

AFRICAN DEVELOPMENT FOUNDATION (ADF)
UNION COMMUNALE DES ASSOCIATIONS DE FEMMES D'ADJA-OUERE (UCAFA)



Etude de marché pour la commercialisation du gari au Bénin et dans la sous région

Réalisée par
Rosius A. ASSOGBA
Mesmin L. HOUNKPE
Léon HOUNSOUNOU

Cotonou, mai 2008

LISTE DES SIGLES OU ABREVIATIONS

ADF	: African Development Foundation
CASPA	: Composante d'Appui au Secteur Privé Agricole
CeRPA	: Centre Régional Pour la Promotion Agricole
CLCAM	: Caisse Locale de Crédit Agricole Mutuel
CREP	: Caisse Rurale d'Épargne et de Crédit
CEIRAD	: Centre International de Recherche Agricole pour le Développement
CIRAPIP	: Centre International de Recherche Agricole et de Promotion des Initiatives Privées
COBENAM	: Compagnie Béninoise de Navigation Maritime
DPQC	: Direction de la Promotion, du Contrôle de la Qualité et du Conditionnement
FAO	: Fonds des Nations Unies pour l'Agriculture
FIDA	: Fonds International pour le Développement Agricole
FSA/UAC	: Faculté des Sciences Agronomiques de l'Université d'Abomey Calavi
GF	: Groupement de Femmes
INRAB	: Institut National de Recherche Agricole du Bénin
INSAE	: Institut National de Statistiques et de l'Analyse Économique
IITA	: Institut International des Techniques Agricoles
MAEP	: Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche.
MICPME	: Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Petites et Moyennes Entreprises
NEPAD	: Nouveau Partenariat pour le Développement de l'Afrique
ONASA	: Office National pour la Sécurité Alimentaire
PADSA	: Programme d'Appui au Développement du secteur Agricole
PDRT	: Programme de Développement des Plantes à Racines et Tubercules
PDFM	: Programme de Développement de la Filière Manioc
PTAA	: Programme Technologie Agricole et Alimentaire
RESIMAO	: Réseau des Systèmes d'Information de Marchés d'Afrique de l'Ouest
SOTRAC	: Société de Transit et de Consignation
UCAFA	: l'Union Communale des Associations des Femmes d'Adja-Ouèrè
UNACOB	: Union Nationale des Conducteurs du Bénin

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Relevé de prix mensuels du Gari en Fcfa/Kg au marché de Dantokpa	28
Tableau 2 : Relevés des prix en F.CFA/kg du gari sur les marchés périodiques au Bénin Juin 2007	29
Tableau 3 : Ecart de Prix entre le gari fin et le gari ordinaire	30
Tableau 4 : Prix du kg de gari sur quelques marchés régionaux	31
Tableau 5 : Prix du gari à Libreville (Gabon): F CFA / kg	34
Tableau 6 : Evolution des importations de gari au Niger, en tonnes	41
Tableau 7 : Exemple d'un Compte d'exploitation de gari	62
Tableau 8 : Compte d'exploitation de la commercialisation du gari sur le marché d'Ikpinlè	63
Tableau 9 : Evolution des exportations de gari vers le Gabon de 1998 à 2006	57
Tableau 10 : Evolution des importations sénégalaises de gari (2001-2002)	59
Tableau 11 : Principaux marchés de commercialisation du gari au Bénin	45

LISTE DES SCHEMAS ET GRAHIQUES

Figure 1 : Evolution du prix du kg de gari au marché Dantopka	25
Figure 2 : Evolution du prix moyen mensuel du kg de gari au marché de Dantokpa (2003-2007)	26
Figure 3 : Synthèse des flux de commercialisation au Bénin.....	47
Figure 4 : Flux commerciaux du gari au Bénin.....	53
Figure 5 : Flux commerciaux du gari en Afrique de l'ouest et du centre.....	60

INTRODUCTION

L'autosuffisance alimentaire voire la sécurité alimentaire revêt une impérieuse nécessité pour la survie de la population et par conséquent l'amorce ou la progression vers un développement durable. Conscient de cet enjeu, l'Etat béninois a entrepris des actions de promotion des produits agricoles. Ainsi, depuis l'avènement des programmes et projets d'appui à la promotion agricole, les producteurs agricoles sont encouragés à adopter de nouvelles technologies afin d'améliorer la production et la transformation des produits agricoles.

Plusieurs projets se sont investis intensément aux côtés des producteurs pour la promotion du manioc et de ses dérivés. Ces appuis ont entraîné une augmentation importante de la production de manioc et par conséquent de l'offre des produits dérivés du manioc. Cependant, l'amélioration de la production agricole ne pourra être ressentie sur le niveau de vie des acteurs sociaux que si la commercialisation de ces produits constitue des sources de revenus importantes. Le constat actuel est que l'accroissement de la production de manioc a conduit à une saturation du marché du principal dérivé du manioc qu'est le gari. Pour ce produit, la plupart des acteurs sont aujourd'hui confrontés à des problèmes de débouchées et d'écoulement. C'est le cas de l'Union Communale des Associations des Femmes d'Adja-Ouèrè (UCAFA) qui est une organisation spécialisée dans la commercialisation du gari. Dans la perspective de trouver une solution à ce problème, cette Association a pris l'initiative avec le soutien de l'African Development Foundation (ADF) de commanditer la présente étude en vue de connaître davantage les caractéristiques du marché du gari au Bénin et dans la sous région. Elle pourra, au vu des résultats, mettre en place une stratégie de développement à la fois de ses produits et de ses ventes pour rentabiliser ses activités. Le but de cette étude est de lui fournir les informations nécessaires à la connaissance des circuits de distribution, les habitudes alimentaires des consommateurs et d'orienter ses choix vers les opportunités relatives à l'écoulement rapide et à des prix compétitifs du gari au Bénin et dans la Sous Région.

Le plan suivi pour la rédaction de ce rapport est libellé comme suit :

- 1 RAPPEL DES TERMES DE REFERENCE ET METHODOLOGIE**
- 2 L'OFFRE DE GARI**
- 3 LA DEMANDE DE GARI**
- 4 LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION**
- 5 ANALYSE DE LA SITUATION DE L'UCAFA ET RECOMMANDATIONS**
- 6 RECOMMANDATIONS**

1 RAPPEL DES TERMES DE REFERENCE ET METHODOLOGIE

1.1 Rappel des termes de référence

1.1.1 JUSTIFICATION DE L'ETUDE

L'Union Communale des Associations de Femme d'Adja-Ouèrè (UCAFA) est une association de 27 groupements féminins à vocation coopérative basée dans la commune d'Adja-Ouèrè (département du Plateau). Elle est spécialisée dans la transformation du manioc en gari et de sa commercialisation.

Malgré sa qualité réputée, le gari Commercialisé par l'UCAFA est confronté à un véritable problème de débouchés dû à la méconnaissance du marché du gari et à l'absence d'une stratégie appropriée de vente. La conséquence est une sous-exploitation du potentiel de production de l'Union.

L'UCAFA bénéficie actuellement d'un appui technique de l'African Development Foundation (ADF) dont l'objectif est de la transformer en une petite entreprise de production et de commercialisation du gari. Ainsi, les membres de l'UCAFA pourront disposer des outils adéquats de travail et des atouts nécessaires pour améliorer les résultats de leurs activités et leurs conditions de vie.

C'est en vue de pouvoir tirer profit des opportunités qui existent tant sur le marché local que sur le marché sous régional que cette étude est initiée.

1.1.2 OBJECTIFS DE LA MISSION

1.1.2.1 Objectif général

Mieux connaître le marché de gari au Bénin et dans la sous région (Niger, Nigeria, Gabon), en vue d'accroître les ventes du gari de l'UCAFA.

1.1.2.2 Objectifs spécifiques

- Etudier les circuits de distribution formels et informels du gari au Bénin et dans la sous-région (Niger, Nigeria, Gabon).
- Etudier les besoins quantitatifs et qualitatifs des consommateurs de gari au Bénin et dans la sous région (Niger, Nigeria, Gabon)
- Analyser la concurrence interne et externe du gari produit par l'UCAFA.
- Proposer à l'UCAFA une stratégie de vente qui tiendra compte des circuits de distributions, de la clientèle à cibler, des emballages à retenir et des signes de différenciation.

1.1.3 RESULTATS ATTENDUS

- Production d'une étude de marché tenant compte des objectifs susmentionnés ;
- Rédaction d'un plan de mise en œuvre des conclusions /recommandations de l'étude du marché.

1.2 Méthodologie adoptée

La mission a donc été réalisée suivant une démarche en trois étapes :

- Les études exploratoires
- Les enquêtes sur le terrain
- Rapportage

1.2.1 LES ETUDES EXPLORATOIRES

1.2.1.1 Prise de contact

Le consultant a eu un briefing avec l'équipe technique de l'ADF, la Présidente du Conseil d'Administration de l'UFACA ainsi que certaines femmes membres de l'Union. Cette rencontre a permis de s'imprégner d'une part de la vision de l'UCAFA et d'autre part, de l'organisation actuelle de la production et de la commercialisation du gari par l'UCAFA.

Cette étape a été suivie d'une étude documentaire générale sur l'objet de l'étude.

1.2.1.2 Étude documentaire

L'étude documentaire a permis de recueillir et d'analyser des informations quantitatives et qualitatives sur la production, la demande et les circuits de commercialisation actuels du gari au Bénin ainsi que les flux vers les pays ciblés par l'étude. Elle a aussi permis de cerner davantage la problématique de la commercialisation du gari au Bénin et dans la sous région.

Elle s'est appuyée sur l'analyse des points suivants :

- Zones de production
- Système de collecte
- Marchés de regroupement
- Marchés de consommation
- Flux sortants (exportation)
- Flux entrants (importation)
- les différentes catégories de gari sur le marché
- les besoins des consommateurs en quantité et en qualité sur les différents marchés ciblés
- la réglementation en matière d'exportation des produits vivriers en particulier le gari.

L'étude documentaire aussi a porté sur des travaux réalisés par des spécialistes du domaine et/ou des organismes intervenants dans le secteur au Bénin et dans les pays concernés de la sous-région.

Outre les documents et le modèle d'affaires de l'UCAFA mis à notre disposition par cette organisation, les sources suivantes ont été consultées :

- Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche.
- Office National pour la Sécurité Alimentaire
- Institut National de Statistiques et de l'Analyse Economique
- Faculté des Sciences Agronomiques de l'Université d'Abomey Calavi
- Fonds des Nations Unies pour l'Agriculture (FAO)
- Programme de Développement du secteur Agricole (PADSA)
- Programme de Développement des Plantes à Racines et Tubercules (PDRT)
- Programme de Développement de la Filière Manioc (PDFM)
- CeRPA Ouémé-Plateau
- CeRPA Borgou Alibori
- Direction de la Promotion de la Qualité et du Conditionnement des produits agricoles
- Ministère du Commerce du Développement Industriel Chargé du Nepad au Gabon
- Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et du Développement Rural au Gabon
- Ministère du Commerce de l'industrie et de la Promotion du Secteur Privé au Niger
- Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche au Niger
- Internet

1.2.2 ENQUETES DE TERRAIN

En complément des informations recueillies au cours de l'étude documentaire, des enquêtes de terrain ont été réalisées.

Elles ont consisté pour le consultant à sillonner les principales zones de production et de commercialisation du gari au Bénin et dans la sous région (Niger, Nigéria, Togo) et à avoir des entretiens téléphoniques avec des acteurs du secteur au Gabon.

1.2.2.1 Objectifs

Les objectifs visés sont :

- Identifier les concurrents et les intervenants dans la commercialisation du gari au Bénin et dans la sous région ;
- Identifier les circuits de commercialisation du gari béninois sur le plan national et dans la sous région ;
- Analyser les prix sur les principaux marchés.

1.2.2.2 Zones d'intervention

Les études sur le terrain se sont déroulées dans les zones suivantes :

- **Au Bénin**
 - Cotonou (marché Dantokpa, embarcadère du Port de Cotonou)
 - Abomey-Bohicon
 - Savalou-Glazoué
 - Aplahoué-Comé
 - Parakou
 - Malanville
 - Adja Ouèrè, Ikpinlè et Pobè

- **Au Niger**
 - Niamey
 - Dosso

- **Au Nigeria**
 - Lagos
 -

- **Au Togo**
 - Lomé
 - Djoda
 - Afangnan
 - Atitogon
 - Vogan
 - Aklakou

Compte tenu des frais de déplacement onéreux, le Gabon a fait l'objet d'une étude documentaire et d'une enquête par l'intermédiaire d'un consultant installé dans ce pays qui, outre les informations fournies, nous a mis en contact avec des commerçantes actives dans les transactions de gari avec les pays de l'ouest.

1.2.2.3 Mode de recueil et cibles

Les informations ont été recueillies par deux techniques :

- L'observation participante
- L'Entretien semi directif

Les interviews sont faites par l'équipe de consultants. Elles ont été appuyées par des enquêteurs recrutés dans chaque localité enquêtée.

Au total, nous avons interrogé :

- **28 Producteurs**
- **36 négociants**
- **48 détaillants**
- **72 consommateurs dans les grands centres de consommation**

Des guides d'entretien utilisés pour chaque type d'intervenants sont joints en annexe.

1.2.3 ANALYSE DES RESULTATS

Une analyse du contenu a été faite pour les résultats des interviews. Cette analyse a permis d'avoir une vue claire de la situation actuelle du marché ainsi que les perspectives à court et à moyens du marché.

1.3 Difficultés rencontrées et limites de l'étude

En dépit de la rigueur mise en œuvre par le consultant au cours de la présente étude, il convient de mentionner certaines difficultés qui ont conduit à modérer la portée de certaines analyses. On peut citer :

- l'insuffisance de données sur la production et la consommation de gari ; cette activité demeure en majorité informelle ;
- l'absence généralisée de statistiques sur les flux de gari, au Bénin et dans la sous région ; en raison de l'absence de droits de douanes et de la perméabilité des frontières, peu de transactions sont enregistrées ;
- le budget modeste consacré à l'étude n'a pas permis de faire le déplacement dans tous les pays visés et par conséquent des analyses plus approfondies sur le cas de certains pays;

- la réticence des commerçants et opérateurs à fournir des informations détaillées sur leur réseau d'approvisionnement ainsi que leurs coûts par crainte de la concurrence ou du fisc. Ces informations relevant de la stratégie commerciale du commerçant ;
- la réticence des producteurs de gari à fournir des informations sous le prétexte qu'ils ont souvent fait l'objet d'enquête sans en connaître ni la suite, ni une amélioration de leurs conditions d'exercice;
- l'estimation de la consommation par habitant a aussi posé des problèmes. En effet, une enquête de consommation demande beaucoup de précautions et de moyens pour obtenir des résultats fiables. Elle doit se faire à plusieurs périodes de l'année, ce qui n'est pas le cas pour la présente étude qui est limitée dans le temps. Aussi, des données utilisées, datent parfois de plus d'une dizaine d'années. Les habitudes alimentaires ont beaucoup évolué et les chiffres disponibles devraient être actualisés.

Cependant, malgré l'existence de ces facteurs limitants, l'équipe de consultants s'est évertuée à collecter des données de base qui lui ont permis de produire un rapport d'étude qui aidera certainement l'UCAFA à atteindre ses objectifs. Pour y parvenir, il est d'abord nécessaire de prendre connaissance de l'offre du gari sur le marché.

2 L'OFFRE DE GARI

2.1 L'environnement du secteur

2.1.1 PRODUCTION DE MANIOC EN AFRIQUE DE L'OUEST

En Afrique de l'Ouest, depuis au moins cinq décennies, le manioc continue à prendre régulièrement de l'importance comme produit de base. Cette culture vivrière rurale constituait à l'origine une réserve contre la famine. Par la suite, elle s'est imposée en tant que telle à la fois pour les consommateurs urbains et ruraux et comme nouvelle culture de rente pour les petits exploitants. A l'heure actuelle, le manioc est l'un des principaux produits de consommation de nombreux centres urbains qui s'étendent rapidement en Afrique occidentale. De nombreux petits cultivateurs et paysans pratiquant l'agriculture de subsistance, à la recherche de cultures de rente et de nouvelles opportunités, s'intéressent au manioc. Les gouvernements ouest-africains, de même que le Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD) lui donnent la priorité dans leurs stratégies régionales de développement agricole, d'industrialisation et de réduction de la pauvreté.

La production de manioc en Afrique de l'Ouest a doublé et elle est passée de 25,8 millions de TM en 1990 à 56,7 millions de TM en 2004¹. Du point de vue volume, le Bénin occupe le 3^{ème} rang dans la sous région après le Nigéria et le Ghana, pour la production de racines de manioc fraîches.

Les dix dernières années, la production de manioc a plus que doublé au Bénin du fait que les cultivateurs recherchaient désespérément des possibilités et des cultures de rente nouvelles en complément et/ ou de substitution au coton. Pour ce faire, des appuis à son développement ont été initiés par des institutions.

¹ [FAOSTAT](#)

2.1.2 LES INSTITUTIONS D'APPUI AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE MANIOC

Au niveau national, la transformation du manioc relève de la responsabilité du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Petites et Moyennes Entreprises (MICPME) qui collabore étroitement avec le Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et des Pêches (MAEP). L'Institut National de Recherche Agricole au Bénin (INRAB) participe à la recherche sur des cultivars. Le Programme Technologie Agricole et Alimentaire (PTAA) quant à lui, teste les équipements de transformation du manioc.

Sur terrain, nous avons identifié quatre grands projets en cours d'exécution qui soutiennent le développement des filières manioc au Bénin.

2.1.2.1 Programme de Développement des Plantes à Racines et Tubercules (PDRT).

Le Fonds International pour le Développement Agricole (FIDA) et le Gouvernement du Bénin financent le projet PDRT pour un montant total de 22 millions de dollars pendant 7 ans (2002-2008). Les objectifs du projet dans le domaine de la production de racines et de tubercules sont les suivants :

- former approximativement 15 000 cultivateurs,
- fournir des intrants spécifiques aux cultivateurs,
- doubler les rendements par la distribution de cultivars améliorés.

