AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture du Mali

République du Mali
Un Peuple - Un But - Une Foi

Besoins en informations des grossistes pour une augmentation du volume des échanges en Afrique de l'Ouest

Bamako – Février 2008

SOMMAIRE

I. Contexte et Justification : 1

II. Objectif général de l'étude : 1

III. Résultats globaux attendus : 2

IV. Eléments de Méthodologie : 2
4.1. – Approche : 2
4.2. – Instruments de l'enquête : 3
4.3. – Méthode de contact : 3

V. Déroulement de l'étude : 3

VII - Quelques caractéristiques des grossistes impliqués dans la commercialisation des produits agro-alimentaires 4
7.1 Nombre d'années d'exercice de la profession 4
7.2 Aspect genre dans la profession de grossiste 5
7.3 Classification des grossistes 5
7.4 Activités secondaires pratiqués par les grossistes 5
7.4.1 Activités secondaires des grossistes des produits céréaliers 7
7.4.2 Activités secondaires des grossistes des produits horticoles 7
7.4.3 Activités secondaires des grossistes des produits du bétail 8
7.4.4 Activités secondaires des grossistes des produits halieutiques 8
7.5 Le niveau d'instruction des grossistes 9
7.6 Le nombre d'employés 10
7.7 Niveau d'organisation des acteurs grossistes 10

IIX – Organisation de l'activité de commercialisation des produits agro-alimentaires 12
8.1 Organisation du réseau d'approvisionnement et de vente au niveau interne 12
8.2 Organisation du réseau d'approvisionnement et de vente au niveau externe 13
8.3 Sécurisation des transactions 13
8.4 Planification des achats et des ventes 14

IX – Echelle des opérations des grossistes dans la commercialisation des produits agro-alimentaires 15
9.1 Possession de capacité de stockage 15
9.2 Quantités moyennes commercialisées 15
9.3 Possession des moyens propres de transport 17
9.4 Accès au crédit 17

X – Activités commerciales l'approvisionnement en produits agricoles 18
10.1 Informations disponibles pour les opérations d'achats 18
10.2 Informations non disponibles pour les opérations d'achats mais nécessaires 21

XI – Activités commerciales les ventes 23
11.1 Informations non disponibles mais nécessaires pour les opérations de ventes 24

XII Entraves aux mouvements.....27
12.1 A l'intérieur du pays.....27
12.2 A l'extérieur du pays.....28
12.3 Propositions d'allègements à l'intérieur du pays.....28
12.4 Propositions d'allègements à l'extérieur du pays.....30

ANNEXE I : Le guide d'entretien.....31

ANNEXE II : Questionnaires.....34

ANNEXE III : Informations sur les pratiques anormales.....43

ANNEXE IV : Besoins d'informations non disponibles pour les achats et les supports de diffusion souhaités par les enquêtés.....45

ANNEXE V : Besoins d'informations non disponibles pour les ventes et les supports de diffusion souhaités par les enquêtés.....47

I. Contexte et Justification :

La libéralisation des marchés agricoles, l'ouverture des espaces CEDEAO et UEMOA, et la dévaluation du Franc CFA intervenue le 14 janvier 1994 ont ouvert des opportunités de marché pour d'autres produits autres que les céréales dans la sous région. Il s'agit notamment des produits de l'horticulture, des produits de l'élevage, des produits transformés et des intrants. Ces nouvelles opportunités ont créé de nouveaux besoins d'information pour les différents acteurs des marchés agricoles. Ces opérateurs souhaitent avoir ces informations à la fois sur le marché national et sur le marché sous-régional.

Malgré un contexte caractérisé par une forte demande d'informations commerciales sur l'ensemble des filières agricoles émanant du secteur privé, les informations diffusées par les Systèmes d'Information de Marché (SIM) se limitent à quelques produits et ne couvrent pas tous les aspects des transactions commerciales. Par ailleurs, ces informations sont jugées peu utilisables par les opérateurs économiques car elles arrivent souvent trop tard, et très souvent pas dans les formes souhaitées par les utilisateurs et/ou ne sont pas diffusées telles que le souhaiteraient bon nombre d'entre eux pour servir de support à la prise de décisions commerciales. D'autres types d'informations plus utiles aux utilisateurs pourraient ne pas être actuellement couvertes par les SIMs. Ceci fait que le dispositif actuel des SIMs apparaît plus efficace dans son rôle d'instrument de gestion des politiques de sécurité alimentaire que dans son rôle d'instrument de promotion de marchés agricoles transparents et compétitifs et des échanges agricoles régionaux. C'est pourquoi le projet pilote initié par le PROMISAM et l'OMA envisage de mieux cerner les besoins en information des opérateurs et de bien identifier les moyens de diffusion appropriés afin que les SIMs en plus de la production d'information pour les décideurs publics puissent aussi répondre à la forte demande d'informations commerciales du secteur privé.

II. Objectif général de l'étude :

L'objectif général de cette étude est de déterminer de façon précise les besoins réels d'information des commerçants et des exportateurs des produits agricoles et des produits de l'élevage sur le marché intérieur et les marchés extérieurs et les meilleurs moyens de dissémination de ces informations pour une augmentation du volume des échanges entre les pays de la sous région. Plus spécifiquement, l'étude cherche à déterminer :

- les types de décision que chaque acteur prend régulièrement dans le cadre de ses activités d'importation et d'exportation dans la sous région ;
- les informations nécessaires à la prise de ces différents types de décision des acteurs ;

- les informations nécessaires aux prises de décisions qui sont disponibles et accessibles aux acteurs ;
- les informations qui sont nécessaires aux acteurs et dont ils ne disposent pas
- les meilleurs créneaux et les formes de diffusion de ces informations.
- les niveaux actuels des volumes d'importation et d'exportation des produits agricoles dans la sous région par les acteurs ;
- les difficultés rencontrées et les délais au passage des frontières avec les produits.;

Les objectifs spécifiques sont contenus dans le Guide d'entretien en annexe I.

III. Résultats globaux attendus :

L'étude a permis d'obtenir les résultats suivants :

- les types de produits et d'intrants à couvrir par les SIMs des pays couverts par le projet ;
- les types de marchés à couvrir par les SIM concernés ;
- les fréquences et les modes de diffusion des informations demandées identifiés;
- le volume actuel des importations et des exportations dans la sous région par les acteurs enquêtés recensés ;
- les difficultés et les délais de passage aux frontières recensés
- les améliorations à apporter aux informations déjà produites par les SIM concernés.

Les résultats spécifiques sont contenus dans le Guide d'entretien en annexe I.

IV. Eléments de Méthodologie :

4.1. – Approche :

L'approche a consisté à :

- identifier les marchés selon les filières à vocation sous régionale
- recenser tous les opérateurs grossistes évoluant dans les filières à vocation sous régionale dans les 4 pays (céréales, bétail, produits horticoles, poisson…)
- choisir au hasard 5 grossistes par filière et par marché en collaboration avec les organisations.

L'enquêteur s'est ensuite entretenu avec tous les opérateurs choisis. Malgré son coût élevé, cette approche avait pour avantage d'assurer la représentativité des opérateurs

4.2. – Instruments de l'enquête :

Compte tenu des expériences vécues, il était mieux indiqué de faire accompagner le questionnaire d'un guide d'entretien donnant les détails et qui se trouve en annexe du présent document.

Les enquêteurs ont été formés et suivis par les superviseurs durant toute la durée des enquêtes.

4.3. – Méthode de contact :

L'enquête a été faite par entretien direct. Les enquêteurs se sont donc déplacés sur les zones indiquées pour conduire l'enquête.

V. Déroulement de l'étude :

L'étude s'est déroulée du 1er décembre 2007 au 15 février 2008, date à laquelle le rapport définitif en version électronique et 2 exemplaires ont été remis aux Coordinateurs du RESIMAO et du Projet.

Dans un premier temps l'équipe chargée de l'étude a identifié les marchés à vocation régionale sur lesquels les enquêtes devraient être menées. Ainsi les marchés ont été de Kayes, Sikasso, Koutiala, Ségou, Mopti, Gao et Bamako.

