1400			8550.0	1375.0
2/84	9966	1666	10000	1666	10500	1750	10156.0	1694.4
3/84	10800	1787	10925	1825	10800	1800	10842.0	1804.2
4/84	10800	1800	10800	1800	10800	1800	10800.0	1800.0
5/84	10800	1800	10800	1800	10800	1800	10800.0	1800.0
6/84	11000	1800	11000	1933	10800	1800	10933.0	1811.1
7/84	11500	1916	11600	1933	11700	1950	11600.0	1933.3
8/84	12680	2110	13140	2180			12910.0	2145.0
9/84	13250	2175	15000	2200			14125.0	2187.5
10/84	11700	1920	12000	2100			11850.0	2010.0
11/84	8750	1700	7150	1725			7950.0	1712.5
12/84	9000	1750	8500	1500			8750.0	1625.0
1/85	9000	1600	8833	1500			8916.7	1550.0

TABLEAU G.2 (suite)

Marchés	Ademtenga	Aribinda		Baré	Barsalogo		Batié	Boulsa		Bousouma	
Date	sac	sac	kilogram	tine	sac	tine	kilogram	sac	tine	sack	tine
1/83						1100			1115		
2/83											
3/83											
4/83											
5/83									1400		
6/83	1650								1400		
7/83											
8/83											
9/83											
10/83											
11/83											
12/83											
1/84		12000		1200		1850		8400	1700		1600
2/84		14800		1225		1900			1750	12000	2000
3/84		14800		1390		2000	150	12000	1925	12000	2100
4/84		14800		1750		2300	150		1925		2100
5/84		15000			13800	2200		13500	1925		2400
6/84				1750		2300	150		1925		2375
7/84		15000					175		2450		
8/84		19000	190	2150		2250	175		2625		
9/84	2450		190	2000	13500	2250	175		2450		
10/84				1250		1400	80		1750		
11/84				1083							
12/84				1100							
1/85											

TABLEAU G.2 (suite)

Marchés / Date	Boussé	Dano	Dassouri	Dédougou			Diebougou	Dissin	Djibasso		Djibo
	tine	kilogram	tine	sac	tine	kilogram	kilogram	kilogram	tine	kilogram	sac
1/83	1150		1300								
2/83	1050		1850								
3/83	1425										
4/83	1400		1800								
5/83	1400		1800								
6/83	1650										
7/83			2135								
8/83	1750		2500								
9/83			2600								
10/83											
11/83											
12/83	2000		1350								
1/84			2000	6200		75				60	10500
2/84			2100	7500							10500
3/84	2433	120	2467	10000		100	110			92	10500
4/84		120	2600	10000		100	126	110		100	10500
5/84			2600	10000		100				100	14900
6/84		120	2752		1900	100	126	110		100	
7/84	3000	120	3000			100	130	120		100	
8/84		135	3000			130	130	120		115	
9/84		135	3033			130	151	120		115	
10/84			1575			75		100	1700	87	
11/84											
12/84			1925								
1/85											

TABLEAU G.2 (suite)

Marchés	Dori		Garango	Gassan		Guéléoungo	Kokologo		Kongoussi	
Date	sac	kilogram	sac	sac	tine	tine	sac	tine	sac	tine
1/83										1150
2/83										1250
3/83										1500
4/83										1600
5/83										1500
6/83										1400
7/83										1400
8/83										
9/83										
10/83										
11/83										
12/83										
1/84			8500	6600		2437				
2/84	11000		10000	8000	1250	1565				
3/84	11000		11000		1500	1620				
4/84	11000					2500			13500	2250
5/84	15000		9800		1900	2060			13500	2250
6/84						2040				
7/84			10400			2090		2500		
8/84	16000	160	11400			2240	14400	2400		2250
9/84		160			2250	2100		1500	13500	
10/84					1900			1500		
11/84						1543		1600		
12/84					1400	1520				
1/85										

TABLEAU G.2 (suite)

Marchés	Korsimoro		Koudougou		Koupéla	Léo	Mané		Markoy		Moktédo
Date	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	kilogram	tine
1/83		1225									
2/83		1295									
3/83		1400									
4/83		1400									
5/83		1575									
6/83		1575									
7/83											
8/83											
9/83											
10/83											
11/83											
12/83											
1/84		1575			9000			1500			
2/84		1925			11400						
3/84		1925			11000			2000			2000
4/84	12000	1750			11000			2100			
5/84	12600	2100			12000		12000	2100	15000		
6/84	13200	2200				2600		1750			
7/84	13200	2250			14400	1890		2400	16000		3200
8/84	13500		12625		14400	1950		2300	17000	170	
9/84	13500		12000	2400		1650		2000		170	2933
10/84			12600	2500			13000				1583
11/84			10500	2100		1925					
12/84				2250							
1/85											

TABLEAU G.2 (suite)

Marchés	N'Dorola		Nouna		Ouahigouya		Pissila		Pô	Sabsé	Safané	
Date	sac	tine	tine	kilogram	sac	tine	sac	tine	tine	tine	sac	kilogram
1/83								1100				
2/83								1250				
3/83								1300		1100		
4/83								1400		1200		
5/83								1400		1400		
6/83								1450		1500		
7/83												
8/83												
9/83												
10/83												
11/83												
12/83												
1/84				57			10500		1925		5500	55
2/84	9000	1375					10500	4700	1635			
3/84	9000	1500		75		1925		2100	1575		10000	100
4/84	9000	1500		92		1987		2200	1950		10000	100
5/84	9000	1500		92	11000	1900		2100	1950		10000	100
6/84	10500	1750		92	11500	1933		2100	2280			100
7/84				92		2050		2300	2275			100
8/84	11100	1850		110		2100		2500	2100			120
9/84	10500	1750		110		2100		2400	2158			120
10/84			1700	85		2200		1850				75
11/84			1100						1558			55
12/84												
1/85												

TABLEAU G.2 (suite)

Marchés / Date	Saponé	Sebba		Solenzo		Soumousso		Tchériba		Tenkodogo	Tiébelé
	tine	sac	kilogram	sac	kilogram	tine	sac	tine	kilogram	sac	tine
1/83	1000										
2/83	1580										
3/83	1650										
4/83	1865										
5/83	2150										
6/83	2285										
7/83	2535										
8/83	2550										
9/83	2585										
10/83											
11/83											
12/83											
1/84	2185	13000		5400	54		5500		55	8500	2217
2/84	2500	12500		7075						11500	1520
3/84	2917	12500		8750	87		9250		92	11000	1690
4/84	2785	12500		10000	100		10000		100	11000	2450
5/84	3030	12500		10000	100		10000		100	10000	2450
6/84	3065				102	1750			100		2100
7/84	3100				100	1750			100	12000	2450
8/84	3250	22000	220		130	2116			110	12000	2217
9/84			220		130	2075		2200	110		2100
10/84	3116				75	1775		1500	75		
11/84						1016			55		1750
12/84	2500					1265					1750
1/85											

TABLEAU G.2 (suite)

Marchés	Tikaré	Tougan			Tougouri		Zabré	Ziniaré	Zitenga	Zorgo		Zoungou
Date	tine	sac	tine	kilogram	sac	tine	sac	tine	tine	sac	tine	tine
1/83	1200					900		1200	1050			2200
2/83	1250					1100		1200	1200			
3/83	1350					1200		1250	1250	1882		
4/83						1300		1400	1500			
5/83	1350					1300		1635	1610	2227		
6/83						1350		1685	1650	2040		
7/83								1770	1800	2400		
8/83								1765	1800			
9/83												3920
10/83								1850		2133		
11/83										2040		
12/83								2050	2050			
1/84		8000		80	10500	1500	7500				2253	2200
2/84	1575				12000	2000	10000			13000	1670	
3/84	1575	10000		100	15000	1750	11000				2000	1882
4/84		10000		100		2500		1965				
5/84	2250	10000		100	14000	2500		1835			2147	2227
6/84	2025			100		2250	12750	1930			2400	2040
7/84	2000			100	15300	2500	11000			13000	2865	2400
8/84	2250			125		2500	12000			13500		
9/84	2250			125	15300	2250					2933	3920
10/84	2025		1900	95		1750					2400	2133
11/84			1500					1816			2000	2040
12/84								1750				
1/85												

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU G.3

PRIX MENSUELS DE MIL SUR MARCHES DIVERS
janvier 1983 - janvier 1985
(en FCFA)

MARCHES A OUAGADOUGOU

Marchés	Marché Central		Gounghin		Larlé		Sankaryaré		Zabré Daga		Baskui		Mean	
Date	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83														
2/83														
3/83														
4/83														
5/83														
6/83														
7/83														
8/83														
9/83														
10/83														
11/83														
12/83														
1/84													8500.0	1500.0
2/84	11700	1850	12100	2075	10250	1675	10500	1725	10300	1650	11750	2112	10971.0	1826.8
3/84	12125	2000	12750	2325	12500	2166	12000	2050	12000	2000	12500	2225	12250.0	2106.0
4/84	12625	2050	10075	2175	12666	2166	12666	2066	12625	2050	12666	2160	12052.0	2073.6
5/84	10450	2060	12900	2160	12625	2175	12583	2116	12700	2120	12800	2160	11748.0	2091.7
6/84	12200	2075	12562	2237	12250	2025	12250	2075	12375	2075	12250	2075	11803.0	2089.9
7/84	13100	2380	13640	2440	13300	2400	13125	2325	13100	2340	13300	2420	13177.0	2345.4
8/84	13750	2300	14000	2400	13625	2300	13625	2300	13625	2300	13750	2350	13921.0	2357.1
9/84	14062	2500	14100	2575	14062	2562	13937	2525	14037	2550	14000	2575	14243.0	2533.9
10/84	13800	7200	13900	2560	13800	2520	13800	2520	13800	2540	13750	2500	14121.0	3162.9
11/84	12000	2000	12125	2025	12000	2000	12125	2000	12000	2000	12000	2000	12464.0	2057.1
12/84	11250	1925	11250	1937	11250	1925	11250	1937	11250	1925	11250	1937	11500.0	1962.5
1/85	11000	2000	11000	2000	11000	2000	11000	2000	11000	2000	11000	2000	10905.0	1959.5

TABLEAU G.3 (suite)

Marchés	Grand Marché		St. Etienne		Ouézzinville		Mean	
Date	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83								
2/83								
3/83								
4/83								
5/83								
6/83								
7/83								
8/83								
9/83								
10/83								
11/83								
12/83								
1/84	8500	1500	9000	4050	9000		8833.3	2775.0
2/84	10200	1700	9900	1650	10433	1850	10178.0	1733.3
3/84	11875	1975	11875	1975	12000	2000	11917.0	1983.3
4/84	11040	1840	11200	1850	11200	1866	11147.0	1852.2
5/84	11100	1850	11280	1880	12000	2000	11460.0	1910.0
6/84	12300	2066	13200	2200	13200	2200	11711.0	2155.6
7/84	12675	2112	13200	2200	13200	2200	13025.0	2170.8
8/84	15075	2550	16225	2662			15650.0	2606.3
9/84	15500	2450	15600	2650			15550.0	2550.0
10/84	16000	2300	13000	2200			14500.0	2250.0
11/84	15000	2375	10300	2200			12650.0	2287.5
12/84	13000	2150	11375	2000			12188.0	2075.0
1/85	10333	1716	11000	1833			10667.0	1775.0

TABLEAU G.3 (suite)

