

CIPEA

Rapport de recherche

**Commercialisation du lait et
des produits laitiers en Ethiopie:
premiers débouchés et circuits de
commercialisation utilisés par
les producteurs**

**Siegfried Debrah et
Berhanu Anteneh**

Mars 1992



**CENTRE INTERNATIONAL POUR L'ELEVAGE EN AFRIQUE
ADDIS-ABEBA (ETHIOPIE)**

CIPEA

Fondé en 1974, le Centre international pour l'élevage en Afrique (CIPEA) est une institution autonome de recherche, de formation et d'information à but non lucratif. Il a pour mandat d'améliorer la production animale dans l'ensemble de l'Afrique subsaharienne. Ses activités et ses publications sont financées par le Groupe consultatif pour la recherche agricole internationale (GCRAI). Les membres du GCRAI ayant déjà contribué au financement du CIPEA sont la Banque africaine de développement, la Banque mondiale, le Centre de recherches pour le développement international, la Communauté économique européenne, la Fondation Ford, le Fonds international de développement agricole, l'Organisation des pays exportateurs de pétrole, le Programme des Nations Unies pour le développement et les gouvernements de l'Allemagne fédérale, de l'Australie, de l'Autriche, de la Belgique, du Canada, de la Chine, du Danemark, des Etats-Unis d'Amérique, de la Finlande, de la France, de l'Inde, de l'Irlande, de l'Italie, du Nigéria, de la Norvège, des Pays-Bas, du Royaume-Uni, de la Suède et de la Suisse.

Outre les recherches qu'il mène pour son propre compte, le CIPEA participe à des travaux conjoints avec les systèmes nationaux de recherche agricole (SNRA) auxquels il fournit divers programmes de formation spécialisée et divers types de services d'information, en vue d'assurer le renforcement de leurs capacités de recherche.

Le CIPEA publie des *Rapports de recherche*, des *Monographies*, et une revue trimestrielle d'audience internationale ainsi que des actes de conférence et une page trimestrielle d'information (le *CIPEA actualités*). Les publications du CIPEA relèvent exclusivement de la responsabilité du Centre et des tiers susceptibles d'en être les co-auteurs.

Référence exacte: Debrah S. et Berhanu Anteneh 1992. *Commercialisation du lait et des produits laitiers en Ethiopie: premiers débouchés et circuits de commercialisation utilisés par les producteurs*. Rapport de recherche n° 19. CIPEA (Centre international pour l'élevage en Afrique), Addis-Abeba (Ethiopie).

Commercialisation du lait et des produits laitiers en Ethiopie: premiers débouchés et circuits de commercialisation utilisés par les producteurs

Siegfried Debrah et
Berhanu Anteneh

CIPEA

Rapport de recherche n° 19

Centre international pour l'élevage en Afrique

Addis-Abeba (Ethiopie)

Mars 1992

FRANÇAIS
ORIGINAL: ANGLAIS

RÉSUMÉ

L'enquête présentée ici s'inscrit dans le cadre d'une étude plus vaste effectuée sur la commercialisation des produits laitiers en Ethiopie. Elle est essentiellement consacrée au producteur et à sa place dans le circuit de commercialisation. De manière plus spécifique, elle identifie les premiers points de vente utilisés par les producteurs de lait et analyse les circuits de commercialisation empruntés par les opérateurs urbains, péri-urbains et ruraux. Effectués à partir de questionnaires entre février et juillet 1986, ces travaux portaient sur un échantillon de 173 producteurs de lait.

Le lait frais, dont les ventes variaient en moyenne de 0,5 à 6 litres par jour et par vache en lactation, était essentiellement écoulé par les producteurs urbains et péri-urbains. Les restaurants et les institutions gouvernementales d'Addis-Abeba constituaient leurs principaux clients et les bénéfices nets étaient estimés respectivement à 0,63 et 0,66 birr par litre pour ces deux groupes d'opérateurs. Pour leur part, les producteurs ruraux vendaient du lait, du beurre et/ou du fromage. Ceux d'entre eux qui étaient localisés à proximité des centres gouvernementaux de collecte de lait frais vendaient plus de lait et moins de beurre et de fromage que ceux habitant loin de telles structures. Cette étude a enfin permis d'établir que le niveau des profits constituait un élément majeur dans le choix du point de vente.

MOTS CLES

/Ethiopie//produits laitiers//commercialisation//circuit de commercialisation//offre//prix//coûts de production//zones urbaines//zone rurales/

ABSTRACT

This study is part of a larger study on dairy marketing in Ethiopia, and concentrates on the producers' end of the marketing chain. Specifically, the markets of first sale used by dairy producers were identified and the marketing patterns of three categories of dairy producers (intra-urban, peri-urban and peasant) were investigated. The study was carried out on a sample of 173 dairy producers between February and July 1986, using structured questionnaires.

Fresh-milk sales averaged between 0.5 and 6 litres per lactating cow per day, with intra-urban and peri-urban producers specialising in fresh-milk sales. Most of the fresh milk was sold to catering and government institutions in Addis Ababa, from which net profits of EB 0.63 and EB 0.66/litre, respectively, were obtained. Peasant producers sold milk, butter and cheese, as specialised enterprises or in combination. Those peasant producers located near to a Dairy Development Enterprise milk collection centre sold more milk and less butter and cheese than those far away. High net profits was identified as an important motive guiding the choice of sales outlet.

KEY WORDS

/Ethiopia/milk products/marketing/marketing chain/ – /supplies/prices/production costs/urban areas/rural areas/

Date de publication en anglais: février 1991

Date de publication en français: mars 1992

ISBN 92-9053-196-7

TABLE DES MATIERES

	Pages
LISTE DES TABLEAUX	v
LISTE DES FIGURES	vi
REMERCIEMENTS	vii
1. INTRODUCTION	1
La production laitière en Afrique subsaharienne: les faits et les chiffres	1
Production et distribution du lait en Ethiopie	2
Les systèmes de production laitière	2
Distribution du lait frais	2
Production et distribution des autres produits laitiers	3
Marchés, commercialisation et performances des marchés: concepts et facteurs déterminants	4
Marchés et commercialisation	4
Evaluation des performances du marché	4
Plan de recherche	4
2. MATERIELS ET METHODES	6
La zone d'étude	6
Autres points de vente pour les produits laitiers	6
Hypothèses de base	6
Plan et méthodologie	7
Méthode de sélection de l'échantillon	7
Méthodologie d'enquête	8
3. RESULTATS	11
Les producteurs urbains	11
Prélèvement, vente et autres types d'écoulement du lait frais	11
Premiers points de vente du lait frais	12
Importance relative des divers débouchés	12
Prix à la production aux premiers points de vente	12
Variations des prix à la production	12
Facteurs déterminant l'offre de lait frais commercialisable par le ménage	13
Résultats de l'enquête quotidienne	13
Frais de transport	14
Evaluation des performances des premiers débouchés	14
Les producteurs péri-urbains	15
Résultats de l'enquête quotidienne	15

	Page
Evaluation des performances des débouchés du lait frais	16
Les petits producteurs	16
Débouchés et ventes de lait frais	17
Ventes de beurre et débouchés	18
Prix du beurre	19
Frais liés au transport du beurre et revenus nets des producteurs	19
Fromage blanc	20
Evaluation des performances des marchés	21
4. DISCUSSION	22
Résumé	22
Recommandations	23
5. REFERENCES	24

LISTE DES TABLEAUX

Pages

Tableau	1. Estimation de l'approvisionnement quotidien d'Addis-Abeba en lait liquide, 1986	3
Tableau	2. Ventes et production journalières de lait par ménage des producteurs urbains, février 1985–février 1986	11
Tableau	3. Proportion (%) des ventes de lait frais des producteurs urbains effectuées sur les différents points de vente par saison, février 1985 – février 1986	13
Tableau	4. Part du marché (%) des différents débouchés dans les ventes de lait frais des producteurs urbains, mars 1986	14
Tableau	5. Coûts des divers moyens de transport du lait frais, mars 1986	15
Tableau	6. Performances des divers débouchés empruntés par les producteurs urbains pour l'écoulement du lait frais, mars 1986	15
Tableau	7. Ventes moyennes de produits laitiers par ménage et par jour effectuées par les petits producteurs en fonction de leur éloignement des centres de ramassage du lait et d'Addis-Abeba, juillet 1986	17
Tableau	8. Parts (%) des divers débouchés dans les ventes de lait frais des petits producteurs, juillet 1986	18
Tableau	9. Pourcentage des quantités de beurre vendues par les petits producteurs à divers types de clients, juillet 1986	19
Tableau	10. Prix moyens du beurre payés aux petits producteurs, juillet 1986	19
Tableau	11. Bénéfices nets réalisés par les petits producteurs avec la vente du beurre à divers types de clients, juillet 1986	20
Tableau	12. Pourcentage des quantités de fromage vendues par les petits producteurs à divers types de clients, juillet 1986	20
Tableau	13. Prix moyens payés aux petits producteurs pour la vente de leur fromage, juillet 1986	21
Tableau	14. Efficacité des débouchés utilisés par les petits producteurs pour la vente de leur production beurrière et fromagère, juillet 1986	21

LISTE DES FIGURES

	Pages
Figure 1. Région du Shoa et sites de l'étude	7
Figure 2. Répartition des ménages échantillonnés, région du Shoa (Ethiopie), 1986	9
Figure 3. Relation entre les ventes de lait des producteurs urbains et le nombre de vaches en lactation qu'ils détiennent	14
Figure 4. Relation entre les ventes de lait des producteurs péri-urbains et le nombre de vaches en lactation détenues	16

REMERCIEMENTS

Les auteurs souhaiteraient exprimer leur profonde gratitude à Stephen Sandford, chef de la Division des recherches zoo-économiques du CIPEA pour l'intérêt et le soutien qu'il n'a jamais cessé de leur témoigner ainsi que pour les critiques stimulantes qu'il a bien voulu formuler au cours des phases de conception, d'exécution et de mise en forme de la présente étude. Leurs remerciements vont également aux ménages couverts dans l'étude pour leur précieuse coopération et aux présidents des associations de paysans utilisées comme base d'échantillonnage pour leur assistance.

Ils remercient en outre M. Ray Brokken pour son appui et son assistance, M. L. Hesling pour ses commentaires sur le manuscrit, et MM. S. Buccola et K. Singh pour leurs critiques objectives et perspicaces. Leur gratitude va également à leurs autres collègues de la Division des recherches zoo-économiques du CIPEA et à Solomon Zewdie pour son assistance dans l'analyse statistique des données. Ils souhaiteraient pour finir remercier le personnel des Publications du CIPEA, en particulier John Stares et Inca Alipui pour le soin particulier qu'ils ont apporté à la mise en forme du Rapport et pour les idées judicieuses qu'ils leur ont suggérées. Les auteurs tiennent toutefois à réaffirmer que les éventuelles erreurs qui auront pu subsister dans le Rapport relèvent de leur seule responsabilité.

1. INTRODUCTION

LA PRODUCTION LAITIÈRE EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE: LES FAITS ET LES CHIFFRES

La part du lait dans la valeur totale des produits alimentaires issus de l'élevage en Afrique subsaharienne (18,3 milliards de dollars E.-U.) était de 16% en 1986 (FAO, 1986). Malgré la contribution du lait au PIB des pays de la zone et sa valeur en tant qu'aliment, l'Afrique subsaharienne n'arrive guère à assurer son autosuffisance en produits laitiers. De fait, elle se voit obligée de se tourner vers l'extérieur (importations commerciales et caritatives) pour satisfaire une demande intérieure qui ne cesse d'augmenter.

Les importations commerciales de lait et de produits laitiers progressent de manière constante depuis 1960. En 1980, environ 5% des recettes totales d'exportation de produits agricoles, forestiers et halieutiques de la région avaient été englouties dans l'importation de produits laitiers (von Massow, 1985). En 1981, l'aide alimentaire octroyée à l'Afrique subsaharienne sous forme de produits laitiers était évaluée à 140 millions de dollars, ce qui correspond à 16% de la valeur totale (875 millions de dollars E.-U.) des importations laitières (commerciales et caritatives) de la région (FAO, 1984).

Entre 1970 et 1980, la population humaine de l'Afrique subsaharienne a connu un accroissement annuel moyen de 2,9%, le taux de progression dans les zones urbaines étant de 6% en moyenne. Au cours de la même période, le revenu par habitant a progressé annuellement de 0,8% (Banque mondiale, 1981), alors que la production de lait de vache augmentait de 3,5% par an (Addis Anteneh *et al.*, 1988). Si la population urbaine, le revenu par habitant et la production de lait de vache continuent de progresser à ces taux, le fossé déjà important qui existe entre l'offre et la demande intérieures de produits laitiers ne manquera pas de se creuser d'ici à l'an 2000. Ce qui signifie que

l'Afrique subsaharienne sera forcée de continuer à recourir aux importations pour satisfaire sa demande intérieure de lait. Toutefois, à cause des sérieuses pénuries de devises auxquelles ils sont confrontés, bon nombre de pays de la région ne peuvent plus se permettre d'importer des produits laitiers et essaient au contraire de développer leur secteur laitier en améliorant leur cheptel indigène, en utilisant l'insémination artificielle et en développant les systèmes de commercialisation de leurs produits laitiers (Mbogoh, 1984).

