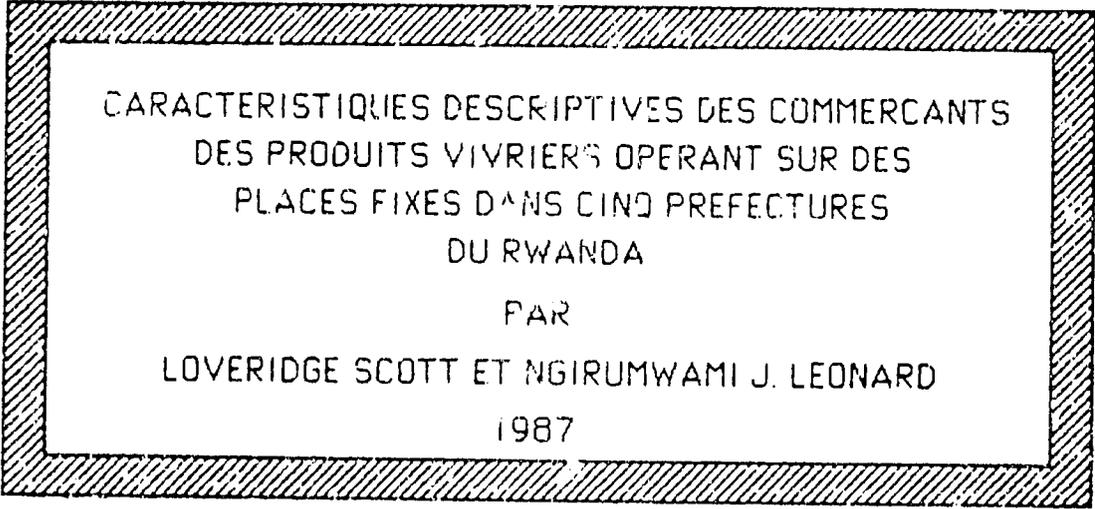


REPUBLIQUE RWANDAISE

MINISTERE DE L'AGRICULTURE,  
DE L'ELEVAGE, ET DES FORETS

DOCUMENT DE TRAVAIL



CARACTERISTIQUES DESCRIPTIVES DES COMMERÇANTS  
DES PRODUITS VIVRIERS OPERANT SUR DES  
PLACES FIXES DANS CINQ PREFECTURES  
DU RWANDA

PAR

LOVERIDGE SCOTT ET NGIRUMWAMI J. LEONARD

1987

SERVICE DES ENQUETES ET  
DES STATISTIQUES AGRICOLES

# TABLE DES MATIERES

=====

Chapitres	Pages
I. Introduction	1
1.1 Objectif et Portée de l'Etude .....	2
1.2 Méthode de collecte des données.....	7
II. Sommaire des résultats de l'Enquête par Produit	7
2.1 Haricot.....	7
2.2 Sorgho .....	8
2.3 Pomme de Terre.....	10
2.4 Les Caractéristiques saillantes des 5 Préfectures échantillonnées .....	11
III. Conclusions	
3.1 Synthèse des circuits de commercialisation du haricot, sorgho et pomme de terre .....	13
3.2 Comparaison entre les circuits de commercialisation des produits .....	15
3.3 Un Commerçant modèle.....	17
3.4 Qui entrepose les haricots ? .....	17
3.5 Commerçants camionneurs .....	18
3.6 Une hypothèse sur l'investissement dans le commerce.....	19
3.7 Questions pour la Recherche future .....	20
Annexe I Sources d'erreurs dans le Recensement des magasins des produits vivriers.....	21
Annexe II Recensement des magasins des produits vivriers ...	23
Annexe III Glossaire des termes utilisés dans ce document.....	27
Annexe IV Condensé des Résultats de l'Enquête par Préfecture	28
A4.1 Kibuye .....	29
A4.2 Butare .....	33
A4.3 Ruhengeri.....	37
A4.4 Kibungo .....	41
A4.5 Kigali .....	44
Bibliographie.....	48

## DOCUMENTS DE TRAVAIL DU SESA.

La série de publication des documents de travail du SESA (Service des Enquêtes et des Statistiques Agricoles) est destinée à fournir aux utilisateurs des résultats de recherches ponctuels, pendant que des précisions et des synthèses à plus long terme se terminent et que des rapports finaux soient produits. La préparation des documents de travail et leur discussion avec ceux qui conçoivent et influencent les programmes et les pratiques au Rwanda, constitue un pas important dans l'enquête globale du SESA et sa mission d'analyse. Les commentaires et les discussions relatifs aux documents de travail permettent de soulever des questions complémentaires à considérer pour des recherches plus approfondies et des précisions concernant les principaux rapports écrits par les chercheurs du SESA. Les utilisateurs de ces documents de travail sont encouragés à soumettre leurs commentaires et à nous informer du suivi des informations et des compléments d'informations que nécessite l'analyse.

RWAMASIRABO Serge,  
Directeur du SESA.

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier l'Agence des Etats-Unis pour le Développement International (USAID) pour son soutien financier et substantiel dans le domaine de la recherche sur la sécurité alimentaire. Les ressources rendues disponibles par l'USAID/Kigali ont aidé à établir le programme global des enquêtes nationales agricoles du SESA et à soutenir la recherche spécifique en matière de sécurité alimentaire décrite dans ce rapport. Les ressources du Bureau pour l'Afrique et du Bureau pour la Science et la Technologie de l'USAID/Washington ont permis aux chercheurs de l'Université de l'Etat du Michigan de participer à la recherche et d'aider à mener les activités de recherche sur le terrain.

Serge RWAMASIRABO  
Directeur du SESA

Michael T. Weber,  
Directeur du Projet "la sécurité  
alimentaire en Afrique",  
accordé conjoint  
AID/MSU.

## CHAPITRE 1. =====

### INTRODUCTION. -----

L'objectif de ce rapport est de présenter les résultats d'une l'enquête conduite sur les commerçants de haricot, sorgho et pomme de terre fin février-début mars 1986. Le rapport est confectionné comme suit:

La première partie présente la justification (l'opportunité) de l'étude; la deuxième partie décrit brièvement les méthodes utilisées; la troisième résume les principaux résultats (synthétiques) de l'enquête par produit au niveau des toutes les cinq préfectures retenues pour l'enquête. La dernière partie présente enfin les conclusions que l'on peut tirer de l'expérience acquise. L'annexe IV résume les résultats de l'enquête préfecture par préfecture.

## 1.1 Objectif et Portée de l'Etude.

---

L'étude fait partie d'une série d'enquêtes contenues dans le projet de recherche appliquée SESA/MSU qui essaie d'examiner les relations entre le marché, le prix, la production et la sécurité alimentaire.

La description générale de tous les projets de recherche sur la sécurité alimentaire menée conjointement avec le SESA et financés par l'USAID se trouve dans un document intitulé "RELATIONS ENTRE LA PRODUCTION, LE PRIX ET LA SECURITE ALIMENTAIRE DE CERTAINS PRODUITS STOCKABLES AU RWANDA".

Deux objectifs étaient à la base de cette enquête. D'abord il fallait acquérir rapidement et à moindres coûts une connaissance des types d'investissement que les commerçants non-ambulants avaient fait dans le commerce des produits agricoles (en excluant les commerçants qui opéraient sur les marchés en plein air), ensuite il fallait recueillir des données sur les procédures d'opération et sur les variations des coûts de commercialisation des produits. Ces informations sont importantes pour les décideurs, dans la mesure où d'une part, elles leur permettent d'évaluer l'efficacité du système national de commercialisation et d'autre part, donnent la possibilité d'identifier les points faibles ainsi que les principaux secteurs dans la chaîne de distribution du produit.

Ensuite, il fallait réaliser le travail préparatoire de l'enquête sur les prix qui devait être effectuée chaque mois durant les dix derniers mois de 1986 par les superviseurs préfectoraux du SESA. Les vendeurs en plein air (commerçants-agriculteurs) n'ont pas été enquêtés parce que les moyens financiers ne le permettaient pas et ensuite parce que les études précédentes s'étaient intéressées aux activités sur les marchés et elles n'avaient pas tenu compte des commerçants non-ambulants. Une autre raison d'exclure les commerçants ambulants est que ces derniers seraient difficiles à localiser dans les visites ultérieures. Les commerçants non-ambulants étaient choisis afin d'éclaircir les indications sur les prix à deux niveaux: le niveau commerçant en gros et le niveau commerçant de détail (pour les définitions de ces concepts voir annexe III). L'hypothèse de base de notre première enquête sur les commerçants était que le commerce de gros et le commerce de détail à grande échelle sont en grande partie dominés par les commerçants qui utilisent les locaux situés près des marchés publics.

L'enquête s'est intéressée aux commerçants qui s'occupent de trois produits agricoles: haricot, sorgho et pomme de terre. Ces trois produits ont été choisis parce que l'étude dans son ensemble avait un champ d'intérêt limité: la commercialisation

des produits stockables, ensuite les recherches sur terrain pendant la phase préparatoire de l'Enquête avaient montré que le haricot, le sorgho et la pomme de terre sont commercialisés par la même catégorie des commerçants (souvent un même commerçant commercialisait les trois produits en même temps) et il apparaît que ces productions ont développé des chaînes de commercialisation ayant des structures semblables.

Le haricot, le sorgho et la pomme de terre sont aussi bien produits au Rwanda que dans les pays voisins et ils intéressent beaucoup les petits commerçants et transporteurs dans un système de commercialisation assez complexe. D'autres produits agricoles sont échangés entre le producteur et le consommateur de différentes façons. Par exemple, les patates douces sont presque toujours commercialisées par les femmes qui amènent des petites quantités aux marchés en plein air. Il n'y a apparemment pas d'échange inter-régional pour les patates douces. Le riz par contre est apparemment dominé par les importations et est commercialisé dans des boutiques spécialisées dans la vente des produits manufacturés. Il est fort probable que le riz est distribué dans les magasins parce qu'il est relativement facile à stocker pendant longtemps et que ces petits magasins ont développé des liens solides avec les distributeurs d'autres produits importés.

La différence entre les entreprises vendant le haricot, le sorgho et la pomme de terre avec celles qui vendent d'autres produits a obligé l'étude à s'intéresser à ce premier type de commerce. Cette enquête, a été menée dans cinq préfectures. Le raisonnement suivi dans la sélection de ces cinq préfectures est résumé dans le tableau 1.0.

Tableau 1.0  
Critères de sélection des cinq préfectures  
étudiées

Critères	Kigali	Kibungo	Butare	Ruhengeri	Kibuye	National
1. Pop. rurale	710.209	446.628	665.376	607.881	455.936	5.552.309
2. Kg prod 84/ pers. rurale						
Haricot	51	47	45	24	28	40
Mais	3	2	2	25	44	13
Sorgho	52	29	47	22	9	31
P. de Terre	7	9	12	201	34	45
3. Prod 84/ par pers. rurale(cal).						
P. de T	3	5	7	115	20	26
autres Tuberc.	234	153	265	130	226	202
Bananes	158	432	100	83	94	136
Total/ Fécul.	395	590	372	328	340	364
Totaux	691	839	757	676	697	714
4. Distance Kigali	-	108	135	116	139	-

Source: Enquête nationale agricole 1984, volume I (SESA).

Comme l'Enquête s'intéresse à la distribution alimentaire, la production par région aide à établir l'hypothèse sur la quantité et la distribution des produits agricoles entre régions. Point 2 du tableau 1.0 montre que la production de haricot, de maïs, de sorgho et de pomme de terre varie considérablement suivant la préfecture concernée. Ceci indique qu'il y a des possibilités de commerce pour équilibrer la consommation entre les différentes préfectures, et une certaine spécialisation au

niveau de la production des certains denrées pourrait se dégager pour augmenter la quantité totale disponible. Il est donc probable que l'échantillon couvre les régions de surplus et de déficit alimentaire.

Point 3 du tableau 1.0 révèle que pour les féculents, la production calorifique par personne est, en général la même dans les cinq préfectures. Ceci indique qu'il y a probablement des échanges inter-régionales. Pour une plus ample discussion de ces questions, le lecteur pourra se référer au document de travail de SESA intitulé: "RELATIONS ENTRE LA PRODUCTION, LE PRIX, ET LA SECURITE ALIMENTAIRE DE CERTAINS PRODUITS VIVRIERS STOCKABLES AU RWANDA".

Il faut noter aussi que point 4 dans le tableau 1.0 illustre que les cinq préfectures choisies sont à différentes distances de Kigali, ce qui veut dire que l'enquête peut fournir des éclaircissements sur tout le système de distribution.