Les enquêteurs de l'OMA de ces localités ont été choisis pour exécuter ces enquêtes. Ainsi, ils ont été formés à la méthodologie d'enquête pour cette étude. Ainsi de Décembre 2007 au 15 janvier 2008, les enquêteurs choisis ont exécutés les étapes ci-dessous :

- Recensement exhaustif des grossistes par filière sur les marchés choisis ;
- Administration des fiches d'enquêtes auprès de cinq (5) grossistes choisis au hasard. Ainsi dans les sept (7) localités choisis les enquêtes ont été réalisées auprès de 174 grossistes pour toutes les filières confondues dont :
    - 46 sont de la filière céréalière et bétail et viande ;
    - 37 de la filière horticole;
    - Et 45 de la filière halieutique.
- Envoi des fiches d'enquête à l'équipe chargée de l'étude pour dépouillement et analyse.

Durant la même période du 01 Décembre 2007 au 15 Janvier 2008, l'équipe chargée de l'étude a effectué des missions de supervision dans les localités choisies pour se rendre compte de l'état d'avancement des travaux.

Du 15 janvier au 10 Février 2008, l'équipe chargée de l'étude a procédé à la saisie des fiches d'enquête avec le logiciel SPSS 9 sous WINDOWS.

Du 10 au 15 Février 2008, se sont produits le traitement des données saisie et leur analyse.

VII - Quelques caractéristiques des grossistes impliqués dans la commercialisation des produits agro-alimentaires

Le commerce des produits agro-alimentaires dans un pays en développement comme le Mali nécessite une grande expertise à cause des risques élevés liés à l'activité. Ce haut niveau des risques liés à cette profession est dû essentiellement au manque et/ou au cloisonnement des informations nécessaires à des prises de décisions et aussi au manque de financement. Tous ces facteurs contribuent à troubler et à compliquer la compréhension de l'environnement de la commercialisation des produits agro-alimentaires. Dans un tel contexte, l'obtention de l'expertise nécessaire pour la pratique de cette profession exige un long temps d'apprentissage et un accompagnement de ceux qui tentent de percer dans cette activité. C'est pourquoi il n'est pas rare de constater que les grossistes exerçant actuellement cette profession ont, pour la plupart, soit hérité de leurs parents, soit appris la profession en tant que employés, souvent même bénévoles, pendant des années chez un grossiste. Tous ces facteurs ont un impact sur les principales caractéristiques de cette profession.

7.1 Nombre d'années d'exercice de la profession

Le nombre d'années d'exercice de la profession est relativement élevé. Pour toutes les filières confondues, il est en moyenne de 20 ans, avec un minimum de 2 ans et un maximum de 57 ans.

Filières	Moyennes	Minima	Maxima
Toutes filières confondues	20	2	20
Céréalières	20	8	40
Horticoles	19	2	43
Bétail et Viande	25	6	57
Halieutiques	18	4	45

La moyenne de 18 à 20 ans d'exercice des acteurs dans les différentes filières dénote d'une expertise de ceux-ci dans ces professions. Ceci est un bon indicateur de la pertinence des avis de ceux-ci sur les besoins de ces filières et sur les contraintes et les améliorations nécessaires en vue d'une plus grande fluidification des échanges.

7.2 Aspect genre dans la profession de grossiste

Cette activité est plutôt exercée par les hommes. Pour toutes les filières confondues, les grossistes sont des hommes pour 94% et des femmes pour seulement 6%. En ce qui concerne les femmes, elles sont seulement grossistes dans la commercialisation des produits halieutiques, notamment le poisson frais.

Il faut aussi reconnaître que bien qu'elles ne soient grossistes dans les autres filières, elles jouent un rôle important dans la commercialisation de ces produits, surtout au niveau du détail. Dans la filière horticole, les femmes sont très actives dans les grandes villes pour la vente au détail.

7.3 Classification des grossistes

Parmi les grossistes interviewés et pour toutes les filières confondues, 40% se sont déclarés grossistes importateurs/exportateurs, 57% se sont admis grossistes simples et le reste 3% n'a pas répondu à la question.

Filières	Grossiste import/Export en %	Grossistes simples en %	Pas de réponses en %	Total en %
Toutes filières confondues	40	57	3	100
Céréalières	43	57	0	100
Horticoles	41	57	3	101
Bétail et Viande	43	54	2	99
Halieutiques	31	62	7	100

Comme on peut le constater dans le tableau ci-dessus, il y a plus de proportion de grossistes dans les filières traditionnelles d'exportation (Céréales et Bétail) que les autres. Cependant de façon globale nous notons 31 à 40 % des commerçants grossistes impliqués dans les échanges avec l'extérieur. Ceci dénote du dynamisme des filières et leur importance relativement croissante en terme d'ouverture sur l'extérieur.

7.4 Activités secondaires pratiqués par les grossistes

De façon générale, peu de grossistes pratiquent les activités secondaires. Ainsi, ils ne sont que :

- 34% à pratiquer une (1) seule activité secondaire ;
- 6% à pratiquer deux (2) activités secondaires ;

- 2% à pratiquer trois (3) activités secondaires;
- Et enfin 1% à pratiquer (4) activités secondaires.

Comme on peut le constater ils sont relativement peu nombreux à pratiquer d'autres activités secondaires et ce chiffre diminue rapidement au fur et à mesure que le nombre d'activités pratiquées augmente. Cependant les activités secondaires pratiquées par les grossistes sont diverses et assez nombreuses. Ainsi pour toutes les filières confondues et par ordre d'importance celles-ci sont:

- L'embouche
- L'agriculture
- Le transporteur
- La vente de beurre de karité
- La vente aliment bétail
- La Pisciculture
- La vente de Ciment
- Le commerce de céréales
- La vente de produits divers
- La culture de semences sélectionnées
- La culture du riz et des céréales sèches
- La vente de l'échalote
- L'élevage
- La culture du riz
- La vente de sel
- La vente de véhicule
- La prestation de service pour l'exportation des produits horticoles
- Le commerce général
- La maçonnerie

En reprenant ce tableau par filière, on constate un changement dans la hiérarchisation. En effet les activités secondaires pratiquées sont soit complémentaires à leurs activités principales, soit peuvent se pratiquer concomitamment sans pour autant exiger de coûts supplémentaires importants aux activités principales. Ce niveau de spécialisation qui augmente de plus en plus est le signe certainement d'une meilleure maîtrise des risques qui obligeaient les opérateurs à diversifier les produits dans le but d'amortir les chocs éventuels affectant tels ou tels produits.

7.4.1 Activités secondaires des grossistes des produits céréaliers

Dans cette filière, les grossistes pratiquant autres activités sont de :

- 46% pour une (1) activité en plus du commerce de céréale;
- 13% pour deux (2) activités en plus du commerce de céréale;
- 4% pour trois (3) activités en plus du commerce de céréale;
- Et 2% pour quatre (4) activités en plus du commerce de céréale.

On remarquera donc que sans être très spécialisés en céréales, ces commerçants ont tendance à s'y consacrer davantage avec 46 % faisant une seule activité en plus. Cette activité pour la majorité de ces opérateurs est le transport qui apparaît beaucoup plus comme une activité complémentaire puisque aidant prioritairement à transporter les produits céréaliers pour le compte de ces opérateurs.

Pour cette filière céréalière, les activités secondaires pratiquées sont par ordre d'importance :

- Le transporteur
- La vente de beurre de karité
- La vente de produits divers
- La vente aliment bétail
- L'agriculture
- L'embouche
- La vente de sel
- La culture du riz et des céréales sèches
- La vente de Ciment
- La vente de véhicule
- La maçonnerie

7.4.2 Activités secondaires des grossistes des produits horticoles

Dans cette filière, les grossistes pratiquant autres activités sont de :

- 27% pour une (1) activité ;
- 0% pour deux (2) activités ;
- 0% pour trois (3) activités ;
- Et 0% pour quatre (4) activités.

Le pourcentage relativement faible (27 %) de ces grossistes fait en plus une activité. Si cette activité est l'agriculture ou la culture des semences sélectionnées, les prestations de service pour les exportations des produits horticoles ou même la vente

du beurre de karité, on notera que ces opérateurs ne s'écartent pas du commerce de produits horticoles puisque faisant partie de cette filière. Ceci dénote du degré relativement plus élevé de la spécialisation des opérateurs de cette filière.

Pour cette filière horticole, les activités secondaires pratiquées sont par ordre d'importance :

- L'agriculture
- La culture des semences sélectionnées
- La vente de beurre de karité
- La culture du riz et des céréales sèches
- La vente de Ciment
- Les prestations de service pour les exportations des produits horticoles

7.4.3 Activités secondaires des grossistes des produits du bétail

Dans cette filière, les grossistes pratiquant autres activités sont de :

- 33% pour une (1) activité ;
- 4% pour deux (2) activités ;
- 0% pour trois (3) activités ;
- Et 0% pour quatre (4) activités.