Marchés / Date	Ademtenga	Aribinda		Baré	Barsalogo		Boulsa	Boussouma	Boussé	Dano	Dassouri
	tine	sac	kilogram	tine	sac	tine	tine	tine	tine	kilogram	tine
1/83	1300					1100	1225		1250		1300
2/83	1250								1300		1800
3/83	1400								1780		
4/83									1450		1800
5/83							1400		1575		2000
6/83	1650						1400		1800		
7/83									3200		2400
8/83									1850		2400
9/83									2933		2700
10/83									1533		
11/83											
12/83									2100		1884
1/84	1575	12500				2000	1400	1600			2015
2/84	1925					2000	1750	2200			2200
3/84	1925			1750		2250	1925	2100		120	
4/84	2100					2350	1925	2250		120	2600
5/84	2100				13900	2250	1925	2450			2600
6/84	2100					2300	1925	2400		120	2750
7/84	2275	16500				2250	2450	2450		120	
8/84	2800	20500	205			2300	2625	2625			3000
9/84	2800		205				2450				3000
10/84	1925					1500	1750				2450
11/84											
12/84											2100
1/85											

TABLEAU G.3 (suite)

Marchés	Dédougou	Diebougou	Djibasso	Djibo	Dori		Gaoua	Garango	Gassan	
Date	kilogram	kilogram	kilogram	sac	sac	kilogram	kilogram	sac	sac	tine
1/83										
2/83										
3/83										
4/83										
5/83										
6/83										
7/83										
8/83										
9/83										
10/83										
11/83										
12/83										
1/84	60		60	12000					7800	1225
2/84								11000	8100	1100
3/84	102		93							1600
4/84	102	126	102		17000					
5/84	102		102					11400		
6/84	102	126	102				120			2000
7/84	102	130	102				150	12000		
8/84	135	130				170	150	11400		
9/84	135	154	116			170	150			
10/84	80		87							
11/84	60									1700
12/84										1500
1/85										

TABLEAU G.3 (suite)

Marchés	Gorom-Gorom		Guéléoungo	Kokologo		Kongoussi		Korsimoro		Koudougou	
Date	sac	kilogram	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83							1350		1225		
2/83							1350		1335		
3/83							1500		1450		
4/83							1500		1575		
5/83									1600		
6/83							1800		1645		
7/83							1500				
8/83											
9/83											
10/83											
11/83											
12/83											
1/84			2310						1645		
2/84			1565						1925		
3/84			1620						2100		
4/84			2345				1800	12900	1925		
5/84			2310			13500	2250	13200	2200		
6/84			2275				2025	13800	2300		
7/84			2215		2500		2025	14000	2350		
8/84	20000	200	2115	15000	2500		2475	15000	2500	12500	
9/84			2100		2500	14850	2475	15000			2700
10/84			1867		1650						2250
11/84	15500		1520		1600						2100
12/84											2200
1/85											

TABLEAU G.3 (suite)

Marchés	Kouka		Koumana	Léo		Mané	Markoy		Moktédo	N'Dorola	
Date	sac	tine	tine	sac	tine	tine	sac	kilogram	tine	sac	tine
1/83											
2/83											
3/83											
4/83											
5/83											
6/83											
7/83											
8/83											
9/83											
10/83											
11/83											
12/83											
1/84	12000	925				1500					
2/84		1050								9000	1500
3/84		1050	1750			2000			2135	9000	1500
4/84		1775	1750			2200				9000	1500
5/84	13000	1775				2200				9000	1500
6/84		1775			2800	2000				11200	1875
7/84	14000	2025	1925		2100	2500			3200		
8/84	14000		2125	12500	2100	2400	19000	190		13200	2200
9/84					1800	2000		190	2933	13200	2200
10/84			1875			1500			1533		
11/84			1050		2100		14500				
12/84			1000								
1/85											

TABLEAU G.3 (suite)

Marchés	Nouna	Ouahigouya	Pissila	Pô	Sabsé	Safané	Saponé	Sebba		Solenzo	
Date	kilogram	tine	tine	tine	tine	kilogram	tine	sac	kilogram	tine	kilogram
1/83			1100				1550				
2/83			1300				1535				
3/83			1350		1000		1600				
4/83			1500		1000		1850				
5/83			1450		1300		2230				
6/83			1500		1500		2250				
7/83							2500				
8/83							2600				
9/83							2650				
10/83											
11/83											
12/83											
1/84	60			2217	1750	60	2185	14000			55
2/84			1700	1635	1900		2585				
3/84	77		2100	1925	1900	105	2967				88
4/84	93		2200	2275	2000	105	2765				102
5/84	93	2000	2200	2275	2500	105	3030				102
6/84	93	2000	2200	2565	2750	105	3115				102
7/84	93	2200	2500	2275	2250	105	3200				102
8/84	116	2337	2750	2275	2250	125	3250	24000	240		
9/84	115	2400	2500	2100		125			240		135
10/84	90	2650	1750			80	3116				80
11/84	56	2250		1575		55				1100	55
12/84							2416				
1/85											

TABLEAU G.3 (suite)

Marchés	Soumousso	Tchériba	Tenkodogo	Tiébelé	Tikaré	Tougan		Tougouri		Zabré	Ziniaré
Date	tine	kilogram	sac	tine	tine	tine	kilogram	sac	tine	sac	tine
1/83									1000		1500
2/83									1200		1300
3/83									1250		1450
4/83									1500		1550
5/83					1400				1500		1745
6/83									1400		1800
7/83											1885
8/83											1885
9/83											
10/83											2000
11/83											
12/83											2000
1/84		60		2217	1350		82		1700		
2/84			12000	1695	1800				2100	10000	
3/84		93		1690	1800		105		2000		
4/84		102		2450			105		3000		2035
5/84		102	11400	2450	2250		105	14400	2500		2100
6/84	1950	102	12750	2275	2100		105		2250		2330
7/84		102	12500	2450	2150		105	16500	2750	11000	
8/84	2000	112	12000	2217	2250		127		2750	12000	
9/84		112		2100	2250		127	16500	2500		
10/84	2000	80			2025	1900	95		2000		
11/84	1300	56		1750		1500	76				1850
12/84	1375			1750							1766
1/85											

TABLEAU G.3 (suite)

Marchés / Date	Zitenga	Zorgo		Zoungou
	tine	sac	tine	tine
1/83	1200			
2/83	1350			
3/83	1425			
4/83	1750			
5/83	1700			
6/83	1785			
7/83	1825			
8/83	2000			
9/83				
10/83				
11/83				
12/83	2000			
1/84			2400	2400
2/84		11400	1800	
3/84			2135	
4/84				
5/84			2320	2535
6/84			2265	2600
7/84		13000	2800	2800
8/84		13500		
9/84			2933	3200
10/84			2933	2600
11/84			2133	2333
12/84				
1/85				

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU G.4
PRIX MENSUELS DE SORGHO ROUGE SUR MARCHES DIVERS
janvier 1983 - janvier 1985
(en FCFA)

Marchés à Ouagadougou

Marchés / Date	Marché Central		Gounghin		Larlé		Sankaryaré		Zabré Daga		Baskui		Mean	
	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83														
2/83														
3/83														
4/83														
5/83														
6/83														
7/83														
8/83														
9/83														
10/83														
11/83														
12/83														
1/84														
2/84	10125	1550	10250	1625	8150	1525	9900	1550	11000	1700	10050	1600	9710.7	1591.7
3/84	11000	1737	10875	1787	11000	1737	10500	1666	10666	1666	10875	1775	10819.0	1728.5
4/84	10875	1737	11500	1862	10875	1737	11000	1800	11000	1750	11000	1775	11042.0	1777.1
5/84	11000	1800	9220	1810	11400	1860	11300	1880	10800	1780	11250	1825	10781.0	1815.0
6/84	10750	1750	8525	1800	10500	1725	11375	1875	10875	1775	10875	1775	10557.0	1783.3
7/84	11100	1860	11125	1875	11000	1775	11100	1860	11100	1820	11100	1820	11088.0	1835.0
8/84	10750	1800	11000	1800	11000	1800	11000	1800	11000	1800	11000	1800	10958.0	1800.0
9/84	11000	1775	11125	1800	11000	1725	11000	1750	11000	1700	11000	1700	11021.0	1741.7
10/84	12000	1960	11958	2000	11900	1960	12000	1980	12000	2000	12000	1980	11976.0	1980.0
11/84	8375	1550	8166	1533	8375	1550	8428	1557	8500	1575	8375	1550	8370.0	1552.6
12/84	8000	1500	8000	1500	8000	1500	8000	1500	8000	1500	8000	1500	8142.9	1500.0
1/85	8000	1500	8000	1500	8000	1500	8000	1500	8000	1500	8000	1500	8000.0	1500.0

TABLEAU G.4 (suite)

Marchés / Date	Grand Marché		St. Etienne		Ouézzinville	Mean	
	sac	tine	sac	tine	sac	sac	tine
1/83							
2/83							
3/83							
4/83							
5/83							
6/83							
7/83							
8/83							
9/83							
10/83							
11/83							
12/83							
1/84			7625		8000	7812.5	
2/84	8500		8500		8500	8500.0	
3/84			10800	1800	8500	9650.0	1800.0
4/84							
5/84	10500	1750			11500	11000.0	1750.0
6/84	11000					11000.0	
7/84							
8/84							
9/84							
10/84							
11/84							
12/84	9000					9000.0	
1/85							

TABLEAU G.4 (suite)

Marchés / Date	Ademtenga	Baré	Barsalogo	Batié	Boulsa	Boussé	Dano	Dassouri	Diebougou	Dissin	Gaoua
	tine	tine	tine	kilogram	tine	tine	kilogram	tine	kilogram	kilogram	kilogram
1/83	1225				1115	1100		1315			
2/83	1150					1050		1450			
3/83	1300					1425					
4/83						1400		1600			
5/83					1400	1400		1600			
6/83	1575				1400	1650					
7/83								2300			
8/83						1750		2700			
9/83								2700			
10/83											
11/83											
12/83						2150					
1/84	1400	1000	1600		1295			1900			
2/84	1925	1093	1750		1750			2000			
3/84	1925	1300	1900	125	1925		125	2067			125
4/84	1925	1500	1900	125	1925		150	2450	126	25	125
5/84	1925	1550	1900		1925			2485			137
6/84	1925	1600	1950	125	1925		150	2600	126	125	132
7/84	2100	1683	2200	180	2450		150	2800	130	125	135
8/84	2625	3000	2000	175	2625		135	3066	130	120	137
9/84	2450	2000		180	2450		135	2767	152	125	
10/84	1225	1137		81	1750		75	1466	75	100	
11/84		800									
12/84		866						1800			
1/85											

TABLFAU G.4 (suite)

Marchés / Date	Garango	Guéléoungo	Kokologo		Kongoussi	Korsimoro		Koudougou		Koupéla	
	sac	tine	sac	tine	tine	sac	tine	sac	tine	sac	kilogram
1/83					1150		1225				
2/83					1250		1295				
3/83							1400				
4/83					1500		1400				
5/83							1575				
6/83					1450		1575				
7/83											
8/83											
9/83											
10/83											
11/83											
12/83											
1/84		2275					1575				275
2/84	10000	1340					1750			11400	
3/84		1380					1925				
4/84		2275			1600	11400	1900				
5/84	10000	2130			1600	12000	2000			11000	
6/84		2120			2250	12000	2000				
7/84	11000	2120		2100	2250	11100	1850			14000	
8/84	11000	2115	15000	2500	2250	12000	2000			13500	
9/84		2100		1750	2474						
10/84				1300				11100	1850		
11/84		1512		1450				9250	1850		
12/84		1500									
1/85											

TABLEAU G.4 (suite)

Marchés / Date	Léo		Mané	Moktédo	Pô	Sabsé	Saponé	Soumousso	Tchiookui	Tenkodogo	Tiébelé
	sac	tine	tine	tine	tine	tine	tine	tine	tine	sac	tine
1/83							1450				
2/83							1415				
3/83				1800		900	1535				
4/83						950	1715				
5/83							2020				
6/83						1400	2300				
7/83				3000			2435				
8/83							2600				
9/83				2933			2665				
10/83				1400							
11/83											
12/83											
1/84			1400		1550		2035				2217
2/84					1460		2250		1050	9000	1575
3/84			1850	1800	1750		2533				1690
4/84			2000		1550		2335				2450
5/84			1050		1550	1500	2430		1800	10000	2450
6/84			1800		1620	1500	2515	1750	2000		2450
7/84			2200	3000	1750		2635	1666	1875	11400	2217
8/84	9000	1500	2200		2100		2600	1816	2375	11400	2100
9/84		1500	2000	2933	2100			2000	1833		
10/84			1750	1400			2583	1410	1875		
11/84		1400			1228			800	1000		1750
12/84							1850	1000			1750
1/85											

TABLE G.4 (con't.)