En Afrique subsaharienne, les produits laitiers sont commercialisés par le biais de circuits formel et informel. Dans le cadre du circuit formel (généralement contrôlé par l'Etat) le ramassage, la transformation et la distribution du lait frais et des autres produits laitiers s'effectuent à des prix officiels, fixés par le gouvernement. La Kenya Cooperative Creameries, la Dairy Development Enterprise de l'Ethiopie, la Dairy Produce Board de la Zambie, la Dairy Marketing Board du Zimbabwe et l'Union laitière de Bamako du Mali sont très représentatifs des circuits formels de commercialisation en Afrique. Dans le cadre des circuits informels de commercialisation, les ventes s'effectuent directement de producteur à consommateur, ou indirectement par le biais de marchands ambulants et d'autres intermédiaires. Généralement, les prix pratiqués sur le marché informel ne sont pas contrôlés et dépassent ceux en vigueur dans le secteur formel. A cet égard, une enquête menée sur les prix des produits laitiers (CIPEA, 1979) révèle que les prix pratiqués sur le marché informel sont parfois trois fois plus élevés que ceux en cours dans le secteur formel.

Les politiques mises en place pour assurer le développement du secteur laitier et la commercialisation du lait et des produits laitiers de l'Afrique subsaharienne ont été étudiées par Mbogoh (1984). L'évaluation et la comparaison des différents systèmes de commercialisation

des produits laitiers impliquent la disponibilité d'études détaillées permettant de déterminer pour chaque pays les options de commercialisation qui s'offrent aux producteurs, la structure des achats effectués par les consommateurs et les activités des intermédiaires. Le CIPEA a réalisé sur l'Ethiopie une étude de ce type dont certains des résultats sont présentés dans le présent rapport.

PRODUCTION ET DISTRIBUTION DU LAIT EN ETHIOPIE

Les systèmes de production laitière

Avec environ 26 millions de bovins, 24 millions d'ovins, 17 millions de caprins, 7 millions d'équins, 1 million de camelins et 52 millions de volailles (FAO, 1981), l'Ethiopie vient en tête des pays d'élevage de l'Afrique. En 1984, environ 8,33 millions de vaches et de génisses âgées de plus de 2 ans y avaient été recensées. 65% de ces femelles étaient en lactation (AACM, 1984). La production laitière en Ethiopie a connu une augmentation annuelle de 1,7% entre 1965 et 1976, et de 1,1% par an entre 1976 et 1985.

Sur la base d'une production moyenne de lait de vache de 782 000 t par an et d'une population moyenne de 28,8 millions d'habitants enregistrés entre 1961 et 1980, la FAO (1981) estimait la production laitière éthiopienne à environ 27 kg par habitant et par an. En 1985, avec une population estimée à 35,4 millions d'habitants et une production de lait de vache de 595 000 tonnes, la production laitière de l'Ethiopie n'était plus que de 17 kg par habitant et par an. Malgré cette chute, elle demeurait toutefois supérieure aux 15,7 kg par personne et par an enregistrés pour l'ensemble de l'Afrique subsaharienne au cours de la même année.

En Ethiopie, l'élevage se pratique sous plusieurs formes, y compris les systèmes pastoral, agropastoral et intensif. Dans les hauts plateaux¹, où se concentrent les 70% des populations humaine et animale du pays, l'agriculture mixte se pratique généralement au sein de la même unité de gestion. Dans les basses terres², cependant, l'élevage prédomine et l'agriculture est peu pratiquée ou tout simplement inconnue.

Dans les hauts plateaux, la principale contribution de l'élevage au développement de l'agriculture se présente sous forme d'énergie de traction. Le lait et la viande sont relativement peu importants dans cette zone, mais la traite des vaches permet d'assurer l'alimentation de la famille en lait frais, en beurre et en fromage, et de commercialiser les excédents enregistrés. Dans les basses terres, la principale activité des éleveurs consiste à produire du lait destiné à l'auto-consommation et à la vente. Des animaux sur pied sont également commercialisés par les ménages pour financer leurs achats de céréales et se procurer les liquidités nécessaires à la satisfaction de leurs divers besoins.

L'agriculture mixte et les systèmes pastoraux/agropastoraux locaux (ou traditionnels) s'appuient essentiellement sur les races bovines locales. Celles-ci ne produisent que 400 à 680 kg de lait par période de lactation de moins de sept mois (Gryseels et Anderson, 1985; Nicholson, 1983). En revanche, le système moderne intensif pratiqué par les coopératives³ et les laiteries privées ou publiques exploite des métisses et leurs croisements avec d'autres races. Ses objectifs consistent à assurer l'approvisionnement en lait des populations urbaines d'Addis-Abeba et d'Asmara. Il est difficile d'obtenir des chiffres précis sur la production laitière du système intensif parce qu'une partie du lait produit par les coopératives est vendue sur les circuits privés et que l'enregistrement des données laitières au niveau des fermes d'Etat laisse souvent à désirer. Sur la base d'études de terrain réalisées sur certaines fermes gérées en coopératives et pour une période de lactation de 279 jours, l'AACM (1984) a estimé la production laitière par vache des coopératives à environ 1 120 litres, ce qui revient à 4 litres de lait par vache par jour. Il ressort de la même étude que pour la même période de lactation, les vaches des fermes d'Etat produisaient 2 500 litres de lait, soit 9 litres de lait par vache par jour.

Distribution du lait frais

En Ethiopie, le lait frais est distribué par le canal des circuits formel et informel de commercialisation. Dans le cadre du marché informel, il est directement livré aux consommateurs habitant

¹ Les hauts plateaux sont des zones situées à plus de 1 500 m d'altitude qui reçoivent plus de 700 mm de pluies par an et ont des températures inférieures à 20 °C pendant la saison de croissance.

² Les basses terres sont des zones situées à moins de 1 500 m d'altitude. Elles reçoivent moins de 700 mm de pluies par an et ont des températures supérieures à 20 °C pendant la saison de croissance.

³ Il existe deux types de coopératives laitières. Les coopératives de producteurs sont gérées par des individus membres des associations de paysans. Les associations de paysans sont formées par des adhérents issus d'environ 200 ménages ruraux. Elles disposent d'environ 800 ha de terres. Les coopératives de prestation de services, généralement plus grandes, sont gérées par des groupes d'associations de paysans. Il y a environ 98 coopératives de producteurs et de prestation de services en Ethiopie. Il y a également 14 fermes d'Etat placées sous le contrôle de la DDE.

dans le voisinage immédiat des producteurs, et vendu aux marchands ambulants ou aux individus résidant dans les villes avoisinantes. Le transport du lait vers les villes s'effectue à pied, à dos d'âne ou à cheval, ou au moyen de véhicules de transport en commun, ce qui contribue à gonfler le prix du produit par rapport à celui du lait vendu sur place.

Le système formel de commercialisation du lait est dominé par la Dairy Development Enterprise (DDE), un établissement public qui intervient dans le ramassage, la transformation et la distribution du lait. La DDE a une capacité de transformation laitière de 60 000 litres par jour à Addis-Abeba, et de 7 000 litres par jour à Asmara.

Le tableau 1 donne l'estimation des ventes journalières de lait enregistrées à Addis-Abeba en 1986. Sur les 47 000 litres de lait liquide commercialisés chaque jour en moyenne, 21% procédaient d'échanges informels inter-ménages et 79% de ventes effectuées à travers la DDE. La clientèle de la DDE était constituée de concessionnaires agréés, de magasins de *kebelé*, et d'établissements publics⁴. En 1986, 30, 37 et 33% des livraisons totales de la DDE leur avaient respectivement été affectées.

Tableau 1. Estimation de l'approvisionnement quotidien d'Addis-Abeba en lait liquide, 1986

Source d'approvisionnement	Quantité (litres/jour)
Approvisionnements locaux de la DDE	
Fermes d'Etat	16 000
Centres de ramassage du lait ^a	8 000
Fermes privées	3 000
Importations (Programme alimentaire mondial) ^b	10 000
Ventes directes inter-ménages par les producteurs urbains et péri-urbains	10 000
Approvisionnements totaux journaliers	47 000

^a Desservis par quelque 2 700 petits producteurs privés dans un rayon de 120 km autour d'Addis-Abeba.

^b Lait reconstitué à partir de lait écrémé en poudre importé et d'huile de beurre.

Source: Dairy Development Enterprise, Addis-Abeba (Ethiopie) (communication personnelle).

⁴ Les concessionnaires agréés sont des individus choisis par la DDE pour commercialiser son lait moyennant commission. Les magasins de *kebelé* sont des magasins publics appartenant aux associations de quartiers (*kebelé*). Les établissements publics sont les forces armées, la police, les écoles, les hôpitaux et les usines.

En 1986, la DDE achetait son lait cru aux producteurs à 0,50 birr le litre (2,07 birr = 1 dollar des Etats-Unis) et revendait au détail le lait transformé à 0,70 birr le litre. Il convient d'inclure dans ce prix une commission de 0,02 birr par litre et de 0,03 birr par litre versée respectivement aux établissements publics et aux magasins de *kebelé* ainsi qu'aux concessionnaires agréés (DDE, Addis-Abeba, Ethiopie, communication personnelle).

Production et distribution des autres produits laitiers

Le lait acidulé ou yaourt (*ergo* en amharique) se conserve plus longtemps que le lait cru. Il s'obtient traditionnellement en laissant le lait frais s'acidifier pendant un certain nombre de jours. Ce procédé permet en particulier de conserver le lait pendant les jours (mercredi et vendredi) où la consommation de produits animaux est interdite aux chrétiens coptes. Le lait acidulé non consommé par le ménage est généralement vendu aux voisins.

Le lait acidulé peut également être transformé en beurre par barattage. Le sous-produit obtenu par ce biais, le babeurre, est rarement vendu; il est généralement servi aux veaux, consommé au niveau du ménage ou chauffé à environ 40 °C pour précipiter le caillé. Le caillé est un fromage blanc artisanal de texture granuleuse (*ayib* en amharique) et de goût acide. A l'instar du petit lait, le caillé est consommé au niveau du ménage ou vendu; le petit lait est également servi aux veaux.

Deux types de beurre sont fabriqués en Ethiopie. Leur vente s'organise à travers un certain nombre de circuits de commercialisation. Le beurre de cuisine est fabriqué au niveau de l'exploitation et essentiellement vendu aux marchands ambulants ou sur les marchés des petites agglomérations, encore qu'une partie de la production puisse être transportée vers les grands centres urbains et vendue aux consommateurs, aux marchands de beurre ou aux grossistes. Le beurre de table est fabriqué par la DDE et vendu dans les épiceries et les supermarchés.

Les prix du beurre fluctuent sur les marchés ruraux entre 5 et 12 birr le kilo pendant l'hiver et la saison sèche. A Addis-Abeba, le commerce du beurre est essentiellement contrôlé par les marchands de beurre. Les prix de détail varient entre 10 birr le kilo et 23 birr le kilo en fonction de la qualité du produit et de l'importance de la demande. Celle-ci est forte à Pâques et pendant les autres fêtes, et faible pendant les périodes de jeûne prescrites par l'Eglise copte (O'Mahony et Ephraïm Bekele, 1985).

L'*ayib* est produit dans les zones rurales et vendu sur les marchés ruraux ou dans les agglomérations avoisinantes, mais une partie de la production est également acheminée avec le beurre vers Addis-Abeba et vendue aux marchands ambulants ou directement aux consommateurs.

Le fromage à pâte dure est fabriqué par la DDE et vendu aux supermarchés et aux établissements publics.

MARCHES, COMMERCIALISATION ET PERFORMANCES DES MARCHES: CONCEPTS ET FACTEURS DETERMINANTS

Marchés et commercialisation

Dans le contexte africain, les produits agricoles sont normalement commercialisés sur la place du marché (il s'agit d'un espace ouvert où se vendent et s'achètent les produits de base).

On peut toutefois, sur le plan conceptuel, considérer qu'un marché est un cadre dans lequel s'opère le transfert de la propriété des biens entre les vendeurs et les acheteurs, ces derniers pouvant être soit des consommateurs finaux soit des intermédiaires. Par conséquent, le concept de marché s'applique tant au lieu physique où s'effectuent les ventes, qu'aux vendeurs, aux acheteurs et aux transactions elles-mêmes.

La commercialisation des produits agricoles consiste tout d'abord à transporter les produits de leur lieu de production à celui de leur consommation finale. A cet égard, le marché joue le rôle d'un vecteur d'échanges tout aussi bien qu'il fournit des moyens matériels et des prestations destinées à faciliter les transactions. La fonction d'échange du marché se décompose en opérations de vente, d'achat et de tarification. Le transport, la transformation et le stockage des produits échangés relèvent des fonctions matérielles du marché, alors que le financement, la prise en charge des risques et l'information commerciale contribuent à la facilitation des échanges.

Evaluation des performances du marché

En agro-économie, le modèle le plus fréquemment utilisé pour évaluer les performances des marchés s'inspire du modèle de l'organisation industrielle (Scherer, 1970; Shepherd, 1979). Il analyse les relations causales qui existent entre la structure, le comportement et les performances des marchés et est généralement désigné par l'appellation modèle SCP (structure, comportement et efficacité).