## 1.2. Méthode de Collecte des données

Une interview durait approximativement 30 minutes suivant le nombre de produits commercialisés par le commerçant et le nombre d'interruptions de l'interview pour permettre au commerçant de servir ses clients. Les questions étaient posées d'un façon ouverte, et codées immédiatement par l'enquêteur. Toutes les interviews ont été conduites par un même et seul individu. Celui-ci ayant participé à la conception et à l'organisation de l'enquête, il n'a pas été nécessaire de faire une traduction du questionnaire en Kinyarwanda. Les autres personnes qui ont participé à la mise au point du questionnaire sont Mr Serge RWAMASIRABO, Mr Yvan DEJAEGER, Dr Jim SHAFFER, Dr Michael T. WEBER, Mr Jean Chrysostome MUKEZANGANGO et Mr Michel FUCHS CARSH.

Les interviews dans chaque préfecture duraient 1 à 3 jours. Un petit recensement des magasins a été organisé sur chaque marché visité pour déterminer la taille de la population à enquêter. Ce recensement était nécessaire parce qu'il n'y a aucun registre complet des activités des commerçants au MINIFINECO. L'enquête a montré qu'il y avait des rotations rapides parmi les commerçants qui s'intéressaient aux productions agricoles. Ainsi n'importe quelle liste préparée par MINIFINECO serait très vite dépassée, vu le nombre de gens qui quittaient les affaires et les nouveaux qui y entraient. De même, comme le MINIFINECO joue le rôle de régulateur des revenus du gouvernement rwandais, certains commerçants évitaient de figurer sur la liste.

Le recensement (avec les exceptions expliquées dans chaque chapitre) consistait à dénombrer dans chaque centre de commerce visité les magasins engagés dans le commerce des produits agricoles. Chaque magasin avait une ligne sur le formulaire de

recensement et les colonnes bien marquées correspondaient aux productions agricoles commercialisées au Rwanda. Les colonnes étaient aussi prévues pour indiquer si le magasin étalait les produits importés, manufacturés (comme les habits, les savons, les chaussures etc...) et pour indiquer si le magasin était ouvert ou fermé.

Une liste synthétique du nombre et type de magasins des commerçants non-ambulants recensés dans chaque préfecture est présentée en annexe II. Quelques-uns des types d'erreurs inhérentes à ce genre de renseignement rapide sont schématisées en annexe I.

Observation sur le nombre d'années dans les affaires: les questions sur ce sujet ont paru très délicates parce que les commerçants devraient en général payer des taxes au MINIFINECO pour toutes les années d'activités antérieures lorsqu'ils étaient découverts. Ainsi quelques commerçants enquêtés sans registre de commerce ont peut être donné des fausses réponses sur la question du nombre d'années dans les affaires par crainte d'être poursuivis.

L'estimation des revenus bruts par mois par produit sert uniquement à l'estimation approximative des activités commerciales. Pour obtenir les revenus bruts, on soustrait le prix d'achat du prix de vente par kilo. Le nombre de kilos estimés en stock est divisé par le nombre de jours (calendriers) de vente pour obtenir le nombre de kilos vendus par jour (calendrier). Le nombre de kilos vendus par jour est multiplié par les revenus bruts par kilo pour obtenir les revenus bruts par jour.

Le revenu brut par jour (calendrier) est multiplié par 30 pour obtenir les revenus bruts par mois pour chaque commerçant et pour chaque produit. Les revenus bruts sont pris en moyenne pour tous ceux qui commercialisent le même produit pour obtenir la moyenne des revenus bruts par mois de chaque produit. Les lecteurs devront faire attention dans l'interprétation de cette démarche. Primo, elle n'inclut pas dans la comptabilité du commerçant les coûts supplémentaires de l'opération: location, transport, main-d'œuvre (malgré un petit nombre des commerçants qui engageaient des travailleurs permanents, la plupart louaient des ouvriers pour la tâche de déchargement et chargement des produits achetés) pertes de stockage, risques et taxes. Secundo, l'estimation du montant en stock du commerçant et le temps de rotation peut être très optimiste ou très pessimiste. Tertio, cette enquête a été faite à petite échelle et ne représente qu'une observation ponctuelle.

Pour d'autres mois de l'année, les quantités que le commerçant possède peuvent être petites ou grandes et leurs revenus sont probablement variables. Ainsi, les données fournies représentent approximativement les revenus bruts du commerçant.

CHAPITRE II.  
=====

SOMMAIRE DES RESULTATS DE L'ENQUETE PAR PRODUIT.  
-----

2.1 HARICOT.

Trente trois commerçants de haricot ont été interviewés dans les cinq préfectures. Tous, sauf deux, commercialisaient le haricot toute l'année. 76% des commerçants interviewés ont dit qu'ils obtenaient le haricot tout au long de l'année. Les autres concentraient leurs achats autour de la saison de récolte. Tous, sauf quatre interviewés, ont affirmé que leur stratégie était de vendre progressivement. Quatre commerçants ont signalé qu'ils cessaient de vendre quand les prix devenaient trop élevés. 21% ont mentionné qu'ils achetaient du haricot apporté par les agriculteurs. Les commerçants engagés dans ce type d'opérations ont tendance à avoir des petits stocks. 58% des enquêtés ont mentionné les camionneurs comme étant leur fournisseur. Ainsi les commerçants qui achetaient chez des camionneurs avaient tendance à avoir des grands stocks par rapport à ceux des commerçants qui achetaient chez les fermiers. 33% des vendeurs de haricot interviewés étaient propriétaires de moyens de transport mais tous n'en utilisaient pas pour transporter le haricot. 24% des commerçants de haricot ont laissé entendre qu'ils utilisaient leurs véhicules pour transporter du haricot de chez les assembleurs. C'est ce genre de commerçants qui détenait les plus grands stocks. Tout les commerçants, qui disposent d'un moyen de transport, ont mentionné que leurs camions étaient fréquemment chargés au retour des lieux de ramassage seulement.

Le stock en possession pour le haricot variait entre 100 et 800.000 kilos avec une moyenne de 31.773 kilos. La moyenne du temps d'écoulement estimée pour le haricot était de 39 jours avec le maximum de 150 jours et le minimum de 1 jour, la réponse la plus fréquente étant de 30 jours (2 commerçants n'ont pas pu répondre à la question du temps de rotation).

Les commerçants de haricot contactés ouvraient pour leurs transactions en moyenne trois jours par semaine. Deux commerçants ouvraient un jour par semaine, sept deux jours par semaine, huit ouvraient cinq jours par semaine, neuf six jours par semaine et sept, sept jours par semaine. Plusieurs de ces commerçants qui ouvraient peu de jours par semaine étaient des assembleurs. Quelques détaillants font partie aussi de cette catégorie.

Neuf commerçants interviewés utilisaient un membre de la famille pour les aider dans leurs opérations. Cinq utilisaient des travailleurs salariés et des membres de famille, quatre employaient uniquement des travailleurs salariés. Quatorze des interviewés ont indiqué qu'ils s'occupaient seuls de leurs activités commerciales.

Parmi les 33 enquêtés, trois ont signalé avoir des magasins dans plus d'une localité. Douze des interviewés étaient propriétaires de leurs magasins. La capacité de stockage des commerçants de haricot est classée à partir de zéro (commerçant avec un stock en plein air) à 2.000 tonnes, la capacité moyenne étant de 16 tonnes. Quatorze enquêtés avaient une capacité de stockage variant entre 10 et 65 tonnes tandis que cinq avaient des magasins capables de contenir 100 tonnes ou même plus.

Seulement quatre interviewés s'étaient engagés dans les contrats d'achat ou de vente de haricots. Ces commerçants avaient tendance à être moyens ou grands commerçants.

56% des commerçants de haricot ont indiqué qu'ils basaient leurs décisions sur les prix à partir de la disponibilité du produit sur le marché. 33% des enquêtés utilisaient l'information donnée par les fournisseurs pour décider du prix.

60% des commerçants faisaient le commerce en gros. 58% des enquêtés achetaient du haricot en petite quantité. 82% en vendaient en quantité de détail, alors que 45% en vendaient en gros. La marge brute des commerçants de haricot variait entre -15 Frw/kg à +13 Frws/kg. La marge brute la plus fréquente est de 1 frw/Kg.

Le nombre d'années le plus fréquent que les commerçants ont affirmé qu'ils étaient dans les affaires est de 3 ans, et 59% des enquêtés avaient commencé en 1985 ou 1986.

## 2.2 SORGHO.

Vingt interviews avec les commerçants de sorgho ont été conduites dans les cinq préfectures. La plupart des commerçants de sorgho le commercialisaient tout le long de l'année. 30% concentraient leurs achats à la saison de récolte. Le reste (70%) achetait progressivement tout au long de l'année. Quatre commerçants ont arrêté de vendre jusqu'à ce que le prix du sorgho monte tandis que le reste du groupe vendait continuellement. 25% des enquêtés ont indiqué qu'ils achetaient le sorgho des producteurs qui le leur apportaient. 70% des commerçants obtenaient le sorgho des camionneurs, tandis que 30% des commerçants de sorgho jouissaient de leurs propres moyens de transport. Mais tous ne les utilisaient pas pour s'approvisionner en sorgho. 20% de ces enquêtés utilisaient leurs véhicules pour aller chercher le sorgho chez les assembleurs et 10% allaient acheter chez les agriculteurs.

La quantité estimée de sorgho en stock variait de zéro kg à 30.000 kilos, avec une moyenne de 2.060 kilos. La moyenne du temps de rotation estimée pour les 13 commerçants qui disposaient d'un stock et qui ont répondu à cette question était de 27 jours. Concernant cette estimation du temps de rotation, la plupart ont indiqué 30 jours.

Dans notre échantillon, les commerçants de sorgho ouvraient en moyenne quatre jours par semaine. Deux d'entre eux ouvraient un jour par semaine, cinq ouvraient deux jours par semaine, trois cinq jours par semaine, cinq six jours par semaine et quatre sept jours par semaine.

Quatre commerçants de sorgho utilisaient un membre de famille pour les aider dans leurs affaires. Trois utilisaient des travailleurs salariés et les membres de famille, un employait un salarié et n'avait pas de membre de famille et les douze travaillaient seuls dans leurs opérations.

Neuf des vingt enquêtés étaient propriétaires de leurs magasins. Un d'eux avait un autre magasin dans une autre localité. La capacité de stockage estimée par le commerçant variait entre zéro (pour les commerçants qui n'ont pas de place à l'intérieur d'un bâtiment) et 150 tonnes. La capacité moyenne de stockage enregistrée était de 33 tonnes. Neuf commerçants pouvaient stocker entre 10 et 65 tonnes tandis que trois commerçants ont indiqué que leur capacité de stockage était de 100 tonnes ou même plus.

Seulement quatre candidats avaient eu des contrats soit avec l'acheteur, soit avec le vendeur. Comme pour les commerçants du haricot, ces commerçants ont tendance à avoir une grande échelle d'activités.

60% des enquêtés basaient leur fixation de prix sur la disponibilité du sorgho sur le marché et 25% ont indiqué qu'ils se basaient sur les prix de leurs fournisseurs.

42% des intéressés vendaient le sorgho en gros, 66% vendaient en détail, 86% effectuaient des ventes en détail, tandis que 37% effectuaient des ventes en gros. La marge est rangée de 1 à 12 frw/kg avec 1 à 2 frws/Kg qui est la plus fréquente marge enregistrée.

Le nombre moyen d'années que les commerçants venaient de passer dans le métier était de six ans et dix commerçants de sorgho ont avoué qu'ils ont démarré leurs activités en 1985 ou 1986.

### 2.3 POMME DE TERRE.

Vingt commerçants de pomme de terre ont été interviewés dans les cinq préfectures. Tous les commerçants de pomme de terre à l'exception de deux, vendaient tout au long de l'année. 75% obtiennent le produit des camionneurs, 25% des producteurs alors que 30% allaient chercher la pomme de terre auprès des assembleurs.

30% des commerçants de pomme de terre possédaient leurs propres moyens de transport et tous ces commerçants ont souligné que leurs véhicules étaient le plus fréquemment chargés seulement au retour des voyages.

Le stock actuel variait entre 200 et 10.000 kilos avec une moyenne de 2.170 kilos. Trois commerçants n'avaient pas de pomme de terre au moment de l'enquête. Dans notre échantillon, les commerçants de pomme de terre travaillaient en moyenne cinq jours par semaine avec un seul qui couvrait une fois par semaine alors que sept couvraient sept jours par semaine.