Marchés	Zabré	Ziniaré	Zitenga	Zorgo		Zoungou
Date	sac	tine	tine	sac	tine	tine
1/83		1200	1050			
2/83		1100				
3/83		1300	1250			
4/83		1500	1400			
5/83		1600	1550			
6/83		1625	1620			
7/83		1685	1675			
8/83		1685	1650			
9/83						
10/83		1885				
11/83						
12/83		2150	2100			
1/84					2173	2000
2/84	9000			11000	1465	
3/84					1735	
4/84		1850				
5/84		1850			2066	1920
6/84		1850			2265	2000
7/84	9600			11000	2600	2200
8/84	12000			12000		
9/84					2933	3200
10/84					1933	1467
11/84		1750			1520	1653
12/84		1750				
1/85						

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU G.5

PRIX MENSUELS DE MAIS SUR MARCHES DIVERS
janvier 1983 - janvier 1985
(en FCFA)

MARCHES A OUAGADOUGOU

Marchés	Marché Central		Gounghin		Larlé		Sankaryaré		Zabré Daga		Baskul		Mean	
Date	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83														
2/83														
3/83														
4/83														
5/83														
6/83														
7/83														
8/83														
9/83														
10/83														
11/83														
12/83														
1/84													9250.0	1450.0
2/84	12000	1875					9800	1200			13500	2500	11233.0	1800.0
3/84	12875	2400	11000	2500	13000	2500	13000	2450			13000	2500	12638.0	2362.5
4/84	13000	2366	13000	2400	13000	2300	13000	2300	13000	2366	13000	2400	12761.0	2288.7
5/84	12700	2160	12833	2340	13000	2333	12875	2200	12833	2166	13000	2400	12663.0	2214.3
6/84	12375	2200	12833	2325	12375	2200	12250	2250	12166	2200	12500	2166	12271.0	2177.4
7/84	13200	2420	13800	2480	13625	2475	13200	2400	13450	2400	13500	2466	13158.0	2363.1
8/84	12500	2050	13500	2300	13000	2150	12750	2100	12750	2150	12750	2000	12658.0	2092.9
9/84	11375	2000	11750	2000	10875	2000	11275	2000	11250	2000	11625	1800	11309.0	1957.1
10/84	9400	1820	10000	1880	9500	1840	9083	1816	9300	1820	9200	1800	9583.3	1811.0
11/84	8125	1525	8375	1600	8250	1550	8000	1500	8250	1525	8125	1525	8250.0	1566.1
12/84	8250	1575	8250	1575	8250	1550	8250	1575	8250	1587	8250	1550	8285.7	1558.9
1/85	8700	1600	8700	1600	8625	1600	8700	1600	8700	1600	8700	1600	8660.7	1576.2

TABLEAU G.5 (suite)

Marchés / Date	Grand Marché		St. Etienne		Mean	
	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83						
2/83						
3/83						
4/83						
5/83						
6/83						
7/83						
8/83						
9/83						
10/83						
11/83						
12/83						
1/84	9250	1450	8750	1400	9000.0	1425.0
2/84	9633	1625	9633	1625	9633.3	1625.0
3/84	10950	1825	11400	1900	11175.0	1862.5
4/84	11325	1887	10800	1800	11063.0	1843.8
5/84	11400	1900	11550	1925	11475.0	1912.5
6/84	11400	1900	11400	1900	11400.0	1900.0
7/84	11400	1900	11400	1900	11400.0	1900.0
8/84	11425	1900	12000	2000	11713.0	1950.0
9/84	10950	1900	11000	1950	10975.0	1925.0
10/84	10600	1700	9170	1720	9885.0	1710.0
11/84	8625	1737	8812	1675	8718.8	1706.3
12/84	8500	1500	8500	1450	8500.0	1475.0
1/85	8500	1433	8500	1383	8500.0	1408.3

TABLEAU G.5 (suite)

Marchés / Date	Baré	Batié	Dano	Diebougou	Dissin	Dori		Gaoua	Gorom-Gorom		Guéléoungo
	tine	kilogram	kilogram	kilogram	kilogram	sac	kilogram	sac	sac	kilogram	tine
1/83											
2/83											
3/83											
4/83											
5/83											
6/83											
7/83											
8/83											
9/83											
10/83											
11/83											
12/83											
1/84	1150										2275
2/84	1250										1575
3/84	1500	100	110					12500			1540
4/84		100	120	110	100	15500		12500			2275
5/84											1730
6/84	1750	100	120	110	100						1735
7/84		120	120	120	110						1735
8/84	1650	85	120	100	80		155			165	1385
9/84	1000	70	60	85	80		155		16500		1348
10/84	1125	67	72	78	80						
11/84	1050					10500			11000		1242
12/84	1116										1315
1/85											

TABLEAU G.5 (suite)

Marchés	Guéléoungo	Kokologo		Kongoussi	Kougougou		Léo		Markoy	
Date	tine	sac	tine	tine	sac	tine	sac	tine	sac	tine
1/83				1200						
2/83										
3/83										
4/83				1500						
5/83										
6/83				1400						
7/83										
8/83										
9/83										
10/83										
11/83										
12/83										
1/84	2275									
2/84	1575									
3/84	1540									
4/84	2275									
5/84	1730									
6/84	1735							2200		
7/84	1735								17000	
8/84	1385	12000	2000		12500		9000	1500	16500	165
9/84	1348		1500		11500	2300		1500		165
10/84			1000		11400	1900				
11/84	1242				10000	2000		1400	11500	
12/84	1315									
1/85										

TABLEAU G.5 (suite)

Marchés	N'Dorola		Sebba			Soumousso	Tiébelé
Date	sac	tine	sac	tine	kilogram	tine	tine
1/83							
2/83							
3/83							
4/83							
5/83							
6/83							
7/83							
8/83							
9/83							
10/83							
11/83							
12/83							
1/84							1965
2/84	9000	1500					
3/84	9000	1500					1875
4/84	9000	1500					2500
5/84	9000	1500					2500
6/84	9600	1600				1612	2100
7/84							2500
8/84	10500	1750	20500		205	1750	1767
9/84	10500	1750			205	1075	2100
10/84						1000	
11/84				1350			1400
12/84						1360	1050
1/85							

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

ANNEXE H

ANALYSE DE CORRELATION DES PRIX DES CEREALES

L'importance des marges de la commercialisation est un indicateur du degré de l'efficacité du marché. Deux facteurs différents peuvent entraîner une marge importante entre le prix à la sortie de l'exploitation et le prix de vente au consommateur: les coûts réels de commercialisation sont élevés, d'une part, ou des éléments monopolistiques dans le système de commercialisation réalisent des bénéfices extraordinaires, d'autre part. Il existe deux méthodes (indirecte et directe) qui peuvent être utilisées pour déterminer si les bénéfices sont extraordinaires ou si les marges de commercialisation représentent des coûts réels.

La méthode directe consiste à calculer les coûts de la commercialisation puis à les comparer avec la différence entre les prix. La méthode indirecte évalue l'efficacité des transactions entre divers marchés en examinant les changements de prix au niveau des marchés qui sont reliés par le commerce. Il s'agit essentiellement d'analyser la corrélation entre les séries de prix à divers marchés. Cet annexe présente la méthodologie employée dans chacune de ces analyses.

H.1 CORRELATION DES PRIX A DIVERS MARCHES COMME INDICATEUR DU NIVEAU D'INTEGRATION DES MARCHES

Lorsque deux marchés sont parfaitement intégrés, on s'attend à ce que la différence entre leurs prix respectifs ne dépasse pas les frais de transfert entre eux: $P_2 - P_1 + T$. Si les frais de transfert étaient inexistants entre deux marchés, on s'attendrait à un prix identique. Lorsque la valeur de T est positive, mais faible, la corrélation entre P_1 et P_2 sera étroite. Quelle que soit la valeur de T, il existe une bande à l'intérieur de laquelle P_2 peut varier sans provoquer un écoulement important de produits entre les marchés.

A mesure que les frais de transfert augmentent, cette bande s'élargit. Plus la bande est large, plus on s'attend à une faible corrélation entre les prix, du fait que ceux-ci peuvent varier davantage sans perturber le mouvement des produits. Si les frais de transfert dépendent de la distance qui sépare les marchés, on s'attendra à une corrélation moins étroite entre les marchés plus éloignés. Ainsi, il ne suffit pas d'examiner les

corrélations entre les prix pour déterminer le niveau d'intégration. Il est nécessaire d'établir également l'importance des frais de transfert.

Le fait que l'arbitrage n'est pas un processus instantané soulève un autre problème lié à l'utilisation de coefficients de corrélation. Le mouvement des prix peut s'approcher progressivement d'un nouveau niveau d'équilibre alors que les prix eux-mêmes restent non correlés pendant une ou deux périodes commerciales. Une analyse de corrélation ne peut pas tenir compte d'un tel mouvement depuis un équilibre vers un autre. Dans une région où l'approvisionnement des marchés est très variable et les marchés se réadaptent constamment vers un nouvel équilibre, la valeur de la corrélation entre les prix obtenus aux différents marchés risque de s'écarter largement de 1,0.

La théorie de l'intégration des marchés donne à penser que plus les frais de transfert sont élevés entre deux marchés, plus le niveau de corrélation entre leurs prix respectifs sera faible. Mais il ne suffit pas d'employer les corrélations de prix pour tester les hypothèses concernant le degré d'intégration entre les marchés. Des corrélations faibles ne signifient pas forcément que les marchés sont peu intégrés. La théorie n'éclaircit pas la question de la valeur absolue des corrélations. Par conséquent, nous ne pouvons nous servir des corrélations de prix que pour confirmer nos prévisions concernant les relations entre les marchés. Une connaissance des conditions locales sur le plan de l'offre et de la demande peut faciliter l'interprétation des coefficients de corrélation.

H.2 COEFFICIENTS DE CORRELATION ENTRE LES PRIX MENSUELS DES CEREALES

Les coefficients de corrélation entre les prix des céréales à divers marchés ont été calculés sur la base des prix présentés à l'annexe G. Vu que tous les prix étaient de la même année, le fait de se limiter au calcul des corrélations donnerait des coefficients de corrélation biaisés vers le haut à cause des mouvements de prix saisonniers qui sont réguliers et considérables. Nous avons donc contrebalancé les tendances inhérentes aux données relatives aux prix avant de calculer les coefficients de corrélation sur la base des chiffres résiduels. Une explication du calcul est présenté ci-dessous.