A la place du modèle SCP, Kriesberg (1986) propose un modèle plus adapté aux conditions des pays en développement. Pour commencer, il fait le distinguo entre l'efficacité et l'efficacé de la commercialisation. L'efficacité de la commercialisation fait référence à la quantité ou au coût des intrants requis pour obtenir un niveau donné de résultat. Elle se mesure par des ratios entrées/sorties ou coûts/bénéfices. Par exemple, on dira d'une innovation qu'elle accroît le niveau général d'efficacité lorsqu'elle contribue à réduire le coût des intrants sans déprimer le niveau de satisfaction des consommateurs ou sans altérer les services auxquels ils ont accès. L'efficacité de la commercialisation s'apprécie en revanche à la lumière des objectifs poursuivis par le système de commercialisation (par exemple, accroissement des prix nets au producteur ou augmentation des mouvements de biens à un coût raisonnable pour les producteurs urbains). Elle se mesure par conséquent en termes d'objectifs et s'apprécie sur la base de la comparaison de différents circuits de commercialisation, entreprises, ou même pays, caractérisés par des conditions similaires de développement. Il convient toutefois de noter qu'il n'y a essentiellement aucune différence entre les concepts d'efficacité et d'efficacité de la commercialisation lorsque les objectifs poursuivis sont les mêmes.

La performance du marché s'évalue donc sur la base du degré d'efficacité du processus de la commercialisation et du niveau de réalisation des objectifs poursuivis. Il existe, certes, plusieurs indicateurs de performance des marchés; toutefois, le critère quantitatif utilisé dans la présente étude correspond à la valeur absolue de la marge bénéficiaire nette réalisée par les producteurs par rapport à celle réalisable sur les autres premiers points de vente.

PLAN DE RECHERCHE

Les travaux rapportés ici font partie d'une étude plus exhaustive réalisée par le CIPEA sur la commercialisation du lait et des produits laitiers. L'aspect consommation de la chaîne de la commercialisation a été étudié en 1985 (CIPEA, Addis-Abeba, Ethiopie, données non publiées) pour identifier les circuits de commercialisation assurant le ravitaillement des différentes catégories de consommateurs d'Addis-Abeba et élucider les critères qui se trouvent à la base de leur choix. A partir de cette information, l'efficacité des autres circuits de commercialisation a pu être évaluée en utilisant des critères aptes à susciter l'intérêt des consommateurs ou des pouvoirs publics.

La présente étude analyse l'aspect production de la chaîne de commercialisation (c'est-à-dire les conditions du marché et les options qui s'offrent aux producteurs de lait éthiopiens). L'efficacité relative des différents circuits de commercialisation utilisés par les différentes classes de producteurs a été évaluée en :

- identifiant et en quantifiant le flux des produits entre les pôles de différents marchés ou premiers points de vente du lait frais, du beurre de cuisine et du fromage artisanal;
- déterminant le degré de complétude des renseignements détenus par les producteurs sur les différents débouchés de leurs produits;
- déterminant les facteurs qui expliquent la préférence des producteurs pour tel débouché plutôt que pour un autre;
- comparant les performances de différents circuits de commercialisation sur la base des bénéfices nets réalisés par les producteurs.

2. MATERIELS ET METHODES

LA ZONE D'ETUDE

La présente étude a été effectuée dans la région du Shoa, en Ethiopie centrale (figure 1). Avec une superficie de 77 000 km² (7% de la surface totale de l'Ethiopie), cette province abrite 5,8 millions d'habitants (16% de la population totale), ce qui en fait la région la plus densément peuplée du pays (75 habitants au km² contre 32 en moyenne). Elle renferme également la majeure partie du cheptel de l'Ethiopie – quelque 5,6 millions de bovins (21% du total) et environ 19% des effectifs totaux d'ovins et de caprins (MAS, 1977). Elle est arrosée par deux saisons des pluies, une grande qui dure de juin à septembre et qui contribue à 70% au bilan pluviométrique de la zone, et une petite qui intervient entre février et avril.

L'orographie de la région du Shoa est marquée au trois quarts par la présence de hauts plateaux (sites localisés entre 1 500 et 3 500 mètres d'altitude). Ces hautes terres sont plus propices à l'agriculture et à l'élevage que les basses terres, ce qui explique que la petite production mixte y constitue la forme prédominante d'activité agricole. Les principales cultures pratiquées sont celles du tef (*Eragrostis tef*), du blé, de l'orge, du sorgho, du pois chiche, de la féverole (*Vicia faba*) et de quelques légumes; les animaux y sont élevés pour leur lait et leur viande, ainsi que pour leur force de traction. Le reste de la région (basses terres, zones localisées à une altitude inférieure à 1 500 m) est habité par des ménages semi-nomades d'éleveurs qui comptent presque exclusivement sur la commercialisation du bétail et des produits animaux pour assurer leur subsistance.

Les zones retenues pour l'étude coïncident avec les circonscriptions administratives (*awraja*) de Menagusha et de Selale, dans le Shoa. L'*awraja* de Menagusha couvre un territoire situé à environ 20 km d'Addis-Abeba. Celui de Selale

est à environ 85 km de la capitale éthiopienne. Les systèmes de production en vigueur dans ces deux *awraja* sont différents. A Menagusha, on note une forte concentration des effectifs animaux et la production laitière constitue la principale activité de la zone. En revanche Selale se présente comme une zone essentiellement agricole, la production laitière faisant office d'activité secondaire.

AUTRES POINTS DE VENTE POUR LES PRODUITS LAITIERS

Addis-Abeba et les petites villes de l'*awraja* de Menagusha telles que Sululta et Sebeta constituent des marchés tout désignés pour les produits laitiers de la zone. A Addis-Abeba, les producteurs peuvent directement vendre leur lait frais aux individus, à la Dairy Development Enterprise (DDE), aux établissements publics (forces armées, police, écoles, hôpitaux, usines) ou aux hôtels, restaurants et salons de thé. Dans les petites villes, les producteurs peuvent vendre leurs livraisons aux restaurants et aux salons de thé, de même qu'aux particuliers, aux marchands ambulants de lait ou aux centres de ramassage.

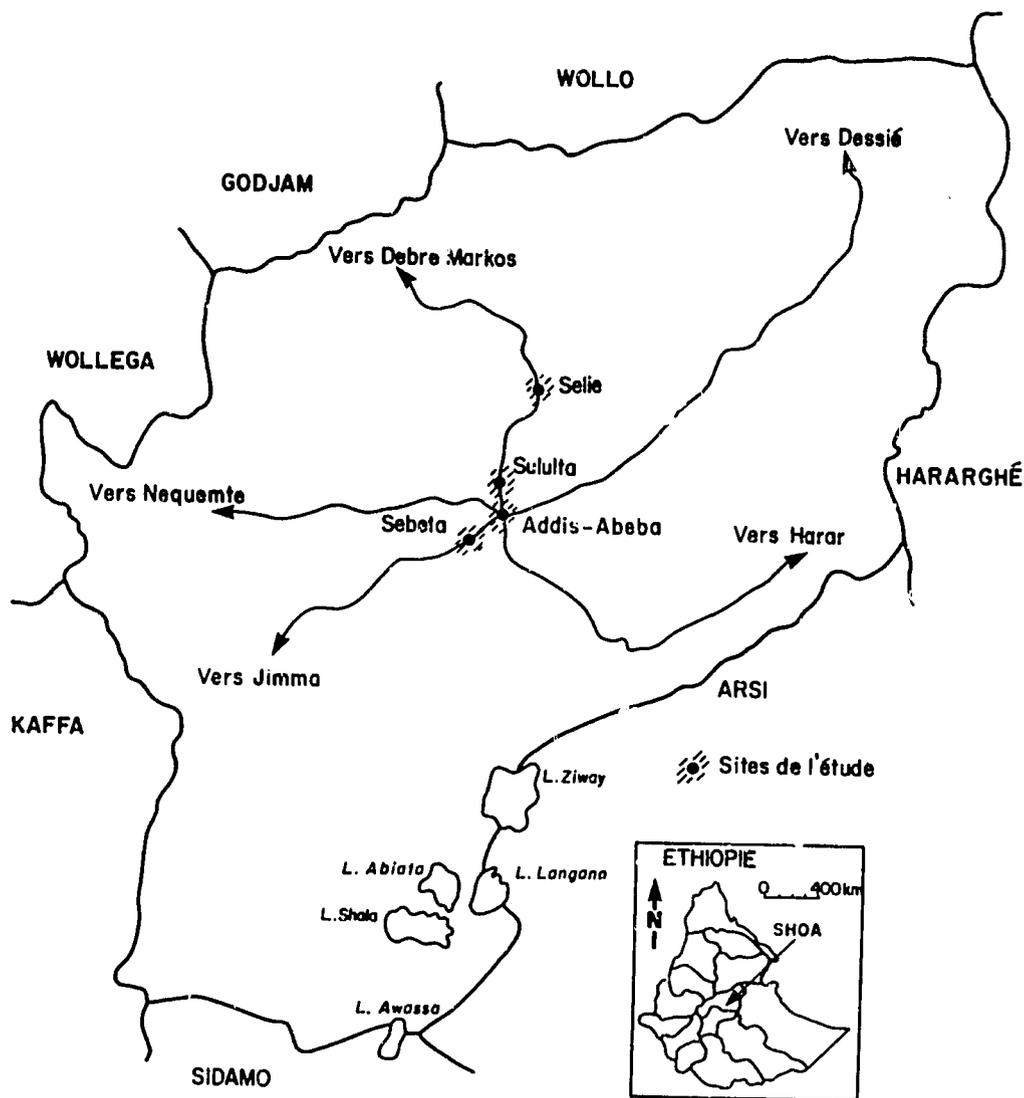
Les producteurs opérant dans l'*awraja* de Selale peuvent vendre leurs produits laitiers aux consommateurs résidant dans leur voisinage et aux marchands ambulants de lait, ou les transporter vers les villes avoisinantes pour les écouler. Ils peuvent également commercialiser leur lait frais auprès des centres de ramassage de la DDE localisés le long de la route Addis-Abeba-Godjam.

HYPOTHESES DE BASE

L'objectif visé par l'étude consiste à tester deux hypothèses relatives aux systèmes de production et aux types de producteurs qu'on y trouve, à savoir:

1. Qu'il n'y a aucune différence entre les types de produits laitiers produits et vendus par

Figure 1. Région du Shoa et sites de l'étude



les producteurs dans l'*awraja* de Menaguesha (système élevage), et l'*awraja* de Selalé (système agricole).

2. Que les diverses catégories de producteurs se fondent sur les mêmes critères dans le choix des marchés d'écoulement de leurs produits laitiers (c'est-à-dire qu'ils optent tous pour les marchés qui leur offrent le prix net le plus rémunérateur, celui-ci étant défini comme le prix à la production diminué des coûts afférents au transport).

PLAN ET METHODOLOGIE

Méthode de sélection de l'échantillon

Trois catégories de producteurs de lait ont été couvertes dans l'étude:

- les producteurs opérant dans Addis-Abeba (producteurs urbains);

- les grands producteurs opérant dans un rayon de 20 km à partir d'Addis-Abeba sur la route Addis-Abeba-Jimma (producteurs péri-urbains);
- les petits producteurs opérant dans un rayon de 85 km au nord d'Addis-Abeba sur la route Addis-Abeba-Godjam.

Les producteurs urbains d'Addis-Abeba et les producteurs péri-urbains localisés le long de la route Addis-Abeba-Jimma étaient représentatifs de l'*awraja* de Menaguesha, alors que les petits producteurs établis sur la route Addis-Abeba-Godjam étaient représentatifs de l'*awraja* de Selalé.

En vue d'examiner de plus près la structure des ventes et le comportement des différentes catégories de producteurs, la classification de l'échantillon a été affinée en faisant appel à des

critères complémentaires. Les producteurs urbains ont donc été divisés en deux groupes en fonction de la taille de leur troupeau: les producteurs possédant jusqu'à trois vaches ont été classés dans la catégorie des "petits producteurs" et ceux ayant quatre vaches ou plus dans celle des "grands producteurs". Dans un premier temps les petits producteurs avaient été classés en fonction de leur éloignement par rapport à Addis-Abeba, le premier groupe étant celui des opérateurs localisés dans un rayon de 20 km à partir d'Addis-Abeba et le second rassemblant ceux situés entre 20 et 85 km de la capitale. Ces deux groupes ont ensuite été subdivisés en deux sous-groupes de producteurs dont les uns étaient localisés à proximité (0-3 km) d'un centre de ramassage de la DDE et les autres à bonne distance d'une telle structure (3-10 km).

La base d'échantillonnage utilisée pour le choix des producteurs péri-urbains de lait s'inspirait d'une liste du Bureau central de statistique d'Addis-Abeba répertoriant quelque 2 000 ménages enregistrés comme acheteurs d'aliments pour animaux. La liste en question donne une ventilation des ménages en fonction des différentes zones de la ville et fournit des renseignements sur les effectifs et les races d'animaux laitiers détenus par les ménages recensés.

Le thème principal de l'étude étant la commercialisation du lait par les producteurs, la population cible au sein de laquelle l'échantillon a été tiré a tout naturellement été définie comme regroupant l'ensemble des habitants d'Addis-Abeba s'adonnant actuellement à la production/vente de lait ou d'autres produits laitiers. Trois zones urbaines ont ensuite été sélectionnées sur la base de la part qu'elles détiennent dans le cheptel laitier total d'Addis-Abeba (ces trois zones renferment 60% du troupeau laitier total). 500 ménages ont alors été identifiés au sein de ces zones comme produisant et vendant actuellement du lait et des produits laitiers. Sur ce nombre, 200 appartenaient à la catégorie des grands producteurs et 300 à celle des petits producteurs. Des échantillons aléatoires de 20 grands producteurs et de 30 petits producteurs urbains ont ensuite été tirés en utilisant un tableau de nombres aléatoires.