Dans le domaine de la transformation, le projet vise à :

- organiser les groupements de transformateurs,
- améliorer les équipements de transformation.

Le PDRT travaille principalement avec les petits cultivateurs et les groupements informels de transformation.

2.1.2.2 Composante d'Appui au Secteur Privé Agricole (CASPA/PADSA II).

La composante fait partie du projet PADSA. Il est financé par la DANIDA pour la période 2005-2013. Quatre filières de commercialisation ont été recensées, à savoir le manioc, le beurre de Galam, le maïs et la noix de cajou. Le projet collabore principalement avec des groupements de femmes et porte sur l'amélioration de la transformation à petite échelle.

2.1.2.3 Programme d'appui au développement de la filière manioc (VECO-Bénin).

L'ONG VECO met en œuvre un projet financé par le Fonds Belge de Survie (FBS). Deux dérivés de manioc ont été développés par le programme, le LAFU et la farine panifiable. Le programme est exécuté en partenariat avec deux ONG locales (CEIRAD et CIRAPIP) dans la commune de Djidja (Département du Zou).

L'objectif du programme est de contribuer à une amélioration de la sécurité alimentaire, du revenu et de la position sociale des actifs agricoles d'une manière durable.

2.1.2.4 Projet de mise en place de bases d'appui pour la transformation et la conservation des produits agricoles au Bénin.

Le projet a été lancé en 1999 par la "Direction de la Promotion des Petites et Moyennes Entreprises" (DPME) du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Petites et Moyennes Entreprises (MICPME) en étroite collaboration avec le MAEP. Il avait pour objectif la construction de quatre unités de transformation, dont deux existent déjà dans le département de Plateau. Ces unités ne sont pas encore utilisées et elles sont caractérisées par des erreurs de conception structurelles.

Il faut rappeler que le projet PDFM, lancé en 2000 et financé par le Gouvernement du Bénin à environ 5 millions de dollars, a été à l'origine du boom de la production du manioc au Bénin. Le projet se fondait sur :

- le renforcement des capacités et la formation des transformateurs,

- l'organisation des transformateurs en associations et groupements, de même que la création d'une "interprofession" pour assurer la gestion de la filière,
- la mise à disposition de fonds de roulement (par une ligne de crédit de presque 2 millions de dollars en 2002/2003, mais les cultivateurs n'ont pas remboursé).

2.1.3 LA TRANSFORMATION DU MANIOC EN GARI

La transformation du manioc permet d'obtenir plusieurs produits dont le gari, le tapioca, l'amidon, l'alcool, etc. Le principal produit issu de la transformation du manioc est le gari. La transformation du manioc, en gari est traditionnellement réalisée par les femmes en milieu rural, à titre individuel ou en groupement (Groupements de Femmes).

Cette production est d'abord réalisée pour l'autoconsommation au niveau familial et le surplus est vendu. Par la suite, la production de gari est devenue une activité lucrative. On note aussi des expériences de mise en place d'unités industrielles de production de gari.

2.1.3.1 Transformation du manioc en gari au niveau individuel

Elle est faite par les femmes en relation avec les travaux champêtres. Le recours à la main d'œuvre familiale est très marqué. Le travail individuel par les femmes est totalement manuel ; certaines d'entre utilisent les services d'une râpeuse motorisée, louée à un particulier ou à groupement de femmes (GF). Ce travail se fait dans toutes les zones de production du manioc.

2.1.3.2 Transformation du manioc en gari par les Groupements de Femmes

Des femmes en milieu rural mettent en commun une partie de leur temps et de leurs moyens pour mener un certain nombre d'activités agricoles et de transformation, comme la fabrication de gari.

Elles se regroupent de façon formelle ou non au sein d'associations, les Groupements de

Femmes (GF), structurées avec un Bureau (Présidente, Vice-Présidente, Trésorière), une (ou un) Animatrice et une Secrétaire.

Cette existence juridique leur permet, entre autres, de bénéficier d'appuis extérieurs, techniques et financiers.

Un recensement récent indique qu'il existe entre 250 et 270 GF au Bénin, ce qui représente un effectif global de plus de 2 500 femmes.

De façon générale, dans les GF rencontrés au cours de la mission de terrain dans les localités d'Aja Ouèrè et Sakété, les femmes y travaillent à temps partiel (2 à 3 jours par semaine) ; elles se partagent en général un tiers de leur production de gari pour leur propre consommation ; le solde de gari produit est vendu par le groupement, la recette permettant de faire face aux coûts d'exploitation (achat des tubercules, consommables si le GF possède une râpeuse motorisée, etc.). Le surplus (bénéfice du GF) est soit partagé entre les membres, soit épargné auprès des Caisses Locales de Crédit Agricole Mutuel (CLCAM) ou auprès des Caisses Rurales d'Epargne et de Crédit (CREP), mises en place par SASAKAWA GLOBAL 2000.

La transformation du manioc en gari exige une main-d'oeuvre abondante mais elle offre aussi des possibilités de travail intéressantes pour les paysannes et les pauvres. Sa rentabilité dépend de l'accès à un équipement de qualité, aux matières premières et aux marchés d'écoulement.

2.1.3.3 Les industries de production de gari

La plupart des entreprises de moyenne envergure qui ont essayé de développer des lignes de production de gari à l'échelle "industrielle" ont échoué car elles ne peuvent pas concurrencer les groupements informels de femmes. Le coût de l'énergie était trop élevé par rapport à celui du bois de feu. L'épluchage posait également un problème. A court terme, la modernisation de l'atelier de transformation existant dont des femmes

sont propriétaires semble être la méthode la plus prometteuse. L'amélioration des procédés de production de gari pourrait être un facteur clé de succès.

Le Nigeria a développé au cours des années 80 des industries de transformation de manioc. Deux entreprises : "The national Root Crop Company" et "Product of Tropic Foods Limited", ont commercialisé de la farine de manioc instantanée dénommée VITAFUFU. Mais les consommateurs marquent toujours leur préférence pour la farine produite de façon artisanale ou semi artisanale de par sa qualité et son goût.

Au Bénin, il y a eu dans les années 1990, l'expérience des Établissements ADEOSI et Fils à Savè. Il s'agissait d'une industrie de transformation du manioc en gari qui n'a malheureusement pas été pérennisée.

2.2 Segmentation de l'offre et zones de production

2.2.1 SEGMENTATION DE L'OFFRE

2.2.1.1 Définition du produit

Le gari est un produit sec (taux d'humidité : 8 à 10%), acide (pH : 4,3 à 5'0) et hautement énergétique (environ 335 kcal/100 g de gari) qui se présente sous la forme d'une semoule de couleur blanchâtre à jaune à grains secs et durs et qui se caractérise par un goût acidulé. Il est obtenu par la transformation du manioc (*Mauihot esculepzta Crantz*), selon un procédé qui s'inspire de la technologie de fabrication de la farinha de mandioca brésilienne introduite au Bénin dans les années 1800 à la faveur du retour du Brésil des esclaves affranchis².

Selon la Norme CODEX POUR LE GARI (Norme régionale africaine) CODEX STAN 151-1985 (amendée en 1989), le gari est le produit fini obtenu après un traitement artisanal ou

² [C.M. NAGO](#)

industriel de tubercules de manioc. Ce traitement consiste en l'épluchage, le lavage et le râpage des tubercules, suivi de fermentation, pressage, fragmentation-granulation, séchage si nécessaire, tamisage et traitement thermique approprié. Le gari se présente sous la forme d'une farine de granulométrie variable.

Plusieurs qualités de gari existent sur le marché, en fonction du mode de préparation (durée de la fermentation, taille des grains, couleur) et le mode de séchage (100% cuisson sur feu de bois ou finition par séchage au soleil, ...). Il y a donc lieu de parler "des gari" plutôt que "du gari".

2.2.1.2 Classification des gari

La catégorisation généralement adoptée se base sur la taille des grains. Les appellations sont différentes suivant les zones géographiques. Nous retiendrons la norme du CODEX STAN 151-1985 retenant cinq catégories de gari.

2.2.1.2.1 Gari à gros grains

C'est le gari dont 100 pour cent en poids passe aisément au travers d'un tamis dont la dimension des mailles est de 2 mm, mais dont pas plus de 40 pour cent en poids passe aisément au travers d'un tamis dont la dimension des mailles est de 1,25 mm.

Encore appelé gari ordinaire "simple", ou gari de 4^{ème} choix, il désigne le gari qui est séché au soleil. Son taux d'humidité est relativement élevé; ce qui lui donne une couleur jaunâtre et sa conservation est difficile voire impossible sur une longue période de temps (moins de 5 mois). On y note la présence de corps étrangers (grains de sable).

2.2.1.2.2 Gari à grains moyens

Gari dont 100 pour cent en poids passe aisément au travers d'un tamis dont la dimension des mailles est de 1,25 mm, mais dont pas plus de 40 pour cent en poids passe aisément au travers d'un tamis dont la dimension des mailles est de 1,00 mm.

C'est un produit cuit au feu. Encore appelé gari houhou ou gari de 3^{ème} choix, cette catégorie de gari lorsque les conditions de manipulation après cuisson et l'emballage sont convenables, donne un produit de bonne qualité hygiénique. Par rapport à l'acidité, le procédé de production conduit à du gari non acidulé, peu acidulé qui a une influence non négligeable sur le goût du produit. Le gari Sohui d'Adja Ouèrè rentre dans cette catégorie.

2.2.1.2.3 Gari à grains fins

Gari dont 100 pour cent en poids passe aisément au travers d'un tamis dont la dimension des mailles est de 1 mm, mais dont pas plus de 40 pour cent en poids passe aisément au travers d'un tamis dont la dimension des mailles est de 0,50 mm.

Le gari Ahayo d'adja Ouèrè ou gari de 2^{ème} choix rentre dans cette catégorie. Il a l'avantage d'être beaucoup plus raffiné : plus fin, très sec et généralement plus cher que le gari ordinaire. Ces caractéristiques lui confèrent un prix plus élevé que celui du gari ordinaire (1,1fois au moins) et de ce fait est moins demandé par certaines populations à revenus faibles. C'est la raison pour laquelle certains commerçants surtout ceux des milieux ruraux préfèrent l'achat et la vente du gari ordinaire qui est plus demandé par leur clientèle au niveau de ces marchés.

2.2.1.2.4 Gari à grains extra fins

Gari dont 100 pour cent en poids passe aisément au travers d'un tamis dont la dimension des mailles est de 0,50 mm, mais dont pas plus de 40 pour cent en poids passe aisément au travers d'un tamis dont la dimension des mailles est de 0,25 mm. Il est caractérisé par la finesse de ses grains et se conserve 6 à 9 mois.

C'est le gari'' mimim'' ou ''missè'' ou gari 1er choix, vendu à des prix très supérieurs à celui des autres types de gari en vrac ou emballé dans les supermarchés de Cotonou et d'autres villes du Bénin.

Il faut noter que ces différents types de gari sont généralement regroupés en deux catégories : le gari ordinaire et le gari fin. C'est cette dernière classification que nous allons adopter au cours de cette étude.

2.2.1.2.5 Gari amélioré

Une diversification de l'offre de gari a conduit à la mise sur le marché d'un nouveau produit qu'est le gari amélioré. En effet, la valeur nutritive du gari peut être améliorée par ajout de lait de coco, de lait concentré sucré, de sucre et de jus de citron, de graines d'arachide, etc. Il peut être aussi aromatisé à la vanille ou à la noix de muscade. Ces produits s'adressent à une clientèle aisée et à l'exportation. Il s'agit là d'un marché nouveau qui offre des opportunités rémunératrices.

Une technique d'enrichissement du *gari* en protéines et/ou vitamine A à partir de soja et / ou d'huile de palme a été mise au point par le département de Nutrition et Sciences Alimentaires de la Faculté des Sciences Agronomiques de l'Université d'Abomey Calavi du Bénin, en collaboration avec l'IITA d'Ibadan au Nigéria.

Après la classification des types de gari, nous nous sommes intéressés aux lieux de production de ces gari.

2.2.2 ZONES PRODUCTRICES DU GARI AU BENIN

L'aire de production du gari suit globalement celle du manioc. Toutefois, certaines régions se sont singularisées à travers l'importance et la qualité de leur production. Ce sont les départements du Plateau et des Collines qui détiennent les records de production avec de fortes zones de production telles que les communes de Sakété, Kétou, Adja-Ouèrè, Ifangni pour le Plateau, et Ouèssè, Glazouè, Savalou, Dassa-Zoumè, Savè pour les Collines. Ces deux départements totalisent à eux seuls 37,3% de la production nationale de manioc en 2002³, soit respectivement 726 390 tonnes (23,5%) pour le département du plateau et 427 555 tonnes (13,8%) pour le département des Collines. Ils sont suivis par les départements du Mono et du Couffo.

Le gari, par le biais des transactions commerciales se retrouve et en abondance dans certaines zones marginales de production du manioc notamment Cotonou, Malanville, Porto-Novo, Bohicon, Parakou.

On estime alors la production du gari au Bénin à 300 000 T par an. **Cette production se fait-elle le long de l'année?**

2.2.3 LA QUESTION DE LA SAISONNALITE DU GARI

La gari en dépit de la disponibilité du produit sur le marché en toute période de l'année répond à une logique de saisonnalité. Selon les témoignages recueillis, la saison sèche (décembre à février et Août-septembre) correspond généralement à une période de grande production tandis que la saison pluvieuse (mars à juillet et octobre-novembre) consacre une baisse de la production.

Cette situation s'explique par le fait que pendant la saison pluvieuse, malgré l'abondance du manioc (plus facile à déterrer), les femmes s'adonnent plus aux travaux champêtres qu'aux activités de transformation.

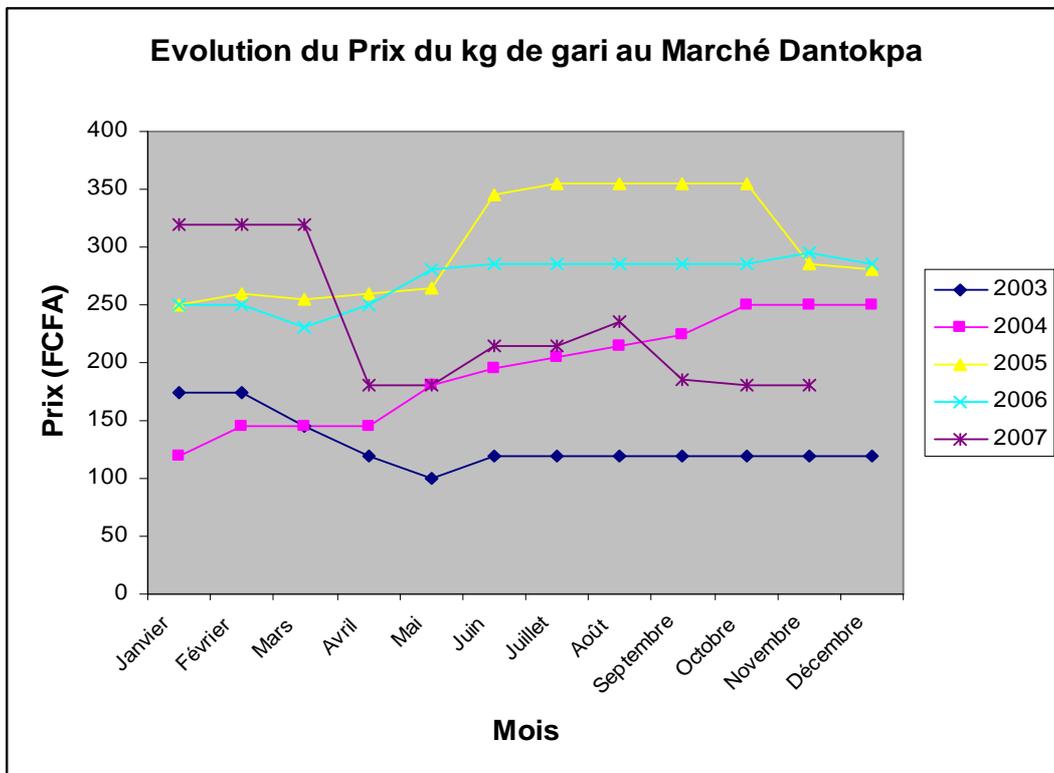
La rareté du gari entraîne une augmentation proportionnelle de son prix. Les courbes comparatives des prix sur les 5 dernières années montrent que la période de hausse des

³ ONASA 2003

prix, donc de baisse de la production, se situe entre juin et octobre d'une part et décembre et février d'autre part. On remarque que les périodes de baisse de prix sont les mois de mars à mai et octobre-novembre.

Il faut noter cependant que d'autres situations conjoncturelles peuvent contribuer à des variations saisonnières de la production de gari. C'est le cas de l'année 2007, où une baisse est observée depuis le mois d'août jusqu'en décembre.