1. Pour chaque combinaison de culture et de mesure, nous avons extrait la tendance saisonnière des prix en effectuant une régression polynomiale de 3e degré où le prix est la variable dépendante et le temps la variable indépendante:

$$P_{i_{j_t}} = \alpha_0 + \alpha_1 T + \alpha_2 T^2 + \alpha_3 T^3 + e_{i_{j_t}}$$

où $P_{i_{j_t}}$ représente le prix de la culture i, mesurée en j, au mois de t.

T représente le mois.

$e_{i_{j_t}}$ représente le chiffre résiduel de la régression.

2. Nous avons retenu les chiffres résiduels, plutôt que les prix, pour calculer les corrélations.

Les tableaux suivants, H.1 à H.11, présentent les coefficients de corrélation entre les prix obtenus en contrebalançant ainsi l'effet des tendances. Dans ces tableaux nous ne donnons que les coefficients de corrélation s'appliquant aux marchés où un minimum de quatre paires de prix (ne portant pas forcément sur des mois successifs) étaient disponibles. Les tableaux indiquent également le seuil de signification des coefficients calculés.

TABLEAU H.1

COEFFICIENTS DE CORRELATION DES
PRIX MENSUELS DE SORGHO BLANC PAR SAC DE 100 KG

	Dédougou 1	Tougan 49	Nouna 34	Djibasso 14	Solenzo 42	Tcheriba 44	Safané 39	Dano 9	Diébougou 12	Batié 5	Dissin 13	Tougouri 50	Korsimoro 24
Dédougou 1													
Tougan 49	.89 (.00) N=9												
Nouna 34	.83 (.01) N=9	.74 (.02) N=9											
Djibasso 14	.93 (.00) N=9	.75 (.02) N=9	.85 (.00) N=9										
Solenzo 42	.93 (.00) N=10	.72 (.02) N=9	.92 (.00) N=9	.94 (.00) N=9									
Tchériba 44	.85 (.00) N=9	.56 (.12) N=9	.88 (.04) N=9	.93 (.00) N=9	.85 (.00) N=9								
Safané 39	.94 (.00) N=9	.72 (.03) N=9	.75 (.02) N=9	.98 (.00) N=9	.92 (.00) N=9	.98 (.00) N=10							
Dano 9	.86 (.03) N=6	.92 (.01) N=6	.55 (.26) N=6	.92 (.01) N=6	.63 (.18) N=6	.95 (.00) N=6	.97 (.00) N=6						
Diébougou 12	.54 (.27) N=6	.52 (.29) N=6	.69 (.13) N=6	.58 (.23) N=6	.63 (.18) N=6	.48 (.33) N=6	.48 (.54) N=6	.39 (.44) N=6					
Batié 5	.81 (.03) N=7	.56 (.19) N=7	.55 (.20) N=7	.77 (.04) N=7	.78 (.04) N=7	.90 (.01) N=7	.86 (.01) N=7	.37 (.47) N=6	.36 (.48) N=6				
Dissin 13	.80 (.06) N=6	.61 (.20) N=6	.72 (.11) N=6	.82 (.05) N=6	.79 (.06) N=6	.90 (.01) N=6	.86 (.03) N=6	.58 (.30) N=5	.56 (.33) N=5	.92 (.01) N=6			
Tougouri 50	.51 (.31) N=6	.27 (.66) N=5	-.06 (.92) N=5	.59 (.30) N=5	.35 (.49) N=6	.71 (.18) N=5	.73 (.16) N=5	N=3	N=3	N=3	N=2		
Korsimoro 24	.76 (.08) N=6	.74 (.09) N=6	.64 (.17) N=6	.59 (.22) N=6	.79 (.06) N=6	.37 (.47) N=6	.69 (.13) N=6	.58 (.31) N=5	.54 (.34) N=5	.28 (.65) N=5	-.07 (.91) N=5	.62 (.57) N=3	

TABLEAU H.1 (suite)

	Dédougou 1	Tougan 49	Nouna 34	Djibasso 14	Solenzo 42	Tchériba 44	Safané 39	Dano 9	Diébougou 12	Batié 5	Dissin 13	Tougouri 50	Korsimoro 24
N'Dorola 33	,07 (,88) N=7	,56 (,25) N=6	,15 ,78) N=6	,36 (,46) N=6	-,07 (,88) N=7	,20 (,71) N=6	,54 (,26) N=6	,25 (,68) N=5	-,41 (,50) N=5	,40 (,51) N=5	-,29 (,71) N=4	,18 (,82) N=4	,72 (,17) N=5
Aribinda 2	,83 (,01) N=8	,88 (,01) N=7	,84 (,02) N=7	,81 (,03) N=7	,79 (,02) N=8	,55 (,20) N=7	,79 (,04) N=7	,68 (,21) N=5	,48 (,41) N=5	,47 (,43) N=5	,01 (,99) N=4	,22 (,68) N=4	,94 (,02) N=5
Dori 16	,48 (,33) N=6	,36 (,55) N=5	,54 (,35) N=5	,20 (,74) N=5	,62 (,19) N=6	-,50 (,39) N=5	,18 (,78) N=5	,18 (,82) N=4	,39 (,61) N=4	,95 (,05) N=4	N=3	-,58 (,42) N=4	,68 (,32) N=4
Sebba 41	,81 (,03) N=7	,89 (,02) N=6	,74 (,09) N=6	,46 (,35) N=6	,74 (,06) N=7	,10 (,85) N=6	,43 (,39) N=6	,10 (,90) N=4	,40 (,60) N=4	,92 (,08) N=4	N=3	,01 (,99) N=5	,95 (,05) N=4
Djibo 15	-,68 (,30) N=5	-,45 (,55) N=4	-,33 (,67) N=4	-,67 (,33) N=4	-,46 (,44) N=5	-,68 (,42) N=4	-,60 (,40) N=4	N=2	N=2	N=2	N=1	-,76 (,24) N=4	N=2
Koudougou 25	N=3	N=3	N=3	N=3	N=3	,21 (,79) N=4	,17 (,83) N=4	N=2	N=2	N=3	N=3	N=1	N=2
Koupela 26	,04 (,93) N=7	-,01 (,99) N=6	,08 (,88) N=6	-,05 (,93) N=6	,18 (,70) N=7	-,15 (,78) N=6	,08 (,88) N=6	-,46 (,54) N=4	-,72 (,28) N=4	,97 (,03) N=4	N=3	-,02 (,97) N=5	,58 (,42) N=4
Tenkodogo 46	-,09 (,86) N=7	,46 (,35) N=6	-,19 (,72) N=6	,13 (,81) N=5	-,26 (,57) N=7	,07 (,90) N=6	,21 (,69) N=6	,65 (,35) N=4	-,22 (,78) N=4	-,32 (,68) N=4	N=3	,22 (,73) N=5	,18 (,82) N=4
Zorgo 54	N=3	N=2	N=2	N=2	N=3	N=2	N=2	N=2	N=2	N=2	N=2	N=2	N=2
Garango 18	,20 (,71) N=6	,72 (,17) N=5	-,15 (,81) N=5	,21 (,73) N=5	-,21 (,68) N=6	,10 (,88) N=5	,25 (,69) N=5	N=3	N=3	N=3	N=3	,33 (,59) N=5	N=3
Zabré 51	,14 (,80) N=6	,11 (,86) N=5	,02 (,97) N=5	,48 (,41) N=5	,16 (,77) N=6	,62 (,27) N=5	,53 (,36) N=5	,44 (,56) N=4	-,85 (,15) N=4	-,71 (,29) N=4	N=3	,52 (,48) N=4	N=3
Ouaga Mean 100	,17 (,65) N=9	,51 (,20) N=8	,26 (,26) N=8	,20 (,63) N=8	,08 (,84) N=9	-,01 (,98) N=9	,13 (,75) N=9	,57 (,02) N=6	,56 (,24) N=6	-,27 (,57) N=7	-,04 (,95) N=6	,54 (,35) N=5	,45 (,37) N=6
Bobo Mean 200	,57 (,09) N=10	,81 (,01) N=9	,60 (,86) N=9	,53 (,14) N=9	,48 (,17) N=10	,67 (,03) N=10	,74 (,01) N=10	,79 (,06) N=6	,75 (,09) N=6	,20 (,67) N=7	,32 (,54) N=6	,28 (,59) N=6	,79 (,06) N=6

TABLEAU H.1 (suite)

	N'Dorola 33	Aribinda 2	Dori 16	Sebba 41	Djibo 15	Koudougou 25	Koupéla 28	Tenkodogo 46	Zorgo 54	Garango 18	Zabré 51	Ouaga Mean 100	Bobo Mean 200
N'Dorola 33													
Aribinda 2	.58 (.23) N=6												
Dori 16	-.10 (.85) N=6	.56 (.22) N=6											
Sebba 41	.33 (.52) N=6	.88 (.01) N=7	.69 (.13) N=6										
Djibo 15	-.38 (.62) N=4	-.39 (.52) N=5	1.0 (.00) N=4	.06 (.92) N=5									
Koudougou 25	N=2	N=2	N=2	N=2	N=0								
Koupéla 28	.80 (.11) N=5	.45 (.31) N=7	.51 (.38) N=5	.72 (.10) N=6	.08 (.89) N=5	N=1							
Tenkodogo 46	.90 (.04) N=5	.38 (.39) N=7	-.48 (.41) N=5	.04 (.93) N=6	-.52 (.37) N=5	N=1	.34 (.45) N=7						
Zorgo 54	N=2	N=3	N=2	N=2	N=1	N=1	N=3	N=3					
Garango 18	.80 (.20) N=4	.40 (.44) N=6	-.89 (.11) N=4	-.06 (.93) N=5	-.92 (.08) N=4	N=1	-.14 (.79) N=6	.81 (.05) N=6	N=3				
Zabré 51	-.09 (.91) N=4	.56 (.32) N=5	N=3	-.50 (.50) N=4	N=3	N=1	-.15 (.80) N=5	.74 (.16) N=5	N=3	.79 (.11) N=5			
Ouaga Mean 100	.29 (.52) N=7	.83 (.02) N=7	.08 (.88) N=6	.67 (.14) N=6	-.76 (.24) N=4	.75 (.25) N=4	.04 (.94) N=6	.61 (.20) N=6	N=3	.86 (.06) N=5	.00 (1.0) N=5		
Bobo Mean 200	.46 (.30) N=7	.88 (.00) N=8	.34 (.50) N=6	.77 (.04) N=7	-.48 (.41) N=5	.50 (.50) N=4	.34 (.45) N=7	.75 (.05) N=7	N=3	.83 (.04) N=6	.15 (.78) N=6	.55 (.07) N=12	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986

TABLEAU H.2
LES COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE SORGHO BLANC PAR TINE