L'agglomération de Sebeta, située à environ 20 km d'Addis-Abeba, a été retenue comme le site le plus représentatif des grands producteurs privés. Cette zone n'est certes pas le seul endroit proche d'Addis-Abeba où se rencontre ce type de producteurs. Toutefois, la concentration géographique de cette catégorie d'opérateurs dans cette agglomération est tout à fait remarquable, ce qui facilite considérablement leur étude. Les

18 grands producteurs privés recensés par le Ministère de l'agriculture à Sebeta ont ainsi été tous pris en compte dans l'étude, au titre du groupe des producteurs péri-urbains.

Aux fins de la sélection de l'échantillon des petits producteurs, des réunions avaient été organisées avec les membres des associations de paysans opérant le long de la route Addis-Abeba-Godjam à certaines distances de la capitale pour expliquer les objectifs de l'étude. A l'issue de ces réunions, une liste des ménages détenant des vaches en lactation et pouvant par conséquent vendre du lait frais et des produits laitiers a été fournie par les présidents des associations de paysans. Cette liste a permis de tirer au hasard un échantillon de 105 ménages.

Les dimensions des échantillons utilisés et la distribution des producteurs échantillonnés en fonction de leur éloignement par rapport à Addis-Abeba et aux centres de ramassage de la DDE sont indiquées à la figure 2.

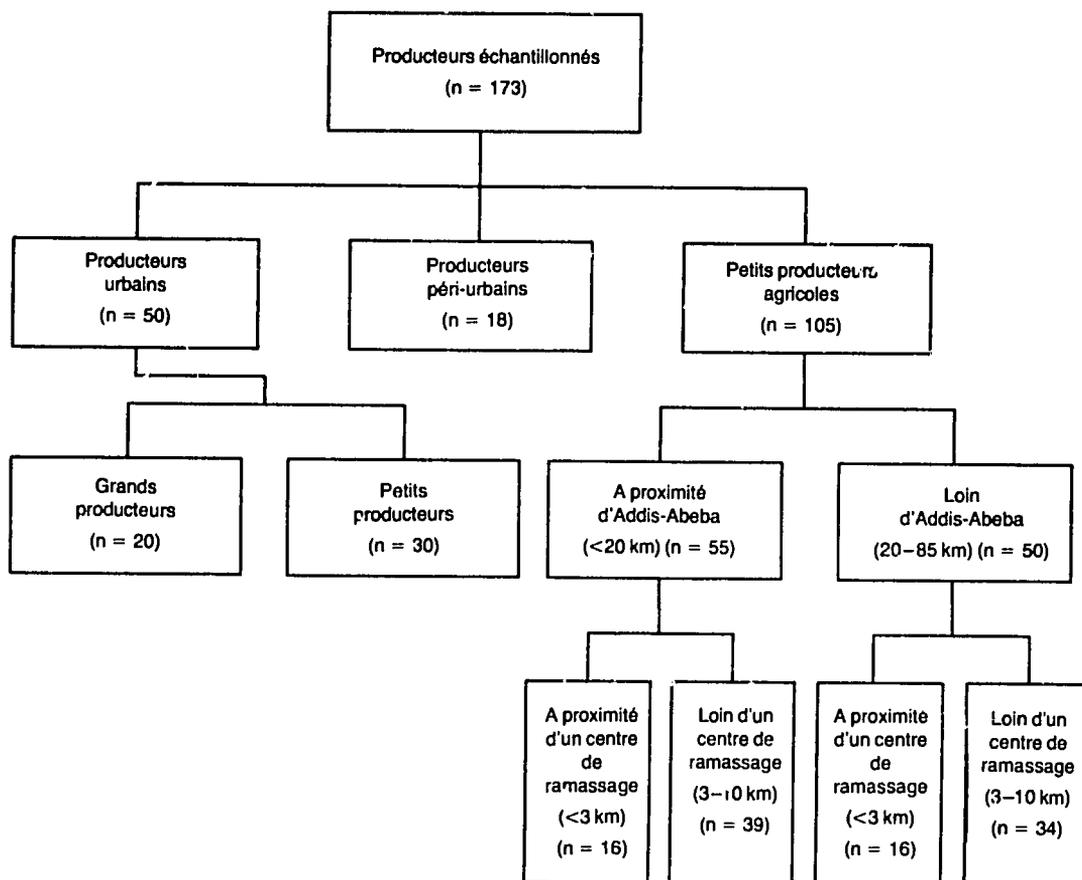
Méthodologie d'enquête

Les données relatives au comportement des producteurs en matière de commercialisation et aux divers circuits de commercialisation du lait, du beurre et du fromage ont été collectées par la technique des enquêtes par entretien. Menés à l'aide de questionnaires fermés, ces interrogatoires privilégiaient le volet commercialisation par rapport à l'aspect production. Par conséquent peu de données sur la production (par exemple, sur les coûts de production) avaient été rassemblées. Deux plans d'enquête avaient été utilisés, à savoir l'enquête transversale ou "préliminaire" et l'enquête longitudinale ou "quotidienne".

L'enquête préliminaire avait pour objet de collecter des données sur les pratiques de commercialisation utilisées pour l'écoulement des produits laitiers au cours de l'année précédant l'enquête par entretien. Les ménages échantillonnés avaient chacun été interrogés une fois et les modes de commercialisation normalement utilisés pendant les saisons sèche et humide ainsi que pendant les périodes de carême⁵ déterminés à partir du vécu du ménage au cours de l'année de l'enquête par remémoration. En l'absence de séries chronologiques suffisamment étendues qui permettent une analyse correcte du comportement commercial normal des producteurs, cette technique avait été jugée adéquate.

⁵ Chaque année, les chrétiens orthodoxes éthiopiens s'astreignent à jeûner pendant 55 jours entre les mois de février et d'avril. Durant cette période, ils s'interdisent strictement de consommer des protéines animales. Ils jeûnent également 15 jours pendant le mois d'août ainsi que tous les mercredis et les vendredis de l'année.

Figure 2. Répartition des ménages échantillonnés, région du Shoa (Ethiopie), 1986



Les chiffres entre parenthèses montrent le nombre de ménages présents dans l'échantillon (n) et les distances approximatives par rapport à Addis-Abeba ou aux centres de ramassage de la Dairy Development Enterprise (DDE).

Dans le cadre de l'enquête quotidienne (couvrant les mêmes ménages que ceux interrogés dans l'enquête préliminaire), le comportement de chaque ménage en matière de commercialisation de sa production laitière a été observé pendant une période de sept jours. L'enquête quotidienne a révélé l'existence de variations comportementales entre différents marchés et différents jours de carême pendant la semaine. Elle avait également été conçue pour mettre au jour toute variation comportementale entre ce que les enquêtés avaient signalé comme correspondant à la règle en matière de commercialisation (dans l'enquête préliminaire) et ce qu'ils faisaient réellement au moment de sa survenue (comme l'indique l'enquête quotidienne).

Les enquêtes avaient été effectuées aux dates ci-après:

- producteurs urbains: février 1986 (pour la collecte de données historiques sur la période allant de février 1985 à février 1986), et mars 1986 (pour la collecte quotidienne de données sur une semaine en mars 1986);

- producteurs péri-urbains: mai 1986 (pour la collecte de données historiques sur la période allant de mai 1985 à mai 1986, et de données quotidiennes pendant une semaine en mai 1986);
- petits producteurs: juillet 1986 (pour la collecte de données historiques sur la période allant de juillet 1985 à juillet 1986, et de données quotidiennes sur une semaine en juillet 1986).

Les données avaient été collectées par 12 diplômés de l'enseignement secondaire qui avaient été formés aux techniques d'enquête par entretien. Dans le cadre de ces cours, les questionnaires avaient été testés sur les enquêteurs eux-mêmes et sur certains producteurs de lait. La clarté des questionnaires avait également été testée sur certains paysans réputés chevronnés en matière de production laitière. A cause des barrières linguistiques et de certains problèmes de communication, une bonne partie des questions avait dû être restructurée ou reformulée. Compte tenu des préférences des enquêtés, les questions avaient

été posées soit en amharique, la langue officielle de l'Éthiopie, soit en oromigna, une autre langue parlée par de très nombreux locuteurs dans le pays.

Dans l'enquête préliminaire comme dans l'enquête quotidienne, des informations détaillées ont été collectées sur la production, l'utilisation et la commercialisation du lait, du beurre, et du fromage. Lorsque les chiffres donnés étaient douteux, les enquêteurs procédaient à la mesure des récipients dans lesquels les produits avaient été offerts à la vente.

Les renseignements fournis par les enquêtes couvraient les points de vente, les types d'acheteurs, et les prix payés par chaque classe d'acheteur à chaque endroit. Les raisons à la base des préférences des producteurs quant à leur clientèle et à leurs points de vente ont également été déterminées. A chaque fois que cela s'était avéré possible, l'information recherchée avait été recueillie auprès du chef de ménage ou de la personne directement habilitée à décider de la commercialisation des produits.

3. RESULTATS

LES PRODUCTEURS URBAINS

Prélèvement, vente et autres types d'écoulement du lait frais

Les 49 producteurs urbains sur lesquels des données complètes ont pu être rassemblées possédaient en moyenne 5,3 vaches en lactation par ménage au cours de la période d'enquête (variation située dans une fourchette de 1 à 43). Les grands producteurs détenaient en moyenne 10 vaches laitières contre environ 2 pour les petits producteurs.

Il ressort de l'enquête que la production urbaine de lait était destinée tant à la vente qu'à l'autoconsommation. Les petits producteurs ont indiqué qu'entre février 1985 et février 1986, ils ont régulièrement vendu les deux tiers de leur

production de lait, le tiers restant étant réservé à l'autoconsommation. Seuls 5 des 20 grands producteurs avaient vendu la totalité de leur production au cours de cette période. Les 15 autres avaient commercialisé leur production à 80%, les 20% restants étant réservés à la consommation du ménage.

Les quantités de lait frais vendues à Addis-Abeba variaient en fonction du type de producteur et de la saison. On trouvera au tableau 2 un récapitulatif des ventes journalières déclarées par les producteurs urbains, de même qu'une estimation de leur production quotidienne.

Environ 75% des producteurs urbains écoulaient généralement la totalité de leurs livraisons destinées à la vente et ce, quelle que soit la saison. Les raisons invoquées pour expliquer les éventuels

Tableau 2. Ventes et production journalières de lait par ménage des producteurs urbains, février 1985 – février 1986

Type de producteur	Nombre de ménages	Nombre moyen de vaches	Ventes journalières de lait (litres/ménage)				Estimation de la production journalière (litres/ménage) ^b
			Saison humide ^a	Saison sèche ^a	Période de carême ^a	Moyenne	
Grands producteurs	20	10,4 (10,3)	32,9 (44,6)	22,9 (26,6)	17,0 (22,7)	24,2 (37,0)	30,3
Petits producteurs	29	1,8 (0,6)	3,7 (3,0)	2,2 (1,3)	3,0 (2,1)	3,0 (1,6)	4,5
Ensemble de l'échantillon ^c	49	5,3 (7,8)	15,6 (20,0)	10,7 (11,6)	8,8 (10,5)	11,7 (16,1)	16,0

Les chiffres entre parenthèses sont les écarts types. Les écarts types élevés des moyennes sont le signe d'une distribution des ventes très asymétrique vers la droite, notamment en ce qui concerne les grands producteurs.

^a La saison humide se situe entre juin et septembre, la saison sèche entre octobre et janvier. Au cours de la période d'enquête, le carême a eu lieu du 17 février au 13 avril 1985.

^b Déterminée sur la base de ventes représentant 80, 66 et 73% de la production respectivement pour les grands producteurs, les petits producteurs et l'ensemble de l'échantillon.

^c Moyennes pondérées. Les coefficients de pondération utilisés étaient de 0,41 pour les grands producteurs et de 0,59 pour les petits producteurs.

invendus étaient la traite tardive, les retards de livraison et le refus de la clientèle habituelle d'acheter du lait pendant le carême. Les producteurs sélectionnés dans l'échantillon estimaient que les méventes ne constituaient pas un problème dans la mesure où les invendus étaient transformés en beurre ou en fromage ou consommés frais au sein du ménage.

Premiers points de vente du lait frais

Les producteurs urbains échantillonnés n'ayant vendu ni beurre, ni fromage au cours de la période coïncidant avec l'étude, l'analyse entreprise a été strictement circonscrite aux ventes de lait frais. A cet égard, l'enquête préliminaire a révélé ce qui suit:

- 73% des producteurs urbains vendaient directement leurs produits aux consommateurs soit à la ferme, soit en faisant du porte à porte, soit en transportant le produit jusqu'aux locaux de l'entreprise commerciale concernée;
- 18% d'entre eux vendaient leur production aux hôtels/salons de thé/restaurants; et
- les 9% restants vendaient leur production aux établissements publics, soit directement, soit par le biais de marchands ambulants.

La préférence des producteurs, grands comme petits, allait clairement à la vente directe aux consommateurs. La quasi-totalité des petits producteurs (96%) utilisaient cette filière, contre 45% pour les grands producteurs qui vendaient leur production à 40% aux hôtels/salons de thé/restaurants et à 15% aux établissements publics.

Importance relative des divers débouchés

On trouvera au tableau 3 un récapitulatif des ventes de lait frais effectuées par les producteurs urbains, ventilées par point de vente et par saison. Les caractéristiques des ventes étaient similaires pour les saisons humide et sèche mais s'écartaient significativement ($P < 0,05$) de celles de la période de carême.

Il ressort en outre de ce tableau que les petits producteurs préféraient la vente directe aux particuliers tandis que les grands producteurs trouvaient plus commode d'écouler leurs produits auprès d'une clientèle capable d'acheter chaque jour des quantités importantes de lait (hôtels, salons de thé, restaurants et établissements publics).

