

## Les Marges De Commercialisation Et L'équité Du Commerce Des Produits Alimentaires Au Togo

*Egnonto M. Koffi-Tessio, Kokou Tossou and Etsri Homevoh*

*LARPSAD, ESA-UL, BP 1515 Lomé-Togo ; sadaocel@cafe.tg*

### Abstract/Résumé

Face à l'inefficacité et l'inefficience des systèmes de commercialisation en ASS, la présente étude tente d'évaluer les marges commerciales et l'équité du commerce du maïs, du sorgho, du gari, de la tomate, de l'oignon, du poisson et du bétail au Togo. Elle conclut que les circuits commerciaux du pays s'intègrent dans un système commercial régional qui se traduit par des flux ouverts sur les pays voisins (Bénin, Ghana, Burkina) et lointains (Niger, Gabon). L'analyse des marges a permis de constater que le commerce des produits alimentaires est en général viable. Toutefois, les marges nettes demeurent modestes. L'analyse de l'équité révèle que la distribution des bénéfices sur les tronçons, n'est pas équitable. Certains acteurs amassent d'énormes profits qu'ils semblent tirer de leur monopole et de l'asymétrie de l'information sur les conditions de marché. Dès lors, il importe pour améliorer la sécurité alimentaire au Togo, d'entreprendre des actions visant à : réduire le coût du service transport des produits alimentaires en milieu rural; d'améliorer la disponibilité et l'accessibilité de l'information pour l'ensemble des acteurs du marché céréalier (producteurs, consommateurs et commerçants). La mise en œuvre de ces politiques permettra alors de garantir la sécurité alimentaire à travers une meilleure disponibilité et une meilleure accessibilité des produits alimentaires aux consommateurs.

Mots-clé : marges commerciales, équité du commerce, sécurité alimentaire

### Introduction

Les systèmes de commercialisation, de transformation et de distribution efficaces contribuent à la réalisation de la sécurité alimentaire. A ce titre, le mauvais fonctionnement des systèmes de commercialisation des produits alimentaires notamment le rôle des grossistes et des intermédiaires exploités a été indexé comme étant la principale cause de l'insécurité alimentaire dans les pays de l'Afrique de l'Ouest (FAO, 1997 ; 2005).

Les pays africains ont opté d'intervenir sur les marchés céréaliers (Tapsoba, 1994; FAO, 1995, 2005), et ce, à travers trois objectifs:

- réguler l'offre et la demande afin de stabiliser les prix;
- offrir un prix rémunérateur au producteur et un prix social au consommateur;
- assurer l'équité du commerce.

La libéralisation du commerce des produits agricoles a constitué un volet important des PAS mis en œuvre depuis 1990. Dans le but d'améliorer les circuits de commercialisation, de stabiliser et garantir des prix raisonnables aux consommateurs et d'assurer l'équité, l'Etat togolais a mis en place en 1971 l'office de commercialisation des produits vivriers, Togograin,

remplacé en 1997 par l'OSAT (Observatoire de Sécurité Alimentaire au Togo). Par ses achats auprès des agriculteurs et des commerçants ruraux, Togograin stabilise les prix en période de récolte et, par ses ventes, en période de pénurie. (De SOUZA, 1987),

Dans le contexte actuel, le processus de désengagement de l'Etat du commerce des denrées alimentaires suscite des interrogations: les chaînes de commercialisation des produits alimentaires sont-elles viables? Y a-t-il une répartition équitable des marges de commercialisation des produits alimentaires entre les différents acteurs de la chaîne?

L'objectif général de la présente étude est d'évaluer la rentabilité et l'équité du commerce des produits alimentaires au Togo.

### Revue de la littérature

La commercialisation est définie comme étant une série de fonctions séquentielles accomplies pendant le transfert d'un produit depuis la production jusqu'à la consommation. (DESA, 1991 ; FAO, 2005). Les notions de marge brute, de marge nette et d'équité constituent des indicateurs de performance du système de commercialisation. La *marge brute* est la différence entre le prix de vente et le prix d'achat. La *marge commerciale*, différence entre le prix de détail et le

prix bord champ, correspond au coût du service commercial plus la marge bénéficiaire.