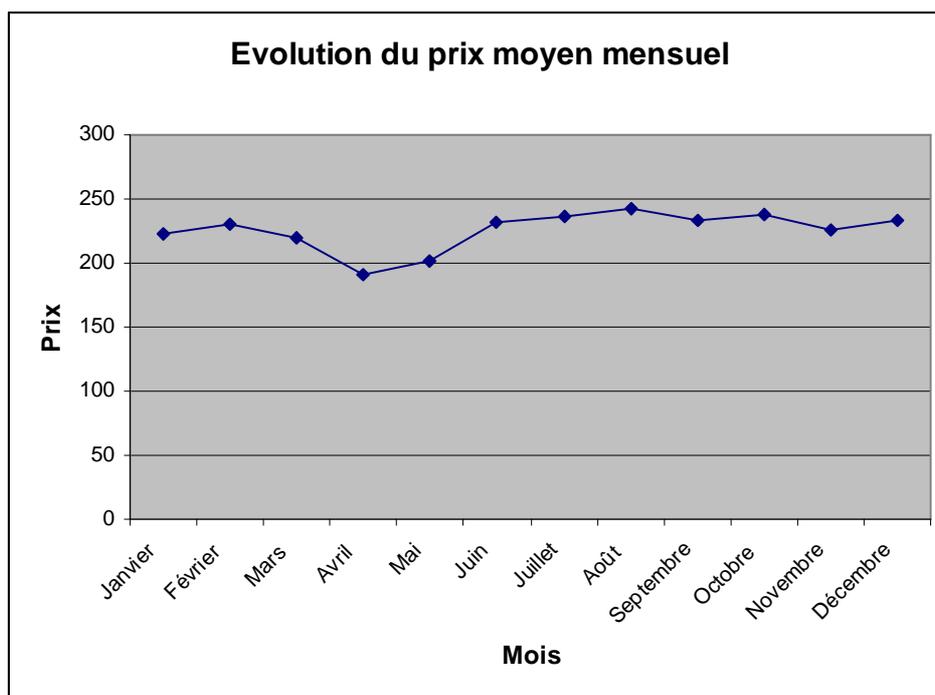
Figure 1 : Evolution du prix du kg de gari au marché Dantopka



Source : à partir des données de l'ONASA

Le calcul des moyennes mensuelles des prix de 2003 à 2007 est représenté sur le graphique suivant :

Figure 2 : Evolution du prix moyen mensuel du kg de gari au marché de Dantokpa (2003-2007)



Source : à partir des données de l'ONASA

On remarque que les prix sont à leur niveau les plus élevés au cours des mois d'août et octobre. Les prix les plus bas sont enregistrés aux mois d'avril et de mai. Une politique commerciale doit tenir compte de ces périodes pour l'achat, le stockage et la revente de gari. Cependant, les prix ne suivant pas toujours cette tendance, un suivi rigoureux des prix du marché est recommandé.

Il faut noter que les niveaux de prix ne sont pas les mêmes selon les qualités de gari et les zones de commercialisation.

2.3 Etude des prix du gari

Le prix du gari est très variable suivant les périodes de l'année, d'une part, et suivant sa qualité ou de son origine géographique, d'autre part. Nous allons étudier les prix sur les marchés nationaux dans un premier temps, puis les prix sur les marchés régionaux dans un second temps.

2.3.1 LES PRIX DU GARI SUR LE MARCHE NATIONAL

Les prix sont généralement bas sur les marchés des zones à forte production de gari comme Azovè, Dogbo, Klouékammè dans le Couffo, Kétou et Pobè dans le Plateaux. Les prix les plus élevés sont observés sur les marchés des zones de consommation ou de transit ou éloignées des zones de production comme Dantokpa, Nikki, Natitingou. Ainsi, l'écart entre le prix de vente du kg de gari ordinaire entre le marché de Pobè et le marché de Dantokpa est de 75 FCFA en novembre 2007; il est de 70 FCFA entre le marché de Dogbo et celui de Dantokpa.

On peut donc dire que les prix pratiqués sur ces deux marchés (Dogbo et Pobè) sont sensiblement les mêmes et sont les moins élevés au plan national.

Les prix du gari varient en fonction des conjonctures nationales et régionales (récoltes de céréales, famine, etc), c'est-à-dire de l'offre et de la demande. C'est ainsi que les prix moyens du kg de gari ordinaire relevés au marché Dantokpa sont passés de 130 F en 2000 à 200F en 2002, puis ont baissé à 130 F en 2003 avant de grimper à 300 F en 2005. On note depuis une tendance à la baisse des prix qui se situent en 2007 à 230 F. En somme, les prix connaissent des fluctuations en fonction des facteurs spécifiques du moment.

Le gari 1^{er} choix "haut de gamme" produit dans la région de Savalou a une réputation de très grande qualité ; son prix peut atteindre 400 FCFA/Kg.

Les supermarchés de Cotonou vendent du gari de 1^{er} choix, conditionné en sachets, à des prix très supérieurs à celui du gari vendu en vrac. Les prix que nous avons relevés

dans 6 supermarchés de Cotonou (La Pointe, Leader Price, Supermarché du Pont, La Tornade, Super 8 et Star Light) varient de 250 à 1 000 FCFA/kg.

De même, les prix du gari, enrichis relevés dans les mêmes points de vente varient de 750 à 1300FCFA / 500 g.

Les relevés du prix du Kg de gari au marché Dantokpa de 1998 à 2007 montre que le prix du gari est à son niveau le plus bas depuis 2004. Cette tendance est générale car le gari ordinaire est vendu à moins de 200 FCFA sur tous les marchés du Bénin dans même ceux des régions non productrices de manioc où ces prix culminaient habituellement.

Tableau 1 : Relevé de prix mensuels du Gari en Fcfa/Kg au marché de Dantokpa

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Janvier	195	165	125	135	230	175	120	250	250	320
Février	195	145	120	145	225	175	145	260	250	320
Mars	195	145	120	165	200	145	145	255	230	320
Avril	195	150	120	175	205	120	145	260	250	180
Mai	190	135	130	195	205	100	180	265	280	180
Juin	190	135	140	225	220	120	195	345	285	215
Juillet	185	135	150	225	210	120	205	355	285	215
Août	175	140	135	245	195	120	215	355	285	235
Septembre	185	135	125	255	200	120	225	355	285	185
Octobre	175	125	120	210	175	120	250	355	285	180
Novembre	175	125	115	180	175	120	250	285	295	180
Décembre	165	125	135	200	175	120	250	280	285	nd

Source : ONASA LISA SAR N° 223

Tableau 2 : Relevés des prix en F.CFA/kg du gari sur les marchés périodiques au Bénin Juin 2007

	Jan		Fév		Mars		Avril		Mai		Juin		Juil		Août		Sept		Oct		Nov	
	ord	fin	ord	fin	ord	fin	ord	fin	ord	fin	ord	fin	ord	fin	ord	fin	ord	fin	ord	fin	ord	fin
Dantokpa	320	345	320	345	320	345	180	210	180	210	215	245	215	245	235	270	185	230	180	210	180	210
Malanville	NP	NP	145	245	NP	NP	145	245	NP	NP	NP	NP	145	245	145	210	145	210	145	210	NP	NP
Parakou	175	215	175	235	175	215	155	215	155	215	155	215	155	170	155	170	155	170	155	170	155	170
Nikki	250	ND	215	ND	210	ND	180	280	160	ND	195	ND	215	ND	180	ND	210	ND	320	ND	205	ND
Azovè	110	140	95	125	115	145	115	130	95	125	95	125	120	150	110	145	115	160	105	140	125	155
Comé	165	170	165	170	145	150	145	150	145	150	145	150	1135	140	130	140	135	135	135	135	135	140
Dogbo	110	140	100	125	95	115	90	115	90	120	95	115	105	120	105	125	110	130	105	125	110	130
Klouékanmè	105	125	105	120	115	130	105	125	130	140	135	145	125	140	125	140	125	140	125	140	125	140
Lokossa	165	190	135	170	135	170	135	170	150	185	140	160	135	160	135	170	NP	NP	135	165	140	165
Kétou	135	ND	135	ND	110	ND	110	ND	110	ND	110	ND	110	ND	115	ND	115	ND	115	ND	115	ND
Pobè	140	ND	140	ND	115	ND	115	ND	140	ND	115	ND	110	ND	110	ND	110	ND	95	ND	105	ND
Ouando	180	215	180	215	165	195	140	170	155	200	165	195	140	165	130	160	125	150	110	150	120	160
Dangbo	180	215	150	165	150	165	135	165	150	180	150	190	150	190	125	150	110	145	110	145	135	165
Azowilissè	190	ND	190	ND	170	ND	155	ND	155	ND	155	ND	155	ND	140	ND	115	ND	100	ND	145	ND
Ifangni	195	ND	160	ND	160	ND	180	ND	185	ND	180	270	160	ND	130	ND	120	ND	115	280	135	280
Takon	215	ND	195	ND	185	ND	195	ND	155	ND	145	ND	180	ND	130	ND	125	ND	135	ND	155	ND
Avrankou	250	270	250	270	145	210	135	190	105	185	135	185	115	165	135	170	120	140	135	155	130	150
Bohicon	145	170	145	160	145	170	145	170	NP	NP	NP	NP	130	165	125	150	125	160	125	170	140	170
Houndjro	125	255	125	255	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	130	200	145	175	125	205	140	220	140	235
Ouèssè	110	180	110	180	110	180	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Glazoué	150	185	130	180	140	180	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	120	145	125	140	120	125	140	140
Djougou	NP	NP	NP	NP	NP	NP	110	230	110	130	110	130	110	130	110	130	110	130	110	130	110	130
Natitingou	215	280	215	275	215	260	215	260	215	255	215	245	215	245	215	245	215	245	215	245	215	245
Tanguiéta	225	ND	225	ND	225	ND	NP	NP	NP	NP	255	ND	225	ND	235	ND	235	ND	235		235	ND

ND = non disponible

NP= non parvenu

Source : ONASA LISA SAR N° 212 à 223

Les prix du gari diffèrent en fonction des zones géographiques, mais aussi en fonction de sa qualité. Généralement, le gari fin coûte plus cher que le gari ordinaire. Cette différence peut aller de 5% à 100% en fonction de la différence de qualité qui existe entre les deux sortes de gari. Le tableau suivant retrace les écarts de prix entre les deux types de gari.

Tableau 3 : Ecart de Prix entre le gari fin et le gari ordinaire en 2007

Marché	Ecart (FCFA)
Dantokpa	25 -45
Malanville	65-100
Parakou	15-60
Nikki	100
Azovè	15-45
Comé	5-10
Dogbo	15-30
Klouékanmè	10-20
Lokossa	20-35
Kétou	Nd
Pobè	Nd
Ouando	25-45
Dangbo	15-40
Ifangni	90-165
Avrankou	20-80
Bohicon	15-45
Houndjro	30-130
Ouèssè	70
Glazoué	15-50
Djougou	20-120
Natitingou	30-65

Source : Consultant à partir des données de l'ONASA

Les plus grands écarts (au-dessus de 100FCFA) sont constatés sur les marchés du Nord (Parakou, Djougou, Malanville, Nikki), mais aussi à Abomey et Ifangni.

Il faut noter qu'à des moments donnés dans certaines zones, les prix peuvent être alignés. Ce fut le cas sur le marché de Comé en septembre et octobre 2007. Cette situation quoique exceptionnelle peut se produire en cas d'abondance du gari fin et de la rareté du gari ordinaire.

2.3.2 LES PRIX SUR LES MARCHES REGIONAUX

Les prix relevés des 2 derniers mois (décembre 2007 et janvier 2008) sur les marchés régionaux sont les suivants :

Tableau 4 : Prix du kg de gari sur quelques marchés régionaux

	Mois	Prix (FCFA)	
		Gari ordinaire	Gari fin
NIGERIA			
Birnin Kebbi Urban Mkt	Janv 2008	232	262
Bodija Mkt	Janv 2008	144	262
Central market	Janv 2008	216	216
Damaturu main Mkt	Janv 2008	192	192
Gombe main Mkt	Janv 2008	266	266
Maiduguri Monday Mkt	Janv 2008	188	188
Owerri Main Market	Janv 2008	221	228
Port Harcourt Mile 3 Mkt	Janv 2008	218	245
NIGER			
Dolé Zinder	Dec 2007	264	
Maradi grand-marché	Dec 2007	333	
TOGO			
Akodessewa	Janv 2008	140	
Anié	Janv 2008	120	
Cinkassé	Janv 2008	145	
Gando	Janv 2008	145	
Kétau	Janv 2008	136	

Sources : Réseau des Systèmes d'information de marchés de l'Afrique de l'Ouest (RESIMAO)

Les prix du gari sur le marché togolais sont plus intéressants c'est-à-dire moins chers que sur les autres marchés.

2.4 La concurrence

La concurrence locale s'exerce à la fois au niveau de la qualité du gari et de son origine. On distingue deux niveaux de concurrence. Il y a d'abord une concurrence entre les offreurs locaux et ensuite une compétition sur le marché sous régional

2.4.1 SUR LE MARCHE LOCAL

A ce niveau, il faut distinguer d'une part la concurrence entre les gari produits localement et d'autre part, la concurrence des produits étrangers (togolais essentiellement) qui résulte des flux commerciaux entrants que nous analyserons dans le point 4.

2.4.1.1 La concurrence entre les gari produits localement

Il y a d'abord la concurrence des producteurs individuels des villages environnants. Dans le cas de l'UCAFA, ce sont les transformatrices individuelles des villages comme Ouinhi, Gbédékpo, Aizè et Dazo qui offrent sur les marchés de la région du gari de moindre qualité à des prix bas. Ces offreurs contribuent en grande partie à la chute du cours de gari.

Ensuite, lorsque le même type de gari est produit par plusieurs régions, on observe une concurrence entre ces produits sur le marché. On distinguera alors bien le gari sohui de Savalou de celui de d'Adja Ouèrè ou de Dogbo. Nos investigations sur le marché Dantokpa, où l'on retrouve du gari provenant de diverses origines, nous ont permis de nous rendre compte que l'origine peut constituer un élément de différenciation et aussi un avantage concurrentiel. Les prix peuvent, à des périodes données, être différents. Certaines régions ont un monopole dans un type de gari en raison de leur savoir-faire qui est reconnu. Le gari extra-fin "Missè" de savalou en constitue un exemple. Le gari fin provenant de la région d'Adja Ouèrè et d'Ikpinlè est aussi cité comme de meilleure qualité à ceux provenant de Dogbo dans le Couffo.

2.4.1.2 La concurrence des gari importés

Le gari provenant du Togo est réputé pour son rapport qualité-prix élevé. De ce fait, il constitue un sérieux concurrent au gari produit au Bénin.

Dans une moindre mesure le gari en provenance du Nigeria concurrence le gari produit au Bénin. L'offre nigériane de gari est abondante et à des prix abordables, ce qui explique la présence de ce produit sur les marchés des zones frontalières. Il s'agit du gari provenant des Etats de Okuta, Ondo, Oyo, Kwara. Mais ce gari est de qualité moindre. Il s'agit du gari jaune et du gari ordinaire (moins bien cuit).

Cependant, tous les acteurs rencontrés s'accordent pour dire que la qualité du gari nigérian n'est pas très acceptée par le marché béninois.

2.4.2 SUR LE MARCHE SOUS REGIONAL

Le manioc est devenu une plante "commerciale" dès 1975, avec la demande croissante des pays comme le Niger, le Gabon et le Nigéria. Le gari est importé dans ces pays par des béninois immigrés attirés par le boom économique.

Sur le marché de la sous région, le gari produit au Bénin en général est fortement concurrencé par le gari produit dans les autres pays de la sous région notamment le Togo, le Nigeria et le Ghana.

Le gari du Bénin fait partie des gari de qualité supérieure dans la sous région. Il est plus fin, mieux cuit, donc se conservant plus longtemps, et plus blanc. Cependant, il coûte plus chers que ceux en provenance des autres pays, de moindre qualité ou à qualité égale.

Les commerçants nigériens rencontrés pensent que la compétitivité du gari béninois est plus liée à sa qualité (Gari ahayo) qu'à son prix. Il leur permet de différencier leurs produits afin de prendre en compte les exigences de leur clientèle.

L'évolution spatiale des prix montre que le gari nigérian coûte 35% moins cher à Brazzaville et à Libreville que celui du Bénin et du Togo. Ce niveau de compétitivité partout affiché tient à la conjonction de trois facteurs :

- La dépréciation continue de la monnaie nigériane, le Naira ;

- Les facilités de transport de marchandises à partir des ports du pays, dont notamment ceux de Port Harcourt et de Owéri ;
- Les stratégies de conquête des marchés mises en place par les commerçants nigériens.

Tableau 5 : Prix du gari à Libreville (Gabon): F CFA / kg

Produit	Origine	Prix
Gari	Bénin	850
	Togo	850
	Nigeria	550

Source : PDRT 2004⁴

Face à une telle situation on peut affirmer que les produits béninois perdent de plus en plus de leur compétitivité et ne restent accessibles qu'à une catégorie de la clientèle composée en grande partie de Béninois et Togolais qui sont restés fidèles aux produits en provenance de leur pays d'origine à cause de leur habitude alimentaire. Mais la proportion de ces consommateurs de produits béninois est de plus en plus faible au regard de l'importance du marché de l'Afrique centrale.

2.5 Synthèse de l'analyse de l'offre

Cette brève analyse permet de tirer quelques grandes conclusions :

Selon l'étude régional sur le manioc⁵, La présence du Bénin sur le marché régional de gari est globalement faible au regard du niveau de l'offre nationale potentiellement exportable de certains produits. En effet sur une offre potentielle exportable de plus de

⁴ Eude exploratoire du marché régional des produits à racine et tubercule et de leurs dérivés en Afrique

⁵ PDRT 2004

150 000 tonnes de gari, le Bénin arrive actuellement à placer moins de 6 000 tonnes (toutes directions confondues).

Les exportations béninoises du gari sont en diminution constante depuis trois ans. Les clients traditionnels à savoir le Niger et le Nigeria sont de moins en moins preneurs du produit béninois.

Cependant, le Bénin consolide également sa position sur d'autres niches de consommation comme celles de l'Afrique Centrale. Mais les exportations en direction de ces marchés restent encore faibles (moins de 1000 tonnes par an).

La faible présence des produits béninois sur le marché régional tient à plusieurs facteurs dont trois paraissent importants à mentionner :

- L'inadéquation entre l'offre béninoise et les besoins du marché. L'élasticité de la demande du gari est faible, situation qui a conduit à une saturation du marché régional de ce produit du fait de la multiplication des offreurs (Ghana, Togo et surtout Nigeria).
- La perte progressive de compétitivité des produits béninois face à ceux des trois autres concurrents régionaux : Ghana, Togo et Nigeria. A qualité égale, les produits béninois coûtent généralement plus chers que ceux des autres offreurs. Si la flexibilité et la dépréciation du Naira et du Cédi peuvent en partie expliquer l'engrangement des gains de compétitivité par les produits nigériens et ghanéens, il n'en demeure pas moins que bien d'autres facteurs interviennent pour renchérir les prix de revient des denrées béninoises : multiplication des faux frais notamment.
- Enfin, l'absence d'une stratégie offensive de conquête du marché tant national, régional qu'international de la part de l'ensemble des acteurs en charge de la promotion et de la gestion des filières des produits dérivés du manioc.