Prix à la production aux premiers points de vente

De février 1985 à février 1986, les prix moyens à la production payés par les consomma-

teurs sur les divers points de vente se présentaient comme suit:

- particuliers: 0,84 birr par litre (écart type = 0,09 et CV = 11%);
- hôtels/salons de thé/restaurants: 0,79 birr par litre (écart type = 0,03 et CV = 3,2%);
- établissements publics: 0,79 birr par litre (écart type = 0,03 et CV = 3,2%).

Ces prix n'étaient pas différents d'une saison à l'autre et constituaient par conséquent des moyennes annuelles. Le prix du litre payé par les particuliers était de 0,05 birr plus cher que celui pratiqué pour les hôtels/salons de thé/restaurants ou les établissements publics; toutefois la majeure partie des livraisons des grands producteurs s'écoulait sur ce marché (voir tableau 3). A cause des quantités relativement importantes de lait frais commercialisées par les grands producteurs par rapport aux petits, la vente directe aux particuliers pourrait en fin de compte revenir plus cher en termes de temps de travail investi que les gains inhérents à l'exploitation de cette filière. De fait, en termes de temps de travail, les ventes en gros faites directement aux institutions ne nécessitaient pas un investissement aussi important que les ventes directes aux particuliers. Outre ces considérations relatives au coût d'opportunité, il apparaît par ailleurs que les risques de mévente étaient moindres avec les consommateurs institutionnels qu'avec les particuliers.

Variations des prix à la production

Une analyse de variance a été effectuée pour déterminer le niveau de signification des variations des prix du lait frais enregistrées aux différents points de vente au cours de l'enquête quotidienne réalisée en mars 1986. Il ressort des résultats de cette analyse que les prix du produit directement vendu aux particuliers étaient significativement supérieurs ($P < 0,05$) à ceux payés par les restaurants/hôtels/salons de thé ou par les établissements publics. Il apparaît également que pour ces deux dernières catégories d'institutions, les prix n'étaient pas différents.

D'une manière générale, une bonne connaissance des divers débouchés qui s'offrent et des différents prix pratiqués contribue à renforcer la position de négociation des producteurs et améliore leurs chances de pouvoir vendre aux plus offrants. Cette information leur permet également de passer d'un marché à l'autre pour vendre au meilleur prix. Invités à indiquer s'ils connaissaient d'autres débouchés pour leur lait dans le cadre de l'enquête quotidienne, la moitié des producteurs urbains ont déclaré connaître au moins une autre filière de commercialisation. Toutefois

Tableau 3. *Proportion (%) des ventes de lait frais des producteurs urbains effectuées sur les différents points de vente par saison, février 1985 à février 1986*

Points de vente	Part du marché (%)		
	Grands producteurs	Petits producteurs	Ensemble de l'échantillon
Période de carême (17 février au 13 avril)			
Particuliers	35	87	43
Restaurants/hôtels/salons de thé	31	0	26
Etablissements publics	34	13	31
<i>Ventes journalières totales des ménages (litres)</i>	<i>340</i>	<i>87</i>	<i>427</i>
Saison humide (juin à septembre)			
Particuliers	26	91	35
Restaurants/hôtels/salons de thé	39	0	34
Etablissements publics	35	9	32
<i>Ventes journalières totales des ménages (litres)</i>	<i>658</i>	<i>107</i>	<i>765</i>
Saison sèche (octobre à janvier)			
Particuliers	9	9	18
Restaurants/hôtels/salons de thé	51	0	46
Etablissements publics	40	7	36
<i>Ventes journalières totales des ménages (litres)</i>	<i>458</i>	<i>64</i>	<i>522</i>

aucun d'entre eux ne s'était résolu à commercialiser ses produits sur un autre marché au cours de la période de l'enquête, même si les prix payés par les particuliers étaient supérieurs à ceux offerts par les restaurants/hôtels/salons de thé ou par les établissements publics. On peut donc avancer que pour ces producteurs d'autres facteurs, comme par exemple la fiabilité des débouchés, l'avaient emporté sur le critère du niveau des prix.

Facteurs déterminant l'offre de lait frais commercialisable par le ménage

L'offre de lait frais commercialisable par les ménages est fonction de la production totale, de l'autoconsommation, de la quantité de lait directement consommée par les veaux et du rapport des prix du lait frais à ceux des concentrés. Quant à la production totale, elle dépend de la race bovine, du nombre de vaches en lactation ainsi que de la quantité et de la qualité des aliments utilisés.

Au cours de l'enquête préliminaire, certaines des principales variables indépendantes qui contribuent à déterminer l'offre commercialisable de lait frais d'un ménage n'avaient pas beaucoup varié. Il s'agissait notamment de la race bovine, de la part de la production totale autoconsommée et de la quantité de lait consommée par les veaux.

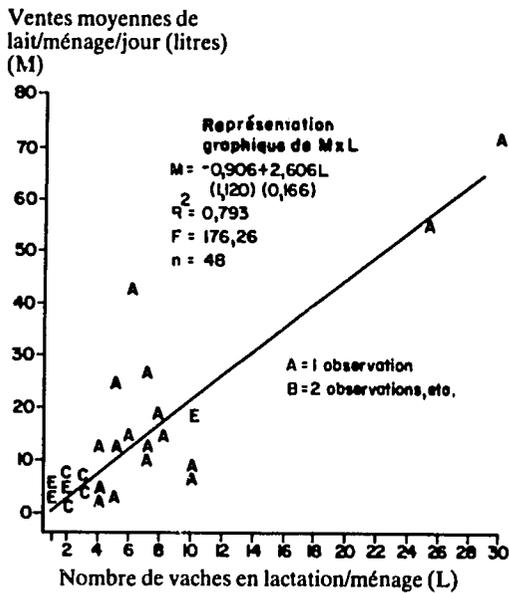
En revanche, le nombre de vaches en lactation détenues par les producteurs urbains avait connu d'importantes variations. Une régression linéaire a donc été calculée pour définir la relation entre l'offre totale de lait commercialisable d'un ménage – représentée par ses ventes – et le nombre de vaches en lactation détenues. On trouvera à la figure 3 la droite de régression correspondante.

Les données relatives à un producteur dont les ventes de lait par vache étaient significativement supérieures à la moyenne de l'échantillon et qui possédait en outre le nombre le plus élevé de vaches n'ont pas été intégrées dans cette régression. La pente de la droite avait été estimée à 2,206, ce qui signifie que l'adjonction d'une vache en lactation se traduisait par une augmentation de 2,2 litres de l'offre de lait commercialisable. Par ailleurs, le nombre de vaches en lactation rendait compte à lui seul de 79% des variations totales de l'offre de lait commercialisable chez les producteurs urbains, les 21% restants étant imputables à d'autres variables (par exemple la race, la consommation des veaux, le rapport des prix du lait à ceux des concentrés, etc.).

Résultats de l'enquête quotidienne

Au cours de l'enquête quotidienne, les producteurs urbains n'avaient vendu ni beurre

Figure 3. Relation entre les ventes de lait des producteurs urbains et le nombre de vaches en lactation qu'ils détiennent



ni fromage. Malgré la possibilité qui leur était offerte d'écouler leur lait frais auprès de la Dairy Development Enterprise (DDE) au prix de 0,50 birr/litre, tous avaient continué à vendre aux particuliers, aux restaurants/hôtels/salons de thé et aux établissements publics comme ils l'avaient fait pendant l'enquête préliminaire. On trouvera au tableau 4 la répartition de ces ventes entre ces différents débouchés.

Sur la base du nombre de producteurs utilisant un débouché donné et des parts relatives du marché contrôlées par les différents opérateurs, il a été calculé que les grands producteurs vendaient en moyenne 24 litres de lait frais par ménage et par jour, contre 3 litres par ménage et par jour pour les petits producteurs.

Au cours de l'enquête quotidienne, les prix de vente moyens reçus par les producteurs étaient fonction des débouchés et se présentaient comme suit:

- particuliers: 0,86 birr par litre (écart type = 0,08; CV = 8,8%);
- restaurants/salons de thé/hôtels : 0,74 birr par litre (écart type = 0,06; CV = 7,4%);
- établissements publics: 0,76 birr par litre (écart type = 0,05; CV = 6,3%).

Frais de transport

La présente étude étant essentiellement axée sur la commercialisation, aucune donnée sur les coûts de production n'avait été recueillie. Toutefois, des informations avaient pu être obtenues sur les frais de transport supportés par les producteurs au titre de la livraison du lait à la clientèle.

Tableau 4. Part du marché (%) des différents débouchés dans les ventes de lait frais des producteurs urbains, mars 1986

Débouché	Part du marché (%)		
	Grands producteurs	Petits producteurs	Ensemble de l'échantillon
Particuliers	19	90	31
Restaurants/hôtels/salons de thé	27	1	23
Etablissements publics	54	9	46
<i>Ventes journalières totales des ménages (litres)</i>	<i>480</i>	<i>75</i>	<i>555</i>

Le lait était transporté sur le lieu de vente à pied, à dos d'âne, en voiture particulière, en bus ou en taxi. La plupart des producteurs urbains livraient leur produit à pied, couvrant des distances nécessitant de 15 à 60 minutes de marche. Toutefois, des informations précises n'ont pas pu être collectées sur le coût de ce type de transport, pas plus d'ailleurs que sur celui du transport du lait à dos d'âne.

Des coûts approximatifs ont quand même pu être obtenus en demandant aux enquêtés combien ils seraient disposés à payer pour faire livrer leur lait à pied ou à dos d'âne sur une distance à couvrir approximativement en une heure de marche. Les réponses obtenues sont résumées au tableau 5. Il a été calculé, sur la base des prix de vente pratiqués sur les différents débouchés pendant l'enquête quotidienne et des moyennes pondérées des frais de transport, que les coûts du transport représentaient respectivement 13, 15 et 13% des prix de vente du lait aux particuliers, aux restaurants/salons de thé/hôtels et aux établissements publics.

Evaluation des performances des premiers débouchés

Dans le cadre de l'étude, on avait posé comme hypothèse que le système de commercialisation des produits laitiers avait pour objectif de garantir aux producteurs les meilleurs prix nets possibles. Les performances des divers débouchés ont par conséquent été évaluées et comparées sur la base des données suivantes:

- prix unitaires payés aux producteurs aux différents points de vente pendant l'enquête quotidienne; et

Tableau 5. Coûts des divers moyens de transport du lait frais, mars 1986

Destination et moyen de transport	Fréquence relative d'utilisation %	Frais de transport (birr/litre)	
		Moyenne	Ecart type
Livraison directe au domicile du consommateur			
A pied	54	0,10	0,02
En voiture particulière	11	0,03	0,02
En bus	2	0,03	0,00
En taxi	33	0,17	0,07
Coût moyen pondéré ^a		0,11	0,04
Restaurants/hôtels/salons de thé			
A pied	45	0,10	0,03
En voiture particulière	38	0,12	0,10
En bus	12	0,09	0,01
En taxi	5	0,21	0,03
Coût moyen pondéré ^a		0,11	0,05
Établissements publics			
A pied	100	0,10	0,03

2,07 birr = 1 dollar des Etats-Unis.

^aPondéré par la fréquence d'utilisation.

- coûts unitaires de la commercialisation des produits pendant l'enquête quotidienne.

Les seuls coûts pris en considération dans cette analyse étaient les coûts de livraison du lait (moyennes pondérées des coûts du transport).

L'équation utilisée pour calculer le bénéfice unitaire net associé aux divers débouchés se présentait donc ainsi:

bénéfice net = prix unitaire - coût unitaire

L'efficacité d'un débouché devient donc fonction de l'importance du bénéfice net réalisé. Le tableau 6 donne l'efficacité des points de vente du lait frais utilisés par les producteurs urbains. Il ressort de ces résultats que les ventes directes aux particuliers constituaient le moyen le plus efficace de commercialiser le lait. Les ventes aux établissements publics venaient au second rang avec au bas de l'échelle les ventes aux restaurants/hôtels/salons de thé.

LES PRODUCTEURS PERI-URBAINS

Les producteurs péri-urbains couverts par l'étude possédaient en moyenne 15 vaches laitières par ménage, dont la plupart étaient métisses. 11 d'entre eux (61%) ont indiqué que leur ob-

Tableau 6. Performances des divers débouchés empruntés par les producteurs urbains pour l'écoulement du lait frais, mars 1986

Débouché	Prix moyen à la production (birr/litre)	Moyenne pondérée du prix du transport (birr/litre)	Bénéfice net (birr/litre)
Particuliers	0,86	0,11	0,75
Restaurants/hôtels/salons de thé	0,74	0,11	0,63
Etablissements publics	0,76	0,10	0,66

2,07 birr = 1 dollar des Etats-Unis.

jectif principal en élevant des vaches était la production de lait pour la vente. Les 39% restants ont déclaré qu'ils gardaient des vaches dans le double but de la commercialisation et de l'autoconsommation de leur production laitière.

A l'instar de leurs homologues de la capitale, les producteurs péri-urbains de Sebeta, localité située à 20 km d'Addis-Abeba, n'avaient vendu que du lait frais pendant la période couverte par l'enquête préliminaire. On comprendra donc aisément qu'il ne soit question ni de beurre, ni de fromage dans cette étude.