Dans la filière bétail, en plus du commerce de bétail (33 %) des grossistes s'adonnent soit à l'embouche soit à la vente d'aliment bétail ou intègre le maillon élevage dans leurs activités. A l'analyse, toutes ces activités ne s'écartent pas de leur fonction primaire qui consiste à acheter et à vendre le bétail.

Pour cette filière du bétail et de la viande, les activités secondaires pratiquées sont par ordre d'importance :

- L'embouche
- La vente d'aliment bétail
- L'élevage
- Le transport
- La culture de semences sélectionnées
- La vente de Ciment

7.4.4 Activités secondaires des grossistes des produits halieutiques

Dans cette filière, les grossistes pratiquant autres activités sont de **:**

- 31% pour une (1) activité ;
- 7% pour deux (2) activités ;

- 0% pour trois (3) activités ;
- Et 0% pour quatre (4) activités.

Les 31 % des commerçants grossistes de la filière halieutique s'adonnent, en plus de cette activité commerciale, soit à la pisciculture soit au commerce de céréales, à la vente de l'échalote, au transport fluvial etc.… La diversité d'autres activités ainsi listées qui n'ont pas de liens directs avec l'activité de commerce de poisson témoigne du degré de risques liés à cette activité.
Pour cette filière halieutique, les activités secondaires pratiquées sont par ordre d'importance :

- La pisciculture
- Le commerce de céréales
- La vente de l'échalote
- L'agriculture
- Le transport fluvial
- La culture du riz
- La vente du beurre de karité
- Le commerce général

7.5 Le niveau d'instruction des grossistes

De façon générale, les grossistes de la commercialisation des produits agroalimentaires ont pratiqué l'école pour 99%. Par filière, ce taux varie et est de :

- 37% pour la filière bétail et viande ;
- 58% pour la filière halieutique
- 76% pour la filière céréalière ;
- Et de 81% pour la filière horticole.

Comme on peut le constater le taux le plus faible des grossistes ayant pratiqué l'école se trouve dans la filière bétail et viande et ceci est d'autant plus compréhensible que les opérateurs ont été pour la plupart des bergers depuis leur jeune age. Par contre le taux le plus élevé se trouve dans la filière horticole. Ceci aussi s'explique par le fait cette filière dans le domaine des échanges sous régionaux et internationaux est très dynamique. Ainsi les exportations et/ou les échanges avec l'extérieur requièrent un niveau minimum d'instruction ne serait ce que pour remplir les documents.

Pour toutes les filières confondues, les niveaux d'instructions des grossistes sont :

- Primaires pour 27% ;
- Secondaires pour 16% ;
- Ecoles coraniques pour 9% ;

- Ecoles supérieures pour 3% ;
- Alphabétisation fonctionnelle pour 3% ;
- Ecoles franco-arabes pour 2% ;
- Et enfin 40% n'ont pas voulu répondre à la question relative au niveau d'instruction.

7.6 Le nombre d'employés

Pour toutes les filières confondues, le nombre moyen d'employés est de 5 personnes. Ce chiffre varie selon les filières. Ainsi il est de :

- 4 personnes pour les filières horticoles et du bétail ;
- 5 personnes pour la filière halieutique ;
- Et 6 personnes pour la filière céréalière.

7.7 Niveau d'organisation des acteurs grossistes

Les organisations sont très populaires dans le milieu des grossistes. Ainsi, il ressort des enquêtes que pour toutes les filières confondues :

- 78% sont dans une (1) organisation ;
- 13% sont dans deux (2) organisations ;
- Et 3% sont dans trois (3) organisations.

Durant l'enquête le nombre d'organisations recensées pour l'ensemble des filières confondues et par ordre d'importance sont :

Organisations recensées au cours des enquêtes
1- Coopérative des commerçants de bétails
2- Association des vendeurs des produits agro-alimentaires
3 - Coopérative des marchands de Poisson
4 - Association des commerçants de céréales
5 - Coopérative des commerçants de céréales
6 - Coopérative Benkadi
7 - Association des commerçants de produits horticoles
8 - Chambre du Commerce
9 - Association des produits locaux de Sikasso
10 - CAVPMDT
11 - AVPA
12 - SIGIKAFO
13 - Gao APRAM

Organisations recensées au cours des enquêtes

14 - Coopérative des marchands de produits locaux
15 - Association Djiguiya
16 - APPM
17 - Association malienne pour l'exportation des fruits frais
18 - Association des éleveurs
19 - CONOESAM
20 - Cobassia
21 - Coopération de betail du Mali
22 - Organisation des commerçants détaillants du Mali
23 - Coopérative Djiguiya
24 - Gao FEBEVIM
25 - Association des producteurs de banane
26 - Association Djekafo
27 - Confédération zone UMOA bétail
28 - Groupement des commerçants industriels de Koutiala
29 - Association fasso demè
30 - AMEPROC
31 - GDCM
32 - AVBF

Il ressort du tableau ci-dessus qu'il existe 32 associations différentes. Ce chiffre bien qu'il soit assez élevé dénote tout de même une propension des acteurs à s'associer. Le défi serait d'imaginer comment on pourra regrouper toutes ces associations en vue de constituer une plus forte. Cependant, cette multitude d'associations, plusieurs associations pour une même filière et dans une même localité dénote de la diversité des objectifs visés par ces opérateurs.

Parmi les grossistes, les 6% qui ne font pas partie d'une organisation justifient cette situation par un manque d'information. Sinon en réalité, ils ne sont pas hostiles à l'appartenance à une organisation.

Les attentes des membres des différentes organisations sont à 100% la défense de leur intérêt. Par défense des intérêts, il faut comprendre :

- Meilleure organisation ;
- Visibilité au niveau des pouvoirs politiques et publics ;
- Visibilité au niveau des institutions de financement ;
- Recherche de prêts et/ou de financement;
- Recherche de marchés ;
- Et enfin recherche de financement pour l'organisation des formations à l'endroit des membres de l'association.

IIX – Organisation de l'activité de commercialisation des produits agro-alimentaires

Dans n'importe quelle filière agricole, les grossistes sont dans leur grande majorité organisés pour leur approvisionnement, la distribution, le commerce avec les partenaires extérieurs, la sécurisation des transactions et la planification des achat et des ventes. Ces dispositions sont en droite ligne.

8.1 Organisation du réseau d'approvisionnement et de vente au niveau interne

Pour les filières agricoles les principaux fournisseurs des grossistes sont le réseau des collecteurs et leurs principaux clients, le réseau des distributeurs. Ainsi selon nos enquêtes, les grossistes dans leur grande majorité possèdent ces deux types de réseaux.

Filières	Possession réseau des collecteurs en %	Possession réseau des distributeurs en %
Toutes filières confondues	78	50
Horticoles	92	44
Halieutiques	84	56
Céréalières	70	67
Bétail et Viande	67	30

Les filières horticoles et halieutiques se révèlent comme celles qui utilisent le plus les réseaux de collecteurs. En effet, pour ces filières, la possession de ces réseaux conditionne la pratique de la profession. En effet dans la filière horticole, l'offre est très dispersée et très fragmentée. S'agissant de la filière halieutique, le grossiste est le principal bailleur de la filière en amont. Ainsi il pré finance ses fournisseurs et ces derniers les remboursent en nature (poissons).

Il ressort également de l'analyse que la filière qui utilise beaucoup les réseaux de distribution est la filière céréalière. Ceci rend compte de la nature même des produits concernés et de leur mode de consommation. *En effet, les céréales se conservent mieux et n'ont pas toujours besoins de conditions particulières pour être stockées pendant longtemps.* Il n'en est pas de même pour les autres produits qui sont plus délicats dans leur manipulation, ce qui pourrait expliquer le recours assez restrictif aux réseaux de distribution.

8.2 Organisation du réseau d'approvisionnement et de vente au niveau externe

En vue de l'agrandissement de l'envergure de leurs activités et de l'exploitation des opportunités existantes dans leurs domaines d'activités, les grossistes doivent tisser des relations avec l'extérieur, tant au niveau sous-régional qu'international. Pour ce faire, il doit avoir des clients réguliers à l'extérieur au cas où son pays de résidence a un avantage comparatif pour le ou les produits commercialisés et des fournisseurs réguliers si c'est le contraire.