Les institutions en charge de la promotion des produits dérivés du manioc ne se sont jusqu'aujourd'hui pas dotées d'une véritable stratégie commerciale pour conquérir des parts de marché tant au niveau régional, qu'international. Les rares stratégies portent sur

quelques actions peu visibles au niveau national (petit crédit de commercialisation aux femmes notamment).

Les commerçants restent souvent passifs et n'ont pas su développer des stratégies de marketing de leur produit. Ils attendent souvent que les clients se déplacent vers eux dans leurs localités ou aux marchés au lieu de chercher à les identifier ou à aller à leur découverte et de promouvoir de leurs activités.

3 LA DEMANDE DE GARI

La demande du gari est mal connue, tant au Bénin que dans la sous_région faute de données fiables sur les consommations récentes. Les données disponibles ne permettent pas d'avoir une idée de la dynamique de la consommation. Nous avons tout de même collecté des informations qui nous permettent d'estimer les besoins quantitatifs et qualitatifs de gari au Bénin et dans la sous région.

Nous aborderons dans un premier temps les différents repas à base de gari avant de procéder à la segmentation de la demande.

3.1 Les formes de consommation du gari au Bénin et dans la sous région

Comme au Togo et au Nigéria, le gari représente au Benin une composante importante du régime alimentaire des populations, tant rurales qu'urbaines; il est consommé par toutes les couches de la population, en particulier les femmes et les enfants ; c'est un aliment de la sécurité alimentaire des foyers familiaux à cause de la haute valeur calorifique du manioc (398 kcal/100 g de matière sèche soit environ 126 kcal/100 g de tubercule).

Le gari se consomme sous plusieurs formes :

- seul ou mélangé à de l'huile d'arachide ou de palme ou à de la sauce ;
- accompagnement d'autres mets comme le haricot bouilli, le voandzou, le riz, etc.
- délayé dans de l'eau froide, le gari ordinaire est généralement consommé sous cette forme par les travailleurs en milieu rural et sur les chantiers urbains. Il est aussi consommé comme coupe-faim accompagné de sucre, de lait, d'arachides grillées ou de beignets d'arachides.
- ou encore sous forme de " piron " ou "èba" : mélangée à l'eau bouillie, on obtient une pâte solide, très consistante, qui s'accompagne de sauce. La

consommation de ce plat est répandue dans les régions Yoruba, Adja et Fon. Le gari ordinaire ou fin est approprié.

Le piron est une pâte dont la consommation est très répandue dans le sud du Nigeria. Ce qui en fait une région de grande consommation de gari. Le gari ordinaire est bien approprié pour la préparation du piron.

Le gari sert aussi à la préparation de l'Attiékè, une semoule cuite à la vapeur d'origine ivoirienne. En Côte d'Ivoire, l'attiéké est un plat national, principalement consommé dans les régions sud du pays. Il est souvent accompagné de sauce locale (claire, graine etc.).

3.2 Segmentation de la demande

Nous avons retenu comme critères de segmentation de la demande le lieu géographique d'habitation et le revenu.

3.2.1 LA DEMANDE NATIONALE

La demande du gari est très différente selon que l'on se trouve en milieu rural ou en zone urbaine. Son faible prix en fait un aliment de base qui est surtout consommée par les populations urbaines et rurales pauvres.

En effet, si la consommation du gari est très élevée en milieu rural, elle connaît une certaine saturation en milieu urbain.

3.2.1.1 La demande en milieu rural

Les paysans que nous avons interrogés dans certains villages du département du plateau nous ont confié qu'ils consomment le gari au moins une fois par jour. Le gari se transporte facilement aux champs et peut être rapidement consommé lors des pauses.

Il faut noter que compte tenu du faible pouvoir d'achat des paysans, c'est le gari ordinaire qui est surtout consommé.

Cette partie de la demande n'est pas commercialement intéressante à cause de l'autoconsommation très élevée en milieu rural et du type de produit demandé (gari ordinaire). Les consommateurs ne sont pas exigeant en matière de qualité.

3.2.1.2 Le demande en milieu urbain

En milieu urbain, on note aussi une forte demande de gari. Il s'agit surtout du gari ordinaire chez les populations urbaines défavorisées pour les mêmes raisons qu'en milieu rural à la seule différence qu'il n'existe pratiquement pas d'autoconsommation. Le gari fin et le gari amélioré sont demandés par une couche sociale plus aisée. Celle-ci consomme le gari plus comme un appoint alimentaire que comme un repas.

3.2.1.3 La consommation nationale

La consommation journalière du gari au Bénin est estimée environ à 100 g/habitant ; il existe, bien entendu, des disparités importantes d'une région à l'autre et d'un individu à l'autre. Près de 60 % des Béninois consomment régulièrement du gari, les autres en prennent de temps en temps ou rarement⁶. En ce qui concerne la répartition géographique de la demande, le gari est consommé, plus particulièrement dans le Centre et le Sud du Bénin, en complément du maïs (le Nord étant traditionnellement une région de culture et de consommation d'igname, en complément du mil et du sorgho). La consommation annuelle dans le Nord est estimée à 1 kg/ habitant alors qu'elle est de 16 kg dans le Sud⁷.

Le département du Plateau est la principale zone de consommation de gari au Bénin en raison de sa facilité de consommation qui s'accommode le mieux aux activités commerciales très intenses dans la région.

⁶ C M. NAGO

⁷ [BIAOU et al, 1996](#)

Selon les statistiques du MAEP en 2005, l'offre nationale du gari au Bénin est de 295 000 tonnes contre une demande de 78 000 tonnes. Il s'est dégagé ainsi un excédant de 217 000 tonnes qui devraient faire l'objet d'exportation vers les pays de la sous région et d'ailleurs. Toutefois, sur la base de la consommation journalière estimée et en tenant compte de l'évolution de la population, nous estimons que cette demande réelle devrait se situer aujourd'hui, entre 150 000 et 250 000 tonnes.

3.2.2 LA DEMANDE REGIONALE

En l'absence de données fiables résultant des enquêtes budget-consommation au niveau de chacun des Etats, la détermination du niveau de la demande nationale est difficile. Pour contourner cette difficulté nous avons fait la synthèse des informations disponibles sur le niveau de la demande dans quelques pays.

Nous avons par ailleurs, analysé la structure des importations de gari dans chaque pays avec les données disponibles. Ces données ont été complétées avec des interviews réalisées auprès des distributeurs opérant sur le marché, des consommateurs et des personnes ressources.

3.2.2.1 La demande des pays sahéliens

Les pays sahéliens ont une alimentation à base de céréales. Les produits à base de tubercules comme le gari sont des aliments de pénurie consommés pendant les périodes de soudures ou de sécheresse.

Le niveau de la demande de gari au Niger est fonction de la conjoncture de leur campagne céréalière comme dans les autres pays sahéliens (Burkina-Faso et Tchad) Le début des importations du gari par la plupart des pays de la région remonte aux années soixante-dix. Le gari et les ignames étaient alors devenus des produits de gestion des dures périodes de soudures alimentaires qu'enregistraient chaque année ces pays. La demande de ces pays a l'avantage d'être régulière et de perpétuer une tradition

d'échange de complémentarité de produits agricoles entre le Bénin et ses voisins du Nord.

Le trafic du gari et de l'*attiékè* domine l'ensemble des flux régionaux de produits à base de manioc. L'essentiel des flux est orienté vers le Niger, le Tchad et accessoirement vers le Mali, le Burkina-Faso, le Sénégal. En ce qui concerne le Niger pour lequel on dispose de quelques informations officielles mais fragmentaires, l'évolution du volume des importations de farine de manioc de ces pays se présente comme suit :

Tableau 6 : Evolution des importations de gari au Niger, en tonnes

Année	2000	2001	2002
Importations de gari (Tonnes)	21 306	10 712	2 100
Dont du Bénin	1 412	850	303

Source : Base de données du SIM-Niger (RESIMAO)

Le volume des importations de gari a été divisé par deux entre 2000 et 2001 et par dix entre 2000 et 2002, passant de 21 000 tonnes à 2 100 tonnes. Ces données sont à prendre avec beaucoup de précautions. Cherif Chako et Liman Tinguiri⁸, pensent qu'environ 30% des transactions entre le Niger et ses voisins, le Bénin et le Nigeria notamment échappent aux statistiques officielles; on estime à environ 30 000 tonnes la demande maximale du Niger en gari.

Le Niger demeure la principale destination régionale de la farine de manioc commercialisé au niveau de l'Afrique de l'Ouest.

Le volume des transactions, après avoir atteint des niveaux record à la fin des années 90, est en baisse continue suite à l'amélioration de la conjoncture céréalière des pays sahéliens⁹. La baisse est cependant plus prononcée pour le gari dans lequel le Bénin a acquis un savoir-faire évident.

⁸ Evolution du commerce des produits manufacturés entre le Niger et le Nigeria, CFD, 1990.

⁹ Conférence régionale sur la situation agricole et alimentaire et les opportunités d'échanges dans le sahel et en Afrique de l'Ouest

En effet, les pays sahéliens ont enregistré des excédents assez importants depuis le début des années 2000, notamment au Burkina-Faso, au Niger et au Sénégal. Il en a résulté une diminution assez importante des approvisionnements en gari des pays côtiers.

Il convient de noter que la consommation du gari fait déjà partie des habitudes alimentaires des habitants de ces régions et qu'il serait possible de développer sa consommation en dehors du contexte de pénurie alimentaire.

Le gari ordinaire est le type de gari le plus demandé au Niger. Le gari fin y est aussi demandé mais dans des proportions plus faibles.

3.2.2.2 La demande de l'Afrique centrale

L'Afrique centrale est une région où les produits à base de manioc font partie des habitudes alimentaires locales. Le manioc sous sa forme brute ou transformée (manioc râpé et manioc en bâtons) est un produit populaire très consommé. Cependant, la demande de gari provient d'abord de la forte communauté ouest africaine en général et béninoise en particulier, installée dans cette région. Il existe dans ces pays une forte colonie de ressortissants béninois, togolais, ghanéens et nigériens ayant presque les mêmes habitudes alimentaires qui privilégient la consommation du gari et autres dérivés du manioc.

La consommation du gari ne se limite plus actuellement au niveau des seuls ressortissants des pays d'Afrique de l'Ouest. De nos jours de nombreux gabonais et congolais consomment également le fofou de la farine de manioc et la pâte de gari (èba).

D'après nos investigations, c'est le gari ordinaire qui est demandé. La demande du gari fin répond à la même tendance observée au Bénin. Du fait de la baisse de leur pouvoir d'achat, la majorité des consommateurs préfèrent de plus en plus les produits en provenance du Nigeria, du Ghana, du Togo qui sont plutôt à la portée de la bourse de la grande majorité des consommateurs.

3.2.2.3 La demande du Nigeria

Le gari est principalement consommé dans le sud du Nigeria. Compte tenu de l'importance de la population de ce pays, il en résulte une forte demande de gari surtout le gari ordinaire et du gari jaune séché. Le besoin de diversification alimentaire est le mobile de la consommation du gari ordinaire ou fin produit au Bénin et au Togo. Il en résulte des mouvements importants de gari au Bénin et dans la sous région.

4 LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Le gari et particulièrement le gari ordinaire est un produit dont la transaction est à la fois nationale et internationale ; en témoigne l'importance des quantités de gari annuellement commercialisées.

Les échanges empruntent des circuits traditionnels de commercialisation qui vont des zones de production à celles de consommation.

4.1 L'organisation de la commercialisation

La commercialisation de la farine de manioc suit la même organisation que celle des autres produits vivriers avec, cependant, quelques particularités. Elle est entièrement contrôlée par des opérateurs économiques privés et se fait selon le principe de la libre concurrence. Il n'y a aucune loi qui réglemente spécifiquement la commercialisation du gari. Toutefois, en cas de pénurie, le gouvernement peut prendre des mesures provisoires d'interdictions d'exportations ou de réglementation des prix comme se fut le cas dans les années 1990.

Tout comme dans la transformation du manioc, les femmes sont les principales actrices de la distribution du gari. L'implication des femmes à tous les niveaux du circuit de distribution en fait une activité presque exclusivement féminine.

Le marché de gari est l'un des plus dynamiques en raison d'une part des quantités importantes échangées et d'autre part de la disponibilité du produit tout au long de l'année. Cette situation se traduit par une faible fluctuation des prix du gari sur un même marché.

L'Organisation du marché du gari se fait autour de trois bassins :

- Le bassin du Sud avec plus de 75% de l'offre nationale et qui fonctionne comme des centres de regroupement ou des marchés de collecte.
- Le bassin central avec 20% de l'offre nationale et fonctionne comme une zone d'exportation vers le sud et le nord du pays.
- Le bassin septentrional qui fonctionne comme une zone essentiellement de reexportation des produits provenant du Centre vers les pays du Sahel et le nord du Nigéria.

4.1.1 LE ROLE DES MARCHES DANS LA DISTRIBUTION DU GARI

Les marchés jouent un rôle très important dans la commercialisation du gari. Entre les zones de production et de commercialisation, le lieu d'implantation des marchés leur assure un rôle précis dans la chaîne de distribution du gari. On peut classer les différents marchés en trois catégories :

- les marchés de collecte
- les marchés de regroupement,
- les marchés de consommation.

Un grand nombre de marchés béninois sont réputés être des marchés de gari : il s'agit dans le département des Collines des marchés de Savalou, de Glazoué, de Dassa-Zoumè, de Paouignan, etc. Dans le département du Plateau, on a par exemple les marchés d'Ikpinlè et de Mowodani dans les sous-préfectures d'Adja-Ouèrè, les marchés

de Kétou, de Pobè etc. Dans le département du Couffo, on peut citer l'exemple des marchés de Dogbo, d'Azové, etc.

Le tableau suivant décrit les principaux marchés de commercialisation de gari au Bénin.

Tableau 7 : Principaux marchés de commercialisation du gari au Bénin

Lieu d'implantation	Marchés de collecte	Marchés de regroupement	Marchés de distribution – consommation
ATACORA	Manigri, Koda, Kouandé, Bassila		
BORGOU	Agbassa, Bétérou		Malanville
COLLINES	Agoua, Gouka, Pira, Gbanlin, Ouèssè, Kilibo, Challa-Ogoï, Kokoro, Savè, Doumè, Otola, Logozohè, Doïssa, Sohèdji, Kpataba, Missè, Ouèdèmè, Aklankpa, Sokponta	Savalou Glazoué	
ZOU	Allahé Za-Kpota	Ouinhi Djidja	Abomey, Bohicon, Covè
ATLANTIQUE	Sèhouè, Ouègbo, Toffo, Allada, Sékou, Glodjigbé, Akassato, Zinvié, Tori-Bossito		Cotonou, Ouidah
MONO	Azovè, Yèhouèmè, Godohou, Houéganmè, Hagoumè, Demahouhoué, Kégbéhoué, Dekandji, Sè	Dogbo Azovè	Comè, Aplahoué, Dogbo
OUEME	Toffi, Ketty Gbocoffin, Aguidi, Okpèmeta, Kpankou, Ikpilè, Mowodani, Banigbé, Lagbé, Takou	Kétou, Pobè, Ifangni, Adja-Ouèrè	Ouando (Porto-Novo)

Source : ONC

4.1.2 LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

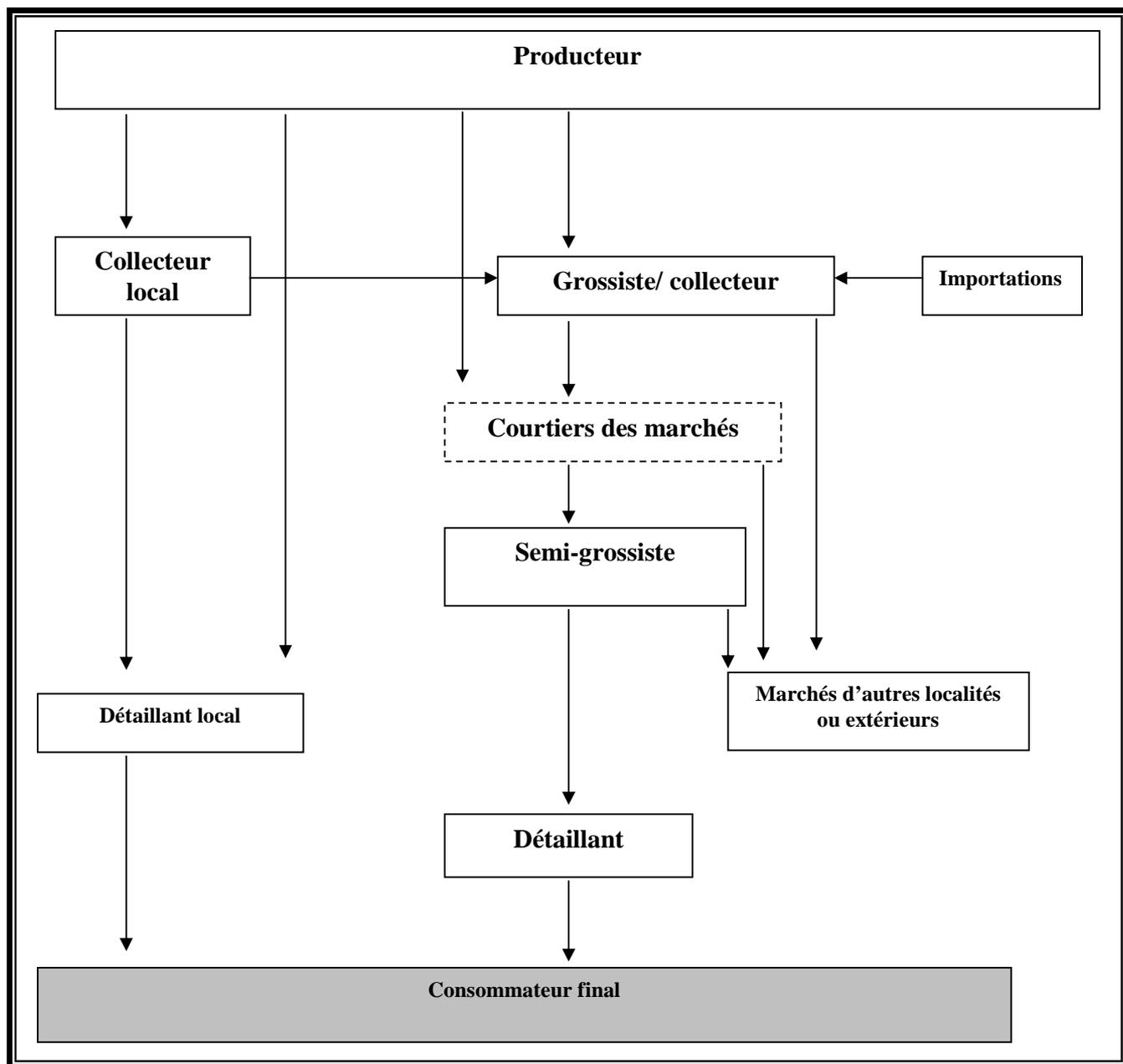
Les observations faites par les consultants montrent que le gari passe par une multitude d'intermédiaires avant d'atteindre le consommateur final. On distingue les circuits traditionnels de ceux qu'on peut désigner par circuits modernes de distribution.