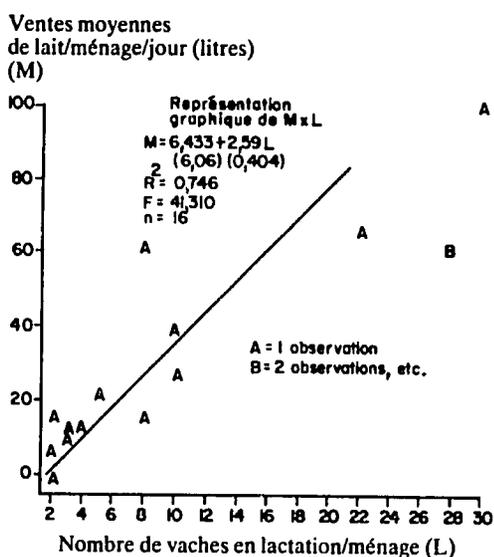
Entre mai 1985 et mai 1986, les producteurs péri-urbains avaient vendu en moyenne 80,6 litres de lait frais par ménage et par jour. Les ventes dépendaient de la saison, passant en moyenne de 98 litres par ménage et par jour au cours de la saison humide, à 77 litres par ménage et par jour pendant le carême, avant de tomber à 67 litres par ménage et par jour pendant la saison sèche.

Une analyse de régression analogue à celle effectuée pour les producteurs urbains a également été réalisée ici. Deux producteurs dont les ventes de lait et le nombre de vaches étaient supérieurs aux moyennes de l'échantillon avaient été exclus de la régression. La pente de la droite de régression avait été estimée à 2,59, ce qui signifie que l'adjonction d'une vache en lactation entraînait une augmentation d'environ 2,6 litres de l'offre de lait commercialisable par le ménage. Il apparaît en outre que le nombre de vaches en lactation était responsable de 75% des variations totales de l'offre commercialisable. La figure 4 illustre la relation entre l'offre de lait frais commercialisable des ménages - représentée par les ventes - et le nombre de vaches en lactation détenues.

Résultats de l'enquête quotidienne

Au cours des sept jours qu'a duré l'enquête quotidienne, les 18 producteurs péri-urbains inter-

Figure 4. Relation entre les ventes de lait des producteurs péri-urbains et le nombre de vaches en lactation détenues



rogés ont vendu au total 9 157 litres de lait frais, soit en moyenne 72,7 litres par ménage et par jour. Les principaux acheteurs étaient les restaurants/hôtels/salons de thé et les établissements publics d'Addis-Abeba et les parts de marché se présentaient comme suit :

- restaurants/hôtels/salons de thé d'Addis-Abeba : 53,9% ;
- établissements publics: 42,2% ;
- marchands ambulants: 1,4% ;
- particuliers d'Addis-Abeba et de Sebeta: 2,5%.

À l'issue des 126 entretiens effectués, les producteurs péri-urbains ont déclaré dans 76% des cas avoir écoulé la totalité de leur production destinée à la vente. Le manque de clients constituait la raison la plus souvent invoquée (62%) pour expliquer les méventes. Les autres raisons signalées étaient le manque d'argent des clients (24%) et les retards de livraison (14%). Environ un tiers des invendus était consommé par le ménage sous forme de lait frais, le reste étant transformé en beurre et en fromage également pour l'autoconsommation.

Les producteurs péri-urbains ont par ailleurs été invités à indiquer s'ils connaissaient des débouchés autres que ceux qu'ils empruntaient habituellement. Il ressort de leurs déclarations que tous en connaissaient au moins un autre. Toutefois, seuls deux d'entre eux avaient tiré parti d'une telle information pendant la période de l'enquête quotidienne, faute d'avoir pu entrer en contact avec leurs clients habituels au moment de la vente.

Les prix moyens du lait frais des producteurs péri-urbains se présentaient comme suit en fonction du type de débouché :

- particuliers de Sebeta : 0,59 birr par litre ;
- particuliers d'Addis-Abeba : 0,69 birr par litre ;
- restaurants/hôtels/salons de thé d'Addis-Abeba : 0,73 birr par litre ;
- établissements publics d'Addis-Abeba : 0,69 birr par litre.

L'enquête sur les producteurs péri-urbains a été effectuée en mai, moment où les pluies sont beaucoup plus abondantes qu'en mars, période au cours de laquelle avait eu lieu l'étude sur les producteurs urbains. Cette variation pluviométrique pourrait expliquer la faiblesse relative des prix payés aux producteurs péri-urbains sur les mêmes points de vente. La moyenne pondérée des prix payés aux producteurs péri-urbains était de 0,71 birr le litre.

Le principal point de vente utilisé par les producteurs péri-urbains se situait à l'intérieur d'Addis-Abeba, à une vingtaine de kilomètres du lieu de production. Généralement transporté en bus, en voiture particulière ou en taxi de location, le lait était livré sur place en grandes quantités aux restaurants/hôtels/salons de thé et aux établissements publics. Les coûts du transport variaient de 0,06 birr par litre (bus) à 0,21 birr par litre (taxi de location), avec une moyenne pondérée de 0,14 birr par litre.

Evaluation des performances des débouchés du lait frais

Le bénéfice unitaire net a été utilisé comme critère d'évaluation de l'efficacité des divers débouchés empruntés par les producteurs péri-urbains. Les ventes directes aux particuliers étaient négligeables et n'avaient donc pas été prises en compte dans ce processus. Par ailleurs, les coûts du transport n'avaient pas été ventilés en fonction des livraisons faites aux hôtels/salons de thé/restaurants et aux établissements publics ; à la place une moyenne pondérée des coûts des transports de 0,14 birr par litre avait été utilisée pour les livraisons faites à ces deux types d'institutions.

Le bénéfice net réalisé sur les ventes de lait a été calculé en soustrayant la moyenne pondérée du coût unitaire du transport du prix moyen reçu ; estimé pour chaque débouché, il s'élevait à 0,59 birr par litre pour les ventes au secteur de la restauration contre 0,55 birr par litre pour les ventes aux établissements publics.

LES PETITS PRODUCTEURS

Les petits producteurs ont été classés en deux groupes, à savoir celui des opérateurs vivant dans

un rayon de 20 km autour d'Addis-Abeba et celui des opérateurs résidant entre 20 et 85 km de la capitale. Chaque groupe a été subdivisé en deux selon sa proximité ou son éloignement d'un centre de ramassage de la DDE. 105 petits producteurs ont ensuite fait l'objet d'interrogatoires directs en juillet 1986, une fois pendant l'enquête préliminaire, et sept fois pendant l'enquête quotidienne.

Les petits producteurs vivant à 20 km d'Addis-Abeba possédaient en moyenne 2,7 vaches laitières par ménage contre 2,1 vaches laitières pour ceux résidant à 20 -- 85 km de la capitale. Environ 56% des producteurs interrogés ont indiqué que l'objectif principal qu'ils poursuivaient en élevant des vaches était de produire du beurre et du fromage essentiellement destinés à la vente. Au cours de la période coïncidant avec l'enquête quotidienne, les petits producteurs avaient vendu en moyenne 1,0 litre de lait frais par ménage et par jour, 0,127 kg de beurre de cuisine et 0,258 kg de fromage blanc.

On trouvera au tableau 7 un récapitulatif des ventes quotidiennes effectuées par les producteurs. Quel que soit leur éloignement par rapport à Addis-Abeba, les producteurs situés à proximité des centres de ramassage vendaient plus de lait frais et moins de beurre et de fromage que ceux résidant plus loin de ces structures. Par ailleurs, les petits producteurs vivant près d'Addis-Abeba vendaient plus de lait, de beurre et de fromage que leurs homologues résidant à plus grande distance de la capitale.

Débouchés et ventes de lait frais

Les petits producteurs vendaient essentiellement leur lait frais aux centres de ramassage de la DDE situés le long des grands axes routiers. Le reste des ventes – notamment pour les producteurs résidant près d'Addis-Abeba – se faisait à la ferme, sur les marchés locaux et directement chez les particuliers. A la ferme et sur les marchés locaux, le lait était vendu soit aux consommateurs finaux, soit aux marchands ambulants. Les données disponibles semblent indiquer que l'essentiel de la production écoulee par ces deux filières avait été achetée par les marchands ambulants.

A titre de comparaison, les ventes de lait frais effectuées par les petits producteurs ont été ventilées en:

- ventes à la DDE;
- ventes sur place (aux voisins, aux marchands ambulants et sur les marchés locaux); et
- livraisons directes (ventes hors du site de production, aux particuliers des zones urbaines, aux restaurants/hôtels/salons de thé ou aux établissements publics).

Tableau 7. *Ventes moyennes de produits laitiers par ménage et par jour effectuées par les petits producteurs en fonction de leur éloignement des centres de ramassage du lait et d'Addis-Abeba, juillet 1986*

Produit laitier	Producteurs situés entre 0 et 20 km d'Addis-Abeba	Producteurs situés entre 20 et 85 km d'Addis-Abeba
Producteurs situés entre 0 et 3 km des centres de ramassage		
Nombre de ménages	16	16
Nombre de vaches/ménage	3,1	1,8
Ventes par ménage et par jour		
Lait (litres)	2,3	3,2
Beurre (kg)	0,172	0,007
Fromage (kg)	0,393	0,0
Total (litres d'équivalent-lait) ^a	6,4	3,2
Producteurs situés entre 3 et 10 km des centres de ramassage		
Nombre de ménages	39	34
Nombre de vaches/ménage	2,6	2,2
Ventes par ménage et par jour		
Lait (litres)	0,3	0,1
Beurre (kg)	0,183	0,097
Fromage (kg)	0,522	0,011
Total (en litres d'équivalent-lait) ^a	4,7	2,4

^a Somme de la quantité de lait frais vendue et de l'équivalent-lait du beurre (taux de conversion: 1 kg de beurre = 24 litres de lait frais). Le fromage n'a pas été pris en compte étant donné qu'il ne constitue qu'un sous-produit de la fabrication du beurre, et que sa production ne nécessite pas un apport supplémentaire de lait (en dehors de ce qu'il faut pour fabriquer le beurre).

Les parts relatives des divers débouchés dans les ventes de lait frais des petits producteurs sont présentées au tableau 8. Il ressort de ces chiffres que la DDE constituait de loin le plus gros acheteur du lait fourni par les petits producteurs et que les ventes sur place et les livraisons directes étaient insignifiantes.

La DDE payait aux petits producteurs 0,50 birr par litre de lait frais, somme qui correspond au prix fixé par l'Etat pour tout achat de lait frais par cet organisme. Le prix de vente à la ferme ou sur les marchés locaux était également de 0,50 birr/litre d'un bout à l'autre de l'année. Enfin, les livraisons directes effectuées par les petits producteurs aux particuliers ou aux opérateurs institutionnels d'Addis-Abeba étaient

Tableau 8. *Parts (%) des divers débouchés dans les ventes de lait frais des petits producteurs, juillet 1986*

Débouché	Part du marché (%)				Ensemble de l'échantillon
	Producteurs proches d'Addis-Abeba		Producteurs éloignés d'Addis-Abeba		
	et proches d'un centre de ramassage	et éloignés d'un centre de ramassage	et proches d'un centre de ramassage	et éloignés d'un centre de ramassage	
Dairy Development Enterprise	92	92	100	100	96
Ventes sur place	3	0	0	0	1
Livraisons directes	5	8	0	0	3
<i>Ventes journalières totales des ménages (litres)</i>	<i>36,8</i>	<i>11,7</i>	<i>51,2</i>	<i>3,4</i>	<i>103,1</i>

rémunérées au prix moyen de 0,71 birr/litre, encore que les quantités ainsi vendues fussent limitées.

Ventes de beurre et débouchés

Les petits producteurs couverts par l'enquête avaient vendu 93,2 kg de beurre de cuisine pendant les sept jours qu'avait duré l'enquête quotidienne de juillet 1986. La quantité moyenne de beurre vendue par ménage et par jour était de 127 grammes.

Le beurre de cuisine fabriqué par les petits producteurs était pour l'essentiel placé sur le marché local où il était acheté par des commerçants et des marchands ambulants. Le reste de la production était commercialisé au niveau de l'exploitation ou vendu directement aux particuliers d'Addis-Abeba.

Aux fins de l'analyse, les circuits utilisés par les producteurs pour écouler le beurre de cuisine ont été classés en trois catégories:

- les marchands ambulants;
- les citadins (particuliers, commerçants et restaurants servant des spécialités locales en particulier l'injera); et
- les voisins et les particuliers/restaurants des petites agglomérations.

Le tableau 9 montre la part de chaque débouché exprimée en pourcentage du volume de beurre commercialisé par l'intermédiaire de chacun de ces trois circuits, et en fonction de l'éloignement du site de production par rapport d'une part à Addis-Abeba et d'autre part aux centres de ramassage du lait. Il ressort de ce tableau que les producteurs vivant à la fois à proximité d'Addis-Abeba et d'un centre de ramassage vendaient l'essentiel de leur production beurrière sur place, contrairement aux opérateurs résidant près de la capitale mais loin d'un centre de collecte, dont la clientèle était principalement composée de marchands ambulants. Les producteurs rési-

dant à la fois loin d'Addis-Abeba et d'un centre de ramassage vendaient une bonne partie de leur beurre sur place alors que ceux habitant près d'un centre de ramassage écoulaient la totalité de leur production auprès des particuliers de la capitale.

Les producteurs vivant loin d'Addis-Abeba vendaient en moyenne 68 g de beurre de cuisine par ménage et par jour, contre 180 g par ménage et par jour pour ceux vivant à proximité de la capitale. Leurs homologues habitant dans un rayon de 3 km d'un centre de collecte de la DDE vendaient 90 g de beurre de cuisine par ménage et par jour, contre 143 g pour les producteurs résidant entre 3 et 10 km de la capitale.