Filières	Possession de clients extérieurs réguliers en %	Possession de fournisseurs extérieurs réguliers en %
Toutes filières confondues	47	38
Céréalières	54	48
Horticoles	51	54
Bétail et Viande	47	23
Halieutiques	36	29

Il ressort de ce tableau que plus de la moitié des grossistes des filières céréalières et horticoles ont des clients extérieurs. Par contre pour les fournisseurs, seule la filière horticole donne un taux de grossistes de plus de 50%. Ainsi à partir du tableau, on peut conclure que le Mali a beaucoup plus besoin de l'extérieur pour son approvisionnement en certains produits horticoles. Pour les autres filières, les grossistes ont beaucoup plus besoins de clients.

8.3 Sécurisation des transactions

La sécurisation des transactions est un facteur très important dans l'organisation de l'activité de commercialisation. En effet avant et même juste après la libéralisation du commerce des produits agricoles, les transactions se faisaient sur la base des déclarations verbales et sur la base de la confiance. Cependant les enquêtes ont montré que les choses dans ce domaine sont en train d'évoluer et que de façon générale depuis le début des années 1990, les grossistes utilisent les documents pour matérialiser leurs transactions.

Filières	Utilisation de documents pour les achats en %	Utilisation de documents pour les ventes en %
Toutes filières confondues	38	46
Céréalières	54	74
Horticoles	38	44
Bétail et Viande	28	33
Halieutiques	31	31

Il ressort du tableau ci-dessous qu'aussi bien en achat qu'en vente plus de la moitié des grossistes de la filière céréalière utilise les documents. S'agissant des autres, cette utilisation a commencé. Cette forte proportion au niveau des grossistes des filières céréalières s'explique par le fait que cette filière a beaucoup plus bénéficié que les autres de la libéralisation du commerce des produits agricoles avec la création et la mise en place du Programme de Restructuration du Marché Céréalier en 1981.

La proportion des grossistes utilisant des documents pour la vente est supérieure pour toutes les filières à celle utilisant les documents pour les achats. Ce qui dénote la confiance entre le grossiste et ses fournisseurs qui est plus forte qu'entre le grossiste et ses clients. Elle explique également le fait que la plupart des grossistes utilisent leur propres réseaux pour les achats, ce qui nécessite moins l'utilisation des documents.

8.4 Planification des achats et des ventes

Excepté la filière céréalière et la filière bétail et viande, la proportion des grossistes planifiant leurs achats sont faibles. S'agissant de la vente, seule la filière bétail et viande arrive à offrir une opportunité à 60% des grossistes à planifier leurs ventes, certainement à cause d'un marché toujours demandeurs des pays côtiers.
Par ailleurs beaucoup de grossistes de la filière céréalière planifient leurs achats en prévision des achats institutionnels, ce qui explique le taux de 52 % pour les achats légèrement supérieur au taux de planification des ventes car les achats institutionnels ne sont pas toujours maîtrisés.

Filières	Planification des achats en %	Planification des ventes en %
Toutes filières confondues	46	44
Céréalières	52	48
Horticoles	36	36
Bétail et Viande	63	60
Halieutiques	31	31

IX – Echelle des opérations des grossistes dans la commercialisation des produits agro-alimentaires

Dans la commercialisation des produits agricoles, l'envergure des activités se mesure par le niveau d'équipement, les quantités des produits transigées et l'accessibilité au crédit. Ainsi cette partie de l'étude se doit de déterminer le niveau de tous ces indicateurs des grossistes en vue de se faire une idée sur leur échelle d'opération.

9.1 Possession de capacité de stockage

Les grossistes ont tous des capacités de stockage. Il n'est pas aussi rare de rencontrer que plusieurs grossistes peuvent se partager un magasin. Le pourcentage des grossistes possédant plus d'une capacité de stockage diminue rapidement.

Nombre de magasins	% de grossistes
1	68
2	18
3	6
4	3
>=5	5

La capacité moyenne de stockage dépend fortement des filières. Ainsi il a été obtenu une capacité moyenne de :

- 158 tonnes avec une valeur modale de 200 tonnes pour la filière céréalière ;
- 34 tonnes avec une valeur modale de 20 tonnes pour la filière horticole ;
- 26 tonnes avec une valeur modale de 50 tonnes pour la filière halieutique.

S'agissant du bétail, les grossistes ont en moyenne des parcs de 223 têtes avec une valeur modale de 200 têtes.

9.2 Quantités annuelles moyennes commercialisées

Le tableau ci-dessous donne une estimation des quantités annuelles moyennes commercialisées par les grossistes. Il ressort du tableau qu'au Mali, les produits tels que le maïs, le mil/sorgho, la pomme de terre et les gros ruminants sont aussi bien importés qu'exportés.

Les produits comme les dattes, l'igname et le niébé sont uniquement importés. Par contre les autres produits tels que l'échalote, les mangues, la noix de karité, la patate, le piment, les poissons fumés et séchés et les petits ruminants sont uniquement exportés.

Ainsi le Mali importe des pays suivants :

- Burkina Faso :le mil, le niébé, le maïs, la pomme de terre, les gros ruminants, le beurre de karité et le poisson séché ;
- Côte d'Ivoire : le maïs, l'igname et le poisson séché ;
- Niger : le mil ;
- Et l'Algérie : les dattes.

Par contre il exporte dans les pays suivants :

- Côte d'Ivoire : le mil, l'échalote, le pois sucré, les gros et les petits ruminants et les poissons fumés et séchés ;
- Sénégal : le maïs, la patate, le noix de karité, les gros et les petits ruminants ;
- Guinée Bissau et Gambie : les petits et les gros ruminants ;
- Burkina Faso : les mil/sorgho et la mangue ;
- Ghana : la pomme de terre ;
- Europe (l'Allemagne, la France, la Belgique et la hollande) : les mangues;
- Libéria : le piment ;
- Niger : le maïs, les gros et les petits ruminants ;
- Nigeria : les poissons frais, séchés et fumés ;
- Algérie et la Mauritanie : les gros et les petits ruminants

Produits	**Quantités annuelles moyennes commercialisées**	**Quantités annuelles moyennes importées**	**Quantités annuelles moyennes exportées**
Unité = Tonnes			
Mil/Sorgho	2824	1167	3045
Riz	1986	,	,
Maïs	1896	1327	1500
Pois sucré	1650	,	1000
Aliment bétail	1065	,	,
Beurre de Karité	1020	,	,
Banane	955	,	,
Orange	753	,	,
Dattes	565	565	,

Papaye	328	,	,
Mangue	302	,	263
Patate	240	,	240
Igname	200	200	,
Noix de karité	200	,	200
Niébé	175	40	,
Poisson séché	62	,	40
Poisson fumé	52	,	33
Piment	50	,	50
Pomme de terre	42	13	11
Echalote	38	,	38
Poisson Frais	6	,	5
Unités= Têtes			
Petits ruminants	3038	,	3038
Gros ruminants	1187	433	1224

Le tableau ci-dessus manque de données pour ce qui concerne les importations et les exportations. Ceci s'explique par le fait que les grossistes ne suivent pas systématiquement les quantités qu'ils importent et/ou exportent.

9.3 Possession des moyens propres de transport

En se referant sur toutes les filières confondues, la proportion des grossistes ayant des moyens de transport propres est faible. Elle n'est que de 24%. Parmi ceux qui en possèdent il y a :

- 59% qui sont des grossistes céréaliers ;
- 16% qui sont de la filière horticole ;
- 14% sont de la filière bétail et viande ;
- Et seulement 11% de la filière halieutique.

La capacité moyenne des moyens de transport des grossistes est de 29 tonnes avec une valeur modale de 40 tonnes.

9.4 Accès au crédit

Très peu de grossistes ont accès au crédit formel. Ainsi ils sont dans une proportion de 19% pour toutes les filières confondues. Ainsi parmi ces 19% on obtient les proportions suivantes par filière :

- 39% pour la filière céréalière ;

- 19% pour la filière horticole ;
- 32% pour la filière bétail et viande ;
- Et enfin 10% pour la filière halieutique.

Les types de crédits dont les opérateurs grossistes ont eu accès sont :

- les prêts bancaires simples octroyés par la Banque Of Africa, la Banque Nationale de Développement agricole et la Banque de Développement du Mali ;
- les prêts des projets et/ou programmes octroyés par le PASAOP ;
- Et les prêts des institutions de microfinances Kondo Jigima, Nyèsiguisso, CAECE et Kafo Djiguinè.