Les circuits traditionnels regroupe les vendeurs de gari en vrac ou emballé distribuant leur produits dans les marchés ou au bord des routes. La commercialisation du gari se fait en grande majorité à travers ce circuit.

Quant aux circuits modernes, il regroupe les supermarchés et certaines boutiques d'alimentation où sont distribués le gari amélioré ou ordinaire bien conditionné (avec étiquette et parfois marque).

Ces différents circuits peuvent être schématisés comme suit :

Figure 3 : Synthèse des flux de commercialisation au Bénin



Source : enquêtes

4.1.2.1 Les négociants

Les négociants sont des grossistes qui achètent des quantités importantes de gari sur le marché et qui le revendent ensuite aux demi grossistes ou aux détaillants sur des marchés locaux ou à l'étranger. Ils s'appuient sur un réseau allant du collecteur en milieu rural aux distributeurs et détaillants dans les centres de consommation en passant par les transporteurs. Le grossiste s'occupe parfois lui-même de la collecte du gari ou, ce qui est souvent le cas, a recours à un collecteur.

Compte tenu de l'importance des transactions réalisées, le négociant se doit d'avoir des débouchés stables. La constitution d'une clientèle plus ou moins fixe a plusieurs avantages pour le commerçant :

- elle permet de ne plus investir trop de temps dans la recherche de clients pour sa marchandise ;
- elle lui permet également de réduire les risques liés à la profession. Pour un produit périssable comme le gari peu cuit, une telle option est intéressante en ce sens qu'elle permet de répartir les risques avec les autres acteurs de la filière. Le commerçant qui livre rapidement sa marchandise à ses clients aura la possibilité de s'approvisionner à nouveau ;
- elle réduit également le risque de mévente ; car le grossiste tient surtout compte de la taille de sa clientèle pour acheter la marchandise dans les lieux d'approvisionnement.

En somme, la constitution d'une clientèle plus ou moins fixe est une stratégie qui permet aux grossistes de réduire les coûts de transaction. La personnalisation des relations permet aux détaillantes d'accéder à la marchandise à crédit, ce qui leur donne la possibilité de se maintenir dans la profession sans disposer de fonds de roulement propre. Les négociants constituent un maillon essentiel de la chaîne de distribution car d'importants volumes transitent par eux tant pour l'approvisionnement du marché local qu'extérieur. Ils exercent ainsi un contrôle significatif sur le marché du gari.

L'UCAFA fait partie de cette catégorie d'acteur du marché de gari dans le département du Plateau.

4.1.2.2 Les collecteurs

La collecte se fait dans les centres de production et dans les marchés ruraux. Les collectionneurs ont une parfaite connaissance du milieu et des producteurs ; ils travaillent généralement pour plusieurs grossistes. Leur méthode d'intervention dépend de la surface financière du grossiste. A ce sujet, deux techniques sont couramment utilisées :

- la première consiste à préfinancer la production en remettant au producteur les sacs et une avance pour assurer la rapidité de l'exécution de la collecte du gari ; cela suppose une confiance mutuelle de la part des différents acteurs.
- La seconde technique consiste à acheter sur place le gari produit. Le collectionneur après négociation du prix d'achat, s'occupe de la mesure du gari et du remplissage des sacs en jouant sur la quantité.

4.1.2.3 Les Courtiers

Les courtiers s'interposent entre les grossistes collecteurs et les autres intermédiaires. Ils sont présents sur les grands marchés où transitent d'importantes quantités de gari et sont habilités à vendre aux autres acteurs du circuit notamment les semi-grossistes, les détaillants et à ceux qui exportent.

A cet effet, ils réceptionnent les chargements de gari que les collecteurs grossistes et quelques fois des groupes de producteurs leur envoient depuis les centres de collecte. Après la vente au prix du marché, ils prélèvent leur commission puis retournent le reste à leur mandataire. Dans ce type de système, il est courant d'enregistrer des pertes qui peuvent être liées à l'effondrement brutal des prix. Pertes que supportent seuls les commerçants et/ou producteurs ayant envoyé leurs productions sur le marché. Les courtiers prélèvent quelque soit le cas de figure leur commission.

Tel est le fonctionnement du marché du gari en particulier au marché de Dantokpa. Signalons toutefois, que grâce à la communication notamment l'usage des téléphones portables, des contacts permanents sont établis entre les commerçants et/ou

producteurs et les courtiers qui leur fournissent des informations sur les prix des produits sur le marché de Dantokpa et de façon générale sur l'évolution de ce marché. Ils sont aussi un maillon important de la chaîne de distribution et sont très utiles tant aux grossistes qu'aux demi-grossistes pour la recherche de clients.

4.1.2.4 Les détaillants

Les détaillants constituent les derniers intermédiaires de la chaîne de distribution. Ils sont en relation directe avec les consommateurs finals. Les détaillants s'approvisionnent auprès des grossistes ou des demi-grossistes et revendent aux consommateurs.

On les retrouve pour ce qui concerne le circuit traditionnel, dans les marchés et aux abords des routes. Pour le circuit moderne, ce sont les supermarchés et autres magasins alimentaires (Aliments Sains, Laeder Price, Bénin Self Service, le Panier, etc).

Il faut distinguer, les micro-détaillants qui conditionnent le gari en très petites quantités (moins de 1kg) généralement en sachet plastique transparent avant la vente. D'autres conditionnements (sac papier ou sac polyéthylène) sont utilisés pour des quantités plus importantes.

La vente en vrac est aussi pratiquée par certains détaillants.

Nous allons analyser les mouvements de gari au Bénin et dans la sous région à travers les flux commerciaux.

4.2 Les flux commerciaux

Après l'identification et l'analyse de la circulation de gari au Bénin et dans la sous-région, nous avons regroupé ces mouvements en deux sortes de flux : les flux nationaux et les flux internationaux.

4.2.1 LES FLUX NATIONAUX

Les flux nationaux concernent les chemins suivis par le gari à l'intérieur du territoire national. Ils constituent la majeure partie des transactions. Ils ont été évalués à 70%¹⁰ des quantités de gari commercialisées au Bénin.

Ils s'organisent autour de quatre axes majeurs :

- les flux sud-nord
- les flux nord-sud
- les flux est-ouest
- les flux ouest-est

4.2.1.1 Les flux sud-nord

Le gari est convoyé des centres de regroupement ou de production du sud (Cotonou, Bohicon, Savalou) vers les centres de consommations et/ou de transit de gari du nord. Il s'agit des villes de Parakou, Djougou, Natitingou et Malanville.

Malanville est le principal point d'approvisionnement des commerçants nigériens et draine le flux le plus important.

¹⁰ D. DJOI et al.

4.2.1.2 Les flux nord-sud

Ces flux drainent le gari produit dans le département des Collines (Savalou, Glazoué, etc.) et des marchés de regroupement de Bohicon et d'Abomey vers Cotonou.

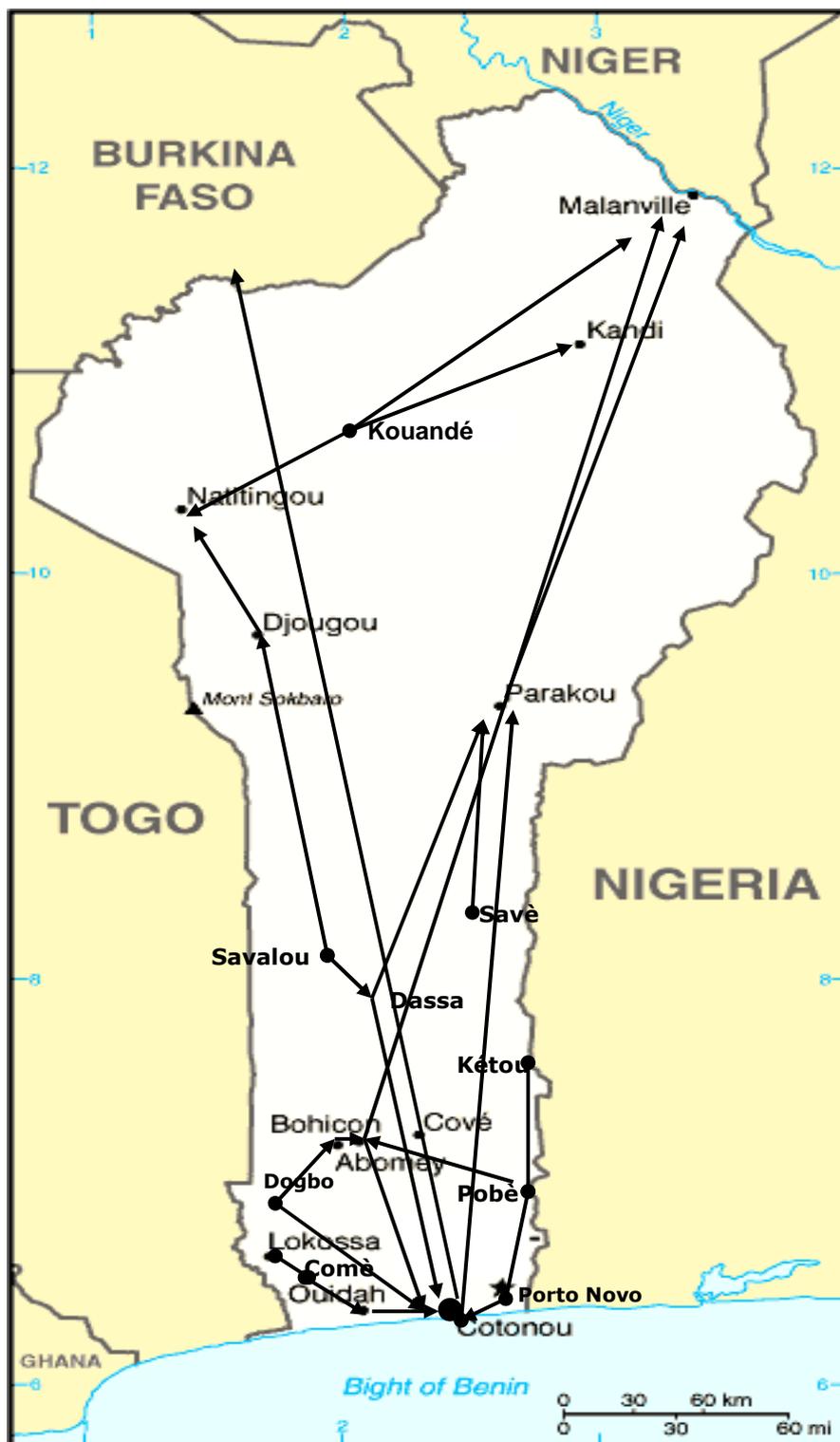
4.2.1.3 Les flux est-ouest

Ces flux concernent l'acheminement du gari produit dans le département du Plateau (Pobè, Sakété, Adja Ouèrè, etc.) et de l'Ouémé (Azowlissè, Takon, Dangbo) vers Cotonou via le marché de Ouando à Porto Novo.

4.2.1.4 Les flux ouest-est

Le gari produit dans les départements du Mono et du Couffo sont envoyés soit à Ouidah et à Cotonou via Comè, soit de Lokossa, Dogbo à Abomey-Bohicon via Azovè.

Figure 4 : Flux commerciaux du gari au Bénin



Source : Consultant

4.2.2 LES FLUX INTERNATIONAUX

Les flux internationaux comprennent les flux entrants et les flux sortants. On ne dispose pas d'informations fiables sur les transactions internationales de gari. Les statistiques officielles des pays exportateurs comme celles des pays importateurs appréhendent mal ces transactions régionales.

4.2.2.1 Les Flux entrants

Ils proviennent de deux pays : le Togo à l'ouest et dans une moindre mesure du Nigeria à l'est.

4.2.2.1.1 Les flux en provenance du Togo

Le Togo est le principal exportateur de gari vers le Bénin. Le gari togolais rentre au Bénin par la zone frontalière au sud à travers un circuit totalement informel. Il alimente les villes des départements du Couffo et du Mono (Aplahoué, Azovè, Athiémè, Grand Popo et Comé notamment) mais atteint également les grands centres de consommation comme Abomey, Bohicon, Ouidah et Cotonou.

La percée du gari togolais est due à son rapport qualité/prix supérieur ; ce qui le rend plus compétitif que le gari béninois à certains égards.

4.2.2.1.2 Les flux en provenance du Nigeria

Le département de l'Ouémé reçoit du gari en provenance du Nigeria mais en quantités plus faibles. Le taux de change faible du Naïra, la monnaie nigériane fait que le gari nigérian, bien que de qualité moindre, est vendu à des prix très bas.

4.2.2.2 Les flux sortants

Le gari produit au Bénin est "exporté" vers des pays de la sous région. Il s'agit notamment des pays de l'Afrique de l'ouest et du centre. La plupart des études sur la commercialisation du gari indiquent que les exportations de gari relèvent plus du hasard que d'une organisation voulue et structurée.

En effet, il n'existe pas du tout ou très peu de traces de ces exportations de gari dans les statistiques officielles. Le gari quitte donc le Bénin par des circuits informels en destination notamment du Niger, du Nigéria, de l'Afrique centrale (Gabon, Congo, Guinée équatoriale).

Ce sont les commerçants étrangers ou béninois résidents à l'extérieur qui sont souvent les initiateurs du commerce du gari. Ils viennent périodiquement s'approvisionner individuellement sur les marchés frontaliers (Malanville, Ikpilè) ou au marché de Dantokpa.

4.2.2.2.1 Les exportations vers le Niger

Le Niger est un débouché traditionnel pour le gari béninois depuis de nombreuses années. Le marché de Malanville constitue le lieu d'approvisionnement des commerçants nigériens.

Nos investigations auprès des services du Conditionnement et de Contrôle de la qualité des produits agricoles à Parakou et à Malanville ont permis de constater que 489,5 tonnes de gari ont été acheminées vers le Niger en 2007 contre 230,7 tonnes en 2006. Ce flux est surtout important durant les mois d'août à décembre.

La demande du Niger en gari est estimée à environ 30 000 tonnes par an, ce qui signifie que le Bénin contribue à moins de 2% des approvisionnements du Niger en Gari. La faiblesse des importations du gari béninois peut surtout être expliquée par la stratégie offensive des commerçants togolais, ghanéens et nigériens qui sont fortement présents sur le marché de Katakou à Niamey pour livrer leurs produits contrairement aux béninois qui attendent à Malanville.

Le gari béninois n'est compétitif que jusqu'à la latitude de Dosso (150km de Malanville). Sur les marchés de l'est du Niger (Maradi, Birni-Konni, Zinder, Madaoua et Tahoua), le gari béninois devra se battre sur sa qualité pour résister à ses concurrents. Il faudra donc une stratégie offensive pour faire connaître la qualité du gari béninois au Nigérien en vue de pénétrer et de conquérir ce marché.

En effet, le prix du gari béninois est grevé par des coûts élevés de transaction. Nous avons pu nous rendre compte qu'outre le frais de transport, diverses taxes sont perçues par les services de conditionnement, la commune, la gendarmerie, la douane et les agents de l'Union Nationale des Conducteurs du Bénin (UNACOB).

4.2.2.2 Les exportations vers le Nigeria

Le géant Nigeria devrait constituer un important débouché pour le gari béninois en raison d'une part de son importante population et d'autre part des habitudes alimentaires des populations du sud du Nigeria (Ibo et Yoruba) frontalier avec les départements de l'Ouémé et du Plateaux. Une partie de la production de ce département est donc écoulee vers le Nigeria par des circuits informels.

Ce flux pourrait être plus important si les coûts de production du gari tenaient compte du faible pouvoir d'achat des populations nigérianes de cette région. En effet, le gari provenant du Bénin est vendu à 245 FCFA sur le marché nigérian contre 218 F CFA pour le gari nigérian.

La faiblesse des importations vers le Nigeria est notamment due à la décision de gouvernement de ce pays d'interdire les importations et le transit du gari sur son territoire depuis la mise en place son important projet de développement de la filière manioc. Cette décision confirme le caractère informel des exportations de gari vers le Nigeria.

De plus, il est important de noter que les prix relativement élevés du gari produit dans le département du Plateau¹¹, fournisseur naturel du Nigeria, ont amené les commerçants nigériens à s'approvisionner de plus en plus dans les départements du Mono et du Couffo et au Togo à partir des marchés de Djoda ou via Dogbo et Azovè, Afangnan,

¹¹ Enquête réalisée par S. AFOUDA et al. en 2004

Atitogon via Athiémé Lokossa ou de Vogan et Aklakou via Grand Popo ou Comé. En moyenne, selon les services de contrôle phytosanitaire et de Promotion de la Qualité et du Conditionnement des produits agricoles de Ilacondji, 10 tonnes de gari traversent la frontière bénino-togolaise en direction du Nigeria par semaine, soit 520 tonnes par an. Ces quantités entrent au Nigéria par Igolo et Kraké.