En matière de commercialisation des produits agricoles, il y a *équité* dans la chaîne de commercialisation lorsque les bénéfices totaux sont distribués proportionnellement entre les acteurs du marché, par rapport à leur contribution dans la chaîne de commercialisation. Au Togo, la commercialisation des produits vivriers d'origine végétale est dominée par des circuits traditionnels sur un marché libre dont les acteurs sont les producteurs, les commissionnaires, aussi appelés «intermédiaires», les grossistes, et les détaillants.

EREOU (1998) fait remarquer que le paysan de la région du Haho qui vend sa production en période d'abondance perd 36 400 F par hectare de production, alors que celui qui libère sa production en période de pénurie réalise une marge nette de 150 400 F. La SOTED (1997) établit les marges des producteurs entre -2F/Kg dans la région maritime, à 60 F dans la région des Savanes, en 1995.

EREOU (1998) estime également que pour un rendement moyen de 1067 Kg/ha dans la région du Haho, vendus à 86F le Kilo, le paysan perd 8238 F, le commerçant gagne 34677 F à raison de 3250 F le sac de 40 bols, et la collectrice gagne 4000 F. LEBRIS (1984) avait déjà constaté que le paysan se trouve en position de faiblesse devant les commerçants. En effet, environ 80 revendeuses de Lomé assurent toute la commercialisation du gari et du maïs du Sud-Est du Togo, tandis que le producteur est amené à défendre un système de commercialisation dont il est l'agent actif le plus perdant.

La SOTED (1987) constate que des détaillants vendant trois produits réalisent une marge annuelle brute de 102 000 F pour un chiffre d'affaires de 720 000 F pour le maïs, 528 000 F pour le haricot et 54 000 F pour le riz, pour un chiffre d'affaire de 630 000 F. Selon LUTZ (1994), le prix payé est dépendant des services commerciaux offerts et du marchandage provoqué par le fonctionnement imparfait du marché.

Selon TANZI (1998), l'équité englobe l'égalité des chances et l'égalité d'accès, mais aussi la répartition de la consommation, des richesses et du capital humain. Le contour de l'équité est mieux cerné par les niveaux d'analyse macroéconomique et microéconomique. Au niveau macroéconomique la notion d'équité varie d'une société à l'autre. Elle

exprime des inégalités des revenus, des richesses ou des chances. Les questions d'équité sont particulièrement complexes, car inextricablement liées à des valeurs sociales (FMI, 1998). Au niveau microéconomique la rentabilité de l'équité est peut-être le plus important indicateur de la rentabilité d'une exploitation agricole. Le calcul du taux de rentabilité de l'équité commence directement avec la marge nette puisque qu'aucun ajustement n'est nécessaire pour la prise en compte de l'intérêt sur le capital payé. Ainsi, la rentabilité de l'équité peut être exprimée mathématiquement de la manière suivante :

Rentabilité de l'équité = marge nette – le coût d'opportunité du travail – le coût d'opportunité des aptitudes managériales – la valeur de la main-d'œuvre non rémunérée

De ce qui précède, on peut déduire que :

Taux de rentabilité de l'équité (en %) = (la rémunération de l'équité/ sur le bénéfice net ou fonds propres) X 100

Il faut signaler ici que la variation de l'équité au cours d'une période comptable peut résulter d'un accroissement des actifs et/ou d'une diminution des passifs (Kay, 1986). Selon la FAO (2005), le commerce est considéré comme un levier indispensable de réduction de la pauvreté.