Quatre enquêtés travaillaient avec les membres de leurs familles, six employaient des travailleurs salariés, les quatre employaient les deux à la fois. Les six autres conduisaient leur commerce seuls.

Trois des vingt commerçants de pomme de terre possédaient leurs propres magasins alors que le reste louait. Parmi ceux qui louaient les magasins, trois employaient la véranda de service comme place de vente de pomme de terre alors que l'intérieur du bâtiment était réservé à une autre activité commerciale. Pour les quatorze qui louaient un endroit de stockage, la capacité totale de stockage variait entre 2 tonnes et 40 tonnes, tandis que pour ceux qui étaient propriétaire de leur bâtiment, la capacité de stockage variait entre 40 et 100 tonnes.

20% des enquêtés achetaient le produit à la saison de récolte alors que 80% achetaient progressivement tout au long de l'année. Tous les commerçants avaient la même stratégie d'acheter et de vendre progressivement aussitôt que possible. Seul un commerçant a indiqué qu'il avait des contrats avec ses fournisseurs.

13 commerçants déterminaient leur prix en fonction de la disponibilité du produit sur le marché. Six fixaient leur prix d'après l'information du fournisseur alors qu'un commerçant le fixait en considérant l'information reçue de l'acheteur.

65% des commerçants achetaient uniquement en vrac, 10% uniquement en petite quantité et 25% faisaient les deux à la fois. 55% des enquêtés vendaient la pomme de terre uniquement en détail, 5% la livraient uniquement en gros alors que 40% faisaient les deux types de transactions à la fois.

Le plus vieux commerçant de pomme de terre a commencé en 1960 alors que le commerçant le plus récent a commencé ses activités en 1986. Un grand nombre d'enquêtés s'est engagé dans le commerce de la pomme de terre depuis 1985.

#### 2.4 CARACTERISTIQUES SAILLANTES DES GRANDS CENTRES COMMERCIAUX DAN LES CINQ PREFECTURES ECHANTILLONNEES.

##### KIBUYE:

La ville de Kibuye n'est pas un centre important d'activités commerciales. Le plus grand centre de commerce des produits agricoles de la préfecture de Kibuye est situé à environ 20 kms de Kibuye à Kibilizi. Kibilizi est un centre relativement petit et non développé. Il était caractérisé par des petits commerçants qui couvraient seulement les deux jours du marché. La plupart de ces commerçants obtenaient les produits des camionneurs et/ou des agriculteurs. La majorité de leur commerce est faite en détail. Rappelez-vous que le tableau 1.0 de l'introduction montre que Kibuye est une région probablement déficitaire pour les trois produits. Donc ceci pousse à penser que les activités de commerce de gros seraient très limitées.

##### RUHENGERI.

La ville de Ruhengeri a un centre relativement large, bien développé avec beaucoup de commerçants qui vendaient des produits agricoles. La majorité des commerçants enquêtés couvrait plus de cinq jours par semaine. Des commerçants de la région s'occupaient surtout du commerce de détail. Ceci est surprenant compte tenu du privilège de la préfecture de Ruhengeri d'être le plus grand producteur de pomme de terre par tête dans le pays. Apparemment, la plus grande partie de la production de la pomme de terre de cette préfecture est acheminée à travers les circuits qui laissent de côté le centre ville de Ruhengeri. Ceci serait dû au fait que les plus grands sites productifs de Ruhengeri sont relativement éloignés du centre-ville de Ruhengeri. Une autre explication serait que le caractère périssable de la pomme de terre requiert un circuit de commercialisation plus directe.

##### BUTARE.

La ville de Butare est le second des centres commerciaux visités le plus développé dans le cadre de notre enquête. La plupart des commerçants enquêtés couvraient plus de cinq jours par semaine. Quelques commerçants ont commencé à développer des systèmes contractuels avec des clients potentiels. Une part du commerce en gros a été enregistrée. Son développement est du probablement à la densité de la population dans la Préfecture de Butare.

## KIBUNGO:

La préfecture de Kibungo ne disposait pas d'un centre principal d'activités commerciales. Comme résultat, trois centres commerciaux ont été visités avant qu'un nombre suffisant d'interviews ne soit obtenu. L'absence d'un centre commercial n'est pas étonnant à cause de la densité de la population faible et compte tenu que beaucoup des régions de Kibungo ont été récemment peuplées. Kibungo est caractérisée par une grande proportion des commerçants qui s'engageaient dans les activités de ramassage des produits. On devrait donc s'attendre à cela vu les chiffres donnés dans notre tableau 1.0 qui montre que cette préfecture est une grande productrice de haricot par tête et le fait qu'il n'y a pas de grands centres urbains dans la préfecture de Kibungo.

## KIGALI.

Kigali est le plus grand centre du pays avec beaucoup de types divers de commerçants. Un groupe de commerçants sert de plaque tournante pour écouler des produits qui proviennent d'une région du pays, à une autre région du pays. Ce groupe achetait chez les camionneurs pour vendre chez les camionneurs ou institutions. Un autre groupe vendait directement aux consommateurs urbains. Les commerçants de Kigali ont tendance à être des détaillants et grossistes à la fois. L'activité de ramassage des produits n'a pas été relevée par l'enquête. La ville de Kigali apparaît comme un intermédiaire entre les régions de déficit et les régions de surplus. En comparaison avec les autres préfectures échantillonnées, Kigali a la plus grande moyenne des revenus par mois. Ceci est dû probablement à une grande rotation du stock.

## CHAPITRE III

### CONCLUSIONS

#### 3.1 Synthèse des circuits de commercialisation du haricot, sorgho et pomme de terre à l'intérieur du pays.

Le canal de commercialisation décrit ci-bas ne prétend pas saisir chaque relation dans le système de commercialisation mais vise les aspects du système qui ont trait aux types de commerçants enquêtés dans le cadre de l'étude, des commerçants qui opéraient à des places fixes. Il y a d'autres relations de commercialisation qui restent inexplorées comme les transactions entre agriculteurs (ceci est couvert par une enquête hebdomadaire au niveau de l'exploitation maintenant en cours), et les transactions qui mettent en relation les coopératives et les sociétés paraétatiques.

Les agriculteurs ont tendance à apporter leur haricot et sorgho aux petits assembleurs qui disposent des endroits connus fixes tout près des places du marché. Ceci était aussi le cas avec la pomme de terre, mais on trouvait fréquemment des détaillants et grossistes qui achetaient directement chez l'agriculteur plus souvent pour la pomme de terre que pour les deux autres produits. Ces assembleurs avaient rarement des véhicules (pour le haricot, sur les neuf qui achetaient directement chez l'agriculteur, deux seulement avaient leurs véhicules). La stratégie typique de ce groupe de commerçants assembleurs était d'acheter (plus généralement à la saison de la récolte) et attendre qu'un camionneur vienne acheter leur stock. Tout le temps leur stock est occasionnel ou non voulu. Cependant quelque fois ils stockaient le haricot et le sorgho jusqu'à 90 jours. Des petits assembleurs se limitaient à la commercialisation des produits agricoles produits localement. Ces petits assembleurs généralement opéraient sur base d'une marge fixe. Un franc par kilo est la marge standard pour le haricot et le sorgho non entreposés pour un temps significatif.

A partir de ce qui peut être observé avec les interviews chez les enquêtés, en incluant les commerçants dans l'enquête et avec moins d'interviews formelles avec les camionneurs, il y a trois catégories de commerçants camionneurs. Une catégorie (la plus fréquemment rencontrée) n'a pas de place fixe d'activités. Cette catégorie des camionneurs achetaient chez des petits assembleurs, transportaient le produit et le vendaient directement aux commerçants à Kigali et à d'autres régions déficitaires.

La marge brute des transporteurs est (comme on s'y attend) plus grande que celle des petits assembleurs et est fonction de la distance parcourue. Par exemple un camionneur qui achetait de Byumba et qui vendait à Kigali s'attendait réaliser 4 frw de marge brute par kilo.

Rappelez-vous que 33% des commerçants de haricot et 30% des commerçants de sorgho et 30% des commerçants de pomme de terre enquêtés possédaient des véhicules. La majorité d'entre eux se situe dans la 2ème classe des commerçants camionneurs. Ces commerçants ont tendance à utiliser leurs moyens de transport pour approvisionner leurs magasins de vente de détail ou de gros qui sont placés sur des sites fixes. Leurs camions quittaient les endroits de commerce et revenaient avec une cargaison qui était donc vendue à partir du magasin même. Ces commerçants avaient tendance à avoir un grand volume d'activités. Les marges brutes avaient tendance à être plus grandes que celles des assembleurs parce qu'ils s'occupaient des fonctions de ramasseur en plus de leurs fonctions de détaillants et stockeurs.

Une troisième classe des commerçants camionneurs existe. Cette catégorie des commerçants camionneurs ne disposait pas de points de vente fixes mais disposait de quelques facilités de stockage. Cette catégorie de commerçants entreposait leurs produits, les livrait aux acheteurs. C'est cette catégorie qui est probablement la plus orientée vers les acheteurs institutionnels que les deux autres types de camionneurs. Cette variété de commerçants a plus de chances d'avoir un plus grand capital et d'affronter un plus grand risque. Le commerçant de Kigali avec 800.000 kilos de haricot tombe dans cette catégorie de commerçants camionneurs.

Kigali semble être le plus grand centre des échanges de haricot locale au Rwanda. Le mouvement de haricot locale semble être du nord-est et est du pays au sud-ouest. La plupart des grossistes à Kigali ont tendance à liquider rapidement leurs produits (en deux ou quelques jours pour réaliser 1 frw par kilo de marge). Ils avaient tendance à acheter chez les camionneurs indépendants et à vendre chez des camionneurs provenant des régions défavorisées ou aux acheteurs institutionnels (comme des écoles et prisons). Quelques grossistes faisaient le stockage de haricot deux à trois mois après la récolte. Les grossistes de Kigali ont tendance à avoir les plus grandes quantités en stock que les assembleurs des régions rurales.

Des grossistes déterminaient les prix d'achat en tenant compte principalement de la disponibilité du produit sur le marché. Ils obtenaient des informations sur les prix auprès des fournisseurs et des concurrents. Quand les offres arrivaient avec un prix inférieur, ils diminuaient leurs prix en acceptant une perte afin de maintenir un fond de roulement et éviter ainsi le risque de détérioration du stock.

La plupart des commerçants avaient un fond de roulement limité, ce qui les poussait à liquider les vieux stocks et ainsi les renouveler. En conséquence, ils étaient soumis aux risques du marché. Ceci se justifierait par le fait que l'analyse saisonnière des prix a débouché à la régularité avec des prix stables de Janvier à Juin, avec des augmentations relatives prévisibles de Juin à Décembre. Le problème était qu'

avec 1 franc de marge, le prix de gros ne chutait pas beaucoup pour changer le profit à une perte. Quand les fonds de roulement étaient suffisants, les commerçants maintenaient leurs stocks et continuaient à acheter jusqu' à ce que les prix deviennent abordables.

Les détaillants des zones déficitaires étaient généralement approvisionnés par les camionneurs sans ignorer cependant d'autres quantités provenant des producteurs ou des petits assembleurs. Une stratégie d'achat intéressante rencontrée chez un détaillant était de s'approvisionner en haricot à court terme et à un intervalle régulier jusqu'à la récolte en Juin, et puis d'acheter une grande quantité de haricots pour éviter l'augmentation de prix qui surviendrait les trois ou quatre derniers mois de l'année. Quelques-uns qui sont dans le métier savent évidemment que l'intérêt de stockage est très bas pendant les premiers mois après la grande récolte.

### 3.2 Comparaison entre les circuits de commercialisation des produits.

Le Sorgho, le haricot et la pomme de terre, tel que mentionné dans l'introduction passent par des circuits de commercialisation similaires du producteur au consommateur. Cependant, quelques différences entre la commercialisation des trois produits existent bien.