X – Activités commerciales liées à l'approvisionnement en produits agricoles

Au niveau des grossistes l'approvisionnement est essentiellement hebdomadaire. Ainsi il ressort des résultats des enquêtes que :

- 69% des grossistes s'approvisionnent hebdomadairement ;
- 16% journalière ment ;
- Et les autres 15% ont des fréquences d'approvisionnement variées.

L'essentiel des achats étant hebdomadaire. Le tableau ci-dessous donne une estimation des quantités totales de produits achetés durant la semaine et une estimation des quantités totales achetées durant la campagne de commercialisation d'un produit.

Produits	**Unités**	**Quantités achetées par semaine**	**Période des achats**	**Durée des achats en semaines**	**Quantités totales achetées**
Mil	Tonne	64,8	Décembre- Mars	16	1037
Sorgho	Tonne	56,71	Décembre- Mars	16	907
Arachide	Tonne	68,6	Novembre - Janvier	12	823
Gros ruminants	Têtes	57,37	3 mois	12	688
Petits ruminants	Têtes	80,86	2 mois	8	647
Riz	Tonne	38,18	Décembre- Mars	16	611
Maïs	Tonne	36,45	Décembre- Mars	16	583
Banane	Tonne	10	Toute l'année	52	520
Aliment bétail	Tonne	20,48	Mars-Juillet	20	410
Pois sucré	Tonne	31,73	Mai- Juillet	12	381
Igname	Tonne	23,33	Novembre - Janvier	12	280

orange	Tonne	11,29	Décembre- Mars	16	181
Echalote	Tonne	8,25	Novembre-Mars	20	165
Poisson frais	Tonne	2,47	Toute l'année	52	128
Mangue	Tonne	5,81	Avril - Juillet	16	93
Dattes	Tonne	10	2 mois	8	80
Niébé	Tonne	5	Septembre-Décembre	16	80
Gingembre	Tonne	9	2mois	8	72
Poisson séché	Tonne	1,19	Toute l'année	52	62
Patate	Tonne	4,62	Novembre- Janvier	12	55
Banane Plantin	Tonne	1	Toute l'année	52	52
Poisson fumé	Tonne	0,99	Toute l'année	52	51
Tomate	Tonne	2	Novembre-Mars	20	40
Gros oignon	Tonne	1,4	Novembre-Mars	20	28
Papaye	Tonne	1	Novembre-Mars	20	20
Pomme de terre	Tonne	0,8	Janvier- Mars	12	10

Cependant, il ne faut pas perdre de vue que les quantités totales achetées par semaine dépendent d'un certain nombre de facteurs dont entre autres :

- la période d'abondance du produit. En effet cette période correspond à la période des récoltes pour les produits agricoles céréaliers et horticoles, la période de soudure pour les animaux (mars, avril et mai) et la période des basses eaux pour les produits halieutiques;
- et le niveau de la demande et les perspectives de son évolution.

10.1 Informations disponibles pour les opérations d'achats

Le tableau ci-dessous donne par ordre d'importance les informations indispensables aux opérations d'achat

Types d'informations disponibles	**Fréquences**	**%**
Prix marché approvisionnement	**130**	**21**
Prix marché écoulement	**113**	**18**
Disponibilité des produits (Offre)	**97**	**16**
Demande	**91**	**15**
Appréciation de la campagne	**65**	**11**
Disponibilités des moyens de transport	**49**	**8**
Règlementation	**33**	**5**
Achat institutionnel	**21**	**3**
Partenaires commerciaux	**15**	**2**
Autres (Qualité des produits etc.)	**5**	**1**
Total	**619**	**100**

Il ressort de ce tableau que les informations disponibles les plus utilisées lors des opérations d'achat sont les prix des marchés d'approvisionnement et d'écoulement, l'offre, la demande et l'appréciation de la campagne agricole.

Les sources de ces informations sont contenues dans le tableau ci-dessous :

Sources des informations	Fréquences	%
Fournisseurs	275	47
Clients	209	36
Forains	38	6
Producteurs	36	6
Transporteurs	13	2
Douanes	10	2
Transformateurs	3	1
Services vétérinaires	1	0
Total	585	100

Le tableau ci-dessus montre bien que ce sont les fournisseurs et les clients qui constituent la principale source d'information des grossistes. Ensuite viennent les forains et les producteurs, qui sont aussi les principaux fournisseurs des grossistes au niveau local.

Les fréquences de diffusions sont contenues dans le tableau ci-dessous :

Fréquences de diffusion	Fréquences	%
Tout le temps	415	68
Semaine	154	25
Année	40	7
Mois	3	0
Trimestre	1	0
Total	613	100

10.2 Informations non disponibles pour les opérations d'achats mais nécessaires

Ces informations sont contenues dans le tableau ci-dessous :

Unité=%

Filières	Informations non disponibles	Tout moment	Semaine	Mois	Année	Total
Céréales	Sources de financement potentielles				2	2
	Prix sur les marchés intérieurs	15	62	6	2	85
	Prix sur les marchés extérieurs		2			2
	Offre dans les zones de production		2			2
	Offre sur les marchés extérieurs		2			2
	Prix dans les zones de production		2			2
	Demande d'achat important		2			2
	Offre sur les marchés d'approvisionnement		4			4
	Total	15	75	6	4	100
Produits horticoles	Prix sur les marchés européens			6		6
	Sources de financement potentielles				3	3
	Prix des semences			3		3
	Informations techniques sur les semences				3	3
	Prix sur les marchés intérieurs	6	32			39
	Prix sur les marchés extérieurs		3			3
	Offre dans les zones de production	3	13			16
	Prix dans les zones de production		3			3
	Demande d'achat	3				3

Filières	Informations non disponibles	Tout moment	Semaine	Mois	Année	Total
	important					
	Offre de vente importante	3				3
	Accessibilité	3	3			6
	Qualité recherchée par les différents acteurs		3			3
	Disponibilité des véhicules de transports	3	3			6
	Total	23	61	10	6	100
Bétail et Viande	Prix sur les marchés intérieurs	13	64			77
	Offre dans les zones de production		10			10
	Prix dans les zones de production		8	3		10
	Qualité recherchée par les différents acteurs		3			3
	Total	13	85	3		100
Produits halieutiques	Prix sur les marchés intérieurs	24	50	3		76
	Offre dans les zones de production		6			6
	Demande d'achat important		3			3
	Offre sur les marchés d'approvisionnement		6			6
	Qualité recherchée par les différents acteurs		3			3
	Disponibilité des véhicules de transports		6			6
	Total	24	74	3		100

Le tableau ci-dessus montre que les prix sur les marchés intérieurs constituent la principale information dont les grossistes ont besoin. En effet, il faut reconnaître que malgré que les SIM font des efforts dans ce sens en ce qui concerne les produits céréaliers, ces besoins sont loin d'être satisfaites Une des solutions à court terme pourrait être la mise à jour des échantillons des marchés des SIM, constitués il y a presque une vingtaine d'années. D'autres types d'informations constituent des besoins très recherchés dans les prises de décision d'achat dont entre autre l'offre, la demande, la qualité et la disponibilité des moyens de transport.

Les supports de diffusion de ces informations sont contenus dans le tableau ci-dessous. Pour de plus amples informations reportez-vous à l'annexe 4 :

Supports de diffusion	Fréquences	%
Radio nationale	67	44
Radio de proximité	30	19
Téléphone	26	17
Email	23	15
Cellulaire	5	3
Support papier	3	2
Total	154	100

XI – Activités commerciales les ventes

Au niveau des grossistes les ventes aussi sont essentiellement hebdomadaires. Il ressort des résultats des enquêtes que :

- 54% des grossistes effectuent des ventes importantes hebdomadairement ;
- 34% en ont journalière ment ;
- Et les autres 12% ont des fréquences de ventes importantes variées.

A l'instar des achats, il ressort de ce qui précède que les ventes importantes sont majoritairement hebdomadaires. Le tableau ci-dessous donne une estimation des ventes importantes hebdomadaires et une estimation des quantités totales vendues durant une campagne de commercialisation.