#### Approche méthodologique.

Elle a consisté à la collecte des données primaires et secondaires et à l'identification de l'outil d'analyse. La marge nette définie comme étant la différence entre la marge brute et les autres coûts de transaction peut s'exprimer comme suit :

$$MN_{jk}^i = MB_{jk}^i - \sum CT_{ijk}^i \quad \text{avec} \quad MB_{jk}^i = PV_{jk}^i - PA_{jk}^i$$

où  $PV_{jk}^i$  = prix de vente de produit  $i$  du circuit  $j$  dans la chaîne de commercialisation  $k$  ;  $PA_{jk}^i$  = prix d'achat du produit  $i$  du circuit  $j$  dans la chaîne de commercialisation  $k$  ;  $MN_{jk}^i$  = marge nette du produit  $i$  du circuit  $j$  dans la chaîne de commercialisation  $k$  ;  $i$  = maïs, sorgho, oignon, tomate, bovin, volaille et poisson  $j$  = circuit a,b, c...h, ; a,b, c étant les tronçons ou les segments ;  $k$  = type de chaîne de commercialisation du produit :

$CT_{ijk}^i$  = coût de transaction du produit  $i$  du circuit  $j$  dans la chaîne de commercialisation  $k$ .

1 =	1 = coût de transport
	2 = coût de stockage
	3 = coût de chargement et de déchargement (lié au transport)
	4 = coût de transformation
	5 = taxe
	6 = coût de l'emballage utilisé
	7 = coût de l'information (téléphone)
	8 = coût de repas et d'hébergement

L'équité est exprimée de la manière suivante :

$E_{jk}^i = MN_{jk}^i / CT_{jk}^i$  ; avec  $E_{jk}^i$  désignant l'équité du circuit j dans la chaîne de commercialisation k du produit i. Si  $\forall E_{jk}^i = 1$ , il y a équité au niveau du circuit j. Pour les  $E_{jk}^i > 1$ , les acteurs réalisent des surprofits ; pour les  $E_{jk}^i < 1$ , les acteurs sont lésés dans la distribution des bénéfices.

En l'absence de données sur les acteurs dans les différentes chaînes de commercialisation, l'analyse de l'enquête a porté sur les commerçants intervenant au niveau des différents tronçons.

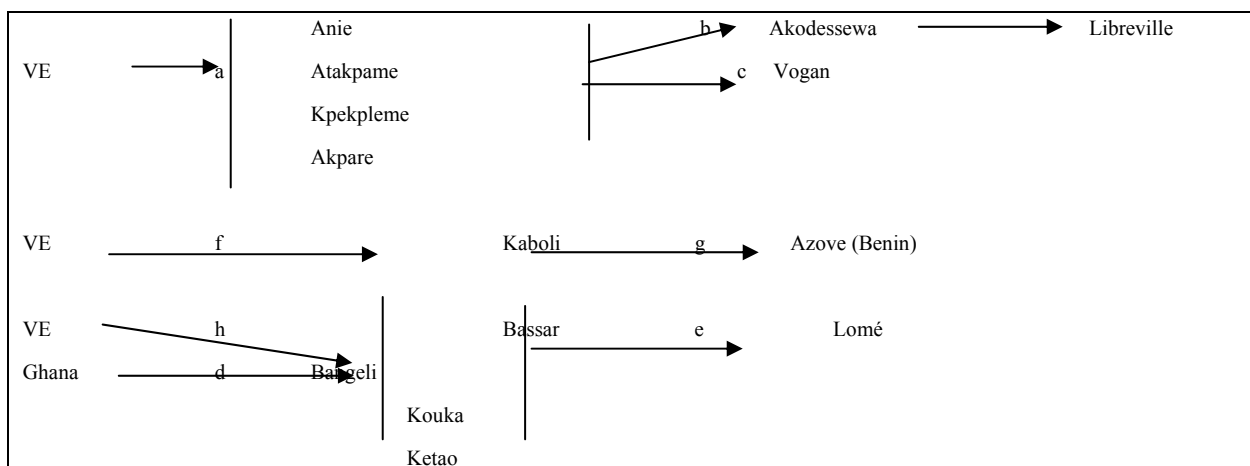
### Résultats et discussion

Les circuits de commercialisation comprennent les

étapes de la collecte, de l'approvisionnement ou du transit, et celle de la consommation. Les enquêtes de terrain ont permis de dégager les principaux circuits pour un certain nombre de produits alimentaires consommés au Togo dont :