La pomme de terre n'est pas stockée plus qu'une ou deux semaines par les commerçants à chaque étape dans la chaîne de commercialisation alors que d'habitude les commerçants de haricot et sorgho les stockent pour 60 jours. Cette différence dans les particularités de stockage est due au caractère périssable de la pomme de terre. Les commerçants qui entreposaient la pomme de terre longtemps risquaient des grosses pertes. Ce caractère périssable influence le nombre des participants dans la chaîne de commercialisation de la pomme de terre. Les détaillants avaient tendance à préférer avoir leur pomme de terre directement du producteur peut-être pour réduire la période de stockage ainsi que la possibilité des pertes dues au stockage. Ceci pourrait jouer un rôle important dans la limitation du potentiel d'exportation du surplus de pomme de terre du Rwanda vers les pays voisins. Au moment que la pomme de terre est supposée être vendue à 1 frw par kilo au niveau de l'exploitation au Rwanda et à 40 frw par kilo à Bujumbura (BURUNDI), des pertes de stockage et de transport sont des questions importantes pour d'autres analyses.

Le haricot et sorgho avaient à peu près des circuits de commercialisation identiques sauf que la relative disponibilité de chaque produit sur le marché de gros variait avec la période de l'année et que les consommateurs semblaient être moins nombreux pour le sorgho qu'ils ne le sont pour le haricot.

Tableau 3.1

La moyenne des revenus bruts estimés dans cinq  
préfectures du Rwanda

Produit	Kibuye	Butare	Ruhengeri	Kibungo	Kigali
Haricot	892	-166	-267	-199860	29173
Sorgho	437	7000	600	7129	37935
P.de terre	31333	17785	7504	4935	34380

Le tableau 3.1 montre que la moyenne des revenus bruts estimée pour la pomme de terre tend à être plus grande que celle du haricot au niveau de tout l'échantillon. On a pour le haricot une moyenne négative des marges brutes estimée par mois dans trois des cinq préfectures, alors que la pomme de terre et le sorgho affichaient toujours une moyenne positive des bénéfices bruts.

Le marché du haricot aurait été influencé par deux facteurs. Premièrement, la proclamation de la politique gouvernementale du prix fixe de haricot de 35 Frw/kilo a coïncidé avec la récolte du haricot. Dans un cas au moins, un commerçant a acheté au prix officiel et il savait d'avance qu'il réaliserait une perte sur son stock. La déclaration du gouvernement pourrait aussi avoir déstabilisé les marchés du haricot dans certaines régions. Toutefois elle aurait moins influencé les deux autres produits car cette proclamation n'a pas coïncidé avec leurs périodes de récolte. Deuxièmement, l'enquête a été conduite un mois après la fin de la période de récolte du haricot. Le prix du haricot aurait été instable à cette période de l'année car les commerçants et les producteurs étaient encore incertains de l'intensité de la récolte nationale.

En outre, les résultats de l'enquête indiquent que le commerce du haricot présente plus de risques que les trois autres produits, que la pomme de terre a plus de chances d'être plus profitable et que les commerçants de Kigali tendaient à avoir plus de bénéfices bruts que dans d'autres préfectures couvertes par l'étude.

### 3.3 Un commerçant typique

Pour voir l'enquête en perspective, il est peut-être utile de donner une image du commerçant typique interviewé. Cette section donne une description des réponses les plus fréquemment enregistrées dans l'enquête.

Le plus grand nombre de commerçants enquêtés manipulait deux produits: le haricot et soit le sorgho ou la pomme de terre. Les camionneurs qui apportaient des produits au commerçant ont été le plus souvent mentionnés comme seuls fournisseurs. Pour tous les produits, zéro et 1.000 kilos étaient les estimations les plus souvent nommées comme stockées. Le temps de rotation modèle estimé pour les commerçants de pomme de terre était de sept jours. Pour les commerçants des autres produits, le temps de rotation fréquemment cité était de trente jours.

Le plus grand nombre de commerçants ouvrait six à sept jours par semaine, n'avait pas de moyens de transport et travaillait seul dans leurs magasins. La plupart des commerçants n'étaient pas propriétaires des magasins dans lesquels ils travaillaient. La capacité de stockage la plus fréquemment citée variait entre huit et neuf tonnes. La majorité des commerçants enquêtés achetaient leurs produits tout au long de l'année et non à la fin de la récolte. Ainsi la stratégie de vente de la plupart des commerçants est de vendre progressivement. La plupart des commerçants n'ont pas fait des contrats verbaux ni avec les fournisseurs ni avec les acheteurs et basaient leurs décisions de prix sur la disponibilité du produit sur le marché.

Le commerçant modèle effectuait des achats en gros, et aussi achetait des petites quantités du produit. La majorité des enquêtés font des ventes de détail et non des ventes en gros. Une large majorité de commerçants enquêtés ont déclaré avoir commencé leurs affaires en 1985 ou 1986.

### 3.4 Qui entrepose le haricot?

Un coup d'œil sur le mouvement mensuel des prix du haricot (du MINIPLAN) montre qu'entreposer ce produit est une opération à petit ou zéro profit de Janvier en Mai ou Juin. Cependant, c'est probablement durant la période de haute production que beaucoup de haricots sont vendus par les producteurs. Qui entreprend cette activité de stockage du haricot sans profits durant ces mois? Une réponse commence à émerger quand on combine les résultats de cette enquête avec ceux de l'enquête sur le stockage au niveau de la ferme. Chacun garde les haricots en stock mais pour une courte durée.

Des enquêtes sur le stockage domestique (Dr. DUNKEL et al., Mr DURNEZ et Mr DeJaegher, 1980) ont montré que les producteurs ne stockent pas le haricot plus de six mois après la récolte. En plus, ce qui est stocké dans ces quelques mois est probablement suffisant uniquement pour la consommation familiale et pour les prochaines semences. Il serait vrai cependant que quelques agriculteurs gardent du haricot deux ou trois mois après la récolte avant de le vendre. De ce fait ils doivent stocker. L'enquête hebdomadaire sur le niveau d'achat et de vente de l'agriculteur conduite par MSU/SESA devrait donner des éclaircissements globaux à cette question.

L'enquête sur les commerçants en question montre que des commerçants à différents niveaux dans le système de commercialisation entreposent aussi du haricot pour de courtes périodes. Des assembleurs peuvent stocker pour deux à trois mois des grossistes/détaillants de un à trois mois. Quelques camionneurs entreposent aussi le haricot. Prenant en considération la rotation relativement rapide, le coût de stockage ne joue probablement pas un rôle important dans la détermination des marges des commerçants.

En conséquence, nous remarquons que le haricot est stocké et entreposé pour des périodes courtes à chaque niveau de la chaîne de commercialisation. Producteurs, assembleurs, camionneurs, grossistes, détaillants, tous font du stockage du produit. La durée totale de ces périodes de stockage excède probablement celle de la vie des haricots sans ces conditions de stockage. Tous les maillons de la chaîne paraissent minimiser les risques en limitant la durée de stockage du haricot.

### 3.5 Commerçants Camionneurs.

La section 3.1 identifie trois types de marchands camionneurs. La discussion ici est centrée sur le second groupe identifié dans cette typologie qui est le commerçant camionneur avec un endroit fixe pour l'opération de détaillant et de grossiste. L'enquête fait remarquer que cette classe de commerçants camionneurs ne fait généralement pas des allées-retours. En effet, les véhicules sont généralement chargés lors du trajet menant à leurs magasins seulement, ce qui augmente considérablement les coûts de transport. Ainsi cette classe de camionneurs paie les coûts d'un aller retour avec ce qu'elle réalise en fournissant leurs magasins. Une opération commerciale avec ce genre d'opération requiert un grand volume pour être en mesure d'absorber le coût d'opportunité du capital investi dans l'achat et l'entretien du véhicule. Ceci serait la raison pour laquelle l'enquête montre que peu de commerçants avec des places fixes possèdent des moyens de transport. Le volume d'affaires de la plupart des commerçants ne serait pas suffisant pour payer le coût associé à la possession et à l'exploitation d'un véhicule, de même que la possession d'un magasin pourrait rendre l'opération plus coûteuse pour un camionneur avec le temps qu'il faut pour trouver des chargements à prendre dans l'autre direction parce que le magasin

requiert la présence d'une autre personne. Ceci est peut-être une raison pour la séparation apparente de la possession d'un magasin et d'un véhicule.

C'est généralement le grossiste /détaillant le plus longtemps installé qui possède des véhicules. Ceci est logique parce qu'il faut du temps pour obtenir une grande clientèle permanente et accumuler les capitaux nécessaires à investir. Rappelez-vous que pour le temps que le commerçant venait de passer dans les affaires, la durée moyenne fut de trois ans pour le haricot, cinq ans pour la pomme de terre, six ans pour le sorgho, le mode était d'une année (ou moins). Ainsi, un autre facteur qui influence le nombre de grossistes/détaillants qui possèdent des moyens de transport peut être que la plus part des commerçants n'ont pas encore passé le temps nécessaire dans le métier pour réunir les conditions pouvant permettre de s'acheter un moyen de transport.

### 3.6 Une hypothèse sur l'investissement dans le Commerce.

Le modèle de Michel Todaro de migration de la population rurale vers les zones urbaines est utilisé pour expliquer les investissements des commerçants dans Kibilizi et autres petits centres de négoce. Todaro émet l'hypothèse que les exploitants estimaient les revenus attendus de la migration sur une base d'un échantillon biaisé. C'est à dire qu'ils font contact plus souvent avec les individus qui ont réalisé une établissement réussie en ville, plus qu'avec les sans travail ou les gens trop pauvres pour visiter leurs parentés dans les zones rurales. De ce fait, ils ont la perception que les revenus attendus de la migration sont plus hauts que les revenus réellement inhérents à la migration.

De même, les commerçants potentiels dans les zones rurales seraient plus souvent confrontés aux commerçants qui ont réussi plutôt qu'à ceux qui ont surestimé les revenus attendus de l'activité commerciale en prenant la décision d'investir. A partir du moment où le capital est investi dans les installations, les commerçants pourraient mener une activité commerciale minimale, due au fait que le coût d'acquisition du capital est plus grand que sa valeur de récupération et que les profits marginaux associés au fait d'opérer à temps partiel sont plus grands que les coûts marginaux.

Comme exemple, tous les commerçants interviewé dans KIBUYE, à l'exception d'un seul, déclarent avoir été dans le commerce pour moins de deux ans. Si tel est réellement le cas (voir section 1.2 pour la discussion de ce problème), ceci signifie qu'il y a une très grande rotation de personnes engagées dans le commerce. Ceci donne plus de poids à l'hypothèse selon laquelle les commerçants potentiels surestiment leurs revenus probables issus de la commercialisation des produits agricoles, menant à un taux élevé des entrées et sorties dans les affaires.

Une explication alternative est que même si les profits peuvent être réalisés dans le commerce, les risques sont tellement grands que plusieurs personnes (spécialement celles avec une expérience limitée dans la gestion et/ou avec des fonds de roulement limités) abandonnent rapidement le commerce. En d'autres mots, la valeur attendue de l'activité commerciale peut être positive, mais avec des grands risques qui mènent à la faillite de plusieurs individus dont le capital ou l'expérience sont limités.

### 3.7 Questions pour la recherche future.

Selon les réponses obtenues lors de l'enquête, il y a un très haut degré de lancements dans le commerce des produits agricoles. S'il est vrai qu'il y a un grand nombre d'entrées, il est probable qu'il y ait aussi un grand nombre de départs. Les raisons justifiant ce taux élevé de rotation nécessitent une étude plus approfondie comme elles créent probablement d'inefficacités dans le système de commercialisation.

Les autorités communales prennent en ligne de compte certains facteurs pour fixer les jours de marché. Il est indispensable de recueillir plus d'information sur ces facteurs. La façon dont les taxes influencent le comportement des commerçants nécessite également des données supplémentaires pour une meilleure compréhension des contraintes et des alternatives du commerçant.

Plus d'informations sur les activités alternatives des commerçants les jours sans marché donneront aussi des éclaircissements utiles quant à la raison pour laquelle beaucoup de commerçants ouvrent seulement un ou deux jours par semaine. Des questions concernant les activités des commerçants les jours sans marché sont prévues dans la seconde enquête sur les commerçants.

## ANNEXE I.

-----

### Sources d'erreurs dans le recensement des commerçants.

-----

Le recensement des commerçants s'est effectué en parcourant les centres et en vérifiant la liste des produits se trouvant dans chaque magasin. L'objet était de dénombrer les magasins vendant les produits agricoles très consommés au Rwanda.

#### 1. Facteurs inflationnistes.

-----

A) Beaucoup de magasins étaient fermés. Si un magasin montrait des signes de commercialisation des produits agricoles (haricots éparpillés en face du magasin, sacs de haricot visibles à travers les fenêtres, bascule en face du magasin, etc...), il était compté. Il n'a pas été toujours facile de vérifier l'ampleur des activités de ces magasins. En fait, quelques uns de ces magasins pouvaient constituer des lieux de stockage supplémentaires pour d'autres commerçants récemment tombés en faillite, ou servir à d'autres types d'opérations qui par coïncidence avaient montré des signes d'un commerce de produits agricoles.