Produits	**Unités**	**Quantités vendues par semaine**	**Période des ventes**	**Durée des ventes en semaines**	**Quantités totales vendues**
Mil	Tonne	64	Décembre-Mars	16	1024
Sorgho	Tonne	56	Décembre-Mars	16	896
Gros ruminants	Têtes	57	3 mois	12	684
Petits ruminants	Têtes	80	2 mois	8	640
Riz	Tonne	38	Décembre-Mars	16	608
Maïs	Tonne	36	Décembre-Mars	16	576
Arachide	Tonne	46,5	Novembre - Janvier	12	558
Engrais	Tonne	40	Mars-Mai	12	480
Igname	Tonne	23	Novembre - Janvier	12	276
Beurre de karité	Tonne	19	Mai - Juillet	12	228
Orange	Tonne	9,83	Décembre-Mars	16	157

Pois sucré	Tonne	12,5	Mai-Juillet	12	150
Poisson frais	Tonne	2	Toute l'année	52	104
Echalote	Tonne	4	Novembre - Mars	20	80
Niébé	Tonne	5	Septembre-Décembre	16	80
Mangue	Tonne	5	Avril-Juillet	16	80
Dattes	Tonne	8,5	2 mois	8	68
Gingembre	Tonne	8	2 mois	8	64
Banane Plantin	Tonne	1	Toute l'année	52	52
Poisson séché	Tonne	1	Toute l'année	52	52
Patate	Tonne	4	Novembre - Janvier	12	48
Poisson fumé	Tonne	0,9	Toute l'année	52	47
Gros oignon	Tonne	1	Novembre - Mars	20	20
Piment	Tonne	0,9	Décembre-Février	12	11
Papaye	Tonne	0,5	Novembre - Mars	20	10
Pomme de terre	Tonne	0,8	Janvier-Mars	12	10
Blé	Tonne	0,2	Mai-Septembre	20	4

11.1 Informations non disponibles mais nécessaires pour les opérations de ventes

Ici aussi les informations sur les prix constitue les informations les plus recherchées quelle que soit la filière recherchée.

Unité=%

Filières	Informations non disponibles	Tout moment	Semaine	Mois	Trimestre	An	Deux mois	Total
Céréales	Stocks dans les zones ravitaillées		3					3
	Prix sur les marchés d'écoulement		11					11
	Informations sur les achats institutionnels						5	5
	Informations sur les appels d'offres d'achats importants						3	3
	Prix sur les marchés d'approvisionnement		3					3

Filières	Informations non disponibles	Tout moment	Semaine	Mois	Trimestre	An	Deux mois	Total
	Prix sur les marchés de production		3					3
	Stocks sur les marchés d'approvisionnement		3					3
	Offre dans les zones de production		3					3
	Demande potentielle des différentes localités		3					3
	Prix sur les marchés intérieurs	16	46	3				65
	Total	16	73	3			8	100
Produits horticoles	Prix des pays de la sous région		5					5
	Prix sur les marchés d'écoulement		24					24
	Prix sur les marchés de production		5					5
	Offre dans les zones de production		5					5
	Demande potentielle des différentes localités		19					19
	Qualité		5					5
	Prix sur les marchés intérieurs	10	24			5		38
	Total	10	86			5		100
Bétail et Viande	Prix des pays de la sous région		19					19
	Sources de financement potentiel					4		4
	Prix sur les marchés de		4					4

Filières	Informations non disponibles	Tout moment	Semaine	Mois	Trimestre	An	Deux mois	Total
	production							
	Offre dans les zones de production		4	4	4			12
	Prix sur les marchés intérieurs	19	42					62
	Total	19	69	4	4	4		100
Produits halieutiques	Prix sur les marchés d'écoulement		6					6
	Prix sur le marché de référence		3					3
	Coût d'approche entre marché de référence et lieu de vente		3					3
	Stocks sur les marchés d'approvisionnement		3					3
	Offre dans les zones de production	3						3
	Demande potentielle des différentes localités		8					8
	Moyens de transports		6					6
	Prix sur les marchés intérieurs	17	42	11				69
	Total	19	69	11				100

Les supports de diffusion sont contenus dans le tableau ci-dessous. Pour de plus amples informations reportez-vous à l'annexe 5.

Supports de diffusion	Fréquences	%
Radio nationale	62	50
Radio de proximité	22	18
Téléphone	20	16
Emails	16	13
Autres	2	2
Support papier	1	1
Cellulaire	1	1
Internet	1	1
Total	125	100

XII Entraves aux mouvements

Les entraves aux mouvements sont des phénomènes qui ont toujours été décriés par les opérateurs, mais qui persistent toujours. Ces entraves se présentent sous diverses formes. En terme de faux frais, elles sont difficiles à évaluer. En effet étant illégaux, ces coûts dépendent de plusieurs facteurs que personne ne peut maîtriser. L'annexe III donne des tableaux obtenus du dépouillement des enquêtes. Ils contiennent par filière et par axe, les informations sur le nombre de poste, les taxes informelles et les temps d'arrêts aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays.

12.1 A l'intérieur du pays

La durée moyenne de passage des barrières est de 53 minutes avec une valeur modale de 30 minutes. Les différentes entraves aux mouvements des produits agricoles sont contenues dans le tableau suivant :
Unité=%

Entraves au commerce interne	Céréales	Produits horticoles	Bétail et Viande	Produits halieutiques	Total
Taxes variables	2	4	10		17
Manque de wagons et retard des trains	2				2
Taxes nombreuses (sanitaires, municipales, police, gendarmerie)	6	2	4	6	19
Moyens de transports vétustes	2	4	2	6	15
Tracasseries aux postes de contrôle	10	6	10	10	38

Mauvais état des routes		2		4	6
Barrières routières nombreuses		4			4
Total	23	23	27	27	100

12.2 A l'extérieur du pays

La durée moyenne de passage des barrières est de 1 heure 15 mn avec une valeur modale de 30mn. Les différentes entraves au mouvement à l'extérieur du pays sont contenues dans le tableau ci-dessous

Unité=%

Entraves au commerce extérieur	Céréales	Produits horticoles	Bétail et Viande	Produits halieutiques	Total
Taxes élevées	6	3	29		39
Longue attente	3			3	6
Interdiction de sortie des céréales	3				3
Equipements de conservation		3			3
Beaucoup de barrières				3	3
Tracasseries	19	6	13	6	45
Total	32	13	42	13	100

12.3 Propositions d'allègements à l'intérieur du pays

Les principales propositions d'allègement des entraves en ce qui concerne le commerce interne des produits agricoles sont :

- la diminution des taxes ;
- la diminution des postes de contrôle ;
- le paiement formel unique jusqu'aux frontières maliennes
- et des équipements de transport et de conservation adéquat.

Unité=%

Propositions d'allègement à l'intérieur du pays	Céréales	Produits horticoles	Bétail et Viande	Produits halieutiques	Total
Meilleurs sensibilisations	1	1			2
Diminution des taxes	6	7	10	1	24
Exonération des produits agro alimentaires	1	1			2

Propositions d'allègement à l'intérieur du pays	Céréales	Produits horticoles	Bétail et Viande	Produits halieutiques	Total
Accès au crédit	1			1	2
Appui de la chambre de commerce	1				1
Baisse du nombre de taxes	1				1
Diminution des postes de contrôle	3	4		11	19
Eviter les arrêts prolongés aux postes de contrôle	1	1	1		3
Equipement de transport et de conservation adéquat		3	1	4	9
Lutte contre les taxes informelles	2	2			4
Paiement formel unique jusqu'aux frontières maliennes	1		3	6	10
Mise en application de l'accord sur les produits de crue	1		1		2
Création observatoire sur les pratiques anormales			1		1
Concertation entre les acteurs pour la fluidité des échanges	1		3		4
Création d'un marché de bétail a Sikasso			2		2
Lutte contre les tracasseries routières		1			1
Décentralisation des intentions d'exportation			4		4
Problèmes liés aux transports	1				1
Lutte contre la hausse des prix du carburant		1			1
Création d'un marché de poisson				3	3
Total	22	22	28	27	100

12.4 Propositions d'allègements à l'extérieur du pays

Les principales propositions pour la fluidité des échanges des produits agro-alimentaires à l'extérieur du pays sont entre autres :

- la suppression des taxes dans l'espace Ouest africain ;
- la mise en application de l'accord sur les produits de crue ;
- la cessation des tracasseries lors des passages des frontières ;
- la diminution des postes de contrôle ;
- et enfin la concertation entre les pays pour la promotion des échanges.