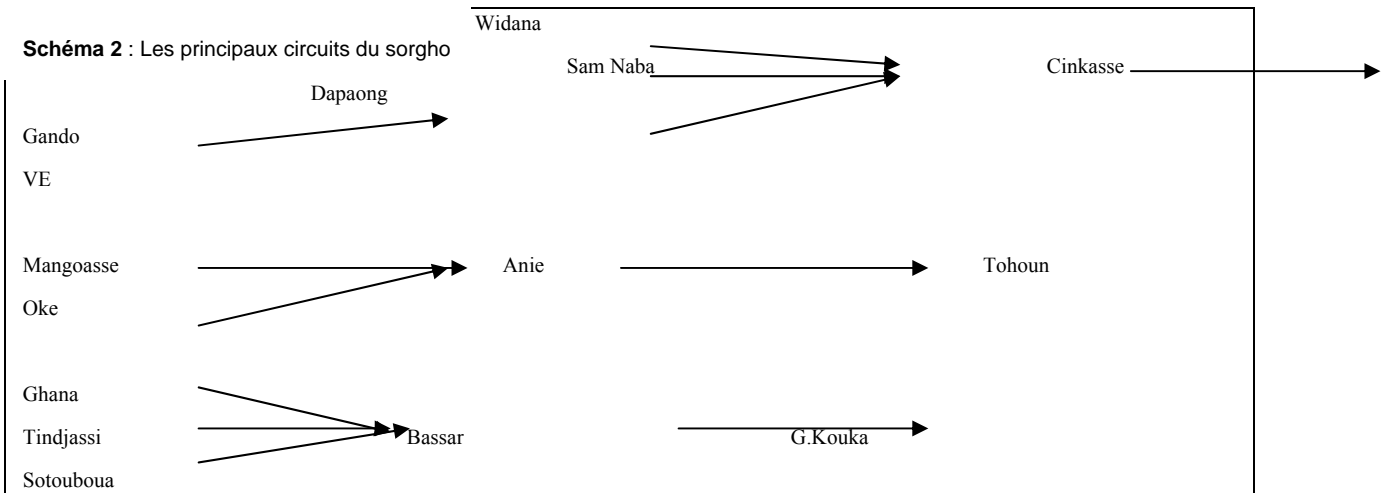
**Le maïs :** le schéma suivant montre que la ville de Lomé constitue la destination d'aboutissement des flux du maïs du Togo. A Lomé, une partie des produits est exportée à l'extérieur à travers le centre commercial d'Akodessewa.

**Le sorgho :** trois principaux circuits indiquent que les zones de production du sorgho sont le Nord et sa commercialisation se fait également pour la quasi-totalité dans cette zone d'où les circuits très courts du sorgho.

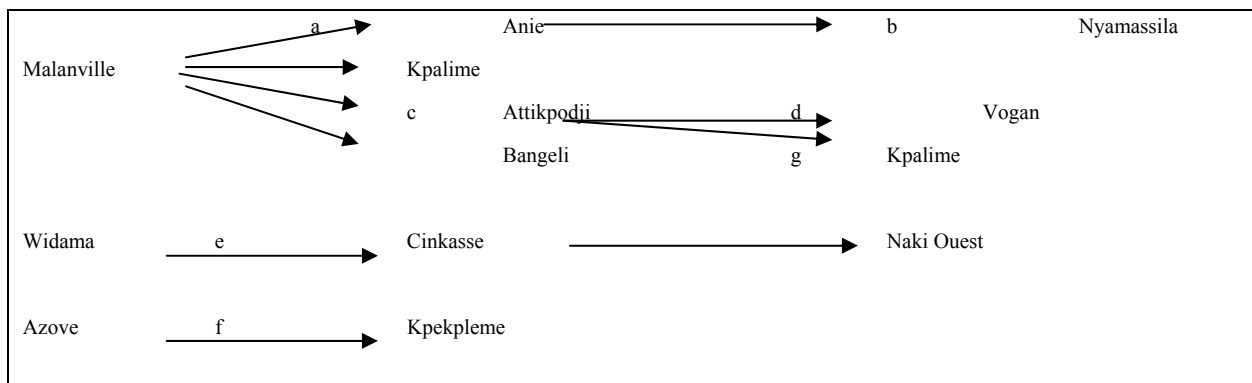


**Schéma 1** : : Les principaux circuits de maïs

**Le sorgho :** trois principaux circuits indiquent que les zones de production du sorgho sont le Nord et sa commercialisation se fait également pour la quasi-totalité dans cette zone d'où les circuits très courts du sorgho.