B) Parfois, deux individus opéraient sur différentes bascules juste en face d'un magasin. Chacune des bascules était comptée comme correspondant à un commerçant. Quelques-uns de ces individus ont déclaré être des employés travaillant pour un même commerçant. Parfois aussi ils étaient en définitive des opérateurs indépendants louant simplement des espaces en dehors du magasin. Il est peut-être vrai que plusieurs opérateurs indépendants déclareraient s'être mis d'accord et partageaient la même activité dans le but de réduire le fardeau des taxes.

C) Quelques magasins qui vendaient un grand nombre de produits manufacturés avaient deux ou trois sacs de haricots ou sorgho. Ces magasins étaient comptés comme vendant des produits agricoles. Quelques-uns de ces commerçants ont déclaré plus tard qu'ils gardaient simplement les sacs pour les amis. Ceci pouvait être le cas où ils spéculaient réellement sur le marché et avaient peur qu'un autre produit ne soit ajouté à la liste des produits taxables.

#### 2. Facteurs déflationnistes.

-----

A) Des magasins qui étaient fermés, et à propos desquels il était impossible de faire des suppositions quant aux activités commerciales n'étaient pas tenus en considération. Ces magasins pouvaient avoir acheté et vendu des produits agricoles.

B) Quelques commerçants vendant des produits agricoles peuvent n'avoir pas été situés dans le centre commercial. Dans ce cas, ils ne seraient probablement pas comptés.

C) Quelques commerçants interviewés ont dit qu'ils vendaient des produits agricoles qu'ils n'avaient pas actuellement en stock. Si le produit ou l'évidence de la présence du produit dans le passé (traces autour de la bascule ou en face du magasin) n'était pas visible, le magasin n'était pas compté comme commercialisant le produit.

## ANNEXE II

### Résumé du recensement des commerçants.

Les tableaux sur les pages suivantes résument les résultats du recensement des commerçants à Kibuye, Butare et à Ruhengeri. Des résultats détaillés ne sont pas inclus dans le recensement de Kigali parce que le centre commercial est trop vaste pour ce genre d'enquête. Les résultats à Kibungo ne sont pas inclus parce que le recensement n'a pas été effectué dans le plus grand centre commercial visité.

15

**SOMMAIRE DU RECENSEMENT DES COMMERÇANTS A BUTARE**

PRODUIT :	COMBINAISON DES PRODUITS ("X" INDIQUE LA PRESENCE DU PRODUIT)																												
HARICOT	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X																		
POMME DE TERRE			X	X								X	X	X	X	X	X	X											
SORGHO		X	X					X																					
FARINE DE SORGHO																X				X									
MAIS SEC																X													
FARINE DE MAIS														X	X				X	X									
ARACHIDES															X	X	X	X	X	X									
FARINE DE MANIOC															X				X	X									
FARINE DE BLE			X											X	X			X	X	X									
RIZ							X			X	X			X	X	X		X	X	X									
PETIT POIS						X	X				X	X	X	X	X		X	X	X	X									
PRODUITS MANUFACTURES						X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									
NOMBRE DE COMMERÇANTS AVEC COMBINAISON	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	13	3	2	2	1	1	1	1	4	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1

UN EXEMPLE DE LECTURE DU TABLEAU: La dernière colonne a deux lignes marquées avec "X", qui se trouvent dans la ligne pour le riz et dans la ligne pour les produits manufacturés. Les commerçants qui détenaient rien en stock sauf le riz et les produits manufacturés le jour du recensement figurent dans cette colonne. La ligne "NOMBRE DE COMMERÇANTS AVEC COMBINAISON" montre qu'il y avait uniquement un commerçant qui ne détenait que le riz et les produits manufacturés le jour du recensement.

SOMMAIRE DU RECENSEMENT DES COMMERÇANTS A KIBUYE																										
PRODUIT :		COMBINAISON DES PRODUITS ("X" INDIQUE LA PRESENCE DU PRODUIT)																								
HARICOT		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
POMME DE TERRE								X	X	X	X	X	X	X												
SORGHO								X	X	X	X	X				X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
FARINE DE SORGHO																					X					
MAIS SEC								X	X																X	
FARINE DE MAIS																										
ARACHIDES						X	X																			
FARINE DE MANIOC						X			X																X	
FARINE DE BLE										X																X
RIZ				X	X	X	X	X																X		X
PETIT POIS									X	X				X			X	X				X		X	X	X
PRODUITS MANUFACTURES	X		X					X	X		X	X		X	X	X				X	X	X	X	X	X	X
NOMBRE DE COMMERÇANTS																										
AVEC COMBINAISON		2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
																										4
																										2
																										1

UN EXEMPLE DE LECTURE DU TABLEAU: La dernière colonne a deux lignes marquées avec "X", qui se trouvent dans la ligne pour le farine de manioc et dans la ligne pour les produits manufacturés. Les commerçants qui détenaient rien en stock sauf le farine de manioc et les produits manufacturés le jour du recensement figurent dans cette colonne. La ligne "NOMBRE DE COMMERÇANTS AVEC COMBINAISON" montre qu'il y avait uniquement un commerçant qui ne détenait que le riz et les produits manufacturés le jour du recensement.



## ANNEXE III

=====

### Glossaire des termes utilisés dans ce document.

-----

Camionneur: Un commerçant qui possède un moyen de transport et qui s'occupe principalement du transport de marchandises, spécialement des produits agricoles. Trois catégories de camionneurs ont été identifiées dans l'enquête:

- 1° Ceux qui achètent, transportent et vendent immédiatement.
- 2° Ceux qui achètent, transportent jusqu'aux comptoirs de magasins et vendent progressivement sur les comptoirs.
- 3° Ceux enfin, qui achètent, transportent jusqu'aux dépôts et transportent encore plus tard pour vendre. Quand le texte se réfère à un camionneur sans autre spécification, cela signifie que le camionneur peut faire partie de l'une ou de l'autre catégorie.

Producteur: (agriculteur) Une personne qui gagne la majorité de ses revenus de la production et de la vente ou de la consommation des produits agricoles.

Petit assembleur: Un producteur ayant les moyens de faire des revenus supplémentaires en achetant de petites quantités de produits agricoles pour les vendre en grandes quantités aux commerçants.

Assembleur: Un commerçant avec un ou plusieurs comptoirs et qui en général vend, des quantités plus grandes que celles achetées.

Grossiste: Un commerçant avec un ou plusieurs comptoirs qui peut stocker ou pas pour de longues périodes et qui généralement achète et vend seulement en grandes quantités.

Détaillant: Un commerçant avec un ou plusieurs comptoirs qui généralement ne vend que de petites quantités aux derniers consommateurs.

Détaillant/Grossiste: Un commerçant avec un ou plusieurs comptoirs, d'ordinaire avec un grand stock disponible, qui vend en même temps aux derniers consommateurs et aux autres commerçants mais à un prix réduit pour les achats importants.

Assembleur/Détaillant: Un commerçant avec un ou plusieurs comptoirs, qui achète en petites quantités auprès des producteurs ou des petits assembleurs et qui vend en général, en petites quantités aux derniers consommateurs.

ANNEXE IV  
=====

-----  
CONDENSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE PAR PREFECTURE  
-----

Les cinq sections qui suivent résument les résultats de l'enquête pour chacune des préfectures incluses dans l'échantillon. Chaque section contient trois tableaux qui indiquent l'essentiel des variables critiques les plus importantes étudiées dans l'enquête. Le premier tableau de chaque préfecture présente les caractéristiques de chaque personne interrogée, mais qui ne sont pas en rapport avec les produits vendus. Prenant l'exemple du commerçant n°5 de Kibuye dans le tableau A4.1 nous voyons que son magasin est ouvert 7 jours par semaine, qu'il est détaillant et non grossiste, qu'il est dans ce métier depuis dix ans, qu'il n'est pas propriétaire d'un véhicule et qu'il n'engage aucun contrat verbal avec d'autres vendeurs ou acheteurs.

Le second des tableaux de chaque section étudie les caractéristiques spécifiquement en rapport avec les produits commercialisés par le commerçant interviewé; par exemple dans le tableau A4.2 le commerçant n°5 est spécifié comme possédant 300 Kgs de haricot, 10 kgs de sorgho et 80 kgs d'arachide. Si nous regardons la 4ème colonne de ce tableau nous voyons que le commerçant a estimé à 30 jours le temps nécessaire pour écouler son stock de haricot et de sorgho, et à 60 jours pour vendre ses arachides. Dans la colonne "rang" il est marqué que le commerçant considérait le haricot comme son article le plus important suivi par le sorgho et les arachides. La dernière colonne indique où et chez qui le commerçant a l'habitude d'acheter ses produits. Par conséquent les deux premiers tableaux de chaque section fournissent aux lecteurs "un coup d'oeil" sur le sommaire des caractéristiques de chaque commerçant interviewé. Le dernier tableau de chaque préfecture fournit la moyenne des revenus bruts estimés par mois sur chaque produit et permet au lecteur de faire une comparaison entre les produits. L'approche d'estimation de ces revenus est présentée dans l'introduction.

#### A4.1 KIBUYE.

-----

Kibuye abrite une petite ville qui sert de quartier administratif. En se basant sur le recensement des commerçants de Kibuye-ville, nous n'avons compté que 13 commerçants qui faisaient le commerce des produits vivriers (denrées alimentaires) Parmi eux 10 étaient spécialisés dans les produits manufacturés à savoir: savons, allumettes, lait en poudre, etc.. accompagné d'un commerce secondaire d'un petit nombre de produits vivriers (comme le riz ).

Trois commerçants faisaient le commerce du haricot, mais deux d'entre eux ont refusé d'être interviewés. L'enquêteur a épuisé toutes possibilités de trouver plus d'interviews mais malheureusement il n'a eu qu'une seule. C'est ainsi qu'il a été décidé de conduire l'enquête sur l'un des grands centres de négoce de Kibuye "Kibilizi" qui se trouve approximativement à 20 km à l'est de Kibuye-ville. Il comptait 48 magasins, 20 d'entre eux commercialisaient le haricot, tandis que 17 commercialisaient le sorgho ou la farine de sorgho et 11 qui commercialisaient la pomme de terre . Un total de 6 interviews a été mené au centre de Kibilizi, qui est probablement devenu un centre très important de Kibuye à cause de son emplacement tout près de l'école secondaire et centre administratif de RUBENGERA qui se trouvent à peu près à 1 Km de Kibilizi. Afin de condenser nos discussions, la seule personne interviewée dans la ville de Kibuye est incluse dans l'analyse des commerçants de Kibilizi. Les tableaux A4.1 et A4.2 résumant ci-dessous quelques principales caractéristiques de tous ces commerçants .

Tableau A4.1

Caractéristiques générales des commerçants de Kibuye.

COMMERCANT NUMERO	NBRE DE JRS/SEM OUVRABLES	DETAIL.	GROSSISTE	ANNEES DANS AFFAIRES	PROPRIETAIRE MOYEN DE TRANSPORT	CONTRAT
1	2	Oui	Non	1	Non	Non
2	6	Oui	Non	1	Non	Non
3	2	Oui	Oui	2	Non	Non
4	7	Oui	Non	10	Non	Non
5	6	Oui	Non	1	Non	Non
6	2	Oui	Non	1	Non	Non
7	2	Oui	Non	1	Non	Non

EXPLICATION DU TABLEAU A4.1.

Le tableau A4.1 donne le nombre de jours que le commerçant ouvre et depuis combien d'années le commerçant a commencé son métier. Il montre aussi si le commerçant est propriétaire ou pas d'un (des) véhicule(s) et s'il engage un (des) contrat(s) avec les acheteurs ou les fournisseurs.

Tableau A4.2  
Caractéristiques sélectionnées des commerçants de  
Kibuye par produit.

