

Jean Adanguidi

Réseaux, marchés et courtage

La filière igname au Bénin (1990–1997)

LIT

TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux.....	xx
Liste des graphiques.....	xxii
Liste des sigles.....	xxiii
Chapitre 1: Problématique et méthode.....	1
1.1- Exploration du problème.....	1
1.1.1- Croissance démographique et sécurité alimentaire.....	1
1.1.2- Pertinence du thème pour le Bénin.....	3
1.2- Revue de littérature.....	5
1.2.1- Les principales traditions de recherche.....	5
1.2.2- La découverte des acteurs commerciaux en Afrique.....	8
1.3- Problématique de la recherche.....	9
1.4- Objectifs et hypothèse de travail.....	13
1.4.1- Objectifs.....	13
1.4.2- Hypothèse de travail.....	13
1.5- Cadre conceptuel.....	13
1.6- Méthodologie de la recherche.....	24
1.7- Plan de rédaction.....	29
Première partie: Histoire et Morphologie de la filière igname au Bénin.....	31
Chapitre 2 : Histoire des circuits commerciaux.....	33
2.1- Fondements historiques du commerce des produits agricoles dans le Sud-Bénin.....	33
2.2- Les principaux circuits commerciaux.....	43
2.3- Le circuit fon.....	46
2.3.1- La genèse.....	46
2.3.2- La ruée vers Cotonou: 1950-1960.....	47
2.3.3- La conquête des zones de production du Zou-Nord: 1960-1972.....	49
2.3.4- Les années de prospérité du commerce de l'igname.....	51
2.3.5- La chute du commerce de l'igname en direction du Nigeria : 1983-1989.....	53
2.3.6- Le repli sur le marché intérieur à partir de 1990.....	55
2.4- Les circuits commerciaux du septentrion.....	55
2.4.1- Une genèse lointaine mais difficile à dater.....	56
2.4.2- Le commerce de l'igname en direction du Nigeria.....	56
2.4.3- La chute du commerce de l'igname en direction du Nigeria et le repli sur le marché intérieur.....	57
2.5- Historique du commerce de l'igname à Cotonou.....	59
Conclusion.....	62

Chapitre 3: L'igname dans l'agriculture béninoise.....	63
3.1- Revue de littérature.....	64
3.2- La production d'igname dans quatre villages du Bénin.....	68
3.2.1- Quelques précisions méthodologiques	68
3.2.2- Caractérisation des différents villages	72
3.3- L'igname et la migration rurale.....	76
3.3.1- Etude de cas de Kitikpli	77
3.3.2- Etude de cas de Tchatchou.....	82
3.3.3- L'avenir de l'igname dans les deux villages.....	86
3.4- La relation igname - coton en question: y a-t-il une opposition entre l'igname et le coton ?.....	90
3.4.1- L'opinion des paysans et des commerçants d'igname.....	90
3.4.2- Par rapport aux systèmes de production	92
3.4.3- Par rapport aux politiques agricoles.....	92
Conclusion.....	96
Chapitre 4: L'igname dans l'alimentation des populations.....	99
4.1- Orientation théorique et méthodologique.....	101
4.1.1- Définition de quelques concepts.....	101
4.1.2- Les approches d'étude.....	103
4.2- Démarche méthodologique.....	103
4.2.1- La collecte de données.....	104
4.2.2- L'analyse des données.....	105
4.3- Evolution de la consommation d'igname en zone rural.....	105
4.3.1- Cadre général de l'évolution de la consommation des principaux produits de base.....	106
4.3.2- Cas spécifique de la consommation de l'igname et de ses dérivés.....	111
4.4- Evolution de la consommation à Bohicon.....	116
4.4.1- Classification des aliments consommés par les ménages.....	116
4.4.2- Consommation de l'igname et de ses dérivés.....	118
4.4.3- Les sources d'approvisionnement des principaux produits de base.....	121
4.4.4- Les substitutions possibles.....	122
Conclusion.....	124
Conclusion de la première partie.....	127
Deuxième partie: Commercialisation de l'igname dans les bassins de production.....	129
Chapitre 5: Analyse de la mise en marché et du système de collecte de l'igname dans le circuit fon.....	131
5.1- Mise en marché de l'igname et stratégie commerciale des producteurs du circuit fon.....	131
5.1.1- Mode de commercialisation.....	131
5.1.2- Période de mise en marché.....	133
5.1.3- Lieux de la transaction.....	137
5.1.4- L'exécution de la vente.....	138