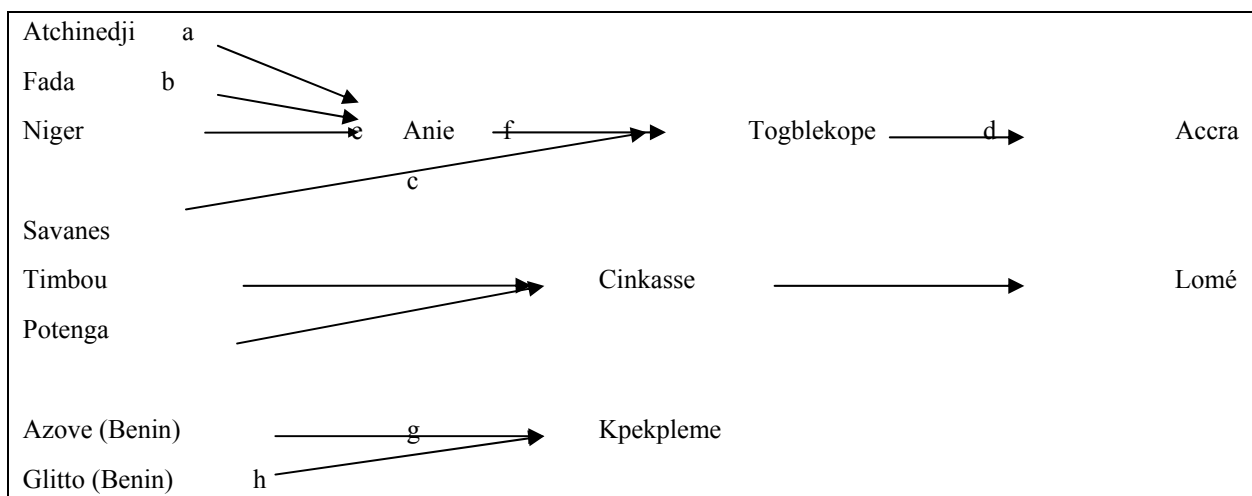


**L'oignon :** qui arrive au Togo en provenance de Malanville au Bénin, de Azové au Bénin et de Widama selon le schéma ci-après.



**Schéma 3 :** Les principaux circuits de l'oignon

**Le gros bétail :** à travers la région des Savanes, le Burkina, le Niger et le Nord Bénin approvisionnent le Togo en bétail.



**Schéma 4:** Les principaux circuits du gros bétail

En somme, l'étude des circuits commerciaux conduit à la conclusion qu'il existe de nombreux pôles de production alimentaire au Togo. Les zones excédentaires du pays ravitaillent les centres déficitaires. Les circuits commerciaux du pays s'intègrent dans un système commercial régional qui se traduit par des flux ouverts sur les pays voisins (Bénin, Ghana, Burkina ) et lointains (Niger, Gabon...).

L'analyse des marges a été faite à deux niveaux: une analyse globale de la marge brute et une analyse de la marge nette par produit, par type de commerçants et par circuit.

L'analyse globale des marges de commercialisation a permis d'observer à tous les niveaux et pour chaque produit l'existence aussi bien de marge positive que de marge négative.

Les tendances dégagées au niveau de l'analyse globale montrent des déficits aux niveaux de certains commerçants et pour certains produits commercialisés. L'analyse par circuit a permis de déceler les circuits viables des produits commercialisés sur la base de la marge nette.

L'estimation de l'équité est réalisée au niveau de chaque tronçon de la chaîne de commercialisation des produits retenus. L'équité est réalisée seulement au niveau de quatre circuits (sur les 23 étudiés) dont 1 pour le maïs, 2 pour le sorgho et 1 pour l'oignon.