1 de 3

	Ouahigouya 35	Boulsa 6	Tougouri 50	Pissila 36	Bousouma 7	Mané 30	Barsalogo 4	Korsimoro 24	Kongoussi 23	Tikaré 48	Sabsé 38	N'Dorola 33	Soumousso 43	Baré 3	Gassan 19
Ouahigouya 35															
Boulsa 6	.26 (.54) N=8														
Tougouri 50	-.33 (.43) N=8	.58 (.04) N=13													
Pissila 36	.07 (.87) N=8	-.05 (.87) N=12	.17 (.56) N=15												
Bousouma 7	-.95 (.48) N=4	.64 (.17) N=6	.73 (.10) N=6	-.56 (.32) N=5											
Mané 30	.49 (.26) N=7	.71 (.05) N=8	.72 (.05) N=8	.57 (.18) N=7	.52 (.37) N=5										
Barsalogo 4	-.65 (.12) N=7	.49 (.15) N=10	.71 (.02) N=10	.00 (.99) N=9	.67 (.15) N=6	.49 (.27) N=7									
Korsimoro 24	-.09 (.89) N=5	.54 (.11) N=10	.24 (.43) N=13	-.19 (.55) N=12	.87 (.03) N=6	.46 (.36) N=6	.18 (.70) N=7								
Kongoussi 23	N=3	.43 (.40) N=6	.74 (.02) N=9	.63 (.07) N=9	N=2	N=3	.97 (.03) N=4	-.37 (.36) N=8							
Tikaré 48	.30 (.51) N=7	.51 (.13) N=10	.50 (.10) N=12	-.45 (.14) N=12	.95 (.05) N=4	.17 (.75) N=6	.26 (.54) N=8	.57 (.11) N=9	.77 (.07) N=6						
Sabsé 38	N=0	N=2	-.80 (.20) N=4	.80 (.20) N=4	N=0	N=0	N=0	.43 (.57) N=4	-.91 (.09) N=4	N=2					
N'Dorola 33	.70 (.12) N=6	.85 (.02) N=7	.28 (.54) N=7	-.36 (.43) N=7	.56 (.33) N=5	.07 (.90) N=6	.60 (.15) N=7	-.56 (.33) N=5	N=3	.64 (.17) N=6	N=0				
Soumousso 43	.39 (.51) N=5	.64 (.25) N=5	.22 (.72) N=5	.71 (.18) N=5	N=1	.23 .77 N=4	.34 (.66) N=4	N=2	N=1	.10 (.00) N=5	N=0	N=3			
Baré 3	-.08 (.88) N=6	.90 (.00) N=8	.83 (.01) N=8	-.32 (.49) N=7	.67 (.22) N=5	.71 (.12) N=6	.73 (.04) N=8	.26 (.67) N=5	N=2	.77 (.07) N=6	N=0	.88 (.02) N=6	.85 (.03) N=6		
Gassan 19	.51 (.49) N=4	.70 (.19) N=5	.38 (.52) N=5	-.65 (.24) N=5	N=3	N=3	.14 (.82) N=5	N=3	N=1	.91 (.03) N=5	N=0	.86 (.14) N=4	N=3	.78 (.12) N=5	

TABLEAU H.2 (suite)

	Ouahigouya 35	Boutsa 5	Tougouri 50	Pissila 36	Bousouma 7	Mane 30	Barsalogo 4	Korsimoro 24	Kongoussi 23	Tikare 48	Sabsé 38	N'Dorola 33	Soumousso 43	Baré 3	Gassan 19
Kokologo 22	-.76 (.24) N=4	.56 (.42) N=4	.78 (.22) N=4	.44 (.55) N=4	N=0	N=3	N=3	N=1	N=1	-.36 (.64) N=4	N=0	N=2	.15 (.81) N=5	.52 (.48) N=4	N=2
Lea 29	-.93 (.07) N=4	-.88 (.12) N=4	-.45 (.55) N=4	-.83 (.18) N=4	N=1	-.69 (.31) N=4	N=3	N=2	N=1	-.59 (.41) N=4	N=0	N=3	-.33 (.59) N=5	-.33 (.67) N=4	N=1
Koudougou 25	N=2	N=2	N=2	N=2	N=0	N=1	N=2	N=0	N=0	N=2	N=0	N=1	.70 (.31) N=4	.17 (.83) N=4	N=3
Sapone 40	.58 (.17) N=7	.43 (.16) N=12	.61 (.02) N=15	-.01 (.97) N=14	.94 (.00) N=6	.71 (.07) N=7	.15 (.70) N=9	.31 (.31) N=13	.24 (.51) N=10	.20 (.56) N=11	.99 (.01) N=4	.82 (.05) N=6	.92 (.03) N=5	.59 (.12) N=8	.89 (.04) N=5
Dassouri 10	-.40 (.33) N=6	.80 (.00) N=12	.71 (.00) N=14	-.07 (.81) N=13	.83 (.04) N=6	.70 (.05) N=8	.32 (.00) N=10	.52 (.10) N=11	.42 (.31) N=8	.35 (.29) N=11	N=2	.90 (.00) N=7	.49 (.33) N=6	.90 (.00) N=9	.40 (.43) N=6
Bousse 8	N=2	.88 (.05) N=5	.79 (.02) N=6	.90 (.00) N=6	N=1	N=2	N=2	.44 (.28) N=5	.16 (.76) N=6	-.29 (.59) N=6	-.03 (.97) N=4	N=1	N=1	N=1	N=1
Zitenga 53	N=0	N=3	.63 (.18) N=6	.26 (.49) N=6	N=0	N=0	N=1	.60 (.37) N=6	-.22 (.64) N=7	-.85 (.15) N=4	.77 (.23) N=4	N=0	N=0	N=0	N=0
Zinare 52	N=3	.61 (.20) N=6	-.60 (.09) N=9	-.51 (.1[illegible]) N=9	-.86 (.34) N=3	N=3	-.46 (.54) N=4	.13 (.73) N=9	-.68 (.05) N=9	-.81 (.05) N=6	.97 (.03) N=4	N=3	N=3	-.13 (.87) N=4	N=2
Pô 37	.36 (.43) N=7	.53 (.15) N=9	.45 (.22) N=9	-.43 (.29) N=8	17 (.75) N=6	.05 (.90) N=8	.67 (.07) N=8	.39 (.35) N=7	N=3	.71 (.07) N=7	N=0	.77 (.04) N=7	.73 (.16) N=5	.72 (.05) N=8	.94 (.06) N=4
Tiébélé 47	.03 (.95) N=7	.26 (.51) N=9	.50 (.17) N=9	-.65 (.08) N=8	.03 (.96) N=6	.23 (.59) N=8	.53 (.17) N=8	-.05 (.91) N=7	N=3	.80 (.03) N=7	N=0	.22 (.64) N=7	.61 (.19) N=6	.52 (.15) N=9	.74 (.15) N=5
Guéléoungo 21	.33 (.47) N=7	.13 (.75) N=9	.16 (.69) N=9	-.51 (.20) N=8	-.41 (.42) N=6	-.21 (.62) N=8	.35 (.40) N=8	-.64 (.21) N=7	N=3	.94 (.00) N=7	N=0	.37 (.42) N=7	.95 (.00) N=6	.49 (.18) N=9	.95 (.01) N=5
Zorgo 54	.52 (.29) N=6	.80 (.02) N=8	.33 (.43) N=8	-.54 (.21) N=7	-.04 (.94) N=5	.35 (.49) N=6	.15 (.75) N=7	.36 (.48) N=6	N=1	.67 (.10) N=7	N=0	.91 (.03) N=5	.82 (.09) N=5	.75 (.05) N=7	.95 (.01) N=5
Moktéda 32	-.36 (.64) N=4	.98 (.02) N=4	.36 (.64) N=4	.90 (.10) N=4	N=1	N=3	N=3	N=2	N=0	.35 (.65) N=4	N=0	N=2	.09 (.94) N=3	.=3	N=3
Zoungou 55	.39 (.45) N=6	.60 (.07) N=10	.09 (.80) N=11	.42 (.33) N=10	-.45 (.55) N=4	.15 (.77) N=6	.26 (.57) N=7	.15 (.69) N=9	-.64 (.17) N=6	.53 (.15) N=9	N=0	.64 (.36) N=4	.53 (.25) N=5	.75 (.09) N=6	.87 (.13) N=4
Ouaga Mean 100	.32 (.00) N=8	.54 (.14) N=9	-.04 (.93) N=9	-.46 (.21) N=9	.57 (.31) N=5	.43 (.34) N=7	-.32 (.44) N=8	.49 (.33) N=6	N=3	.66 (.07) N=8	N=0	.77 (.04) N=7	.59 (.16) N=7	.34 (.38) N=9	.87 (.02) N=6
Bobo Mean 200	-.82 (.01) N=8	.70 (.02) N=10	.40 (.26) N=10	-.25 (.52) N=9	.82 (.05) N=6	.65 (.08) N=8	.02 (.95) N=9	.71 (.07) N=7	N=3	.64 (.09) N=8	N=0	.81 (.03) N=7	.81 (.03) N=7	.62 (.05) N=10	.86 (.03) N=6

TABLEAU H.2 (suite)

	Kokologo 22	Léo 29	Koudougou 25	Sapone 40	Dassouri 10	Bousse 8	Zitenga 53	Ziniaré 52	Pô 37	Tiébélé 47	Guéléoungo 21	Zorgo 54	Moktedo 32	Zoungou 55	Ouaga Mean 100	Jobo Mean 200
Kokologo 22																
Léo 29	.32 (.68) N=4															
Koudougou 25	N=3	N=2														
Sapone 40	N=3	N=3	N=2													
Dassouri 10	.51 (.49) N=4	1.0 (.01) N=4	N=3	.40 (.12) N=17												
Bousse 8	N=1	N=1	N=0	.66 (.05) N=9	.40 (.33) N=8											
Zitenga 53	N=0	N=0	N=0	.94 (.00) N=8	.05 (.92) N=7	.51 (.19) N=8										
Ziniaré 52	N=1	N=2	N=2	.10 (.75) N=12	-.28 (.40) N=11	.49 (.22) N=8	.87 (.00) N=9									
Pô 37	.42 (.58) N=4	.07 (.91) N=5	N=2	.24 (.40) N=8	.64 (.06) N=9	N=2	N=0	-.17 (.83) N=4								
Tiébélé 47	.75 (.25) N=4	-.32 (.60) N=5	N=3	.21 (.58) N=9	.41 (.24) N=10	N=2	N=0	-.40 (.51) N=5	.67 (.03) N=10							
Guéléoungo 21	.44 (.56) N=4	-.25 (.69) N=5	N=3	-.12 (.76) N=9	.24 (.50) N=10	N=2	N=0	.04 (.95) N=5	.60 (.07) N=10	.82 (.00) N=11						
Zorgo 54	.27 (.73) N=4	-.65 (.35) N=4	N=3	.41 (.37) N=7	.50 (.21) N=8	N=2	N=0	N=3	.82 (.01) N=8	.64 (.09) N=8	.57 (.14) N=8					
Moktedo 32	N=3	N=2	N=2	N=3	.92 (.08) N=4	N=2	N=0	N=0	1.0 (.05) N=3	.97 (.16) N=3	.96 (.18) N=3	.77 (.23) N=4				
Zoungou 55	-.35 (.65) N=4	-.74 (.26) N=4	N=3	-.21 (.51) N=12	.44 (.17) N=11	-.63 (.18) N=5	-.24 (.70) N=5	.63 (.07) N=9	.42 (.35) N=7	.17 (.72) N=7	.20 (.51) N=7	.75 (.03) N=8	.67 (.43) N=4			
Ouaga Mean 100	-.60 (.40) N=5	-.93 (.02) N=5	.67 (.33) N=4	.74 (.02) N=9	.06 (.87) N=10	N=2	N=0	.21 (.74) N=5	.53 (.13) N=9	.38 (.28) N=10	.35 (.33) N=10	.80 (.02) N=8	.03 (.97) N=4	.66 (.11) N=7		
Bobo Mean 200	-.32 (.72) N=5	-.76 (.14) N=5	.49 (.51) N=4	.87 (.00) N=10	.28 (.25) N=11	N=2	N=0	.63 (.26) N=5	.30 (.40) N=10	.01 (.97) N=11	-.09 (.80) N=11	.56 (.12) N=9	.15 (.85) N=4	.51 (.11) N=8	.86 (.00) N=12	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.3

COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE SORGHO BLANC PAR SAC DE 100 KG

	Dédougou 11	Tougan 49	Nouna 34	Djibasso 14	Solenzo 42	Tchériba 44	Safané 39	Dano 9	Diébougou 12	Batié 5	Dissin 13
Dédougou 11											
Tougan 49	.89 (.00) N=9										
Nouna 34	.77 (.01) N=9	.90 (.00) N=9									
Djibasso 14	.83 (.01) N=9	.89 (.00) N=9	.93 (.00) N=9								
Solenzo 42	.88 (.00) N=9	.69 (.04) N=9	.72 (.03) N=9	.77 (.02) N=9							
Tchériba 44	.81 (.01) N=9	.75 (.02) N=9	.79 (.01) N=9	.95 (.00) N=9	.76 (.02) N=9						
Safané 39	.90 (.00) N=9	.79 (.01) N=9	.77 (.02) N=9	.92 (.00) N=9	.89 (.00) N=9	.95 (.00) N=10					
Dano 9	.90 (.01) N=6	.96 (.00) N=6	.90 (.01) N=6	.99 (.00) N=6	.80 (.06) N=6	.98 (.00) N=6	.99 (.00) N=6				
Diébougou 12	.77 (.07) N=6	.81 (.05) N=6	.98 (.02) N=6	.86 (.03) N=6	.76 (.06) N=6	.85 (.03) N=6	.83 (.04) N=6	.83 (.04) N=6			
Batié 5	.68 (.09) N=7	.31 (.50) N=7	.17 (.71) N=7	.38 (.39) N=7	.55 (.11) N=7	.60 (.16) N=7	.67 (.10) N=7	.82 (.05) N=6	.71 (.11) N=6		
Dissin 13	.47 (.34) N=6	.72 (.11) N=6	.86 (.03) N=6	.88 (.02) N=6	.46 (.36) N=6	.83 (.04) N=6	.66 (.16) N=6	.89 (.05) N=5	.85 (.07) N=5	.05 (.92) N=6	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.4

COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE MIL PAR SACS 100 KG

1 de 3

	Dédougou 11	Tougan 49	Nouna 34	Djibasso 14	Kouka 26	Solenzo 42	Tchériba 44	Safané 39	Gaoua 17
Dédougou 11									
Tougan 49	,92 (,00) N=10								
Nouna 34	,95 (,00) N=10	,89 (,00) N=10							
Djibasso 14	,93 (,00) N=8	,80 (,02) N=8	,78 (,02) N=8						
Kouka 26	-,56 (,44) N=4	,36 (,64) N=4	-,22 (,78) N=4	N=3					
Solenzo 42	,97 (,00) N=9	,85 (,00) N=9	,93 (,00) N=9	,88 (,00) N=8	N=3				
Tchériba 44	,90 (,00) N=10	,90 (,00) N=10	,88 (,00) N=10	,98 (,00) N=8	-,67 (,33) N=4	,91 (,00) N=9			
Safané 39	,90 (,00) N=10	,90 (,00) N=10	,88 (,00) N=10	,98 (,00) N=8	-,67 (,33) N=4	,91 (,00) N=9	1,0 (,00) N=10		
Gaoua 17	,44 (,56) N=4	,38 (,62) N=4	,39 (,61) N=4	N=3	N=2	N=3	,12 (,88) N=4	,12 (,88) N=4	

TABLEAU H.4 (suite)

	Dédougou 11	Tougan 49	Nouna 34	Djibasso 14	Kouka 26	Solenzo 42	Tchériba 44	Safané 39	Gaoua 17
Dano 9	1,0 (,00) N=4	1,0 (,00) N=4	,71 (,29) N=4	,94 (,06) N=4	N=1	,80 (,20) N=4	,94 (,06) N=4	,94 (,06) N=4	N=2
Diébougou 12	,49 (,40) N=5	,56 (,33) N=5	,53 (,36) N=5	,80 (,20) N=4	N=2	,99 (,01) N=4	,53 (,36) N=5	,53 (,36) N=5	,28 (,72) N=4
Korsimoro 24	,98 (,00) N=6	,96 (,00) N=6	,96 (,00) N=6	,79 (,11) N=5	N=3	,7 (,01) N=5	,53 (,28) N=6	,53 (,28) N=6	,35 (,65) N=4
N'Dorola 33	,73 (,10) N=6	,43 (,39) N=6	,57 (,24) N=6	-,04 (,95) N=5	N=2	,64 (,25) N=5	-,39 (,44) N=6	-,39 (,44) N=6	N=3
Tenkodogo 46	-,80 (,20) N=4	-,77 (,23) N=4	-,77 (,23) N=4	N=3	N=3	N=3	-,45 (,55) N=4	-,45 (,55) N=4	N=3
Garango 18	N=3	-,68 (,53) N=3	N=3	N=2	N=3	N=2	N=3	-,04 (,98) N=3	N=2
Ouaga Mean 100	,44 (,24) N=9	,57 (,11) N=9	,43 (,25) N=9	,26 (,58) N=7	N=3	,37 (,37) N=8	,40 (,29) N=9	,40 (,29) N=9	,83 (,17) N=4
Bobo Mean 200	,36 (,30) N=10	,22 (,55) N=10	,29 (,42) N=10	-,07 (,86) N=8	-,34 (,66) N=4	,15 (,70) N=9	-,02 (,96) N=10	-,02 (,96) N=10	,44 (,56) N=4

TABLEAU H.4 (suite)

	Dano 9	Diébougou 12	Korsimoro 24	N'Dorola 33	Tenkodogo 46	Garango 18	Ouaga Mean 100	Bobo Mean 200
Dano 9								
Diébougou 12	N=3							
Korsimoro 24	N=3	,55 (,34) N=5						
N'Dorola 33	N=3	,05 (,95) N=4	,79 (,11) N=5					
Tenkodogo 46	N=2	N=3	-,68 (,32) N=4	,13 (,87) N=4				
Garango 18	N=1	N=2	N=3	N=3	,97 (,03) N=4			
Ouaga Mean 100	,91 (,09) N=4	,72 (,17) N=5	,71 (,12) N=6	,15 (,75) N=7	,63 (,25) N=5	,83 (,17) N=4		
Bobo Mean 200	,61 (,39) N=4	,24 (,69) N=5	,81 (,05) N=6	,89 (,01) N=7	-,26 (,67) N=5	-,44 (,56) N=4	,30 (,34) N=12	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.5
LES COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE MIL PAR TINE

	Kouka 26	Ouahigouya 35	Boulsa 6	Tougouri 50	Pissila 36	Bousouma 7	Mané 30	Barsalogo 4	Korsimoro 24	Kongoussi 23	Tikaré 48
Kouka 26											
Ouahigouya 35	N=3										
Boulsa 6	,66 (,11) N=7	,04 (,94) N=6									
Tougouri 50	,80 (,03) N=7	-,34 (,51) N=6	,56 (,04) N=13								
Pissila 36	,76 (,08) N=6	-,27 (,60) N=6	,89 (,00) N=12	,68 (,01) N=15							
Bousouma 7	,71 (,07) N=7	,84 (,16) N=4	,78 (,02) N=8	,66 (,07) N=8	,69 (,09) N=7						
Mané 30	,78 (,07) N=6	-,58 (,23) N=6	,72 (,03) N=9	,81 (,01) N=9	,79 (,02) N=8	,85 (,02) N=7					
Barsalogo 4	,43 (,34) N=7	-,88 (,05) N=5	,29 (,41) N=10	,55 (,10) N=10	,65 (,06) N=9	,27 (,52) N=8	,69 (,06) N=8				
Korsimoro 24	,58 (,17) N=7	,92 (,08) N=4	,82 (,00) N=11	,30 (,29) N=14	,75 (,00) N=13	,85 (,01) N=8	,71 (,07) N=7	,30 (,43) N=9			
Kongoussi 23	-,17 (,83) N=4	,74 (,15) N=5	,49 (,22) N=8	-,24 (,48) N=11	,34 (,31) N=11	,36 (,01) N=5	-,11 (,84) N=6	-,21 (,69) N=6	,58 (,08) N=10		
Tikaré 48	,82 (,05) N=6	-,17 (,74) N=6	,70 (,02) N=10	,78 (,01) N=10	,64 (,06) N=9	,97 (,00) N=7	,54 (,17) N=8	,02 (,97) N=8	,88 (,00) N=8	,89 (,04) N=5	

TABLEAU H.5 (suite)

	Kouka 26	Ouahigouya 35	Boulsa 6	Tougouri 50	Pissila 36	Bousouma 7	Mané 30	Barsalogo 4	Korsimoro 24	Kongoussi 23	Tikaré 48
Ademtenga 1	,81 (,03) N=7	,15 (,78) N=6	,91 (,00) N=12	,53 (,05) N=14	,81 (,00) N=13	,82 (,01) N=8	,51 (,16) N=9	,27 (,45) N=10	,81 (,00) N=12	,69 (,03) N=10	,73 (,03) N=9
Sabsé 38	,62 (,14) N=7	-,87 (,13) N=4	,16 (,66) N=10	,33 (,30) N=12	,25 (,46) N=11	,55 (,14) N=8	,18 (,71) N=7	,17 (,70) N=8	,30 (,35) N=12	-,14 (,74) N=8	,61 (,12) N=8
N'Dorola 33	,11 (,86) N=5	,88 (,12) N=4	,89 (,01) N=7	,13 (,78) N=7	,77 (,05) N=7	,73 (,10) N=6	,01 (,98) N=6	,00 (1,0) N=5	,85 (,03) N=6	,74 (,15) N=5	,57 (,24) N=6
Soumousso 43	N=1	,12 (,88) N=4	N=3	N=3	N=3	N=2	N=3	N=3	N=2	N=2	N=3
Gassan 19	,80 (,20) N=4	N=2	,44 (,56) N=4	,30 (,70) N=4	N=3	,39 (,61) N=4	N=3	,85 (,15) N=4	,76 (,24) N=4	N=1	,56 (,44) N=4
Koumana 27	N=3	,06 (,94) N=4	,71 (,18) N=5	,05 (,94) N=5	,56 (,33) N=5	,92 (,08) N=4	,18 (,77) N=5	-,15 (,82) N=5	,92 (,08) N=4	N=3	,89 (,11) N=4
Kokologo 22	N=1	-,63 (,25) N=5	,97 (,03) N=4	,93 (,67) N=4	,96 (,04) N=4	N=2	,86 (,14) N=4	N=3	N=2	N=3	,78 (,22) N=4
Léo 29	N=2	-,88 (,05) N=5	-,89 (,11) N=4	-,71 (,29) N=4	-,75 (,25) N=4	N=3	-,33 (,67) N=4	N=3	N=3	-,67 (,33) N=4	-,83 (,17) N=4
Koudougou 25	N=0	N=3	N=2	N=2	N=2	N=0	N=2	N=1	N=0	N=1	N=2
Saponé 40	,65 (,12) N=7	,57 (,32) N=5	,55 (,06) N=12	,56 (,03) N=15	,44 (,11) N=14	,86 (,01) N=8	,43 (,29) N=8	,11 (,77) N=10	,64 (,01) N=14	,00 (1,0) N=11	,86 (,00) N=9
Dassouri 10	,96 (,01) N=5	-,06 (,92) N=5	,76 (,01) N=10	,67 (,02) N=12	,85 (,00) N=11	,84 (,04) N=6	,65 (,11) N=7	,43 (,29) N=8	,79 (,01) N=10	,35 (,36) N=9	,84 (,01) N=8