5.1.5- Nature des acheteurs.....	138
5.2- Stratégie d'approvisionnement des commerçants du circuit fon.....	138
5.2.1- Achat à la ferme.....	139
5.2.2- Achat au marché de Glazoué.....	147
Conclusion.....	161
Chapitre 6: Analyse de la mise en marché et du système de collecte de l'igname dans le circuit bariba-tchabè.....	165
6.1- Mise en marché de l'igname et stratégie commerciale des producteurs.....	165
6.1.1- Mode de commercialisation.....	165
6.1.2- Période de mise en marché.....	167
6.1.3- Lieux et conditions de la transaction.....	167
6.2- Stratégie d'approvisionnement des commerçants.....	169
6.2.1- Les principaux acteurs.....	169
6.2.2- Les enjeux autour de la négociation des prix.....	175
6.2.3- L'organisation de la collecte.....	178
Conclusion.....	183
Chapitre 7: Analyse de la mise en marché et du système de collecte de l'igname dans le circuit dendi-tanéka.....	187
7.1- Mise en marché de l'igname et stratégie commerciale des producteurs.....	187
7.1.1- Mode de commercialisation.....	187
7.1.2- Lieux de la transaction.....	190
7.2- Stratégie d'approvisionnement des commerçants du circuit dendi-tanéka.....	190
7.2.1- Principaux acteurs.....	191
7.2.2- L'organisation de la collecte.....	192
Conclusion.....	194
Conclusion de la deuxième partie.....	197
Troisième partie : Commercialisation de l'igname à Cotonou.....	199
Chapitre 8: La personnalisation de l'impersonnel: Une réflexion à partir du commerce de gros à Cotonou.....	201
8.1- Organisation de la vente de gros au niveau du circuit fon.....	201
8.1.1- Principaux acteurs.....	201
8.1.2- Principaux enjeux.....	202
8.2- Organisation de la vente de gros au niveau du circuit bariba-tchabè.....	206
8.2.1- Principaux acteurs.....	206
8.2.2- Organisation de la vente des ignames précoces.....	208
8.2.3- Organisation de la vente des ignames tardives.....	209
8.3- Organisation de la vente de gros au niveau du circuit dendi-tanéka.....	211
8.3.1- Principaux acteurs.....	211
8.3.2- Organisation de la vente de gros à Cotonou.....	212
Conclusion.....	216

Chapitre 9: Les rapports sociaux autour de l'échange: Cas du commerce de détail à Cotonou.....	219
9.1- Identité des détaillantes et période d'entrée dans la profession.....	219
9.2- Pratiques commerciales des détaillantes.....	221
9.3- Les barrières d'entrée dans la profession	225
9.3.1- Accès à la profession	225
9.3.2- Accès aux moyens de commercialiser: fonds de démarrage et emplacement de vente.....	227
9.3.3- Accès au produit	228
9.3.4- Accès à la clientèle.....	229
9.4- Pouvoir de négociation entre les différents acteurs.....	231
Conclusion.....	232
Chapitre 10: Formes de coordination au sein de la filière igname au Bénin: Etude d'un réseau de commercialisation.....	235
10.1- Eléments biographiques sur la plus grande grossiste d'igname du Sud-Bénin.....	235
10.1.1- Son capital initial.....	236
10.1.2- Son insertion dans la profession.....	237
10.2- Stratégie commerciale de madame Silimè.....	238
10.3- Ses collaborateurs de terrain: les racoleurs et les agents de distribution	238
10.3.1- Le racoleur	238
10.3.2- Le travail du racoleur: l'achat à la ferme.....	240
10.3.3- Les agents de distribution.....	241
10.4- Fidélisation des collaborateurs	242
10.5- Fidélisation des fournisseurs.....	244
10.6- Fidélisation des clients	249
10.7- L'intéressement des agents de l'Etat: corruption et clientélisme.....	249
Conclusion.....	250
Chapitre 11: Analyse de la distribution de marges au niveau de la filière igname au Sud-Bénin.....	255
11.1- Problèmes méthodologiques.....	255
11.2- Analyse des marges commerciales dans le circuit fon.....	258
11.2.1- Par rapport aux coûts.....	260
11.2.2- Par rapport aux marges et leur distribution entre les principaux agents du circuit.....	261
11.3- Analyse des marges commerciales dans le circuit bariba-tchabè.....	263
11.4- Analyse des marges commerciales dans le circuit dendi-tanèka.....	265
11.5- Analyse comparée des revenus hebdomadaires dans les trois circuits à Cotonou.....	267
11.5.1- Estimation des quantités hebdomadaires d'igname vendue par les différentes catégories d'acteurs.....	267
11.5.2- Evaluation des revenus.....	268

Conclusion.....	270
Conclusion de la troisième partie.....	273
Chapitre 12: Conclusion.....	275
12.1- Que retenir aujourd'hui de l'évolution de la production d'igname au Bénin ?.....	275
12.2- Quelle est la conséquence de la baisse de la production sur la consommation de l'igname en zone rurale et en zone urbaine ?	275
12.3- Quelles sont les formes de coordination au sein de la filière ?	277
Références bibliographiques.....	283
Résumé.....	295
Zusammenfassung.....	299