Au total, il ressort, au regard de ce qui précède que le commerce des produits alimentaires notamment du maïs, du sorgho, de l'oignon et du gros bétail n'est pas équitable. Certains acteurs amassent d'énormes profits et semblent tirer parti de leur monopole ou de l'asymétrie de l'information sur les conditions de marché.

### **Conclusions et implications de politiques commerciales.**

Il se dégage deux constats :

- le commerce des produits alimentaires au Togo est en général viable. Cependant, les marges nettes sont modestes du fait de l'effet des coûts de transport et des taxes;
- le commerce des produits alimentaires n'est pas équitable du fait du surprofit que réalisent certains acteurs sur certains tronçons.

Il convient donc pour améliorer la sécurité alimentaire au Togo d'orienter les politiques par la réduction des

coûts de transport et la suppression des profits oligopolistiques. Pour rendre équitable le commerce, les politiques doivent s'orienter vers une large diffusion de l'information sur les marchés. Pour ce faire, il est préconisé :

la mise en place d'un Système d'Information sur les Marchés (SIM). Cet organe sera chargé de collecter et de diffuser, par exemple hebdomadairement, les prix des céréales sur les marchés.

la formation et l'information des commerçants et des producteurs qui peut être assurée par les institutions du marché local.

La mise en œuvre de ces politiques permettra alors de garantir la sécurité alimentaire à travers une meilleure disponibilité et une meilleure accessibilité des produits alimentaires aux consommateurs.

### **Remerciements**

Les auteurs remercient vivement les personnes et institutions qui les ont aidés à la réalisation de ce document pour leur disponibilité et contribution matérielle et technique.

### **Références bibliographiques**

- DESA, (1991), Production des principales cultures vivrières- Campagne agricole 1989-1990. Volume II, Analyse des résultats, Lomé, 108p.)
- EREOU K, 1998. La commercialisation des produits agricoles dans la région de Haho et ses impacts sur le niveau de vie des paysans. Mémoire de maîtrise- UB Flesh, Lomé.
- FAO, 1995. Produits alimentaires destinés aux consommateurs : commercialisation transformation et distribution. WFS 96/TECH/4, Rome ; Italie
- FAO (1997), Investir dans la Sécurité Alimentaire. Journée Mondiale de l'Alimentation, Rome
- FAO (2005), La Situation Mondiale de l'Alimentation et de l'Agriculture, le Commerce agricole et la pauvreté : le commerce peut-il être au service des pauvres ?
- FMI (1998), L'équité doit-elle être un objectif de politique économique? Services du FMI, Finances et Développement, Vol.35, N0 3 pp. 2-5
- KAY, D. Ronald (1986), Farm management : planning control, and implementation second edition McGraw-hill book company New York

- LEBRIS E., 1984. Les marchés ruraux dans la circonscription de Vo, Rep. du Togo. Ed Orstom. Collection, Travaux et documents No 171, Paris
- LUTZ CLEMENS, 1994 .The functioning of the maize market in Benin : spatial and temporal arbitrage on the market of a staple food crops. Ph.D thesis, University of Amsterdam.
- De SOUZA, K.H. (1987), Politique de Prix et d'Intervention sur les Marchés Agricoles en Afrique- Rapport National : Togo
- SOTED (1987). Diagnostic du marché des produits vivriers et facteurs explicatifs du mouvement des prix au Togo. Ministère du Plan et de la Réforme administrative. Lomé 63 pages
- SOTED (1997): Rôle des villes dans la commercialisation des produits agricoles. Tome 1: Analyse des principales filières agricoles; Lomé, Togo.
- TANZI, VITO (1998). Les participants à la conférence s'accordent sur des points cruciaux. FMI, Finances et Développement, Vol.35, N0 3, pp. 6-9
- TAPSOBA, E.K. (1994), Les politiques de Sécurité Alimentaire en Afrique de l'Ouest : Leçons du passé et perspectives futures. FAO, Rome, 101p.