Dans 98% des cas où elles ont été interrogées, les personnes enquêtées ont répondu qu'elles écoulaient tout leur beurre destiné à la vente auprès de leur clientèle habituelle. Bien que les petits producteurs aient tous déclaré connaître au moins un autre débouché pour l'écoulement de leur production beurrière, aucun d'entre eux ne s'était prévalu d'une telle connaissance pour changer de filière de commercialisation au cours de la période de l'enquête quotidienne.

Les producteurs ont été invités à donner les raisons pour lesquelles ils privilégiaient un type particulier de clientèle par rapport aux autres pour l'écoulement de leur beurre. Parmi ceux qui habitaient loin d'Addis-Abeba, 46% ont déclaré obtenir de meilleurs prix nets avec les marchands ambulants qu'avec les autres acheteurs. Le même argument était avancé par les producteurs vivant à proximité de la capitale, 58% d'entre eux affirmant que les ventes à des particuliers et à des marchands donnaient de meilleures marges bénéficiaires que les ventes sur place. Enfin, 11% des producteurs habitant non loin de la capitale ont déclaré vendre leur beurre aux citadins parce que ces derniers étaient toujours disposés à en acheter.

Tableau 9. Pourcentage des quantités de beurre vendues par les petits producteurs à divers types de clients, juillet 1986

Débouché	Part du marché (%)				Ensemble de l'échantillon
	Producteurs proches d'Addis-Abeba		Producteurs éloignés d'Addis-Abeba		
	et proches d'un centre de ramassage	et éloignés d'un centre de ramassage	et proches d'un centre de ramassage	et éloignés d'un centre de ramassage	
Marchands ambulants	17	48	0	15	20
Citadins	22	40	100	31	48
Ventes sur place	61	12	0	54	32
<i>Ventes journalières totales des ménages (kg)</i>	<i>2,75</i>	<i>7,14</i>	<i>0,11</i>	<i>3,30</i>	<i>13,3</i>

Prix du beurre

Compte tenu de la voie d'écoulement utilisée, le prix du beurre variait de 6,27 à 7,11 birr le kilo au moment de l'enquête quotidienne effectuée en juillet 1986 (tableau 10). Les prix moyens pondérés obtenus par les producteurs vivant à proximité d'Addis-Abeba étaient supérieurs à ceux payés aux opérateurs habitant loin de la capitale. Le beurre commercialisé par les petits producteurs demeurant près d'Addis-Abeba était acheté à un prix plus rémunérateur par les particuliers de la capitale. En revanche, les prix payés par les voisins habitant à proximité du site de production étaient les plus bas. Quant aux producteurs vivant loin d'Addis-Abeba, leurs meilleurs clients du point de vue des prix du beurre étaient les marchands ambulants.

Frais liés au transport du beurre et revenus nets des producteurs

Pour vendre leur beurre à Addis-Abeba, les petits producteurs vivant non loin de la capitale se déplaçaient à pied; ceux qui vivaient plus loin utilisaient les transports en commun (autobus) ou, dans de rares cas, leurs véhicules particuliers.

La quasi-totalité des petits producteurs vivant loin d'Addis-Abeba transportaient à pied leur production beurrière vers les marchés des petites agglomérations voisines. Aucune estimation fiable n'a pu être obtenue sur les coûts afférents au transport du beurre, parce que cette denrée est généralement transportée en même temps que le fromage et que, comme on l'a vu plus haut, les déplacements se font essentiellement à pied. Dans les rares cas où un véhicule avait été utilisé, il est apparu que le transport du beurre n'était généralement pas l'unique motif du voyage.

L'estimation du bénéfice net des producteurs a été réalisée sur la base des coûts approximatifs

Tableau 10. Prix moyens du beurre payés aux petits producteurs, juillet 1986

Débouché	Prix moyen (birr/kg)			
	Producteurs proches d'Addis-Abeba		Producteurs éloignés d'Addis-Abeba	
	Prix moyens	Ecart type	Prix moyens	Ecart type
Marchands ambulants	6,74	0,93	7,11	0,67
Citadins	6,81	0,78	6,41	0,54
Ventes sur place	6,39	0,00	6,27	0,00
Prix moyen pondéré ^a	6,63	0,54	6,42	0,40

2,07 birr = 1 dollar des Etats-Unis.

^a Pondéré par la fréquence de l'utilisation du point de vente (voir tableau 9).

du transport du beurre jusqu'aux premiers points de vente. Les coûts directs imputables au travail (ou coûts d'opportunité) nécessaire pour la fabrication du beurre ont été tenus pour négligeables et n'ont donc pas été inclus dans le calcul. Les frais afférents au transport du beurre par les exploitants habitant à proximité d'Addis-Abeba jusqu'au premier point de vente représentaient environ 0,29 birr par kilo, contre 0,27 birr par kilo pour les opérateurs vivant loin d'Addis-Abeba.

Le tableau 11 compare les bénéfices nets réalisés par les petits producteurs en vendant leur beurre à divers types de clientèles. D'une façon générale, les producteurs vivant à proximité d'Addis-Abeba réalisaient les bénéfices nets les plus élevés (6,52 birr/kg) en vendant leur beurre aux citadins, et ceux vivant loin d'Addis-Abeba, en écoulant leur produit auprès des marchands ambulants (6,84 birr/kg). Dans l'ensemble, ce

Tableau 11. *Bénéfices nets réalisés par les petits producteurs avec la vente du beurre à divers types de clients, juillet 1986*

Débouché	Prix moyen payé par le client (birr/kg)	Coût moyen du transport (birr/kg)	Bénéfice net du producteur (birr/kg)
Producteurs vivant à proximité d'Addis-Abeba			
Marchands ambulants	6,74	0,29	6,45
Citadins	6,81	0,29	6,52
Ventes sur place	6,39	0,29	6,10
Producteurs vivant loin d'Addis-Abeba			
Marchands ambulants	7,11	0,27	6,84
Citadins	6,41	0,27	6,14
Ventes sur place	6,27	0,27	6,00

2,07 birr = 1 dollar des Etats-Unis.

sont les ventes sur place qui rapportaient les bénéfices les plus faibles, quelle que soit la distance du lieu de production par rapport à la capitale éthiopienne. Les frais liés au transport du beurre représentaient environ 4% du prix payé par le client.

Fromage blanc

Les petits producteurs de l'échantillon avaient vendu 189,4 kg de fromage au cours des sept jours qu'a duré l'enquête quotidienne, la moyenne s'établissant à 257,6 g de fromage vendus par ménage et par jour. Le circuit de distribution du fromage blanc était similaire à celui

du beurre. La proportion de fromage blanc écoulée par les petits producteurs sur divers points de vente est donnée au tableau 12. Les ventes sur place (aux voisins, aux particuliers et aux restaurants des petites agglomérations) constituaient, tant en termes du volume de fromage écoulé que de la fréquence des ventes à une même clientèle, le circuit le plus souvent emprunté par les petits producteurs vivant à proximité d'Addis-Abeba et d'un centre de ramassage pour écouler leurs produits. Les producteurs vivant loin des centres de ramassage écoulaient essentiellement leur fromage auprès des marchands ambulants et des marchands de beurre (citadins), qui le revendaient à des particuliers d'Addis-Abeba. Parmi les producteurs résidant à la fois loin d'Addis-Abeba et d'un centre de ramassage, un seul vendait du fromage blanc et sa clientèle était essentiellement composée de marchands de beurre.

Dans 92% des cas où elles ont été interrogées, les personnes enquêtées ont déclaré avoir écoulé la totalité de leur fromage destiné à la vente. Dans les rares cas où la production fromagère n'avait pas pu être totalement écoulée, c'est que des problèmes de transport avaient fait obstacle à la livraison du produit.

Bien que toutes les personnes interrogées aient déclaré connaître d'autres débouchés, la totalité de leur production fromagère avait été écoulée auprès de leurs clients habituels au cours de la période de l'enquête quotidienne.

Les petits producteurs vivant à proximité d'Addis-Abeba recevaient en moyenne 1,14 birr par kilogramme de fromage vendu; parmi les producteurs vivant loin de la capitale, le seul à commercialiser du fromage a indiqué qu'il vendait son produit au prix de 1,11 birr le kilo (tableau 13).

Tableau 12. *Pourcentage des quantités de fromage vendues par les petits producteurs à divers types de clients, juillet 1986*

Débouché	Part du marché (%)			
	Producteurs proches d'Addis-Abeba		Producteurs éloignés d'Addis-Abeba	
	et proches d'un centre de ramassage	et éloignés d'un centre de ramassage	et proches d'un centre de ramassage	Ensemble de l'échantillon
Marchands ambulants	13	50	0	21
Citadins	23	40	100	54
Ventes sur place	64	10	0	25
<i>Ventes journalières totales des ménages (kg)</i>	<i>6,28</i>	<i>20,4</i>	<i>0,37</i>	<i>27,05</i>

* Aucun des producteurs vivant à proximité d'Addis-Abeba mais loin d'un centre de ramassage n'a déclaré avoir vendu du fromage en juillet 1986.

Tableau 13. *Prix moyens payés aux petits producteurs pour la vente de leur fromage, juillet 1986*

Débouché	Prix moyen (birr/kg)			
	Producteurs proches d'Addis-Abeba		Producteurs éloignés d'Addis-Abeba ^a	
	Prix moyens	Ecart type	Prix moyens	Ecart type
Marchands ambulants	1,18	0,23	-	-
Citadins	1,07	0,16	1,11	-
Ventes sur place	1,18	0,24	-	-
Prix moyen pondéré ^b	1,14	0,21	1,11	-

2,07 birr = 1 dollar des Etats-Unis.

^a Seul un producteur de cette catégorie avait commercialisé du fromage.

^b Pondéré par la fréquence de l'utilisation du point de vente.

Evaluation des performances des marchés

L'essentiel (96%) de la production laitière des petits producteurs était vendu à la DDE au

prix fixe de 0,50 birr le litre. Les producteurs recevaient la même somme lorsqu'ils écoulaient leur lait auprès de leurs voisins et des marchands ambulants. Faute d'éléments de comparaison appropriés pour mesurer la performance de la DDE en tant que débouché, l'évaluation du marché du lait n'a pas pu être entreprise. Par contre, le beurre et le fromage étant écoulés par différents types de canaux, la performance du marché de ces deux denrées a pu être évaluée. Aux fins de l'opération, il a été supposé que le beurre et le fromage étaient vendus ensemble.

Ici comme ailleurs, c'est le critère du bénéfice maximum réalisé par unité du produit qui a été appliqué; les résultats obtenus figurent dans le tableau 14. Pour les petits paysans vivant à proximité d'Addis-Abeba et d'un centre de ramassage, les marchands ambulants constituaient le débouché le plus efficace pour l'écoulement du beurre et du fromage. Pour ceux d'entre eux résidant près de la capitale mais loin d'un centre de ramassage, les ventes les plus rémunératrices étaient celles réalisées sur place, alors que pour les opérateurs vivant loin de la capitale, c'étaient les marchands ambulants qui représentaient le débouché le plus efficace.

Tableau 14. *Efficiences des débouchés utilisés par les petits producteurs pour la vente de leur production beurrière et fromagère, juillet 1986*

Débouché	Producteurs proches d'un centre de ramassage			Producteurs éloignés d'un centre de ramassage		
	Prix unitaire ^a de vente du beurre et du fromage (birr/kg)	Coût unitaire du transport (birr/kg)	Bénéfice net (birr/kg)	Prix unitaire ^a de vente du beurre et du fromage (birr/kg)	Coût unitaire du transport (birr/kg)	Bénéfice net (birr/kg)
Producteurs vivant à proximité d'Addis-Abeba						
Marchands ambulants	3,20	0,29	2,91	2,40	0,27	2,13
Citadins	2,77	0,29	2,48	2,38	0,27	2,11
Ventes sur place	2,71	0,29	2,42	2,53	0,27	2,26
Producteurs vivant loin d'Addis-Abeba						
Marchands ambulants	-	-	-	7,11	0,27	6,84
Citadins	5,85	0,29	5,56	4,96	0,27	4,69
Ventes sur place	-	-	-	6,27	0,27	6,00

2,07 birr = 1 dollar des Etats-Unis.

^a Les prix unitaires sont les prix moyens pondérés du beurre et du fromage à un point de vente donné.

4. DISCUSSION

RESUME

La présente étude consacrée aux premiers débouchés des produits laitiers et à leur commercialisation avait pour objet de vérifier une double hypothèse, à savoir:

1. Qu'il n'existe aucune différence entre les types de produits laitiers fabriqués et vendus par les producteurs de l'*awraja* de Menaguesha – représentatifs du système d'élevage – et par ceux de l'*awraja* de Selale – représentatifs du système agricole.

2. Qu'en ce qui concerne le choix des débouchés retenus pour l'écoulement du lait et des produits laitiers, aucune différence ne s'observe entre les diverses catégories de producteurs, et cela quel que soit le système de production pratiqué (c'est-à-dire, que leur clientèle est choisie en fonction des prix nets les plus élevés, le prix net étant défini comme le prix à la production diminué des frais de transport).

Les résultats de l'étude infirment explicitement la première hypothèse. Les producteurs de lait du système d'élevage en vigueur dans l'*awraja* de Menaguesha (il couvre Addis-Abeba et les petites agglomérations situées dans un rayon de 20 km de la capitale) produisaient et vendaient essentiellement du lait frais, alors que ceux du système agricole de l'*awraja* de Selale (situé entre 20 et 85 km d'Addis-Abeba) produisaient et vendaient du lait frais, mais aussi du beurre et du fromage.