4.2.2.3 Les exportations vers le Gabon

Il existe une forte colonie béninoise au Gabon qui approvisionne le marché gabonais et de l'Afrique centrale en produits vivriers dont le gari au départ du Bénin. La diaspora béninoise au Gabon est le principal moteur du commerce du gari entre le Bénin et ce pays. Cependant, ce commerce n'est plus sa chasse gardée. L'intervention des commerçants d'autres pays de l'Afrique de l'Ouest est de plus en plus constatée.

On a noté depuis 1998 un ralentissement des exportations du gari béninois vers le Gabon du fait des arrières effets des mesures d'interdiction provisoires des exportations de produits vivriers prises dans les années 1990 par les autorités béninoises. Ces mesures avaient conduit les commerçants gabonais et nigérien à s'approvisionner dans d'autres pays concurrents de la sous- région comme le Togo et le Ghana. Malgré la levée de cette mesure depuis 2002, le retour sur le marché béninois de ces commerçants se fait très timidement.

Ainsi, les quantités déclarées vers le Gabon de 1998 à 2004 se présentent comme suit :

Tableau 8 : Evolution des exportations de gari vers le Gabon de 1998 à 2006

Années	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Quantité (tonnes)	55,4	109,4	92,5	77	664,8	320,5	215,4	222,6	488,4

Source : INSAE

Bien que ces données ne prennent pas en compte les transactions informelles, on remarque que les importations gabonaises de gari évoluent en dents de scie.

Les commerçantes de la diaspora béninoise au Gabon effectuent régulièrement le voyage par avion au Bénin. Elles s'approvisionnent en gari auprès des grossistes ou des courtiers et chargent les produits à l'embarcadère du Cotonou sur des bateaux spécialisés dans le cabotage le long des côtes du Golfe de Guinée. Elles rentrent ensuite à Libreville par avion pour réceptionner la cargaison qu'elles écoulent à travers un réseau de distribution composée généralement de commerçantes d'origine béninoise. Ces dernières revendent le gari après conditionnement en détail sur les marchés gabonais dont le plus important est Mont-bouet.

Cette opportunité pour la commercialisation du gari ne doit pas être négligée par l'UCAFA.

Nous avons identifié des navires qui chargent régulièrement du gari au port de Cotonou vers les pays de l'Afrique Centrale. Il s'agit de :

- "Marie"
- "Lucretia Hanger"
- "Liliana C"
- "Tahope"
- "EKPEME"

Les consignataires de ces navires sont la COBENAM et la SOTRAC.

Certaines commerçantes que nous avons contactées à Libreville (Gabon) nous ont confié qu'elles sont en contact avec des intermédiaires au Bénin ou au Togo à qui elles envoient de l'argent pour l'achat de gari. En effet, lorsque les relations commerciales sont bien établies, le voyage vers le Bénin n'est plus nécessaire. Des courtiers locaux achètent le gari pour le compte de leur commanditaire et l'expédient par l'un des bateaux cités ci-dessus. Le nom de la destinataire est inscrit sur les emballages pour faciliter son identification.

4.2.2.2.4 Les exportations vers d'autres pays

Le gari est aussi exporté vers d'autres pays notamment le Congo, le Burkina Faso, le Mali, le Sénégal, la Guinée Equatoriale et dans une moindre mesure vers la France. Grâce au conditionnement et aux efforts d'une société comme "ALITEC", le gari béninois est vendu dans la zone commerciale de Château Rouge à Paris, ou dans les points de ventes spécialisés en produits vivriers africains d'autres villes de France, d'Europe et d'Amérique du Nord.

Le Congo importe officiellement du Bénin en moyenne 30 tonnes de gari chaque année.

Le Sénégal et le Mali sont considérés comme des niches de marché.

Tableau 9 : Evolution des importations sénégalaises de gari (2001-2002)

Provenance	2001	2002
Côte-d'Ivoire	49,2 tonnes	9 tonnes
Togo	0,07 tonne	6,8 tonnes
Ghana	-	29 tonnes
Bénin	2,7 tonnes	18,2 tonnes
Total	51, 97 tonnes	63 tonnes

Source : Direction de la Prévision et des Statistiques du Sénégal

La présence du Bénin sur le marché régional des produits à base de racines et tubercules est globalement faible au regard du niveau de l'offre nationale potentiellement exportable de certains produits. En effet, sur une offre potentielle exportable de plus de 150 000 tonnes de gari, le Bénin arrive actuellement à placer moins de 6 000 tonnes (toutes directions confondues).

Les exportations béninoises du gari (dérivé du manioc le plus vendu) sont en diminution constante depuis trois ans. Les clients traditionnels à savoir le Niger et le Nigeria sont de moins en moins preneurs du produit béninois.

4.3 Le transport

Le transport du gari se réalise par tous les moyens de transport : camions ou camionnettes, motos et à pieds sur la tête. A l'intérieur d'un marché on utilise les pousse-pousse pour aller d'un coin à un autre. Des camions, les avions et surtout les bateaux sont utilisés pour l'exportation. Les quantités transportées par voyage sont relativement importantes lorsqu'il s'agit des grossistes. La plupart des grossistes possèdent un camion. Ceux qui n'en n'ont pas font recours à la location.

L'importance des transactions est fonction de la période d'achat (période d'abondance ou de faible transformation), des disponibilités financières et du prix du produit sur les marchés. Certains commerçants transportent environ 1 800 à 2 000 sacs (de 100 kg) par an au moment où d'autres ne transportent que 200 sacs et même moins au cours de la même période.

Les collecteurs se déplacent vers les villages dans lesquels la fabrication du gari se réalise. Après l'achat, ils acheminent le produit vers les marchés locaux, communaux ou régionaux, lieux fréquentés par les grossistes. Ces marchés sont souvent côtoyés par les voies bitumées et fréquentés par les camionneurs. A certains endroits, les voies sont d'accès difficiles surtout en saison des pluies. Cette situation ne manque pas de porter un préjudice à l'écoulement correct et rapidement des produits agricoles en général et celui du gari en particulier. Mais lorsqu'une piste accède au marché, on observe le mouvement des véhicules qui transportent les produits transformés vers les grandes villes comme Cotonou, Porto-Novo, Parakou, Malanville, Bohicon, etc.

Les contraintes aux transports relevées par les commerçants sont :

- ❖ La dispersion des points de collecte des produits ;
- ❖ La rareté des moyens de transport ;
- ❖ Le mauvais état ou la vétusté des véhicules ;
- ❖ Le coût de transport élevé ;
- ❖ Le mauvais état des pistes dans les zones d'approvisionnement ;
- ❖ Les tracasseries routières.

4.4 Analyse de la rentabilité du commerce de gari

Y. AMOUSSOU et A MASSENON¹² ont établi le compte d'exploitation (CE) d'une opération d'achat et de vente du gari du lieu d'approvisionnement au lieu d'écoulement qu'est le marché de Malanville. Il se présente comme suit :

Tableau 10 : Exemple d'un Compte d'exploitation de gari

Lieu de collecte du Gari : Savalou					
Désignation	Quantité		Coût	Montant	Exécutant
	Nombre	Unité	Unitaire		
Frais Déplacement (Aller-retour)	2	Pers	8000	16 000	Elle-même
Achat Gari	100	Sac	16 000	160 000	Elle-même
Frais de rémunération des collecteurs/courtiers	100	Sac	200	20 000	M.O
Achat sac d'emballage	100	Sac	750	75 000	Elle-même
Chargement (1)	100	Sac	100	10 000	M.O
Transport Gari (1)	100	Sac	0	0	Véhicule
Déchargement (1)	100	Sac	100	10 000	M.O
Entreposage (1)	100	Sac	40	4 000	Magasin
Chargement (2)	100	Sac	100	10 000	M.O
Transport Gari (2)	100	Sac	1 500	150 000	Véhicule
Déchargement (2)	100	Sac	100	10 000	M.O
Entreposage (2)	100	Sac	100	10 000	Magasin
Frais entretien du commerçant	5	jour	1 000	5 000	Elle-même
Total Charges				1 920 000	
VENTE DU GARI	100	Sac	20 000	2 000 000	
Total Produits				2 000 000	
Résultat net				80000	

Source : Y. AMOUSSOU et A MASSENON

¹² Mission De Consultation D'appui A La Commercialisation Primaire Des Racines Et Tubercules

Ils concluent que l'activité de commercialisation du gari est nettement rentable comparée à celle de la production. Pour une opération d'achat et de vente du gari qui se déroule sur une semaine environ, le commerçant dégage un bénéfice net de près de 80 000 F pour une dépense totale avoisinant les 2 000 000 F. Soit un ratio bénéfice/coût de 3,1%. Ce résultat paraît intéressant mais il exige un investissement assez important.

S'agissant des marges brutes, il se révèle que l'activité de commercialisation du gari sohoui est légèrement plus rentable que celle du gari ordinaire car les marges brutes calculées varient de 16% à 76% des coûts d'achat et ceci en fonction des quantités commercialisées ; des lieux d'achat et de vente du produit contre 10% à 62% pour le gari ordinaire.

A titre de comparaison, nous avons élaboré le même compte pour le gari vendu par l'UCAFA à Ikpinlè et au marché Dantokpa.

Tableau 11 : Compte d'exploitation de la commercialisation du gari sur le marché d'Ikpinlè

Lieu de collecte du Gari : Adja-Ouèrè

Désignation	Unité	Quantité	Coût Unitaire	Montant
Achat Gari	sac	100	22500	2 250 000
Achat sac d'emballage		100	1700	170 000
Frais d'emballage	sac	100	700	70 000
Location du magasin	sac	100	100	10 000
Déchargement (2)	sac	100	100	10 000
Autres frais	sac	100	500	50 000
Total Charges (1)				2 560 000
Vente du gari		100	30000	3 000 000
Autres produits				-
Total Produits (2)				3 000 000
Résultat brut (2)-(1)				440 000

Prix à l'achat d'une bassine de gari	4500
Nombre de bassines par sac	5
Prix de vente par bassine	6000

Source : Consultant

Si le gari collecté par l'UCAFA est vendu sur le marché d'Ikpiniè, il en résulte un bénéfice brut de 690 000 FCFA sur 100 sacs; ce qui correspond à un taux de rentabilité de 19,5%.

Figure 6 : Compte d'exploitation du gari de l'UCAFA vendu à Dantokpa

Lieu de vente : marché Dantokpa

Désignation	Unité	Quantité	Coût Unitaire	Montant
Achat Gari	sac	100	22500	2 250 000
Achat sac d'emballage		100	1700	170 000
Frais d'emballage	sac	100	700	70 000
Location du magasin	sac	100	100	10 000
Chargement (1)	sac	100	100	10 000
Déchargement (1)	sac	100	100	10 000
Chargement (2)	sac	100	350	35 000
Déchargement (2)	sac	100	150	15 000
Frais de transport	sac	100	1200	120 000
Déplacement du commerçant	Aller retour	2	2600	5 200
transport dans le marché	sac	100	150	15 000
Entreposage au marché	sac	100	100	10 000
Entretien du commerçant	jour	1000	2	2 000
Autres frais	sac	100	500	50 000
Total Charges (1)				2 772 200
Vente du gari		100	32500	3 250 000
Autres produits				-
Total Produits (2)				3 250 000
Résultat brut (2)-(1)				477 800

Prix à l'achat d'une bassine de gari 4500

Nombre de bassines par sac 5

Prix de vente par bassine 6500

Lieu de collecte du Gari : Adja-Ouèrè

Source : consultant

L'analyse du compte d'exploitation du gari vendu au marché Dantokpa donne une marge de 21,23%. Il est donc plus rentable pour l'UCAFA de vendre son gari sur le marché de Dantokpa plutôt qu'à Pobè ou Ikpinlè. Toutefois, nous n'avons pas évalué le coût des risques liés au transport (avarie, perte, etc.).

Un entretien avec des détaillants revendeuses de gari, révèle que ces derniers réalisent également des bénéfices très intéressants soit en moyenne 25F sur la mesure toute charge déduite.

En conclusion, le Bénin contribue de façon marginale à l'approvisionnement du marché régional et cette contribution connaît une baisse régulière. En effet, les exportations globales de gari, produit pour lequel, le pays dispose d'un savoir faire évident ont tendance à s'amenuiser sur les marchés des pays sahéliens en dépit de la relative consolidation des parts de marché au Sénégal et en Afrique Centrale (Gabon et Congo notamment). La perte des parts de marché résulte de la conjugaison d'un ensemble de facteurs qui ont rendu moins compétitifs les produits béninois, comparés à ceux de ses concurrents.

4.5 Les limites à la commercialisation du gari

4.5.1 LA PASSIVITE DES COMMERÇANTS BENINOIS

Les résultats de nos investigations auprès des commerçants béninois corroborent ceux de S. AFOUDA et al. En effet, sur les marchés frontaliers du Nigeria (Ikpilè, Sakété, Pobè et Ifangni), les formatrices et commerçantes de gari, se contentent d'assurer l'offre sur le marché et d'attendre sur place les commerçants nigériens. Ce sont ces derniers, plus actifs, qui se chargent de l'achat et du transport du gari vers les marchés d'Alaba, Mile 2, Mile 12, Okoko, d'Abéokuta et d'Ibadan.

Très peu de commerçantes béninoises de la région, sont en mesure de convoier plus de deux tonnes de gari avec des ressources financières propres vers les marchés nigériens. Celles qui ont effectivement acheminé du gari en quantité importante vers le Nigeria l'ont fait sur des avances de fonds reçues des nigériens.

La même passivité se remarque pour le Gabon et le Niger. Les commerçantes béninoises de gari refusent de prendre tout risque d'acheminer leur marchandise vers ces pays sans la moindre avance de fonds.

Cette situation prouve le faible pouvoir financier des commerçantes béninoises pour intervenir efficacement dans les transactions du gari dans la sous région.

4.5.2 LA FAIBLE COMPETITIVITE DU GARI BENINOIS

Si la qualité du gari béninois est reconnue, il est moins compétitif que les gari nigérian et togolais plus abondants et moins chers. Il permet aux commerçants nigériens de diversifier leur offre.

La stratégie des commerçants béninois a consisté à jouer sur la qualité des produits offerts face à la baisse des prix alors que les coûts des facteurs n'ont pas pu être revus à la baisse depuis les deux dernières années. La plupart des transformateurs prétextent le caractère incompressible des coûts variables et le coût élevé des crédits contractés auprès des institutions de microfinance (taux d'intérêt et non flexibilité des échéances de remboursement), pour mettre sur le marché des produits dont les prix sont généralement plus élevés que ceux du Nigeria et du Togo. Les enquêtes menées à Kétou, sur la structure du prix du gari, confirment le niveau relativement élevé du prix de revient par rapport au prix de vente.

Le gari béninois est positionné comme un produit de qualité supérieure sur les marchés étrangers. Ce fait constitue un handicap pour la distribution intensive du gari, qui est avant tout, un aliment de pauvre.

4.5.3 LES FRAIS D'APPROCHE

Les frais d'approche constituent un des facteurs limitants pour le gari béninois dans la conquête du marché nigérian. Ces frais d'approche sont rendus excessifs du fait de la multitude des structures qui interviennent au cours du transfert des produits. Ce sont entre autres, l'Unacob, la DPQC, la douane et les communes.

Par exemple, pour un chargement de 40 sacs de gari entre Ikpilè et Illara, la taxe de la DPQC s'élève à 8 000 Fcfa. Sur le marché d'Azovè dans le Couffo, avec l'intervention des commerçants nigériens dans la collecte du maïs et du gari, les responsables de

l'arrondissement ont institué une taxe de 200 F/sac pour le commerçant vendeur et une autre de 300 F/sac pour l'acheteur. Ce sont autant de facteurs qui réduisent la compétitivité des produits béninois sur le marché régional, notamment nigérian et nigérien.

5 ANALYSE DE LA SITUATION DE L'UCAFA ET RECOMMANDATIONS

Au regard des tendances du marché observées, nous allons analyser la position de l'UCAFA sur le marché de gari. Pour procéder à cette analyse nous avons eu recours aux travaux de Cécile Sicard¹³ et aux résultats des divers entretiens et enquêtes que nous avons effectués sur le terrain.

5.1 Présentation des activités et analyse de la stratégie de l'UCAFA

5.1.1 LES ACTIVITES DE L'UCAFA

L'UCAFA en tant que structure faîtière des GF d'Adja-Ouèrè, a fait de la commercialisation du gari son activité principale. Il s'agit de collecter le gari produit par les GF membres de l'Union et de le vendre en gros sur les différents marchés de la région.

La stratégie actuelle développée par l'UCAFA consiste à acheter du gari lorsque le prix est bas. Le gari est stocké dans les magasins et est revendu plus tard lorsque les prix augmentent. Cette forme de spéculation peut se révéler rentable au regard des fluctuations saisonnières des prix du gari sur le marché mais elle peut aussi être pénalisante si les prix se stabilisent à la baisse.

¹³ Evaluation du modèle d'affaire de l'UCAFA

La disponibilité permanente du manioc sur les marchés entraîne la production de gari même en saison sèche où le produit est supposé se raréfier. Les prix échappent donc aux variations saisonnières habituelles et se stabilisent à des niveaux plus bas. Cette tendance pourrait se poursuivre les prochains mois car on note que les prix actuels sont les plus bas depuis 2005.

Si les prix se stabilisent sur de longues périodes, il est à craindre que l'UCAFA soit obligée de se débarrasser à un moment donné de son stock de gari. Dans ce cas, la marge bénéficiaire sera faible voire négative. Ce qui n'est pas intéressant pour la trésorerie et la rentabilité de l'UCAFA.