COM-MERCANT	PRODUIT	KILOS en Stock	Jrs pr Liquider	Rang	Moyen d'obtention
1	Haricot	100	30	1	Camionneur
1	Sorgho	100	14	2	Camionneur
1	Pois	50	7	3	Camionneur
2	Haricot	400	30	1	Assembleur
3	Haricot	100	30	1	Producteur
4	Haricot	300	30	1	Producteur
4	Sorgho	10	30	2	Prod/Camionneur
4	Arachide	80	60	3	Camionneur
5	Haricot	400	90	1	Product/Camionneur
5	Sorgho	50	7	2	Product/Camionneur
5	Pois	40	60	3	Producteur
5	P.de T	700	7	4	Producteur
6	Haricot	100	7	1	Producteur
6	Sorgho	20	7	2	Producteur
6	P.de.T	200	3	3	Product/Camionneur
7	Sorgho	100	60	1	Producteur

EXPLICATION DU TABLEAU A4.2:

Quantité en stock: a été estimée suivant le nombre de kilos que le commerçant supposait avoir le jour de l'interview.

Temps de liquidation du stock: on se référerait au nombre de jours (calendriers) que le commerçant estimait que ça lui prendra pour liquider son stock et cela à partir du jour où l'interview a eu lieu.

Rang: est l'ordre d'importance que le commerçant attribuait au produit en tenant compte de sa capacité totale de stockage.

Moyen d'acquisition: est la façon dont le commerçant s'approvisionnait en tel ou tel produit.

Sur les sept commerçants interviewés, cinq ont choisi leur place d'opération tout simplement parce qu'elle était tout près de leur domicile.

Aucun des sept n'avait son propre moyen de transport. Trois seulement utilisaient un membre de famille dans leurs activités commerciales. Un employait un travailleur salarié.

Aucun des commerçants interviewés n'avait eu de contrat avec un fournisseur ou un client.

Les commerçants possédaient un petit stock de haricot et sorgho et connaissaient des rotations de stock moins fréquentes que les commerçants de pomme de terre. La moyenne par mois des bénéfices estimée figure dans le Tableau 2.3 ci-dessous (voir l'introduction afin de voir comment le calcul a été fait).

Tableau A4.3

La moyenne des revenus bruts mensuelles estimés  
par produit.

PRODUIT	REVENU BRUT
Haricot.....	892 Frw
Sorgho.....	437 Frw
Pomme de terre.....	31333 Frw

Comme on le voit, la moyenne estimée des revenus bruts pour la pomme de terre est beaucoup plus élevée que celle des deux autres produits à Kibuye. En plus, le commerçant avec le revenu brut le plus bas pour la pomme de terre reçoit presque le double par rapport au commerçant avec le revenu brut le plus élevé pour le haricot ou le sorgho. La différence entre les moyennes de la marge brute (revenu brut par kilo) pour les trois produits vivriers est de 0.67; la marge brute pour la pomme de terre est la plus basse. Les phénomènes ressortent de la comparaison entre les marges brutes ne sont pas reflétés dans les différences entre les revenus bruts.

La moyenne de la marge brute pour le haricot était de 3,66 Frws, de 4 pour le sorgho et 3,33 Frw pour la pomme de terre. Cette différence entre les revenus brutes mensuels est due à ce que la pomme de terre est plus vite écoulee que les deux autres denrées. Malgré l'existence des différences dans le moyen des revenus bruts par mois, on constate que sur les trois commerçants interviewés un seul considérait la pomme de terre comme étant son principal produit. (Cela était par défaut; la pomme de terre était son unique produit). Cela indique que la pomme de terre n'est pas significativement plus profitable que les deux autres produits. On peut justifier cette position par deux arguments.

Premièrement, malgré que les marges brutes soit à peu près les mêmes pour les trois produits, les marges nets pour la pomme de terre sont probablement inférieurs que pour les deux autres produits. Les commerçants de Kibuye ne quittaient pas leur lieu de vente afin d'obtenir le sorgho et le haricot mais par contre ils en étaient obligés pour aller chercher la pomme de terre chez le producteur ou l'assembleur. De la sorte, le prix d'achat pour la pomme de terre n'inclut pas tout le temps les coûts de transport ou d'assemblage, ce qui influence le prix rapporté par le commerçant. Deuxièmement, les pertes sur la pomme de terre sont probablement plus élevées que pour les deux autres produits.

Deux commerçants de pomme de terre ont avancé les pertes de stockage comme étant un grand problème mais aucun commerçant de sorgho et de haricot n'a mentionné ce problème. Les pertes dues aux dégâts ou à la pourriture de la pomme de terre sont enregistrées sur le compte du commerçant.

Cependant nous ne pouvons pas dire que le commerçant fait beaucoup plus de profits sur la pomme de terre que sur les autres produits. Avec les données dont on dispose, nous pouvons avancer l'hypothèse que le coût de commercialisation de la pomme de terre entre le producteur et le consommateur est plus élevé que le coût de commercialisation du haricot et du sorgho parce que les revenus bruts estimés par mois pour la pomme de terre sont plus élevés que pour les deux autres produits.

Cette formule n'est pas définitive, c'est seulement une hypothèse. Ainsi on peut dire que plus de spécifications sur cette formule qui compare les coûts de commercialisation entre les produits ne peuvent être développées sans une série des prix de consommation et une série des prix reçus par le producteur. Le SESA commence à développer les séries pareilles pour le haricot et sorgho mais pas pour la pomme de terre.

Les marchés de Kibuye ne sont pas développés en terme de rentabilisation du capital. Quatre des sept commerçants interviewés ont affirmé qu'ils ouvraient seulement deux jours par semaine. Donc, leur investissement (location magasin, établissement du stock) n'apport rien les autres jours de la semaine. Les commerçants peuvent être des acteurs rationnellement économiques à condition que les bénéfices marginaux associés à d'autres jours ouvrables ne dépassent pas les coûts marginaux. Est-il rationnellement efficace? Ce serait possible si le nombre de jours où a lieu le marché désigné par les autorités communales est sous optimal, ce qui ferait qu'on trouve les grandes activités commerciales les jours du marché. Ces volumes peuvent attirer un investissement du capital qui qui n'est pas utilisé que pendant les jours du marché. Il est peut être significatif de noter que trois interviewés possédaient leurs propres magasins. Sur les trois, deux ouvraient deux jours par semaine.

Le model de Michel TODARO de la migration de la population rurale vers la ville peut être utile pour expliquer les investissements des commerçants de Kibuye. (Voir la section 4.6 pour une discussion complète de cette hypothèse).

Avec une seule exception, tous les commerçants interviewés ont signalé qu'ils se trouvaient dans les affaires moins que deux ans. Si ce résultat mérite d'être crû (voir la section 1.2 sur la discussion des problèmes avec cette question) cela porte à dire qu'à Kibuye les personnes qui s'occupent du commerce changent assez rapidement (voir conclusions pour une discussion plus ample sur ce phénomène).

## A4.2 BUTARE.

Soixante magasins des produits agricoles ont été inventoriés dans le centre-ville de Butare. Parmi eux, quarante quatre vendaient la pomme de terre avec une tendance à vendre d'autres produits agricoles comme le riz, les arachides et plusieurs sortes de farine. Seize magasins disposaient du haricot, dix sept magasins renfermaient du sorgho non-moulu, quatorze vendaient la pomme de terre. Un commerçant vendait du maïs, six magasins avaient du pois. L'annexe II donne les détails sur ce recensement. Neuf interviews au total ont été réalisés.

Tableau A4.4

-----  
Caractéristiques générales des commerçants de Butare.  
-----

Commerçant N°	Jours ouvr. semaine	Détail- lant	Gros- siste	Année dans les affaires	Cam- ionneur	Contrats
1	7					
2	7	Oui	Oui	26	Oui	Oui
3	7	Non	Oui	26	Oui	Oui
4	5	Oui	Oui	2	Non	Non
5	5	Oui	Oui	<1	Non	Non
6	6	?	?	9	Oui	Non
7	6	Oui	Oui	10	Non	Non
8	6	Oui	Non	<1	Oui	Non
9	6	Oui	Non	7	Non	Non
		Oui	Non	3	Non	Oui

### EXPLICATION DU TABLEAU A4.4.

Le tableau A4.4 donne le nombre de jours que le commerçant ouvre et depuis combien d'années le commerçant a commencé son métier. Il montre aussi si le commerçant est propriétaire ou pas d'un (des) véhicule(s) et s'il engage un (des) contrat(s) avec les acheteurs ou les fournisseurs.

Tableau A4.5

Caractéristiques sélectionnées des commerçants de Butare par produit

Commerçant	Produit	Kilos en Stock	Jours pr Liquider	Rang	Moyen d'obtention
1	Haricot	100000	60	1	Assembleurs
1	Sorgho	30000	30	2	Assembleurs
2	Haricot	3000	?	1	Assembleurs
2	Sorgho	4000	30	2	Assembleurs
2	P.de T	0	N/A	3	Assembleurs
3	P.de T	1000	1	1	Camion/Ass.
3	Haricot	200	30	2	Camionneur
3	Arachide	80	30	3	Camionneur
4	Haricot	2000	4	1	Camionneur
4	Sorgho	0	N/A	2	Camionneur
5	Haricot	18000	20	1	Camion/Ass
5	P.de T	0	N/A	2	Assembleur
5	Sorgho	0	N/A	3	Camion/Ass
6	Haricot	5000	150	1	Camionneur
6	P.de T	3000	2	2	Camion/Ass
7	Haricot	3000	60	1	Camion/Ass
7	Sorgho	0	N/A	2	Camionneur
8	P.de T	10000	7	1	Camionneur
9	Sorgho	1000	30	1	Camionneur

EXPLICATION DU TABLEAU A4.5

Kilos en stock: veut dire le nombre de kilos que le commerçant estimait avoir en main le jour de l'enquête.

Temps de liquidation du stock: le nombre de jours (calendriers) que le commerçant compte utiliser pour liquider son stock actuel.

Rang: est l'ordre d'importance que le commerçant attribuait au produit suivant la capacité totale de stockage.

Moyen d'obtention: signifie comment le commerçant s'approvisionne d'ordinaire.

Sept des neuf commerçants interviewés dans Butare ont choisi le centre commercial comme lieu d'affaires en raison du nombre de clients disponibles. Deux commerçants ont misé sur la disponibilité des magasins à louer comme critère dans leur processus de décision. Seul un commerçant a dit qu'il a choisi Butare parce qu'il vivait près du centre.

Quatre des interviewés possédaient leurs propres moyens de transport. Tous ouvraient 5 à 7 jours par semaine. Six des commerçants enquêtés avaient d'autres personnes qui les aidaient dans leurs activités commerciales. Un commerçant (qui vendait à la fois le haricot, sorgho et pomme de terre) avait mené des négociations verbales pour déterminer le prix et les quantités avec les acheteurs potentiels.

Parmi les enquêtés qui disposaient d'un stock lors de l'interview, les commerçants de haricot et sorgho avaient tendance à avoir un plus grand stock et une plus longue période de rotation que les commerçants de pomme de terre. Un grand pourcentage (3 sur 6) de commerçants de sorgho n'avaient pas de stock de ce produit au moment de l'enquête. Parallèlement, deux commerçants de pomme de terre n'avaient pas de stock. Notez que les commerçants avec ayant un stock de pomme de terre vendaient le produit en grandes quantités.

Deux facteurs ont rendu difficile le calcul de la moyenne des revenus estimés par produit (voir l'introduction pour la définition de ce vocable). Premièrement, les commerçants sans stock avaient un revenu brut par mois égal à zéro. Pour inclure ceci et pour toujours présenter une image de ce qui arrive avec les commerçants plus actifs dans le commerce, deux colonnes, une incluant et l'autre excluant les commerçants avec stock zéro sont présentées dans le tableau A4.6. En second lieu, quelques commerçants vendaient à la fois en gros et en détail avec un prix différent (plus bas) pour les ventes en gros. Quand les deux types d'opérations sont menées plus d'une fois par mois, les deux différentes marges (généralement la différence si elle existe était de 1/2 Frws par kilo) sont utilisées pour faire la moyenne.

Tableau A4.6

La moyenne des revenus bruts estimés par mois dans Butare

Produit	Revenus bruts	
	Commerçants avec stock(n)	Tous Commerçants(n)
Haricot	-166Frw(6)	-166Frw(6)
Sorgho	35000Frw(2)	7000Frw(5)
P.de Terre	29643Frw(3)	17785Frw(5)

Le tableau A4.6 montre que la moyenne de la marge brute estimée pour les commerçants de haricot est de - 166 Frw (négative). Ceci

était dû au fait que le commerçant avec le plus grand stock pensait qu'il allait livrer le produit avec une perte de 3 Frw par kilo sur l'ensemble de son stock. Cette perte prévue était tellement grande que la somme des marges brutes pour tous les commerçants de haricot était négative, rendant ainsi la moyenne négative. Cette situation serait une indication que les grands commerçants prennent plus de risques que les petits à cause de leur capacité d'absorber les pertes. Le commerçant de haricot en question pourrait même dans le futur avoir des gains substantiels à partir des opérations similaires. En plus, ceci indique que les commerçants endurent au moins une partie du fardeau de la stabilisation des prix dans Butare.