TABLEAU 4.5 (suite)

	Kouka 26	Ouahigouya 35	Boulsa 6	Tougouri 50	Pissila 36	Bousouma 7	Mané 30	Barsalogo 4	Korsimoro 24	Kongoussi 23	Tikaré 48
Boussé 8	N=0	N=0	N=3	,17 (,75) N=6	,34 (,50) N=6	N=0	N=0	N=1	,50 (,31) N=6	-,41 (,42) N=6	N=1
Zitenga 53	N=0	N=0	N=3	,88 (,02) N=6	,86 (,03) N=6	N=0	N=0	N=1	,96 (,00) N=6	,26 (,62) N=6	N=1
Ziniaré 52	N=3	N=3	,60 (,21) N=6	-,52 (,15) N=9	-,32 (,39) N=9	N=3	N=3	-,61 (,39) N=4	,56 (,12) N=9	,29 (,44) N=9	N=3
Pô 37	,52 (,23) N=7	-,70 (,13) N=6	-,08 (,83) N=9	,14 (,73) N=9	,44 (,28) N=8	-,04 (,93) N=8	-,21 (,62) N=8	,39 (,33) N=8	,11 (,80) N=8	-,56 (,25) N=6	,05 (,91) N=8
Tiéhelé 47	,70 (,08) N=7	-,69 (,13) N=6	-,02 (,96) N=9	,47 (,20) N=9	,39 (,33) N=8	,04 (,93) N=8	,16 (,70) N=8	,24 (,57) N=8	-,05 (,90) N=8	-,74 (,09) N=6	,17 (,69) N=8
Guélécungo 21	,48 (,27) N=7	-,64 (,12) N=7	-,09 (,81) N=10	,31 (,39) N=10	,46 (,21) N=9	-,20 (,64) N=8	,08 (,85) N=9	,30 (,43) N=9	-,22 (,61) N=8	-,79 (,06) N=6	-,04 (,92) N=9
Zorgo 54	,48 (,34) N=6	,70 (,12) N=6	,34 (,36) N=8	,20 (,63) N=8	,36 (,43) N=7	-,17 (,75) N=6	-,25 (,59) N=7	-,62 (,14) N=7	,11 (,84) N=6	,48 (,52) N=4	,26 (,53) N=8
Moktédo 32	N=2	,25 (,63) N=3	,98 (,02) N=4	,94 (,06) N=4	,98 (,02) N=4	N=2	,87 (,13) N=4	N=3	N=2	N=2	,51 (,49) N=4
Zoungou 55	,54 (,46) N=4	N=6	,78 (,06) N=5	,44 (,38) N=6	,62 (,23) N=5	,29 (,71) N=4	,18 (,73) N=6	-,14 (,82) N=5	,47 (,53) N=4	,69 (,31) N=4	,41 (,42) N=6
Ouaga Mean 100	,52 (,29) N=6	,77 (,04) N=7	,43 (,25) N=9	-,02 (,97) N=9	,26 (,50) N=9	,42 (,35) N=7	-,41 (,32) N=8	-,65 (,08) N=8	,66 (,11) N=7	,61 (,19) N=6	,43 (,28) N=8
Bobo Mean 200	-,38 (,40) N=7	,61 (,15) N=7	,10 (,78) N=10	-,32 (,37) N=10	,60 (,09) N=9	-,46 (,25) N=8	-,40 (,28) N=9	-,17 (,67) N=9	-,09 (,83) N=8	,80 (,06) N=6	-,34 (,38) N=9

TABLEAU H.5 (suite)

	Ademtenga 1	Sabsé 38	N'Dorola 33	Soumousso 43	Gassan 19	Koumana 27	Kokologo 22	Léo 29	Koudougou 25	Saponé 40	Dassouri 10
Ademtenga 1											
Sabsé 38	,20 (,58) N=10										
N'Dorola 33	,91 (,00) N=7	,27 (,60) N=6									
Soumousso 43	N=3	N=2	N=2								
Gassan 19	,42 (,58) N=4	,81 (,19) N=4	N=3	,77 (,44) N=3							
Koumana 27	,84 (,08) N=5	,79 (,21) N=4	N=3	,96 (,04) N=4	N=3						
Kokologo 22	,80 (,20) N=4	N=2	N=2	N=3	N=1	,64 (,36) N=4					
Léo 29	-,79 (,21) N=4	N=3	N=3	N=3	N=2	-,97 (,17) N=3	-,66 (,34) N=4				
Koudougou 25	N=2	N=0	N=1	N=3	N=2	N=3	N=3	N=2			
Saponé 40	,46 (,12) N=13	,71 (,01) N=12	,68 (,14) N=6	,98 (,02) N=4	,66 (,23) N=5	,91 (,01) N=6	N=3	N=3	N=2		
Dassouri 10	,81 (,00) N=10	,46 (,25) N=8	,85 (,03) N=6	,67 (,33) N=4	,78 (,22) N=4	,85 (,15) N=4	N=3	N=3	N=3	,76 (,00) N=15	

TABLEAU H.5 (suite)

	Ademtenga 1	Sabsé 38	N'Dorola 33	Soumousso 43	Gassan 19	Koumana 27	Kokologo 22	Léo 29	Koudougou 25	Saponé 40	Dassouri 10
Boussé 8	,70 (,30) N=4	,14 (,86) N=4	N=0	N=0	N=0	N=0	N=0	N=0	N=0	,61 (,08) N=9	,69 (,06) N=8
Zitenga 53	,79 (,21) N=4	,21 (,79) N=4	N=0	N=0	N=0	N=0	N=0	N=0	N=0	,79 (,02) N=8	,70 ,08) N=7
Ziniaré 52	,58 (,17) N=7	-,04 (,93) N=7	N=3	N=3	N=3	N=3	N=1	N=2	N=2	,42 (,17) N=12	,41 (,21) N=11
Pô 37	-,07 (,85) N=9	,55 (,15) N=8	,17 (,71) N=7	N=3	,33 (,59) N=5	,87 (,05) N=5	,96 (,04) N=4	,49 (,41) N=5	N=2	,11 (,79) N=8	,16 (,73) N=7
Tiébelé 47	-,04 (,92) N=9	,32 (,43) N=8	-,03 (,94) N=7	,98 (,02) N=4	,11 (,83) N=6	,53 (,27) N=6	,81 (,19) N=4	,13 (,83) N=5	N=3	,11 (,77) N=9	,19 (,66) N=8
Guéléoungo 21	-,03 (.93) N=10	,28 (.50) N=8	,08 (.86) N=7	,77 (,23) N=4	,06 (,93) N=5	.56 (,25) N=6	,87 (,05) N=5	,21 (,74) N=5	N=3	-,27 (,48) N=9	,01 (,98) N=8
Zorgo 54	,40 (,32) N=8	,00 (,99) N=6	,81 (,10) N=5	N=3	,20 (,75) N=5	,63 (,37) N=4	,42 (,58) N=4	-,80 (,20) N=4	N=3	,28 (,55) N=7	,38 (,46) N=6
Moktédo 32	,68 (,32) N=4	N=2	N=2	N=1	N=1	N=3		N=2	N=2	,22 (,86) N=3	N=2
Zoungou 55	,92 (,01) N=6	-,21 (,79) N=4	N=3	N=3	N=3	N=3		-,68 (,32) N=4	N=3	,45 (,45) N=5	,73 (,16) N=5
Ouaga Mean 100	,45 (,23) N=9	-,06 (,89) N=7	,74 (,06) N=7	,65 (,23) N=5	,58 (,30) N=5	,66 (,10) N=7		-,85 (,07) N=5	,54 (,46) N=4	,67 (,05) N=9	,51 (,20) N=8
Bobo Mean 200	,20 (,57) N=10	-,21 (,61) N=8	,96 (,00) N=7	,05 (,94) N=5	-,04 (,94) N=6	-,01 (,99) N=7		-,66 (,22) N=5	,72 (,28) N=4	-,28 (,44) N=10	,06 (,88) N=9

TABLEAU H.5 (suite)

	Boussé 8	Zitenga 53	Ziniaré 52	Pô 37	Tiébelé 47	Guéléoungo 21	Zorgo 54	Moktédo 32	Zoungou 55	Ouaga Mean 100	Bobo Mean 200
Boussé 8											
Zitenga 53	,28 (,47) N=9										
Ziniaré 52	,39 (,27) N=10	,56 (,12) N=9									
Pô 37	N=0	N=0	,88 (,12) N=4								
Tiébelé 47	N=0	N=0	,55 (,34) N=5	,81 (,00) N=10							
Guéléoungo 21	N=0	N=0	,59 (,41) N=4	,89 (,00) N=10	,94 (,00) N=10						
Zorgo 54	N=0	N=0	N=3	,40 (,32) N=8	,54 (,16) N=8	,39 (,30) N=9					
Moktédo 32	N=0	N=0	N=0	N=3	,97 (,17) N=3	,71 (,29) N=4	,06 (,94) N=4				
Zoungou 55	N=0	N=0	,[illegible] (,20) N=3	,04 (,93) N=6	-,02 (,97) N=6	,11 (,81) N=7	,71 (,07) N=7	N=3			
Ouaga Mean 100	N=0	N=0	-.45 (.45) N=5	.22 (.57) N=9	.26 (.47) N=10	.15 (.69) N=10	.97 (.00) N=8	-.14 (.86) N=4	.72 (.12) N=6		
Bobo Mean 200	N=0	N=0	-.38 (.53) N=5	.18 (.63) N=10	.08 (.82) N=11	.23 (.49) N=11	.52 (.15) N=9	.17 (.83) N=4	.19 (.68) N=7	.58 (.05) N=12	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.6

COFFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE MAIS PAR SAC 100 KG

	Dano 9	Diébougou 12	Batié 5	Dissin 13	N'Dorola 33	Markoy 31	Dori 16	Koudougou 25	Ouaga Mean 100	Bobo Mean 200
Dano 9										
Diébougou 12	,76 (,08) N=6									
Batié 5	,66 (,11) N=7	,97 (,00) N=6								
Dissin 13	,18 (,74) N=6	,65 (,16) N=6	,79 (,06) N=6							
N'Dorola 33	-,67 (,22) N=5	-,91 (,09) N=4	-,84 (,08) N=5	-,81 (,19) N=4						
Markoy 31	N=3	N=3	N=3	N=3	N=2					
Dori 16	N=3	N=3	N=3	N=3	N=3	N=3				
Koudougou 25	N=3	N=3	N=3	N=3	N=2	N=3	N=3			
Ouaga Mean 100	,58 (,18) N=7	,69 (,13) N=6	,61 (,15) N=7	,03 (,96) N=6	,24 (,61) N=7	,84 (,16) N=4	,83 (,17) N=4	-,13 (,87) N=4		
Bobo Mean 200	-,42 (,35) N=7	-,61 (,20) N=6	-,50 (,26) N=7	-,68 (,13) N=6	,81 (,03) N=7	,58 (,42) N=4	,53 (,47) N=4	-,02 (,98) N=4	,11 (,72) N=12	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.7

COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE MAIS PAR TINE

	N'Dorola 33	Soumousso 43	Baré 3	Léo 29	Tiébelé 47	Guéléoungo 21	Ouaga Mean 100	Bobo Mean 200
N'Dorola 33								
Soumousso 43	N=3							
Baré 3	-,28 (,65) N=5	,86 (,06) N=5						
Léo 29	N=3	N=3	,44 (,56) N=4					
Tiébelé 47	-,41 (,43) N=6	-,91 (,09) N=4	-,53 (,22) N=7	,23 (,77) N=4				
Guéléoungo 21	-,60 (,15) N=7	,45 (,55) N=4	-,20 (,63) N=8	,96 (,04) N=4	,27 (,44) N=10			
Ouaga Mean 100	-,37 (,41) N=7	,45 (,45) N=5	,40 (,32) N=8	,25 (,76) N=4	,51 (,16) N=9	,27 (,46) N=10		
Bobo Mean 200	,75 (,05) N=7	-,08 (,90) N=5	,28 (,47) N=9	-,34 (,16) N=4	-,27 (,45) N=10	-,67 (,02) N=11	-,02 (,94) N=12	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.8

COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE MAIS PAR SAC DE 100 KG

	Dano 9	Diébougou 12	Batié 5	Dissin 13
Dano 9				
Diébougou 12	,82 (,05) N=6			
Batié 5	,79 (,04) N=7	,97 (,00) N=6		
Dissin 13	,61 (,20) N=6	,95 (,00) N=6	,92 (,01) N=6	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.9

COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE SORGHO ROUGE PAR SAC DE 100 KG

	Gaoua 17	Dano 9	Diébougou 12	Batié 5	Dissin 13	Korsimoro 24	Koupéla 28	Tenkodogo 46	Garango 15	Ouaga Mean 100	Bobo Mean 200
Gaoua 17											
Dano 9	-,79 (,11) N=5										
Diébougou 12	-,16 (,84) N=4	,79 (,06) N=6									
Batié 5	,72 (,17) N=5	,56 (,19) N=7	,82 (,05) N=6								
Dissin 13	-,98 (,02) N=4	,93 (,01) N=6	,86 (,03) N=6	,52 (,29) N=6							
Korsimoro 24	,30 (,63) N=5	-,11 (,89) N=4	-,01 (,99) N=4	-,65 (,35) N=4	,13 (,87) N=4						
Koupéla 28	N=3	N=2	N=2	N=2	N=2	N=3					
Tenkodogo 46	N=3	N=2	N=2	N=2	N=2	N=3	,84 (,16) N=4				
Garango 18	N=3	N=2	N=2	N=2	N=2	N=3	,71 (,29) N=4	,28 (,72) N=4			
Ouaga Mean 100	-,25 (,64) N=6	-,82 (,02) N=7	-,70 (,12) N=6	-,64 (,12) N=7	-,65 (,17) N=6	,03 (,96) N=5	1,0 (,00) N=5	-,92 (,08) N=4	-,50 (,50) N=4		
Bobo Mean 200	N=3	N=2	N=1	N=2	N=1	N=2	N=3	N=2	N=2	,56 (,25) N=6	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.10

COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE SORGHO ROUGES PAR TINE

	Boulsa 6	Mané 30	Barsalogo 4	Korsimoro 24	Kongoussi 23	Ademtenga 1	Sabsé 38	Soumousso 43	Baré 3	Tchiookui 45	Kokologo 22	Saponé 40
Boulsa 6												
Mané 30	.71 (.03) N=9											
Barsalogo 4	.91 (.00) N=8	.67 (.10) N=7										
Korsimoro 24	.63 (.04) N=11	.27 (.56) N=7	.67 (.07) N=8									
Kongoussi 23	.79 (.02) N=8	.65 (.16) N=6	.74 (.15) N=5	.35 (.35) N=9								
Ademtenga 1	.35 (.00) N=12	.54 (.14) N=9	.72 (.04) N=8	.69 (.01) N=12	.75 (.02) N=9							
Sabsé 38	N=3	N=2	N=2	.01 (.99) N=5	-.22 (.78) N=4	.61 (.39) N=4						
Soumousso 43	.65 (.23) N=5	.35 (.56) N=5	N=3	N=3	.95 (.05) N=4	.63 (.08) N=5	N=1					
Baré 3	.86 (.00) N=10	.55 (.13) N=9	.62 (.10) N=8	.71 (.05) N=8	.53 (.28) N=6	.86 (.30) N=10	N=2	.74 (.06) N=7				
Tchiookui 45	.64 (.12) N=7	.59 (.22) N=6	.67 (.22) N=5	.91 (.03) N=5	.41 (.50) N=5	.34 (.45) N=7	N=2	.77 (.07) N=6	.79 (.02) N=8			
Kokologo 22	.86 (.14) N=4	.95 (.06) N=4	N=2	N=2	N=3	.80 (.20) N=4	N=0	.44 (.46) N=5	.87 (.05) N=5	.58 (.30) N=5		
Saponé 40	.65 (.02) N=12	.58 (.13) N=8	.93 (.00) N=8	.51 (.06) N=14	.48 (.19) N=9	.33 (.27) N=13	.81 (.10) N=5	.69 (.19) N=5	.55 (.10) N=10	.82 (.04) N=6	N=3	

TABLEAU H.10 (suite)

	Boulsa 6	Mané 30	Barsalogo 4	Korsimoro 24	Kongoussi 23	Ademtenga 1	Sabsé 38	Soumousso 43	Baré 3	Tchiookui 45	Kokologo 22	Saponé 40
Dassouri 10	,82 (,00) N=12	,44 (,24) N=9	,84 (,00) N=8	,56 (,06) N=12	,66 (,05) N=9	,88 (,00) N=12	N=3	,69 (,13) N=6	,84 (,00) N=11	,50 (,25) N=7	,87 (,13) N=4	,61 (,01) N=17
Boussé 8	N=3	N=0	N=0	,25 (,63) N=6	,00 (1,0) N=4	,70 (,26) N=4	N=3	N=0	N=0	N=0	N=0	,66 (,11) N=7
Zitenga 53	N=3	N=0	N=0	,52 (,37) N=5	N=3	N=3	N=3	N=0	N=0	N=0	N=0	,73 (,06) N=7
Ziniaré 52	-,70 (,12) N=6	N=3	N=3	,17 (,67) N=9	,14 (,76) N=7	,81 (,03) N=7	,49 (,41) N=5	N=3	-,84 (,07) N=5	N=3	N=1	,35 (,26) N=12
Pô 37	,83 (,00) N=9	,65 (,08) N=8	,60 (,12) N=8	,52 (,18) N=8	,81 (,05) N=6	,86 (,00) N=9	N=2	,84 (,07) N=5	,85 (,00) N=10	,75 (,05) N=7	,55 (,45) N=4	,70 (,05) N=8
Tiébelé 47	,09 (,83) N=8	-,25 (,59) N=7	,23 (,59) N=8	,27 (,51) N=8	-,66 (,23) N=5	-,04 (,93) N=8	N=2	,72 (,17) N=5	,27 (,45) N=10	,70 (,12) N=6	N=3	,09 (,82) N=9
Guéléoungo 21	,21 (,60) N=9	,00 (1,0) N=8	,19 (,65) N=8	,09 (,84) N=8	-,09 (,86) N=6	,12 (,76) N=9	N=2	,96 (,00) N=6	,43 (,19) N=11	,88 (,01) N=7	,60 (,40) N=4	,04 (,91) N=9
Zorgo 54	,67 (,07) N=8	,52 (,24) N=7	,59 (,22) N=6	,14 (,80) N=6	,88 (,12) N=4	,52 (,18) N=8	N=2	,91 (,03) N=5	,84 (,00) N=9	,75 (,05) N=7	,59 (,41) N=4	,34 (,46) N=7
Moktédo 32	,99 (,01) N=4	,91 (,09) N=4	N=2	N=3	N=2	,86 (,06) N=5	N=1	N=3	,90 (,10) N=4	N=3	N=3	,28 (,55) N=6
Zoungou 55	,64 (,17) N=6	,44 (,39) N=6	,64 (,36) N=4	-,23 (,77) N=4	,75 (,25) N=4	,85 (,03) N=6	N=2	,72 (,17) N=5	,77 (,04) N=7	,18 (,73) N=6	,48 (,52) N=4	-,28 (,64) N=5
Ouaga Mean 100	,26 (,51) N=9	,15 (,73) N=8	,83 (,02) N=7	N=7	,67 (,15) N=6	-,26 (,50) N=9	N=2	,06 (,90) N=7	,18 (,60) N=11	,50 (,12) N=8	-,51 (,38) N=5	,66 (,05) N=9
Bobo Mean 200	N=2	N=3	N=2	N=2	N=1	N=2	N=1	N=0	N=2	N=1	N=0	N=2

TABLEAU H.10 (suite)

	Dassouri 10	Boussé 8	Zitenga 53	Ziniaré 52	Pô 37	Tiébelé 47	Guéléoungo 21	Zorgo 54	Moktédo 32	Zoungou 55	Ouaga Mean 100	Bobo Mean 200
Dassouri 10												
Boussé 8	,76 (,14) N=5											
Zitenga 53	,35 (,57) N=5	,76 (,05) N=7										
Ziniaré 52	-,06 (,86) N=10	,79 (,02) N=8	,94 (,00) N=8									
Pô 37	,74 (,02) N=9	N=0	N=0	-,69 (,32) N=4								
Tiébelé 47	,47 (,20) N=9	N=0	N=0	-,91 (,03) N=5	,04 (,91) N=9							
Guéléoungo 21	,54 (,11) N=10	N=0	N=0	-,89 (,04) N=5	,31 (,38) N=10	,92 (,00) N=10						
Zorgo 54	,70 (,05) N=8	N=0	N=0	N=3	,82 (,01) N=8	,79 (,04) N=7	,79 (,02) N=8					
Moktédo 32	,93 (,01) N=6	N=1	N=2	N=3	N=3	N=2	1,0 (,04) N=3	,88 (,12) N=4				
Zoungou 55	,67 (,14) N=6	N=0	N=0	N=3	,98 (,00) N=6	,05 (,94) N=5	,36 (,49) N=6	,88 (,01) N=7	N=3			
Ouaga Mean 100	-,15 (,69) N=10	N=0	N=0	,72 (,17) N=5	,59 (,10) N=9	,66 (,06) N=9	,76 (,01) N=10	,41 (,32) N=8	-,36 (,64) N=4	-,30 (,56) N=6		
Bobo Mean 200	N=2	N=0	N=0	N=1	N=2	N=2	N=2	N=2	N=1	N=1	N=2	

NOTE: a) La déviation du coefficient de corrélation est zéro pour les prix dans un marché.

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.

TABLEAU H.11

COEFFICIENTS DE CORRELATION
DES PRIX DE SORGHO ROUGE PAR SAC DE 100 KG.

	Gaoua 17	Dano 9	Diébougou 12	Batié 5	Dissin 13
Gaoua 17					
Dano 9	,94 (,02) N=5				
Diébougou 12	,97 (,03) N=4	,45 (,37) N=6			
Batié 5	-,25 (,69) N=5	,02 (,97) N=7	,35 (,50) N=6		
Dissin 13	,97 (,03) N=4	,23 (,66) N=6	,35 (,50) N=6	-,57 (,24) N=6	

Université du Michigan, La Dynamique de la commercialisation des céréales au Burkina Faso, 1986.