La proximité entre le lieu de production et les points de vente semble constituer le critère déterminant du choix du produit fabriqué et mis en vente. A Addis-Abeba, la demande de lait est forte durant toute l'année, ce qui permet aux producteurs urbains et péri-urbains opérant dans la capitale ou à proximité de celle-ci d'écouler leur production dans les heures qui suivent la traite de leurs animaux. Ces producteurs n'ont donc aucun

intérêt à transformer leur lait en beurre ou en fromage. Parmi les petits producteurs, ceux qui habitent à proximité d'un centre de ramassage vendent surtout du lait frais, alors que ceux qui n'ont pas accès à de telles structures se voient obligés de trouver des moyens de conserver leur lait. C'est ce qui explique qu'ils fabriquent et vendent du beurre et du fromage.

Les résultats de l'étude infirment également la validité de la seconde hypothèse. Il apparaît en effet que pour certaines catégories de producteurs, le choix de la stratégie commerciale ne se fonde pas essentiellement sur le critère du bénéfice net le plus élevé.

Il ne fait pas de doute que les petits producteurs urbains et les producteurs péri-urbains choisissent leurs débouchés en fonction de l'importance du bénéfice net qu'ils rapportent, puisque la quasi-totalité du lait produit par les sujets de l'échantillon urbain était vendue à des particuliers d'Addis-Abeba, qui payaient le lait plus cher que les restaurants/salons de thé/hôtels et les établissements publics de la ville. Il apparaît par ailleurs que le lait produit par les opérateurs péri-urbains était vendu à des restaurants/salons de thé/hôtels d'Addis-Abeba à des prix plus élevés que ceux payés par les établissements publics, qui constituaient les autres grands clients de ces producteurs. On constate en revanche que les grands producteurs urbains vendaient plus de la moitié du volume total du lait qu'ils produisaient à des établissements publics pour des bénéfices nets inférieurs à ceux qu'ils auraient pu obtenir en écoulant leur produit auprès des particuliers. De même, les petits producteurs ruraux vendaient la quasi-totalité de leur production laitière à la Dairy Development Enterprise (DDE) à un prix nettement inférieur à celui qu'ils auraient pu obtenir avec les particuliers de la capitale.

En ce qui concerne le marché du beurre et du fromage, l'essentiel de l'offre commercialisable

des petits producteurs était absorbée par une clientèle qui l'achetait à un prix net inférieur aux taux les plus rémunérateurs.

RECOMMANDATIONS

La présente étude portait uniquement sur les premiers points de vente utilisés par les producteurs, et seuls les frais afférents au transport ont été pris en compte dans l'estimation des bénéfices nets. Toutefois, les charges supportées entre le site de production et le premier point de vente au titre de la collecte, du conditionnement et de la manutention des produits laitiers, constituent également des facteurs importants qui devront être pris en compte dans les études ultérieures.

En vendant l'essentiel de leur production de lait frais à des restaurants/hôtels/salons de thé et à des établissements publics à un prix inférieur à celui qu'ils auraient pu obtenir auprès des particuliers, les grands producteurs urbains estiment sans doute que les coûts d'opportunité, évalués en termes de temps de travail investi dans la vente du lait au porte à porte à Addis-Abeba, sont trop élevés par rapport aux bénéfices susceptibles d'en découler. Par ailleurs, les risques de mévente, liés à une commercialisation directe du lait auprès des particuliers, ont également influé de manière notable sur le choix de débouchés suboptimaux par les grands producteurs. Il apparaît donc nécessaire d'entreprendre des études sur les coûts d'opportunité et les risques de mévente dans la stratégie commerciale des producteurs de lait.

L'étude entreprise met en relief l'importance de la DDE comme débouché pour le lait, et particulièrement en tant que principal acheteur du lait frais commercialisé par les petits producteurs vivant loin d'Addis-Abeba.

L'un des principaux objectifs de la politique de développement laitier du Gouvernement éthiopien consiste à augmenter la production

intérieure de lait afin d'accroître les revenus des producteurs et de réduire la dépendance du pays à l'égard des importations laitières. La DDE pourrait constituer un marché régulier et sûr pour le lait frais produit non seulement par les opérateurs vivant aux alentours d'Addis-Abeba, mais également par les nombreux producteurs dispersés aux quatre coins de la vaste zone qui jouxte la capitale. En premier lieu, l'alignement du prix offert au producteur par la DDE (0,50 birr par litre) sur celui payé par les autres acheteurs (0,81 birr par litre en moyenne) pourrait contribuer à rabattre les producteurs urbains et péri-urbains vers l'entreprise.

Pour atteindre un plus grand nombre de petits producteurs, il faudra multiplier les centres de ramassage du lait le long des routes carrossables en toute saison. Toutefois, étant donné l'importance des investissements requis pour la mise en place de nouveaux centres de ramassage, les effets et l'intérêt économique de telles structures devront être déterminés au préalable.

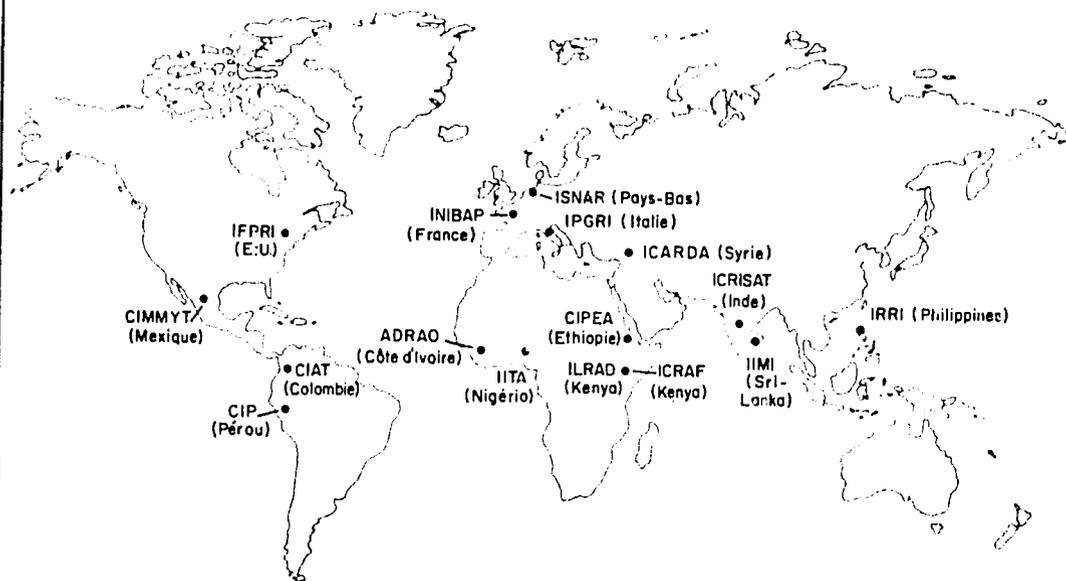
Une augmentation des approvisionnements locaux de la DDE en lait permettrait à celle-ci de réduire sa dépendance à l'égard des importations. En outre, une plus grande partie du lait vendu à Addis-Abeba pourrait être réservée aux consommateurs à faible revenu. En effet, de tous les fournisseurs présents sur le marché, la DDE est celui qui vend au prix le plus abordable; deux tiers environ de ses livraisons de lait sont écoulés par le canal des magasins de *kebelé* et de ses autres points de vente qui pratiquent des prix à la portée des ménages à faible revenu (CIPEA, Addis-Abeba, Ethiopie, données non publiées). Les moyens à mettre en oeuvre pour réduire les coûts de transformation et de distribution du lait devront être étudiés, afin d'éviter que le relèvement éventuel des prix au producteur ne se traduise par une augmentation des prix au consommateur.

5. REFERENCES

- AACM (Australian Agricultural Consulting and Management Company). 1984. *Project preparation report. Dairy rehabilitation and development project: Main report*. AACM, Adelaïde (Australie). 111 p.
- Addis Anteneh, Sandford S. et Berhanu Anteneh. 1988. Problèmes politiques, financiers et technologiques liés au développement de l'élevage en Afrique subsaharienne: quelques questions cruciales. *Bulletin du CIPEA* 31:2-15. CIPEA (Centre international pour l'élevage en Afrique), Addis-Abeba (Ethiopie).
- Banque mondiale. 1981. *Le développement accéléré en Afrique au sud du Sahara: Programme indicatif d'action*. Banque mondiale, Washington, DC (E.-U.). 223 p.
- CIPEA (Centre international pour l'élevage en Afrique). 1979. Tendances économiques: Produits laitiers. *Bulletin du CIPEA* 4:2-11. CIPEA, Addis-Abeba (Ethiopie).
- FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture). 1981. *Country tables: Basic data on the agricultural sector*. FAO, Rome (Italie). 326 p.
- FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture). 1984. *L'aide alimentaire en chiffres*. FAO, Rome (Italie). 117 p.
- FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture). 1986. *1986 Annuaire FAO de la production*. Vol. 40, n° 76. FAO, Rome (Italie). 306 p.
- Gryseels G. et Anderson F.M. 1985. *Recherche sur la productivité de l'agriculture et de l'élevage dans les hauts plateaux du centre de l'Ethiopie: résultats des premières années, 1977-1980*. Rapport de recherche n° 4, CIPEA (Centre international pour l'élevage en Afrique). Addis-Abeba (Ethiopie). 61 p.
- Kriesberg M. 1986. Food marketing efficiency: Some insights into less developed countries. Dans: *World food marketing systems*. Publié sous la direction de E. Kaynak. Butterworth & Co., Londres (R.-U.). 333 p.
- MAS (Ministry of Agriculture and Settlement). 1977. *Livestock and poultry: Report on the small-scale sample census, Vol. II*. MAS, Addis-Abeba (Ethiopie). 142 p.
- von Massow V.H. 1985. Les importations laitières de l'Afrique sub-saharienne et leurs implications stratégiques. *Bulletin du CIPEA* 21:17-29. CIPEA (Centre international pour l'élevage en Afrique), Addis-Abeba (Ethiopie).
- Mbogoh S.G. 1984. Dairy development and international dairy marketing in sub-Saharan Africa. Working Paper 5, Division des recherches zoo-économiques, CIPEA (Centre international pour l'élevage en Afrique), Addis-Abeba (Ethiopie). 94 p.
- Nicholson M.J. 1983. Calf growth, milk offtake and estimated lactation yields of Boran cattle in the southern rangelands of Ethiopia. Research Report 6 (multicopié). Rapport conjoint du CIPEA (Centre international pour l'élevage en Afrique) et de l'Ethiopian Pastoral Systems Study, Addis-Abeba (Ethiopie). 50 p.
- O'Mahony F. et Ephraïm Bekele. 1985. La fabrication du beurre en Ethiopie: techniques traditionnelles et perspectives d'améliorations. *Bulletin du CIPEA* 22:10-16. CIPEA (Centre international pour l'élevage en Afrique), Addis-Abeba (Ethiopie).
- Scherer F.M. 1970. *Industrial market producers and economic performance*. Rand McNally, Chicago (E.-U.). 407 p.
- Shepherd W.G. 1979. *The economics of industrial organization*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ (E.-U.). 463 p.

LE GROUPE CONSULTATIF POUR LA RECHERCHE AGRICOLE INTERNATIONALE

Le Centre international pour l'élevage en Afrique (CIPEA) est l'un des 16 centres internationaux de recherche agricole financés par le Groupe consultatif pour la recherche agricole internationale (GCRAI). Presque tous localisés dans la zone intertropicale, ces 16 centres créés au cours des deux dernières décennies ont reçu pour mandat d'appuyer les programmes de développement agricole à long terme des pays du tiers monde. On trouvera ci-dessous, le nom, l'emplacement et le domaine d'activités de chacune de ces institutions:



Association pour le développement de la riziculture en Afrique de l'Ouest (ADRAO), Côte d'Ivoire: Riz.

Centro internacional de Agricultura Tropical (CIAT), Colombie: manioc, féverole, riz et pâturages tropicaux.

Centro internacional de Mejoramiento de Maiz y Trigo (CIMMYT), Mexique: maïs, blé et triticale.

Centro internacional de la Papa (CIP), Pérou: pomme de terre et patate douce.

Centre international pour l'élevage en Afrique (CIPEA), Ethiopie: production animale en Afrique.

International Centre for Agricultural Research in the Dry Areas (ICARDA), Syrie: légumineuses vivrières (féverole, lentille, pois chiche) et cultures fourragères.

Centre international pour la recherche en agroforesterie (ICRAF), Kenya.

Institut international de recherche sur les cultures des zones tropicales semi-arides (ICRISAT), Inde: pois chiche, pois cajan, petit mil, sorgho, arachide et systèmes agraires.

International Food Policy Research Institute (IFPRI), E.-U.: problèmes alimentaires dans le monde.

Institut international d'agriculture tropicale (IITA), Nigéria: systèmes agraires, maïs, riz, plantes à racines et tubercules (patate douce, manioc, igname), et légumineuses à graines (niébé, haricot de Lima, soja).

International Irrigation Management Institute (IIMI), Sri Lanka: irrigation.

International Laboratory for Research on Animal Diseases (ILRAD), Kenya: trypanosomiase et théileriose chez les bovins.

Réseau international pour l'amélioration de la banane et de la banane plantain (INIBAP), France.

Institut international des ressources phylogénétiques (IPGRI), Italie.

International Rice Research Institute (IRRI), Philippines: riz.

Service international de la recherche agricole nationale (ISNAR), Pays-Bas.