Sans ce commerçant, la moyenne brute estimée pour les commerçants de haricot dans Butare serait de +24.833 Frw (positive). Cette valeur est à peu près comparable à celle des deux autres produits étant donné la dimension réduite de l'échantillon et les erreurs des commerçants dans l'estimation des quantités en stock et de la période de rotation. Pourquoi les revenus bruts estimés par mois pour les commerçants qui font un profit sont-ils similaires entre les trois produits? La marge brute du haricot et du sorgho était plus grande que celle de la pomme de terre mais ceci a été atténué par les plus grandes ventes réalisées pour la pomme terre.

Le centre commercial de Butare est mieux établi et sophistiqué que les autres centres visités au cours de cette enquête. Ceci est démontré par le fait qu'une large proportion de commerçants interviewés dans Butare étaient dans les affaires pendant plusieurs années et que leur installation était beaucoup plus développées en termes de capacité de stockage et de moyens de transport. Un autre facteur en faveur de cette impression générale est qu'au moins un commerçant dans Butare a commencé à travailler sur base des contrats avec ses clients. Ceci est un mécanisme qui réduit le risque. Avec un prix assuré, le commerçant peut aller aux assembleurs pour faire les achats sachant bien les profits qu'il entend réaliser. Ce type de procédure n'élimine pas complètement le risque parce que les contrats tels que pratiqués au Rwanda ne sont pas toujours respectés.

Il y a plusieurs facteurs qui contribuent à la relative complexité des commerçants de Butare. Premièrement, Butare fut l'un des premiers centres urbains à se développer au Rwanda. En conséquence, les commerçants là-bas ont eu un temps suffisant pour développer les opérations commerciales reconnues, pour développer les procédures d'opérations standard, des contrats, et des fonds de roulement suffisants. Deuxièmement, comme il est le second centre urbain le plus peuplé du Rwanda, Butare permet à beaucoup de commerçants d'ouvrir des magasins sans interruption à cause des volumes plus grands des marchés potentiels. Troisièmement, Butare est bien intégré dans l'infrastructure routière du Rwanda. Quatrièmement enfin, le nombre de commerçants qui ont mentionné la variabilité des prix comme un problème peuvent indiquer qu'ils sont relativement mieux situés dans d'autres domaines et pour maximiser leurs profits ils se concentrent aux mouvements des prix.

### A4.3 RUHENGERI

Quarante sept magasins qui vendaient des produits agricoles ont été recensés dans le centre-ville de Ruhengeri. Vingt huit de ces magasins étaient spécialisés en produits manufacturés avec quelques produits agricoles ensachés en petites quantités (riz, farine et arachides). Quelques commerçants employaient des travailleurs salariés pour la vente de haricot, sorgho et pois sur le véranda du magasin. Au cours de l'enquête, il était difficile de distinguer si ces personnes de l'extérieur étaient des associés ou non. Cependant les commerçants qui ont été identifiés comme associés ont été enregistrés sur une même opération.

Vingt des magasins recensés vendaient des haricots. Cinq commerçants vendaient le sorgho, neuf enquêtés commercialisaient la pomme de terre, huit vendaient du pois tandis qu'un commerçant s'occupait du maïs. Huit interviews au total ont été récoltées dans la préfecture de Ruhengeri.

Tableau A4.7

Les caractéristiques générales des commerçants de Ruhengeri

Commerçant Numéro	Jrs Ouvr p/semaine	Détail	Gross	Nbre Ann ds/Aff	Prop Camion	Contrats
1	7	Oui	Non	<1	Non	Non
2	7	Oui	Non	<1	Non	Non
3	2	Oui	Non	2	Non	Non
4	7	Oui	Non	<1	Non	Non
5	2	Oui	Non	<1	Non	Non
6	5	Oui	Non	1	Non	Non
7	7	Oui	Non	3	Non	Non
8	6	Oui	Non	13	Oui	Non

#### EXPLICATION DU TABLEAU A4.7.

Le tableau A4.7 donne le nombre de jours que le commerçant ouvre et depuis combien d'années le commerçant a commencé son métier. Il montre aussi si le commerçant est propriétaire ou pas d'un (des) véhicule(s) et s'il engage un (des) contrat(s) avec les acheteurs ou les fournisseurs.

Tableau A4.8

Caractéristiques sélectionnées des commerçants de Ruhengeri  
par produit

Commerçant	Produit	Kilos en Stock	Jrs pr Liquider	Rang	Moyen d'obtention
1	P.de.T	1000	7	1	Camionneurs
2	P.de.T	2000	7	1	Camion/Produc
2	Arachide	150	45	2	Camion/Produc
3	Haricot	2000	40	?	Camion/Produc
3	P.de T	10000	?	?	Camion/Produc
3	Pois	500	20	?	Camion/Produc
4	P.de T	500	2	1	Camion/Produc
5	Haricot	2000	65	1	Camionneurs
5	Sorgho	100	10	?	Camion/Produc
5	Pois	100	3	3	Camionneurs
6	Haricot	4000	60	1	Camionneurs
6	Pois	1000	13	2	Camionneurs
7	Sorgho	1000	60	1	Camionneurs
7	Haricot	1000	50	2	Camionneurs
7	Pois	0	0	3	Camionneurs
8	Haricot	4000	90	1	Product/Ass.
8	Pois	800	150	2	Product/Ass.
8	Sorgho	0	0	3	Camionneurs
8	Arachide	200	90	4	Assembleurs
8	P.de.T	1000	7	5	Assembleurs

EXPLICATION DU TABLEAU A4.8

Kilos en stock: sont estimés en tenant compte des kilos que le commerçant avait dans son stock au moment de l'interview.

Nombre de jours pour liquider: sont estimés en se basant sur le nombre des jours (calendriers) que le commerçant supposait que ça lui prendra pour liquider son stock.

Rang: est l'ordre d'importance que le commerçant attribue au produit en tenant compte de la capacité totale de stockage.

Moyen d'obtention: est comment le commerçant s'approvisionne en tel ou tel produit.

Des huit commerçants interviewés dans Ruhengeri, cinq ouvraient plus de cinq jours par semaine, un était propriétaire d'un véhicule, deux utilisaient des membres de famille dans leurs affaires et quatre louaient des travailleurs salariés parce qu'ils n'avaient pas de membres de famille pour les aider. Aucun des enquêtés n'était propriétaire du magasin et ne possédait de magasins ailleurs. Tous les commerçants interviewés ont affirmé que leur stratégie était de vendre progressivement au cours de l'année et d'acheter progressivement au cours de l'année ou de concentrer les achats à la saison de récolte. Aucun des commerçants n'utilisait des produits de conservation et aucun des candidats n'avait engagé des contrats avec ses acheteurs ni avec ses fournisseurs. Sept commerçants ont signalé qu'ils basaient leurs décisions de prix sur la disponibilité du produit sur le marché. Quatre commerçants ont affirmé qu'ils avaient commencé les affaires en 1986. Un a commencé en 1985, un autre en 1984, un autre en 1983 et un en 1973.

Les commerçants de haricot et de pomme de terre avaient à RUHENGERRI tendance à avoir des stocks plus importantes (en termes de kilos). A juger à partir du nombre de commerçants engagés dans la commercialisation du pois, ce produit peut être considéré comme très important dans la préfecture de Ruhengeri plus que dans les autres préfectures. Les quantités en stock pour le pois et le sorgho tendaient à être plus basses que celles de haricot et de pomme de terre. Comme dans d'autres préfectures, la pomme de terre connaissait une rotation plus rapide que les autres produits. Le haricot et sorgho qui sont classés respectivement deuxième et troisième au niveau de la moyenne des rotations estimées, qui sont de 35 et 46 jours pour les commerçants avec un stock. Pour les commerçants de haricot, la moyenne des rotations estimées est de 63 jours.

Comme dans Butare, quelques commerçants dans Ruhengeri n'avaient pas de stock lors du passage de l'enquêteur. Jusqu'ici les revenus bruts estimés par mois sont présentés pour les commerçants avec un stock et ceux sans stock. Un commerçant de pomme de terre avait un large stock qui était en mauvais état et ne savait pas comment l'écouler. Ce marchand est exclu dans le calcul de la moyenne des revenus bruts par mois. Il faut noter que ce calcul ne tient pas compte des risques dus aux pertes de stockage.

Tableau A4.9

La moyenne des revenus bruts estimés par mois dans Ruhengeri

Produit	Revenus bruts	
	Commerçants avec stock(n)	Tous Commerçants(n)
Haricots . . . . .	-267Frw(5)	-267 Frw(5)
Pois . . . . .	-310Frw(4)	-248 frw(5)
Sorgho . . . . .	900Frw(2)	600 Frw(2)
P.de terre.....	9380Frw(4)	7504 Frw(5)

Le tableau A4.9 montre que les commerçants (en moyenne) de haricot et pois avaient planifié de perdre sur leur stock existant. Le commerçant qui a combiné une large estimation du stock avec une large estimation de ventes par jour planifiait de perdre 3frw par kilo de haricot à cause de la fluctuation des prix. Le même commerçant avait aussi la plus haute estimation de ventes de pois par jour et acceptait la perte de 1 Frw par kg. Un autre commerçant avec une large estimation des quantités vendues par jour pour le haricot et le pois livrait les produits avec une marge brute nulle.

Un commerçant de pomme de terre avait décidé d'écouler son stock de 10.000 kilos qu'il avait acheté à 9 frw le kilo 1 frw en dessous du prix de vente du moment. Son problème provenant du fait qu'il n'a pas voulu vendre au prix plus bas que celui auquel il avait acheté. Si on inclut sa perte totale dans le calcul de la moyenne des revenus bruts estimés par mois, nous obtenons une perte moyenne de 10.496 frw par mois pour les cinq commerçants. S'il avait vendu au taux normal de 8 frw/kilo et au taux de la moyenne des ventes estimée à 195 kilos par jour, ainsi sa perte totale par mois aurait été de 5.850 frws, ce qui diminuerait la moyenne des bénéfices bruts par mois à 6.834 frw pour les cinq commerçants de pomme de terre.

Rappelons que la pomme de terre est radicalement différente des autres produits rencontrés au cours de l'enquête. Quelle que soit la façon dont la moyenne des bénéfices bruts est calculée par mois, la commercialisation de la pomme de terre coûte plus chère pour le Rwanda (soit sous forme de coût + profit pour le commerçant, soit sous forme de coût + perte pour le commerçant) que les autres denrées agricoles. Les risques dus à la perte lors du stockage sont probablement la plus grande cause des différences entre les coûts de commercialisation et les autres denrées.

Les commerçants des produits vivriers de Ruhengeri sont apparemment plus sophistiqués que les commerçants interviewés à Kibuye mais moins développés que ceux de Butare. Ceci s'explique par un nombre de commerçants qui sont relativement nouveaux dans le métier et le manque de commerçants propriétaires de moyens de transport ayant des contrats. Cependant un grand nombre de commerçants interviewés dans Ruhengeri ouvraient toute la semaine, ce qui n'était pas le cas pour Kibuye.

#### A4.4 KIBUNGO

Contrairement aux autres préfectures où les interviews sont menées dans un seul centre commercial, la préfecture de Kibungo a été visitée en trois endroits, à savoir: CYASEMAKAMBA, KABARONDO et RWAMAGANA parce qu'on a manqué suffisamment d'enquêtés sur un seul centre. Le recensement de magasins a été effectué dans les deux premiers centres. On a trouvé 38 magasins en tout dont 8 spécialisés en produits manufacturés avec cependant quelques produits vivriers comme l'arachide et le riz. Neuf magasins manipulaient du haricot et trois du sorgho.

Tableau A4.10

Caractéristiques générales des commerçants de Kibungo.

Commerçant N°	Jrs Ouvr. semaine	Détail- lant	Gros- siste	Ann/ s/aff	Propre Camion.	Contrat
1	6	Oui	Non	1	Non	Non
2	2	Oui	Non	<1	Non	Non
3	2	Oui	Oui	4	Non	Oui
4	1	Oui	Oui	1	Non	Non
5	5	Oui	Oui	1	Oui	Oui
6*	6	Oui	Oui	11	Non	Oui
7	6	Oui	Oui	2	Oui	Non

Le Commerçant N°6 est une Coopérative.