Unité=%

Propositions d'allègement à l'extérieur du pays	Céréales	Produits horticoles	Bétail et Viande	Produits halieutiques	Total
Supprimer les taxes	2		13	11	26
Levée de l'interdiction des exportations	4				4
Eviter les longues attentes à la frontière		4		4	9
Diminution des postes de contrôle	2	2	4	2	11
Exonération des taxes à l'importation			2	4	7
Eviter les tracasseries lors des passages des frontières			9	4	13
Mise en application de l'accord sur les produits de crue	4	2	9	2	17
Création observatoire sur les pratiques anormales			2		2
Concertation entre les pays pour la promotion des échanges	4		7		11
Total	17	9	46	28	100

ANNEXE I : Le guide d'entretien

Guide d'entretien :

Le présent guide cherche à évaluer les besoins d'information des principaux acteurs (commerçants grossistes) des marchés du bétail et des produits agricoles, les meilleurs créneaux de dissémination de ces informations, le niveau actuel des importations et exportations des acteurs enquêtes, et les difficultés et les délais de passage aux frontières. Les acteurs concernés sont les commerçants grossistes du bétail et des produits agricoles et halieutiques.

Pour cette catégorie d'acteurs il s'agira de recueillir les informations par rapport aux activités d'achat et de vente et par rapport aux meilleurs moyens de diffusion de ces informations. Bien entendu qu'en plus des informations sur les marchés intérieurs la population cible est intéressée par d'autres types d'information sur les marchés extérieurs.

Type d'information en rapport avec l'activité d'achat :

Dans le cadre des activités d'achat les commerçants prennent régulièrement les décisions suivantes :

- les quantités à acheter par produit agricole
- les marchés d'approvisionnement et de vente
- les périodes d'achat
- le choix des modes d'approvisionnement.

La réussite de chacune de ses activités passe par une maîtrise d'un certain nombre d'information. Il revient à l'enquêteur d'identifier ces informations et de faire la part entre celles qui sont satisfaites et celles qui ne le sont pas tout en mettant l'accent sur ces dernières.
Leurs caractéristiques sont les suivantes :

Cf. questionnaire 2 3.b

Type d'information en rapport avec l'activité de vente :

Les ventes s'effectuent principalement sur les marchés des centres urbains et des zones déficitaires. Ainsi, pour écouler leurs produits, les commerçants décident généralement :

Cf. questionnaire 24.a

Pour ce faire les commerçants utilisent une gamme d'information. Certaines leurs sont fournies par leur propre réseau mais ils éprouvent des difficultés à obtenir d'autres. Vous devez faire l'état de l'ensemble de ces informations tout en vous appesantissant sur celles non disponibles. Celles-ci pourraient se caractériser par :

Au niveau des marchés intérieurs :

- le niveau de la demande dans les zones de vente ;
- la liste de clients
- les prix en cours sur les marchés de vente et à l'exportation ;
- l'accessibilité des marchés ;
- les fréquences et les supports de diffusion
- la qualité des produits
- les infrastructures de stockage et de conservation
- autres (à préciser).

Au niveau des marchés extérieurs (marchés de la sous-région)

- l'état d'approvisionnement des marchés ;
- les prix pratiqués sur ces marchés ;
- la demande potentielle de ces marchés
- la liste des opérateurs éventuels ;
- les règlementations en vigueur dans ces pays ;
- la disponibilité de moyen de transport et le coût de transport ;
- les exigences de qualité
- les difficultés et les délais de passage aux frontières ;
- les moyens de paiement ;
- les fréquences et les supports de diffusion
- autres (à préciser).

La situation des échanges au démarrage du projet

Il s'agira de collecter auprès de chaque opérateur grossiste choisi les informations sur :

- le volume moyen des exports /imports jusqu'ici réalisé par mois ou par an ;
- les contraintes majeures auxquelles ils sont confrontés dans le cadre de ces opérations
    - difficultés de mouvement à l'intérieur des pays et au passage des frontières (nombre de stop et de contrôle, taxes sauvages etc …),

- les textes règlementaires,
- la mauvaise organisation des opérateurs
- la non application des textes régissant le commerce sous régional
- etc…..;

- les délais de passage aux frontières
- les propositions d'amélioration à apporter en vue de promouvoir d'avantage les échanges.

ANNEXE II : Questionnaires

Questionnaire pour
le recensement des besoins d'information
et pour une augmentation du volume des échanges

Fiche f1
Nom de l'enquêteur :
Date d'enquête :
Lieu :

I. Identification de l'enquêté :

1. Numéro de code de l'enquêté : /_____/
2. *Sexe :* *M /____/ F /____/*
3. Pays : /_____/
4. Ville : /_____/
5. Adresse : _____
   _____
6. TEL : *Cellulaire :*
7. *Nationalité :*
8. Nombre d'année d'exercice de la profession : /_____/
9. Type d'opérateur :
   1 grossistes imp/export;
   2 grossistes :
   3 autres à préciser :

10. *Autres activités par ordre d'importance:*
    1
    2
    3
    4
    5

11. Niveau d'instruction :

    Avez-vous été à l'école : oui /_____/ non /____/

    Si oui :

Type d'école :

Niveau d'instruction :

Primaire : /____/
Secondaire : /____/
Supérieur : /____/
Alphabétisation fonctionnelle : /____/

Autres à préciser :

12. Nombre de vos employés : /_____/

13. Appartenance à des organisations d'opérateurs économiques : Oui:/___/ Non: /___/

Si Oui

Citer les organisations :

1
2
3
4
5

Si non Pourquoi ?

14. Qu'attendez-vous d'une organisation (citer par ordre d'importance) :

II Organisation de l'activité

15. Avez-vous un réseau de :

Collecteurs : oui /____/ non /____/

Distributeurs : oui /___/ non /____/

16. Avez-vous dans le cadre de vos opérations avec l'extérieur des :
Clients réguliers : oui /_____/ non /_____/

Fournisseurs réguliers :oui /_____/ non /_____/

17. Utilisez-vous des documents pour formaliser les opérations entre opérateurs:

D'achat : oui /____/ non /_____/

De vente : oui /____/ non /_____/

Depuis combien de temps :

18. Planifiez-vous à l'avance vos :

Achats : oui /_____/ non /____/

Ventes : oui/_____/ non /____/

III Echelle d'opérations :

19. Disposez vous d'infrastructure de stockage ou de conservation:
oui /___/ non /____/

Si oui : le nombre : /_____/

N°	Lieux	Capacités en Tonnes
1		
2		
3		
4		
5		

20 . Quelle est la quantité moyenne commercialisée

Produits	Quantités commercialisées				
	Quantités annuelles	Importation	Pays Origine (Marches/Villes)	Exportation	Pays Destination (Marches/Villes)

21. Disposez-vous de moyen propre de transport :

oui /_____/ non /_____/

si oui

N°	Type	Capacité
1		
2		
3		
4		
5		

22. Avez-vous accès au crédit formel pour vos opérations :

Oui /____/ non: /_____/

Si oui :

N°	Type de crédits	Sources
1		
2		
3		
4		
5		

Fiche f2

IV. Activités commerciales

23. Sources d'approvisionnement

Origine

Marchés intérieurs (1) /____/

Marchés de la sous région (2) /____/

Marché international (3) /____/

Produits	Origine	Fréquence	Nombre Approvisionnement pour la période	Quantité moyenne par Approv	Quantité moyenne totale pour la période

Code fréquence 1 =Jour ; 2= Semaine ; 3=Mois ; 4= trimestre ; 5=Année ; 6=Autres

a. Informations que vous possédez et qui vous aident à prendre vos décisions d'approvisionnement et sources :

Types d'information	Utilisation	Sources	Fréquences de consultation
Prix marchés Approvisionnement			
Prix marchés Ecoulement			
Achat Institutionnel			
Disponibilité des produits/Offre			
Demande			
Appréciation de la campagne			
Partenaires commerciaux			
Disponibilité des moyens de transport			
Réglementation			
Autres			

1 = tout moment, 2 = semaine, 3 = mois, 4 = trimestre, 5 = année

b. Informations que vous jugez utiles pour l'accroissement de vos opérations d'approvisionnement et dont vous ne disposez pas :

Informations	Supports de diffusion	Fréquences de diffusion

1 = tout moment, 2 = semaine, 3 = mois, 4 = trimestre, 5 = année

24. Marchés d'écoulement/vente

Marchés intérieurs (1) /____/
Marchés de la sous région (2) /____/
Marché international (3) /____/

Produits	Origine	Fréquence	Nombre de ventes importantes pour la période	Quantité moyenne par vente	Quantité moyenne totale vendue pour la période

Code fréquence 1 =Jour ; 2= Semaine ; 3=Mois ; 4= trimestre ; 5=Année ; 6=Autres

a. Informations que vous jugez utiles pour l'accroissement de vos opérations de vente et dont vous ne disposez pas :