5.2 Analyse de la stratégie de l'UCAFA

5.2.1 LES TYPES DE GARI COMMERCIALISES

L'UCAFA commercialise les deux types de gari produit dans la région. Il s'agit du gari ordinaire "Sohui" et du gari fin encore appelé "Ahayo". Ces deux types de gari se conservent bien en raison de leur faible taux d'humidité.

Au regard de la demande locale et des pays de la sous région, les gari commercialisés par l'UCAFA correspondent aux besoins identifiés.

En effet, les résultats de nos études montrent que le gari fin et le gari ordinaire sont les plus demandés autant par le marché local que le marché sous régional. Le gari produit par les GF de l'UCAFA est d'une qualité appréciable pour bien se positionner sur les différents marchés.

Pour ce qui concerne le gari amélioré, sa distribution se fait principalement à travers les circuits de distributions modernes. Il s'exporte de plus en plus surtout vers l'Europe à travers des réseaux informels. De ce fait, sa commercialisation devra passer par l'établissement de relations avec des points de ventes qui offre ces produits.

5.2.2 LES PRIX

C'est le prix d'achat courant du manioc qui détermine le prix de vente du gari. L'UCAFA s'approvisionne en gari auprès des GF de deux manières :

- un prêt est accordé aux femmes membres pour financer la production ; le remboursement est fait en gari. Chaque GF reçoit un prêt de 50 000 FCFA et rembourse sur 3 mois l'équivalent en gari d'une valeur de 60 000 FCFA suivant le prix de vente du jour.
- le gari est acheté directement sur le marché au prix du jour, lorsque ce prix est relativement bas.

La première stratégie est plus intéressante lorsqu'il s'agit pour l'UCAFA de satisfaire une demande courante. La seconde devrait être utilisée éventuellement si les prix sont extrêmement bas, pour les besoins de stockage en vue d'une vente future.

Les relevés du prix du Kg de gari sur le marché de Pobè entre 1998 et 2007 montrent une stabilité des prix depuis le mois de mai 2007, échappant ainsi au phénomène de saisonnalité habituel. Ces prix auraient dû remonter entre juin et octobre mais ils sont demeurés à leur niveau le plus bas. Les responsables de l'UCAFA espèrent une remontée des prix en Janvier-Février 2008 pour pouvoir écouler le gari stocké sur le marché. Les tendances actuelles du marché ne semblent pas favorables à ces prévisions.

Par ailleurs, le constat est que les prix du marché ne sont pas compétitifs pour une revente locale. Nos investigations ont d'ailleurs montré que le gari d'Adja Ouèrè est compétitif sur le marché Dantokpa en raison du coût de transport moins élevé par rapport au gari provenant des autres régions.

Il faut noter que le gari provenant du Togo est le principal concurrent du gari produit au Bénin et en l'occurrence celui commercialisé par l'UCAFA. Son rapport qualité prix très élevé justifie l'intérêt que lui portent les commerçants béninois, gabonais et même nigériens qui n'hésitent pas à parcourir de longues distances pour s'y approvisionner. La recherche de la compétitivité doit être un défi que l'UCAFA doit relever.

5.2.3 LA DISTRIBUTION

L'UCAFA agit sur le marché en tant que grossiste ou négociant. De ce fait, elle doit écouler un volume important de gari et s'imposer comme tel sur le marché régional. Il existe dans la région quatre marchés de gari : le marché de Mowodani, le marché d'Ikpinlè, le marché de Pobè et le marché d'Adja Ouèrè. Les trois premiers sont plus actifs dans les transactions de gari surtout de par leur situation (en bordure de la route bitumée).

L'accessibilité du marché d'Adja Ouèrè constitue un frein important pour la livraison du gari à des acheteurs potentiels. Il faut des prix suffisamment compétitifs pour qu'ils dépassent les marchés de Mowodani, d'Ikpinlè et de Pobè pour s'approvisionner à Adja Ouèrè. La distance constitue un facteur limitant car l'acheminement du gari représente un coût supplémentaire que supporte le commerçant.

Dans la perspective d'une exportation vers le Niger, le transit par Bohicon serait plus intéressant que Cotonou. L'UCAFA devra étudier la possibilité de mettre en place un circuit de commercialisation par l'axe Kétou-Bohicon. Le bitumage de la route Pobè-Kétou constituera un atout majeur pour l'évacuation de la production de la région vers Bohicon car il permettra une baisse substantielle des coûts de transport.

Vendre sur les marchés limitrophes suppose être en concurrence avec les petits producteurs.

En effet, l'UCAFA ne dispose pas du monopole sur la production des GF membres qui vendent aussi une partie de leurs productions sur les mêmes marchés environnants. Le prix du gari étant le même, il est à craindre que l'UCAFA soit obligée de pratiquer des prix bas pour attirer la clientèle, ce qui pourrait encore faire chuter les prix.

L'UCAFA devra alors s'imposer comme le plus important distributeur de la région dans la vente en gros de gari ; cela nécessite la mobilisation d'un important fonds de roulement pour préfinancer la production et accompagner les GF en matière de qualité.

Les objectifs visés par l'UCAFA, le contraignent à ne plus rester passive sur le marché face à la concurrence locale et sous régionale. Elle doit chercher à identifier les marchés potentiels et les nouveaux clients à conquérir et à entretenir. Elle doit aller à la

recherche de l'information en vue d'exploiter les opportunités qui s'offrent à elle. Ainsi, rester passive et attendre les clients comme par le passé est suicidaire pour l'UCAFA.

5.3 Synthèse de l'analyse

5.3.1 MARCHE LOCAL

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Produits de bonne qualité : les produits de l'UCAFA correspondent à la demande du marché • Les prix sont compétitifs • Disponibilité : L'UCAFA est une union faïtière de productrice de gari ; elle n'aura donc aucun problème d'approvisionnement • Réputation de la région pour la production de gari • Zone de forte consommation de gari. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produit non standard : il n'existe aucune norme pour la production du gari de l'UCAFA • Stockage long qui peut détériorer les qualités organoleptiques du gari • Difficulté d'accès au siège de l'UCAFA ; • Absence de moyen de transport ; • Manque de formation des femmes de l'UCAFA pour mener à bien les nouvelles missions • Faible trésorerie pour l'achat de la majorité de la production des GF membres
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Le prix du gari est fluctuants permettant de à l'UCAFA de spéculer pendant les périodes de hausse de prix • Proximité des marchés d'lkpinlè et de Mowodani 	<ul style="list-style-type: none"> • La forte concurrence due à la présence du gari frais (de fabrication récente) offert par des producteurs locaux • Concurrence du gari en provenance du Togo. • Risque d'une stabilisation à la baisse du prix du gari

5.3.2 MARCHE NIGERIAN

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise des langues parlées au Nigéria (Nagot, Anglais) • Maîtrise des habitudes alimentaires des localités riveraines 	<ul style="list-style-type: none"> • Passivité commerciale
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Existence d'une forte demande • Proximité du Nigéria • Prix plus élevé au Nigéria qu'au Bénin 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortes fluctuations du cours du Naira • Interdiction d'importation de produits dérivés du manioc • Les prix peuvent ne pas évoluer à la hausse

5.3.3 MARCHE NIGERIEN

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Produit de bonne qualité : les produits de l'UCAFA correspondent à la demande du marché 	<ul style="list-style-type: none"> • Passivité commerciale • Éloignement géographique
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Bitumage en cours de la route Pobè-Kétou • Forte demande en période de famine ou de soudure • Libre circulation des biens • Projet de construction d'un chemin de fer reliant Bénin-Niger • Pays frontalier au Bénin 	<ul style="list-style-type: none"> • Forte concurrence du gari des autres régions du Bénin (centre et Nord) • Forte concurrence des gari offerts par le Togo, le Nigéria et le Ghana

5.3.4 MARCHE GABONAIS

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">• Produit de qualité supérieure à celui des autres pays ;	<ul style="list-style-type: none">• Passivité commerciale• Inexistence de partenaires commerciaux
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">• Existence d'une colonie d'origine ouest africaine• Habitudes alimentaires basée sur le manioc et ses dérivés• Existence de moyens de transport réguliers	<ul style="list-style-type: none">• Forte concurrence des gari offerts par le Togo, le Nigéria et le Ghana (le gari nigérian coûte 35% moins cher que celui du Bénin);• Stratégie de conquête du marché par les commerçants nigériens;• Facilité du transport du gari par les ports du Nigéria contrairement au port de Cotonou.

6 Recommandations

6.1 Recommandations générales

Il ne s'agira plus pour l'UCAFA de faire de la vente de gari une activité saisonnière (s'approvisionner en période de prix bas sur le marché pour revendre uniquement quand les prix vont remonter) mais d'en faire une activité permanente. A cet effet, l'UCAFA devra :

- Assurer une présence permanente sur le marché en vendant du gari en toute saison ;
- Stocker le gari (comme cela se fait actuellement) pour le revendre plus cher.

Un certain nombre d'actions seront mises en œuvre.

6.1.1 CREATION D'UN LABEL "GARI UCAFA"

Le gari d'Adja Ouèrè et environ ayant déjà une bonne notoriété, l'UCAFA pourra exploiter cette renommée pour imposer son gari sur le marché. Il est alors nécessaire d'apposer des signes distinctifs sur les emballages pour différencier le produit de l'UCAFA de celui des concurrents.

Le logotype est une forme graphique représentant le nom, le symbole et les couleurs d'une organisation. Il doit être évocateur de des valeurs ou des activités de l'organisation, unique pour éviter toute confusion avec des produits concurrents. Un bon logo doit être :

- simple (symbole évocateur d'une association évidente, sans erreur avec l'organisation, facile à comprendre et à mémoriser)
- pertinent (capacité à exprimer la personnalité de l'organisation)
- lisible (facilement identifiable)
- déclinable (facilité de reproduction sur les différents supports).

Sur la base de ces critères, nous avons identifié deux axes sur les quels nous avons construit le logo de l'UCAFA. Il s'agit du gari et de la femme.

Ces deux concepts sont représentés de façon symbolique sur le logo et sont évocateurs de l'Union.

Le sigle "UCAFA" est facile à prononcer et à retenir, il est inscrit autour du dessin.

A cet effet, il est essentiel que le gari vendu par l'UCAFA soit normalisé ou tout au moins uniforme. Nous recommandons vivement un appui technique aux GF membres de l'Union pour une production conforme aux normes que fixera l'UCAFA. Cet appui consistera dans un premier temps à la détermination des normes, puis en des formations pour leur appropriation par les productrices.

6.1.2 MISE EN PLACE D'UN SYSTEME DE SUIVI DES PRIX

L'UCAFA devra mettre en place un système de suivi des prix sur les différents marchés notamment ceux sur lesquels ses produits sont présents.

Cette information, si elle est actualisée régulièrement lui permettra d'ajuster ses prix et par conséquent d'être plus compétitive.

La mise à jour des informations pourra être effectuée par les correspondants de l'UCAFA sur ces marchés. Le téléphone constitue ici, un outil de communication essentiel.

6.1.3 L'APPROPRIATION DE L'ESPRIT MARKETING

Un fait remarquable souligné est la passivité des commerçants qui préfèrent toujours attendre les clients sur les lieux de vente. Nous avons noté qu'il existe des opportunités à saisir mais qui nécessitent un dynamisme de la part des commerçants de gari en l'occurrence l'UCAFA. Il faudra aller à la recherche du client où qu'il se trouve, le démarcher, le conquérir et le fidéliser. Tels doit être le comportement habituel des membres de l'UCAFA, si elles veulent se démarquer de la concurrence.

6.1.4 LA FORMATION DES MEMBRES

L'assistance technique de l'ADF devrait se poursuivre à travers un programme de renforcement des capacités des acteurs.

Ce programme permettra :

- d'acquérir et d'utiliser du matériel de travail approprié;
- de renforcer les capacités professionnelles, institutionnelles et de négociation des membres de l'UCAFA par la formation pour conquérir le marché national et international.

- de former des acteurs sociaux sur les thèmes variés tels que "la vie associative", le marketing, la gestion au sein d'une union faïtière, les techniques de production du gari de qualité, etc. Ces formations vont permettre à l'UCAFA d'améliorer son pouvoir d'analyse et d'anticipation de la problématique de pénétration des marchés de gari et de prise de décision au regard de chaque enjeu. De plus, le renforcement des capacités va lui permettre d'améliorer le pouvoir de négociation avec ses partenaires pour la conquête de nouveaux marchés.

6.2 La conquête des marchés de la sous-région

Pour tous les marchés régionaux, Nigéria, Gabon, Niger, l'UCAFA devra envoyer une mission de prospection qui se chargera d'identifier les clients potentiels de ces zones.

Les recommandations suivantes permettront à l'UCAFA de positionner son gari sur les marchés du Nigéria, du Niger et du Gabon.

6.2.1 LE MARCHE DU NIGERIA

La demande du Nigéria en gari est importante mais la réglementation de ce pays ne permet pas une importation du gari. Tout le gari actuellement exporté vers le Nigéria se fait de façon informelle.

Il s'agira pour l'UCAFA, de prendre contact avec les commerçants nigériens opérant dans cette activité et de leur proposer des prix compétitifs qui tiennent compte des fluctuations du Naïra. Le gari pourra être livré sur place ou à un lieu convenu proche de la frontière. Cette forme de transaction se fera sans les emballages portant le logo de l'UCAFA.

6.2.2 LE MARCHÉ DU NIGER

D'importantes quantités de gari transitent librement par la frontière bénino-nigérienne depuis des décennies.

En dehors du point de vente qui sera installé à Malanville et que l'UCAFA approvisionnera régulièrement, il faudra pénétrer le marché nigérien en prospectant ce marché. Cette prospection permettra de prendre contact avec des commerçants nigériens ou des réseaux de distribution au Niger et d'y convoier périodiquement du gari sur la base de contrats fermes d'achat.

6.2.3 LE MARCHÉ GABONNAIS

Nous avons pu nous rendre compte qu'il existe une demande potentielle sur ce marché. L'exportation du gari vers cette destination est bien organisée et se trouve aux mains de ressortissantes d'Afrique de l'ouest (béninoises et togolaises notamment). La concurrence est donc très vive. Les gari fins togolais et béninois se démarquent pourtant du lot et constituent les produits les plus demandés sur ce marché.

Il existe à Libreville, une association de femmes béninoises et togolaises qui s'occupe de l'organisation du commerce du gari et d'autres produits vivriers au départ du Bénin et du Togo, dans le but d'approvisionner le marché gabonais et ceux des autres pays voisins. Pénétrer ce réseau de distribution est possible. Il s'agira pour l'UCAFA d'identifier certaines de ces commerçantes ou leurs intermédiaires au Bénin pour établir des relations commerciales. Ces relations se consolideront avec le temps si l'UCAFA mène des actions de fidélisation audacieuses.

La stratégie à développer ici, consistera à recevoir les commandes par téléphone et à embarquer le gari sur les bateaux qui vont au Gabon.

6.2.4 LA COMMERCIALISATION DU GARI AMELIORE

Les deux types de gari commercialisés actuellement (gari ordinaire et gari fin) sont ceux qui sont les plus demandés par le marché.

Le gari (ordinaire) étant avant tout un aliment de base, destiné à une population rural et urbaine à faible revenu, toute action tendant à lui ajouter de la valeur contribuerait à le rendre plus cher donc non compétitif. Il s'agit donc d'offrir le gari amélioré à une cible différente, constituée de personnes ayant des revenus relativement élevés.

La commercialisation du gari amélioré pourra être envisagée à moyen terme. Ce type de gari devra être emballé dans des sachets en plastique avec une étiquette portant le logo de l'UCAFA et les informations nécessaires sur le produit.

Le gari amélioré pourra être écoulé à travers le circuit de distribution moderne mais aussi être exporté vers le Sénégal et l'Europe.

6.3 Mise en œuvre de la stratégie

L'UCAFA se trouve aujourd'hui sur un marché très concurrentiel. Se positionner sur ce marché et y acquérir des parts de marché significatives suppose la mise en place d'une stratégie commerciale efficace et une réorganisation de ses structures pour les adapter à la nouvelle vision.

6.3.1 OBJECTIF STRATEGIQUE

L'objectif de la stratégie à mettre en œuvre est d'atteindre un chiffre d'affaires de 33 000 000 FCFA en 3 ans.

Cet objectif peut être décomposé comme suit : 17 000 000 FCFA la première année, 32 000 000 FCFA, la deuxième année.

Une croissance annuelle de 5% du chiffre d'affaires est envisagée à partir de la troisième année.

6.3.2 STRATEGIES

Trois stratégies pourront être mises en œuvre par l'UCAFA pour vendre son gari.

6.3.2.1 Positionnement de l'UCAFA sur le marché local

Il s'agit pour l'UCAFA de profiter de la renommée de son gari pour renforcer sa position sur le marché local en assurant la présence de son produit sur les principaux marchés des grands centres de consommation.

Pour ce faire, l'UCAFA se doit de disposer d'un stock important de gari en toute saison. Il en résulte qu'elle doit s'imposer comme la principale cliente des GF membres d'où la nécessité pour elle de disposer d'un fonds de roulement suffisant.

L'UCAFA pourra cibler outre le marché de Dantokpa, deux autres grands marchés à savoir le marché de Bohicon et celui de Parakou ou de Malanville pour y trouver des courtiers dynamiques et des grossistes capables de placer de grandes quantités de gari (au moins 100 sacs par mois).

Cette stratégie consiste à "pousser" le produit à travers ce réseau vers les consommateurs. En optant pour cette stratégie, l'UCAFA devra signer des accords avec des intermédiaires qui se s'occuperont d'acheminer les produits vers les lieux de distribution.

6.3.2.2 Conquête de nouveaux marchés

Les marchés du Niger et du Gabon sont porteurs et ne comportent aucune barrière à l'entrée. Il est possible d'exporter facilement son gari vers ces pays. L'UCAFA pourra cibler dans un premier temps ces deux marchés pour exporter ses produits.

Pour ce qui concerne le marché nigérian, la vente se fera depuis le Bénin à des lieux spécifiques identifiés à cet effet par l'UCAFA et ses clients.