#### EXPLICATION DU TABLEAU A4.10.

Le tableau A4.10 donne le nombre de jours que le commerçant ouvre et depuis combien d'années le commerçant a commencé son métier. Il montre aussi si le commerçant est propriétaire ou pas d'un (des) véhicule(s) et s'il engage un (des) contrat(s) avec les acheteurs ou les fournisseurs.

Tableau 2.11

Caractéristiques sélectionnées des commerçants de Kibungo

Commerçant	Produit	Kilos en Stock	Jrs pr Liquider	Rang	Moyen d'obtention
1	Haricot	1000	50	1	Assembleur
1	P.de.T	50	7	1	Camionneur
2	Haricot	100	7	1	Assembleur
2	P.de.T	300	7	2	Camionneur
3	Haricot	15000	?	1	Producteur
3	Sorgho	0	N/A	2	Assembleur
4	Haricot	1000	15	1	Producteur
4	Sorgho	0	N/A	2	Producteur
5	Haricot	5000	1	2	Producteur
5	Sorgho	300	1	1	Producteur
6	Haricot	10518	90	2	Camionneur
6	Sorgho	1318	90	1	Camionneur
6	Arachide	0	N/A	3	Camionneur
7	Haricot	2000	6	1	Assembleur

Commerçant N° 6 est une coopérative

EXPLICATION DU TABLEAU 2.11

Kilos en stock: il s'agit du nombre de kilos que le commerçant détenait au moment de l'interview.

Nombre de jours pour liquider: est l'estimation faite par le commerçant pour indiquer le temps d'épuisement du stock.

Rang: est l'ordre attribué au produit sur base de la capacité totale du stockage du commerçant.

Moyen d'acquisition: est la façon avec laquelle le commerçant s'approvisionne en tel ou tel produit.

Il faut noter que quelques commerçants avaient un taux d'écoulement élevé, pendant que d'autres avaient un taux de vente bas. Tous les commerçants ont été interviewés afin d'estimer combien de temps il leur faut pour liquider leurs stocks et sans incorporer les achats futurs dans l'estimation. La différence du taux d'écoulement est probablement due aux facteurs suivants: le niveau des activités commerciales sur le marché (rappelons que les interviews à Kibungo ont été conduites dans trois différents endroits), l'emplacement du lieu par rapport à la ville et d'autre part cela dépendait du fait que le commerçant est grossiste ou détaillant.

Cinq des enquêtés dans Kibungo ont choisi leurs centres commerciaux parce qu'ils habitent soit le centre, soit les environs. Un seul commerçant utilisait quelqu'un de sa famille dans ses activités commerciales et seulement une personne employait des ouvriers salariés dans son magasin. Trois commerçants sur les sept interviewés avaient des contrats dont un avec un fournisseur pour le prix et pour la quantité et deux autres avec les acheteurs dont un contrat de prix et prix-quantité avec l'autre).

Les interviewés avaient des stocks de haricot et de sorgho plus importants que ceux de pomme de terre. Les bénéfices moyens estimés par mois pour chaque produit sont repris dans le tableau A4.12 ci-après (voir section de méthodes au commencement de ce chapitre pour une description de la façon dont les estimations ont été calculées)

Tableau A4.12

La moyenne des revenus bruts estimés par mois et par produit.

Produit	Revenu brut	
	Commerçants avec stock(n)	Tous commerçants(n)
Haricot .....	-199860Frw(6)	-199860Frw(6)
Sorgho .....	14257Frw(2)	7129Frw(4)
P.de Terre.....	4935Frw(2)	4935Frw(2)

Remarquez que dans le tableau A4.12, les bénéfices bruts estimés pour le haricot sont négatifs. Ce résultat vient du fait que le commerçant qui détenait le plus grand stock de haricot pensait livrer son produit avec une perte de 15 Frw/Kg (il avait acheté le haricot au prix officiel alors que ses collègues n'avaient pas fait de même). Sans ce seul commerçant, les bénéfices moyens estimés seraient de 60.138 Frws pour le haricot, ce qui serait relativement plus élevé que pour les deux autres produits.

Comme on peut s'y attendre dans des régions de surproduction, les commerçants (spécialement ceux qui commercialisent le haricot et le sorgho) semblent s'intéresser des produits provenant directement des agriculteurs ou des petits assembleurs. Cette fonction est probablement le fait que les marchés de Kibungo sont relativement éparpillés. Un contact direct avec les fermiers dans leur région permet à deux commerçants de développer leurs contrats. Cela peut indiquer qu'une activité similaire peut se rencontrer dans d'autres régions pour les assembleurs.

## A4.5 KIGALI

L'enquête en préfecture de Kigali a été menée sur deux centres commerciaux différents à noter: Kicukiro et Centre-ville. Kicukiro a été choisi à cause d'un commerçant qui a collaboré correctement lors du pré-test. Sept autres enquêtés ont été triés dans le Centre-ville afin de constituer un échantillon de huit commerçants des produits vivriers. Il a été pratiquement difficile de faire un recensement des magasins vu la taille et la complexité du Centre-ville ainsi que le temps matériel imparti pour faire cette enquête.

Tableau A4.13.

Caractéristiques générales des commerçants de Kigali

Commerçant N°	Jrs ouvrables /semaine	Détaill	Gross	Années Aff	Propre Camion	Contrat
1	7	Oui	Oui	1	Oui	Non
2	5	Non	Oui	1	Oui	Non
3	1	Oui	Oui	8	Oui	Non
4	5	Non	Oui	1	Non	Non
5	5	Oui	Non	1	Non	Non
6	6	Oui	Oui	1	Oui	Non
7	5	Oui	Non	1	Non	Non
8	7	Oui	Oui	1	Non	Non

EXPLICATION DU TABLEAU A4.13.

Le tableau A4.13 donne le nombre de jours que le commerçant ouvre et depuis combien d'années le commerçant a commencé son métier. Il montre aussi si le commerçant est propriétaire ou pas d'un (des) véhicule(s) et s'il engage un (des) contrat(s) avec les acheteurs ou les fournisseurs.

Tableau 2.14

Caractéristiques sélectionnées des commerçants de Kigali

Commerçant	Produit	Kilos en stock	Jrs pr Liquidier	Rang	Moyen d'obtention
1	Haricot	500	30	1	Camionneurs!
1	P.de.T	0	NA	2	Assembleurs!
1	Pois	1000	100	3	Camionneurs!
2	Haricot	80000	?	1	Assembleurs!
2	Arachide	70000	?	2	Assembleurs!
3	Haricot	15000	7	1	Camionneurs!
3	Sorgho	4000	4	3	Camionneurs!
3	P.de.T	4000	6	2	Camionneurs!
4	Haricot	20000	45	1	Camionneurs!
4	Sorgho	200	7	2	Camionneurs!
5	Haricot	8000	40	1	Camionneurs!
5	P.de.T	1500	4	2	Camionneurs!
6	Haricot	3000	14	2	Camionneurs!
6	P.de.T	5000	3	1	Camionneurs!
7	Haricot	2000	10	1	Camionneurs!
7	P.de.T	500	1	2	Camionneurs!
8	Haricot	1000	30	1	Camionneurs!
8	P.de.T	2000	2	2	Camionneurs!

EXPLICATION DU TABLEAU 2.14

Kilos en stock: il s'agit du nombre de kilos que le commerçant détenait au moment de l'interview.

Nombre de jours pour liquidier: est l'estimation faite par le commerçant pour indiquer le temps d'épuisement du stock.

Rang: est l'ordre attribué au produit sur base de la capacité totale du stockage du commerçant.

Moyen d'acquisition: est la façon avec laquelle le commerçant s'approvisionne en tel ou tel produit.

Quatre des commerçants ont choisi le centre de Kigali pour leurs opérations commerciales sur les produits vivriers parce qu'ils l'habitaient ou habitaient les environs. Deux commerçants ont mentionné le nombre de clients comme critère de choix du centre tandis que deux autres ont signalé le critère de disponibilité des magasins.

Quatre sur les huit interviewés possédaient leurs propres moyens de transport. Six commerçants avaient d'autres personnes qui les aidaient dans leurs activités commerciales. Aucun des commerçants interviewés n'avait eu des contrats avec les fournisseurs ou les acheteurs. On a constaté que le stock de haricot et de pomme de terre était plus grand par rapport au stock de sorgho. Le temps d'écoulement du stock de haricot était plus élevé comparé à celui du sorgho ou de la pomme de terre. Un seul commerçant (de pomme de terre) n'avait pas de stock au moment de l'interview. Ainsi, ce dernier n'a pas été tenu en compte dans le calcul du bénéfice brut moyen estimé par mois pour la pomme de terre. Il a été de même pour un autre commerçant qui n'avait aucune idée sur le temps d'épuisement de ses 800.000 kilos de haricot en stock.

Tableau A4.15

La moyenne des revenus bruts estimés par mois dans Kigali.

Produit	Revenus bruts	
	Commerçants avec stock(n)	Tous commerçants(n)
Haricot .....	29173Frw(7)	29173Frws(7)
Sorgho .....	37935Frw(2)	37935Frws(2)
P. de terre.....	41256Frw(5)	34380Frws(6)

Comme le montre le tableau A4.15 la moyenne des marges brutes estimées pour chaque produit a une valeur positive. Cependant, de tous les commerçants recensés (à l'exception d'un commerçant de haricot qui n'a pas été considéré dans le calcul parce qu'il ne parvenait pas à estimer le temps de rotation de son stock), aucun ne vendait à perte ses produits. Celui qui vendait à perte son haricot (-3.000 Frws/tonne) est considéré comme une observation aberrante en regardant son grand stock (800.000 kilos), et sa capacité totale de stockage (2.000.000 kilos), ses propres moyens de transport (5 camions) et ses travailleurs salariés (15).

L'enquête a révélé que le centre commercial de Kigali est une plaque tournante du commerce inter-régional pour le Rwanda. Ainsi, chacun s'attend à ce que le centre commercial puisse avoir une grande proportion des commerçants qui ont des contrats avec les acheteurs et les vendeurs, mais cela n'est pas le cas. Cela peut s'expliquer de deux façons. Premièrement, Kigali a connu un développement rapide, (sur tous les commerçants interviewés seulement un venait de passer un an dans les affaires--voir tableau A4.13). Peut être que les commerçants dans cette région n'ont pas eu assez de temps pour établir des fortes connections avec d'autres lieux de la chaîne de commercialisation nécessaires au développement du système d'engagement. Deuxièmement, parce qu'il n'y avait pas une énumération complète des commerçants, une tâche qui nécessiterait d'ailleurs des

investissements énormes. quelques commerçants ayant des contrats auraient échappé à l'enquête. Si ces commerçants avaient des contrats achats et ventes, ils n'ont pas trouvé nécessaire de louer des magasins dans le quartier cher du centre commercial de Kigali ce qui rendait davantage difficile leur repérage.

Kigali fait preuve d'un montant équitable de spécialisations dans différentes fonctions de commercialisation. Quelques commerçants servent des grands acheteurs comme les camionneurs et les institutions, pendant que les autres s'intéressent beaucoup plus au marché de détail.

Des copies supplémentaires peuvent être obtenues en écrivant à:  
(Spécifiez le Titre et l'auteur du document de travail)

PPPC/CDIE/DI  
209 SA-18  
US Agency for International Development  
Washington, DC 20523

Pour les employés de USAID ou ceux travaillant dans des projets de USAID, et pour quiconque des pays en voie de développement, les copies supplémentaires sont gratuites. Des copies multiples seront envoyées, si elles sont commandées pour des buts raisonnables (par exemple, pour un professeur ou chef de département demandant des copies multiples pour un séminaire). Pour ceux qui ne sont ni associés avec USAID ni des pays en voie de développement, il y a une charge d'à peu près US \$2 par publication. Les publications requises seront envoyées par poste, y compris une facture pour les charges.

Additional copies may be obtained by writing to:  
(Specify Working Paper Title and Author)

PPC/CDIE/DI  
209 SA-18  
US Agency for International Development  
Washington, DC 20523

For people inside USAID or working on USAID projects, and for anyone from LDC's, there is no charge for sending additional copies. Multiple copies will be sent for reasonable purposes upon request (eg, for a professor or department head requiring multiple copies for a seminar). For people not associated with USAID and not in an LDC, there is a charge, but it is quite reasonable, approximately US \$2 per publication. Requested publications will be mailed along with a bill for charges.