Informations	Supports de diffusion	Fréquences de diffusion

1 = tout moment, 2 = semaine, 3 = mois, 4 = trimestre, 5 = année

V. Entraves aux mouvements

25. quelles sont les difficultés que vous rencontrez lors du transport des produits :

- à l'intérieur :

Nombre de postes de contrôle : /_____/

Taxes informelles : /_____/
Durée moyenne de passage par poste de contrôle :
Autres problèmes (précisez) :----------

_____

_____

_____

_____

_____

_____

- lors du passage des frontières :

Nombre de postes de contrôle : /_____/

Taxes informelles : /_____/

Durée moyenne de passage par poste de contrôle :

Autres problèmes (précisez) :----------

26. Quelles sont vos propositions pour un allègement de ces difficultés lors du transport des produits :

- à l'intérieur :

- lors du passage des frontières :

ANNEXE III : Informations sur les pratiques anormales

A l'intérieur

Filières	Nombre de postes	Taxes informelles	Axes	Temps d'arrêt par poste (Mn)
Produits horticoles	10	2 500	Axe Bandiagara Bamako	60
Céréales	4	4 000	Axe Bougouni Bamako	10
Bétail et Viande	10	2 000	Axe Koro Bamako	10
Bétail et Viande	7	4 000	Fatoma Bamako	60
Bétail et Viande	12	3 500	Axe Sofara Bamako	30
Bétail et Viande	10	4 000	Axe Koro Bamako	10
Céréales	,	10 000	par poste	,
Bétail et Viande	,	600	par poste	,
Produits horticoles	11	1 600	par poste	10
Produits horticoles	5	5 000	par poste	,
Céréales	5	10 000	Axe Bamako Kayes	,
Céréales	2	10 000	Axe Bamako Kayes	,
Céréales	5	20 000	Axe Bamako Kayes	,
Produits horticoles	2	30 000	Axe Bamako Kayes	,
Produits horticoles	5	10 000	Axe Bamako Kayes	,
Produits horticoles	2	10 000	Axe Bamako Kayes	,
Produits horticoles	5	30 000	Axe Bamako Kayes	,
Produits horticoles	6	18 000	Axe Ségou Sikasso	30
Produits horticoles	5	15 000	Axe Ségou Sikasso	30
Produits horticoles	6	15 000	Axe Ségou Sikasso	30
Bétail et Viande	15	75 000	Axe Ségou Zegoua	35
Bétail et Viande	3	6500	Axe Ségou Bamako	15
Bétail et Viande	13	120 000	Axe Ségou Diboli	30
Céréales	4	4 000	Axe Ségou Bamako	30
Céréales	4	4 000	Axe Ségou Bamako	30
Produits halieutiques	3	2 000	Axe Ségou Bamako	30
Produits halieutiques	3	2 000	Axe Ségou Bamako	20
Produits halieutiques	3	2 000	Axe Ségou Bamako	15
Produits halieutiques	4	10 000	Axe Tenenkou Segou	10
Produits halieutiques	4	2 000	Axe Ségou Bamako	20
Produits horticoles	4	200 000	Axe Zegoua Abidjan	60

A l'extérieur

Filières	Nombre de postes	Taxes informelles	Axes	Temps d'arrêt par poste (Mn)
Bétail et Viande	,	500	par poste	,
Bétail et Viande	,	1 500	par poste	,
Bétail et Viande	,	2 000	par poste	,
Bétail et Viande	1	30 000	par poste	50
Bétail et Viande	,	30 000	par poste	50
Bétail et Viande	,	800 000	Axe Koutiala Abidjan	50
Céréales	,	4 000	par poste	,
Bétail et Viande	30	300 000	Axe Zégoua Abidjan	30
Bétail et Viande	16	350 000	Axe Zégoua Abidjan	30
Bétail et Viande	20	600 000	Axe Zégoua Abidjan	30
Bétail et Viande	35	400 000	Axe Ségou Abidjan	30
Bétail et Viande	,	115 000	Diboli Dakar/Banjul	10
Céréales	12	300 000	Axe Ségou Niger	180
Céréales	8	24 000	Axe Ségou Bobo	30
Produits halieutiques	15	20 000	Axe Zégoua Abidjan	150
Produits halieutiques	15	20 000	Axe Ségou Abidjan	180

ANNEXE IV : Besoins d'informations non disponibles pour les achats et les supports de diffusion souhaités par les enquêtés

Unité=%

Filière concernée		Support papier	Radio nationale	Radio de proximité	Téléphone	Cellulaire	Emails	Total
Céréales	Sources de financement potentielles	2						2
	Prix sur les marchés intérieurs		31	29	10		15	85
	Prix sur les marchés extérieurs					2		2
	Offre dans les zones de production		2					2
	Offre sur les marchés extérieurs				2			2
	Prix dans les zones de production					2		2
	Demande d'achat important					2		2
	Offre sur les marchés d'approvisionnement		2			2		4
	Total	2	35	29	12	8	15	100
Produits horticoles	Prix sur les marchés européens				3	3		7
	Sources de financement potentielles	3						3
	Prix des semences				3			3
	Informations techniques sur les semences	3						3
	Prix sur les marchés intérieurs		28		3		7	38
	Prix sur les marchés extérieurs		3					3
	Offre dans les zones de production		10		7			17
	Prix dans les zones de production				3			3
	Demande d'achat important						3	3
	Offre de vente importante						3	3
	Accessibilité				3		3	7
	Qualité recherchée par les différents acteurs		3					3
	Disponibilité des véhicules de transports		3					3
	Total	7	48		24	3	17	100
Bétail et Viande	Prix sur les marchés intérieurs		49	15			13	77
	Offre dans les zones		5		5			10

Filière concernée		Support papier	Radio nationale	Radio de proximité	Téléphone	Cellulaire	Emails	Total
	de production							
	Prix dans les zones de production		5		5			10
	Qualité recherchée par les différents acteurs		3					3
	Total		62	15	10		13	100
Produits halieutiques	Prix sur les marchés intérieurs		18	21	24		15	79
	Offre dans les zones de production		3	3				6
	Demande d'achat important			3				3
	Offre sur les marchés d'approvisionnement		6					6
	Qualité recherchée par les différents acteurs		3					3
	Disponibilité des véhicules de transports				3			3
	Total		30	27	27		15	100

ANNEXE V : Besoins d'informations non disponibles pour les ventes et les supports de diffusion souhaités par les enquêtés

Unité=%

Filière concernée		Support papier	Radio nation.	Radio de proximité	Teleph.	Cell.	E_mail	Internet	Total
Céréales	Stocks dans les zones ravitaillées		3			3			5
	Prix sur les marchés d'écoulement		11						11
	Informations sur les achats institutionnels		5						5
	Informations sur les appels d'offres d'achats importants		3						3
	Prix sur les marchés d'approvisionnement		3						3
	Prix sur les marchés de production				3				3
	Stocks sur les marchés d'approvisionnement				3				3
	Offre dans les zones de production		3						3
	Demande potentielle des différentes localités		3						3
	Prix sur les marchés intérieurs		18	16	13		13	3	63
	Total		47	16	18	3	13	3	100
Produits horticoles	Prix des pays de la sous région						5		5
	Prix sur les marchés d'écoulement		24						24
	Prix sur les marchés de production		5						5
	Offre dans les zones de production		5						5
	Demande potentielle des différentes localités				19				19
	Qualité				5				5
	Prix sur les marchés intérieurs		24		5		10		38
	Total		57		29		14		100
Bétail et Viande	Prix des pays de la sous région		19						19
	Sources de financement potentiel	4							4
	Prix sur les marchés de production		4						4
	Offre dans les zones de production		8		4				12
	Prix sur les marchés intérieurs		23	23			15		62
	Total	4	54	23	4		15		100

Filière concernée		Support papier	Radio nation.	Radio de proximité	Teleph.	Cell.	E_mail	Internet	Total
Produits halieutiques	Prix sur les marchés d'écoulement			6					6
	Prix sur le marché de référence		3						3
	Coût d'approche entre marché de référence et lieu de vente		3						3
	Stocks sur les marchés d'approvisionnement				3				3
	Offre dans les zones de production				3				3
	Demande potentielle des différentes localités		3		6				9
	Moyens de transports		6						6
	Prix sur les marchés intérieurs		26	24	6		12		68
	Total		41	29	18		12		100