6.3.2.3 Développement de nouveaux produits

Lorsqu'elle aura acquis la maîtrise de la commercialisation des gari ordinaire et fin, l'UCAFA pourra envisager une diversification de ses produits en proposant le gari amélioré sur le marché.

6.3.3 PLAN D'ACTION

Stratégie	Actions	Responsable	Période				
			A1	A2	A3	A4	A5
Positionnement sur le marché local	Mise en place d'un réseau de distribution dans les marchés de Dantokpa, Bohicon, Malanville	UCAFA	■	■			
	Renforcement des infrastructures de stockage	UCAFA					■
	Acquisition d'un moyen de transport	UCAFA	■				
Conquête des marchés extérieurs	Prospection des marchés nigériens et gabonais	UCAFA	■				
	Normalisation du produit	UCAFA		■	■		
	Réalisation des signes d'identification	UCAFA	■				
	Formation des productrices	UCAFA			■		
	Participation aux foires	UCAFA	■	■	■	■	■
Développement de produit	Formation à la production du gari amélioré	UCAFA				■	
	Production du gari amélioré	UCAFA					■

CONCLUSION

La situation actuelle du marché de gari au Bénin et dans la sous région comporte des opportunités pour un développement des ventes. Les perspectives du marché de gari seront analysées sur deux plans : le développement du marché local et le développement des marchés extérieurs.

L'offre de gari continuera à croître pendant les 3 à 5 ans à venir en raison des choix de politiques agricoles actuelles. En effet, le développement de la filière manioc est l'une des priorités du Gouvernement du Bénin et plusieurs partenaires au développement se sont investis dans cette voie. La production de manioc et sa transformation en gari se poursuivront donc avec une croissance régulière surtout si de nouveaux marchés de consommation se développent.

La demande nationale de gari connaîtra aussi une croissance sous l'effet conjugué de la croissance démographique et du développement des centres urbains. Cette demande ne suffira pas pour consommer toute la production de gari. De ce fait, sauf dans le cas de l'intervention d'une situation exceptionnelle (sécheresse ou désintéressement des producteurs), les prix du gari se maintiendront à un niveau bas pour les années à venir. L'excédent qui résulte de la confrontation de l'offre et de la demande devra être écoulé sur des marchés extérieurs.

Les marchés de l'Afrique centrale vont continuer à importer régulièrement du gari de l'Afrique de l'ouest.

Le marché du Niger étant soumis aux aléas climatiques, il est difficile de prévoir son évolution. Il y aura toujours au moins une demande correspondant aux périodes de conjonctures céréalières favorables soit environs 2 000 tonnes.

Le marché nigérian connaîtra certainement une croissance importante du fait de la pression démographique. Malgré les restrictions non tarifaires imposées à l'importation de gari dans ce pays, une importante quantité de gari produit au Bénin va continuer d'y pénétrer par des circuits informels.

L'UCAFA, au vu de ces opportunités pourra en mettant en œuvre les recommandations de la présente étude conquérir une part de marché significatives tant sur le marché local que sur le marché sous régional.

BIBLIOGRAPHIE

- AFOUDA Servais A., SOULE Bio Goura, TASSOU Zakari F. Etude exploratoire du marché régional des produits à racine et tubercule et de leurs dérivés en Afrique, Rapport final, Juin 2004, 82p
- BIAOU, G. , AHANCHEDE, A. , BIAOU, F. C. , Etudes et recherches sahéliennes, N° 2 , Juillet – Décembre 1998, ISSN. 10 28-65 35
- BIAOU, G. , AHANCHEDE, A. , BIAOU, F. C. , Flux commerciaux du manioc et de ses dérivés au Bénin après la dévaluation du franc CFA, In Annales des Sciences Agronomiques du Bénin (2) 1 : , 2000, p 47 – 70, ISSN 1 659 – 5009
- Etude de marché national sur les racines et tubercules et produits dérivés, bureau cauris conseils, avril 2003
- DIALLO Saliou Cherif, 1994, Description de la filière des tubercules en Guinée, programme SIRPAO, avril, 12p
- MASSENON Albert, AMOUSSOUGBO Yves, Mission de consultation d'appui a la commercialisation primaire des racines et tubercules, RAPPORT SYNTHESE, Mars 2006
- NAGO Coffi Mathurin La préparation artisanale du gari au Bénin : Aspects technologiques et physico-chimiques Faculté des Sciences Agronomiques, Université Nationale du Bénin, in TPA; Edition ORSTOM,1995 P. 475-493
- Communication SUR initiative régionale pour la transformation et la commercialisation du manioc Accra du 20 AU 22 MARS 2006 présentée par Eric Patric TETEGAN représentant le coordonnateur national du programme DE développement DES plantes À racines ET tubercules (PDRT)
- SICARD Cécile Modèle d'Affaire de l'UCAFA, juin 2007
- ONC/GTZ, 1990, Production et commercialisation du gari au Bénin, Etudes sur la sécurité alimentaire au Bénin N°5, Ministère du développement rural et de l'action coopérative, Projet sécurité alimentaire SECAL, décembre, 78p
- ONASA, GTZ, Lettre d'Information sur la Sécurité Alimentaire dans le cadre du Système d'Alerte Rapide (LISA-SAR), 2000 et 2007

- Rapport de la Conférence régionale sur la situation agricole et alimentaire et les opportunités d'échanges dans le sahel et en Afrique de l'Ouest ; Comite Permanent Inter-Etats de Lutte Contre la Sécheresse dans le Sahel Famine Early Warning System Net work, REPUBLIQUE DU NIGER mars 2005

TABLE DES MATIERES

LISTE DES SIGLES OU ABREVIATIONS	1
LISTE DES TABLEAUX	3
LISTE DES SCHEMAS ET GRAHIQUES	4
INTRODUCTION	5
1 RAPPEL DES TERMES DE REFERENCE ET METHODOLOGIE	7
1.1 Rappel des termes de référence	7
1.1.1 Justification de l'étude	7
1.1.2 Objectifs de la mission	8
1.1.2.1 Objectif général	8
1.1.2.2 Objectifs spécifiques	8
1.1.3 Résultats attendus	8
1.2 Méthodologie adoptée	8
1.2.1 Les Etudes exploratoires	9
1.2.1.1 Prise de contact	9
1.2.1.2 Étude documentaire	9
1.2.2 Enquêtes de terrain	11
1.2.2.1 Objectifs	11
1.2.2.2 Zones d'intervention	11
1.2.2.3 Mode de recueil et cibles	12
1.2.3 Analyse des résultats	13
1.3 Difficultés rencontrées et limites de l'étude	13
2 L'OFFRE DE GARI	15
2.1 L'environnement du secteur	15
2.1.1 Production de manioc en Afrique de l'Ouest	15
2.1.2 Les Institutions d'appui au développement de la filière manioc	16
2.1.2.1 Programme de Développement des Plantes à Racines et Tubercules (PDRT).	16
2.1.2.2 Composante d'Appui au Secteur Privé Agricole (CASPA/PADSA II).	17
2.1.2.3 Programme d'appui au développement de la filière manioc (VECO-Bénin).	17
2.1.2.4 Projet de mise en place de bases d'appui pour la transformation et la conservation des produits agricoles au Bénin.	17
2.1.3 La Transformation du manioc en gari	18
2.1.3.1 Transformation du manioc en gari au niveau individuel	18
2.1.3.2 Transformation du manioc en gari par les Groupements de Femmes	18
2.1.3.3 Les industries de production de gari	19
2.2 Segmentation de l'offre et zones de production	20

2.2.1	Segmentation de l'offre	20
2.2.1.1	Définition du produit	20
2.2.1.2	Classification des gari	21
2.2.1.2.1	Gari à gros grains	21
2.2.1.2.2	Gari à grains moyens	22
2.2.1.2.3	Gari à grains fins	22
2.2.1.2.4	Gari à grains extra fins	22
2.2.1.2.5	Gari amélioré	23
2.2.2	Zones productrices du gari au Bénin	24
2.2.3	La question de la saisonnalité du gari	24
2.3	Etude des prix du gari	27
2.3.1	Les prix du gari sur le marché national	27
2.3.2	Les prix sur les marchés régionaux	31
2.4	La concurrence	32
2.4.1	Sur le marché local	32
2.4.1.1	La concurrence entre les gari produits localement	32
2.4.1.2	La concurrence des gari importés	33
2.4.2	Sur le marché sous régional	33
2.5	Synthèse de l'analyse de l'offre	34
3	LA DEMANDE DE GARI	37
3.1	Les formes de consommation du gari au Bénin et dans la sous région	37
3.2	Segmentation de la demande	38
3.2.1	La demande nationale	38
3.2.1.1	La demande en milieu rural	38
3.2.1.2	Le demande en milieu urbain	39
3.2.1.3	La consommation nationale	39
3.2.2	La demande régionale	40
3.2.2.1	La demande des pays sahéliers	40
3.2.2.2	La demande de l'Afrique centrale	42
3.2.2.3	La demande du Nigeria	43
4	LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION	43
4.1	L'organisation de la commercialisation	43
4.1.1	Le rôle des marchés dans la distribution du gari	44
4.1.2	Les circuits de distribution	46
4.1.2.1	Les négociants	48
4.1.2.2	Les collecteurs	49
4.1.2.3	Les Courtiers	49
4.1.2.4	Les détaillants	50
4.2	Les flux commerciaux	51
4.2.1	Les flux nationaux	51
4.2.1.1	Les flux sud-nord	51
4.2.1.2	Les flux nord-sud	52

4.2.1.3	Les flux est-ouest	52
4.2.1.4	Les flux ouest-est	52
4.2.2	Les flux internationaux	54
4.2.2.1	Les Flux entrants	54
4.2.2.1.1	Les flux en provenance du Togo	54
4.2.2.1.2	Les flux en provenance du Nigeria	54
4.2.2.2	Les flux sortants	55
4.2.2.2.1	Les exportations vers le Niger	55
4.2.2.2.2	Les exportations vers le Nigeria	56
4.2.2.2.3	Les exportations vers le Gabon	57
4.2.2.2.4	Les exportations vers d'autres pays	59
4.3	Le transport	61
4.4	Analyse de la rentabilité du commerce de gari	62
4.5	Les limites à la commercialisation du gari	65
4.5.1	La passivité des commerçants béninois	65
4.5.2	La faible compétitivité du gari béninois	66
4.5.3	Les frais d'approche	66
5	ANALYSE DE LA SITUATION DE L'UCAFA ET RECOMMANDATIONS	67
5.1	Présentation des activités et analyse de la stratégie de l'UCAFA	67
5.1.1	Les activités de l'UCAFA	67
5.2	Analyse de la stratégie de l'UCAFA	68
5.2.1	Les types de gari commercialisés	68
5.2.2	Les prix	69
5.2.3	La distribution	70
5.3	Synthèse de l'analyse	71
5.3.1	Marché local	71
5.3.2	Marché Nigérien	72
5.3.3	Marché Nigérien	72
5.3.4	Marché Gabonais	73
6	RECOMMANDATIONS	74
6.1	Recommandations générales	74
6.1.1	Création d'un Label ''gari UCAFA''	74
6.1.2	Mise en place d'un système de suivi des prix	75
6.1.3	L'appropriation de l'esprit marketing	75
6.1.4	La formation des membres	76
6.2	La conquête des marchés de la sous-région	76
6.2.1	Le marché du Nigeria	76
6.2.2	Le marché du Niger	77
6.2.3	Le marché Gabonais	77
6.2.4	La commercialisation du gari amélioré	78

6.3	Mise en œuvre de la stratégie	78
6.3.1	Objectif stratégique	78
6.3.2	Stratégies	79
6.3.2.1	Positionnement de l'UCAFA sur le marché local	79
6.3.2.2	Conquête de nouveaux marchés	79
6.3.2.3	Développement de nouveaux produits	80
6.3.3	Plan d'action	81
	CONCLUSION	82
	BIBLIOGRAPHIE	84

ANNEXES

1- Guide d'entretien aux consommateurs de gari

- 1- Quel est le type de gari que vous vous consommez souvent?
- 2- Sous quelles formes consommez-vous du gari?
- 3- Quelle est la quantité moyenne de gari que vous consommez au sein de votre ménage par mois ?
- 4- A quel prix achetez-vous habituellement le gari (togolo)?
- 5- Quels sont les lieux (marchés) d'approvisionnement?

2- Guide d'entretien aux détaillants de gari

- 1- Quels sont les types de gari que vous commercialisez?
- 2- Quelles sont vos périodicités de ravitaillement? Et en quelles quantités ?
- 3- Quels sont vos marchés d'approvisionnement?
- 4- Quels sont les prix actuellement pratiqués sur les marchés ?
- 5- Selon vous, comment peut-on expliquer les fluctuations des prix sur les marchés?
- 6- Quelles sont les difficultés rencontrées dans le commerce du gari?

3- Guide d'entretien aux négociants des marchés du Bénin

- 1- Quels sont les types de gari commercialisés ?
- 2- Quels sont les prix pratiqués (bassine/togolo/kilo) dans le marché et dans les autres marchés d'approvisionnement ?
- 3- Quelles sont les variations des prix en fonction des périodes (maximum - minimum) ?
- 4- Quelles sont les provenances du gari (Pobè-Ikpilè, Savalou, Dogbo, Togo, autres) ?
- 5- Quels sont les prix d'achat aux producteurs et quelles quantités achetées ?.
- 6- Quels sont les frais de transport et de manutention supportés ?
- 7- Quels sont les types de clients (grossistes, détaillants, consommateurs, autres que vous avez ?
- 8- Quelles sont les destinations du gari acheté (Bénin, Niger, Gabon, Nigeria, autres)

4 - Guide d'entretien aux Producteurs de gari

- 1- Quels sont les types de gari que vous fabriquez ?
- 2- Quelles sont les périodes de production de votre gari ? Et quelle quantité
- 3- Qui sont vos clients ?
- 4- Quels sont les marchés d'écoulement de vos productions?
- 5- Quels sont les prix de vente de vos gari?
- 6- Selon vous, qu'est ce qui explique les fluctuations des prix sur les marchés?
- 7- Quelles sont les difficultés rencontrées pour la commercialisation du gari produit?

COMPTE RENDU DE REUNION

L'an deux mille huit et le 16 mai, à 12 heures s'est tenue à Adja Ouèrè, dans la salle de réunion de l'UCAFA, la séance de restitution définitive de l'Etude de marché sur la commercialisation du gari au Bénin et dans la sous-région. Assistaient à cette séance :

- Madame EGOUDJOB I Agnès, Trésorière UCAFA
- Madame HOUSSOU Agnès, Responsables aux équipements UCAFA
- Madame AKIODE Pauline, Secrétaire Adjointe UCAFA
- Madame HOUNKPATIN Marianne, Comptable UCAFA
- Monsieur HONGBETE Charles, Project Manager UCAFA
- Monsieur ASSOGBA Rosius, Consultant
- Monsieur HOUNKPE Mesmin, Consultant,
- Monsieur HOUNSOUNOU Léon, Consultant.

Trois points sont inscrits à l'ordre du jour :

- Présentation du rapport d'étude
- Amendement du rapport
- Divers

Les consultants ont résumé les résultats de l'étude à travers une présentation Powerpoint. Cette présentation a été faite en langue Fon, langue comprise par tous les participants.

1- PRÉSENTATION DU RAPPORT PAR LES CONSULTANTS

Au début de sa présentation, Monsieur ASSOGBA Rosius, Economiste, Administrateur en Gestion commerciale a expliqué les raisons du retard mis dans l'organisation de la présente séance. En effet, le premier draft du rapport était prêt depuis fin mars 2008 et envoyé pour amendements à l'UCAFA et à l'ADF. L'équipe technique et l'UCAFA ont porté leurs amendements alors que l'ADF, malgré les relances n'a plus retourné le document.

Il a ensuite rappelé le contexte et les objectifs de l'étude qui lui a été confiée ainsi que les résultats attendus et la méthodologie utilisée.

Il a passé la parole à Monsieur HOUNSOUNOU, Ingénieur du Développement rural, qui a présenté des différents circuits de commercialisation de gari qui ont été identifiés par l'étude tant sur le plan national et que sur le plan sous régional.

Monsieur HOUNSOUNOU a en outre fait le point sur la situation de l'offre et de la demande de gari au Bénin et dans la sous-région.

Au regard de ce point, un diagnostic a permis de dégager les menaces et opportunités des différents segments de marché identifiés ainsi que les forces et faiblesses de l'UCAFA dans la conquête de ces marchés.

Monsieur ASSOGBA est intervenu pour présenter les recommandations issues de l'étude, la stratégie commerciale et le plan d'action élaboré pour l'UCAFA ainsi que les propositions de logo.

Monsieur HOUNKPE Mesmin, Administrateur en Gestion Commerciale et Marketing, a présenté quant à lui le plan d'affaires sur 5 ans élaboré par les consultants pour la réalisation des recommandations issues de l'étude.

2- AMENDEMENTS DU RAPPORT

Après chaque présentation, la parole est donnée aux participants pour apporter leurs amendements. Les différentes interventions ont portées sur :

- la période de conservation du gari ;
- la différenciation des produits de l'UCAFA ;
- l'inversion du sens d'écriture du sigle UCAFA sur le logo ;
- la communication d'adresses de clients identifiés au cours de l'étude ;
- l'appui à la formation des membres de l'UCAFA ;
- l'existence d'un dynamisme commercial au sein de l'UCAFA ;

Les consultants ont répondu aux préoccupations des uns et des autres et ont promis prendre en compte les observations dans la version finale du rapport qui sera déposé le 23 mai 2008.

3- DIVERS

Les participantes ont remercié les consultants pour les recommandations issues de l'étude de marché et la séance de restitution.

La séance a pris fin à 14 heures.

Ont signé :

Le Consultant

Rosius ASSOGBA

**Pour la Présidente de l'UCAFA et P.O,
La Trésorière**

Agnès EGOUDJOBI

LOGOTYPES



Proposition N°1



Proposition N°2



Proposition N°3



Proposition N°4



Proposition (retenue) N°5



Proposition N°6