

## **TABLE DES ACRONYMES ET SIGLES**

ADAF : Appropriate Development for African Foundation

DSCN : Direction de la statistique et de la comptabilité nationale

EFA : Exploitation familiale agricole

Fcfa : Franc de la communauté financière africaine

FIDA : Fond International pour le Développement Agricole

FUGIMA : Fédération des unions de GIC de la Méfou et Akono

GIC : Groupe d'initiative commune

MC<sup>2</sup> : Mutuelles Communautaires de Croissance

MINADER : Ministère de l'agriculture et du développement rural

ODECO : Organisme de Développement, d'Étude, de formation et de Conseils

ONG : Organisation non gouvernementale

ONRT : Observatoire National des Racines et Tubercules

OP : Organisation professionnelle

PED : Pays en développement

PICA : Point d'information commerciale agricole

PNDRT : Projet National de Développement des Racines et Tubercules

R&T : Racines et tubercules

REPARAC : Renforcement du Partenariat dans la Recherche Agronomique au Cameroun

RN : Revenu net

SAAR : Société Africaine d'Assurance et de Réassurances

SIM : Système d'information sur les marchés

UML : Unité de mesure locale



## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
<b>1 CONTEXTE DE L'ETUDE, PROBLEMATIQUE ET METHODOLOGIE.....</b>	<b>3</b>
1.1 CONTEXTE DE L'ETUDE .....	3
1.1.1 <i>Les filières racines et tubercules (R&amp;T) au Cameroun.....</i>	<i>3</i>
1.1.2 <i>Contexte institutionnel.....</i>	<i>7</i>
1.1.3 <i>Justification de la mise en place de système d'information de marché (SIM) pour les R&amp;T .....</i>	<i>10</i>
1.2 JUSTIFICATION DE L'ETUDE .....	14
1.2.1 <i>Impacts limités des SIM.....</i>	<i>15</i>
1.2.2 <i>... du fait d'un manque de coordination entre le SIM et l'information issue du marché .....</i>	<i>15</i>
1.2.3 <i>Problématique et objectifs de l'étude .....</i>	<i>16</i>
1.3 APPROCHE METHODOLOGIQUE .....	17
1.3.1 <i>Explication des institutions des filières et de leur mode de fonctionnement.....</i>	<i>17</i>
1.3.2 <i>Identification des stratégies anti-risques des agents des filières manioc et macabo .....</i>	<i>19</i>
1.3.3 <i>Dispositif de collecte des données et méthode d'échantillonnage .....</i>	<i>21</i>
1.3.4 <i>Les limites de l'étude .....</i>	<i>22</i>
<b>2 APPROVISIONNEMENT DES MARCHES DE LA VILLE DE YAOUNDE ..</b>	<b>23</b>
2.1 LES ACTEURS DIRECTS INTERVENANT DANS LES FILIERES MANIOC/MACABO .....	23
2.1.1 <i>Les producteurs .....</i>	<i>24</i>
2.1.2 <i>Les commerçants .....</i>	<i>32</i>
2.1.3 <i>Les consommateurs .....</i>	<i>35</i>
2.2 LES ZONES D'APPROVISIONNEMENT ET DE DISTRIBUTION DU MANIOC ET DU MACABO .....	35
2.2.1 <i>Principales zones d'approvisionnement.....</i>	<i>36</i>
2.2.2 <i>Les marchés urbains et ruraux .....</i>	<i>38</i>
2.3 LIEN ENTRE CLIMAT ET APPROVISIONNEMENT DE YAOUNDE.....	41
2.3.1 <i>Caractéristiques climatiques des zones d'approvisionnement.....</i>	<i>41</i>
2.3.2 <i>Disponibilité du manioc et du macabo sur les marchés de Yaoundé.....</i>	<i>43</i>
2.4 LE MODE D'ACHEMINEMENT : LE TRANSPORT ET LE CONDITIONNEMENT .....	47
2.4.1 <i>Le transport .....</i>	<i>47</i>
2.4.2 <i>Le conditionnement .....</i>	<i>48</i>
2.5 LES CONTRAINTES A LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE MANIOC ET DU MACABO .....	50
2.5.1 <i>La périssabilité du manioc .....</i>	<i>50</i>
2.5.2 <i>Des problèmes d'information au niveau du producteur.....</i>	<i>50</i>
2.5.3 <i>Un problème d'approvisionnement : financier et physique .....</i>	<i>50</i>
2.5.4 <i>Les problèmes de transport .....</i>	<i>51</i>
<b>3 RESEAUX DE COMMERCIALISATION ET FORMATION DES PRIX .....</b>	<b>53</b>
3.1 CIRCUITS DE COMMERCIALISATION .....	53
3.1.1 <i>Circuits de commercialisation du manioc frais.....</i>	<i>55</i>
3.1.2 <i>Circuits de commercialisation du bobolo.....</i>	<i>65</i>
3.1.3 <i>Circuits de commercialisation du fofou de manioc .....</i>	<i>74</i>
3.1.4 <i>Circuits de commercialisation du macabo .....</i>	<i>83</i>

3.2	LA FORMATION DES PRIX .....	94
3.2.1	<i>Le manioc frais : circuit à faible portée</i> .....	95
3.2.2	<i>Le bâton de manioc : un produit à forte rentabilité</i> .....	96
3.2.3	<i>Le fofou de manioc : des situations contrastées</i> .....	98
3.2.4	<i>Le macabo : influence forte des collecteurs</i> .....	101
3.2.5	<i>Répartition entre marges et charges des prix à la consommation</i> .....	102
<b>4</b>	<b>STRATEGIES D'ADAPTATION DES ACTEURS FACE AUX CONTRAINTES DE COMMERCIALISATION DES FILIERES MANIOC/MACABO</b> .....	<b>103</b>
4.1	FACE AU PROBLEME DE PERISSABILITE, UNE SOLUTION : LA TRANSFORMATION ET LA CONSERVATION .....	104
4.1.1	<i>Stockage et conservation du manioc</i> .....	104
4.1.2	<i>Stockage et conservation du macabo</i> .....	105
4.1.3	<i>Transformation du manioc</i> .....	106
4.1.4	<i>Transformation du macabo</i> .....	108
4.1.5	<i>Contraintes de la transformation</i> .....	108
4.1.6	<i>Rentabilité de la transformation</i> .....	108
4.2	FACE AU PROBLEME DE FINANCEMENT DES ACTIVITES COMMERCIALES : LES ASSOCIATIONS FINANCIERES ENDOGENES ET L'ENTRAIDE .....	112
4.2.1	<i>De l'aide à la solidarité</i> .....	112
4.2.2	<i>Organisations endogènes d'aide au financement des activités socio- économiques des acteurs : solidarité communautaire</i> .....	113
4.3	FACE AUX PROBLEMES D'APPROVISIONNEMENT DES MARCHES : COORDINATION DES ACTEURS ET STRATEGIES DE VENTE .....	119
4.3.1	<i>Stratégies d'adaptation des producteurs</i> .....	120
4.3.2	<i>Stratégies d'adaptation des commerçants</i> .....	123
	<b>CONCLUSION</b> .....	<b>132</b>
	<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	<b>137</b>
	<b>TABLE DES ILLUSTRATIONS</b> .....	<b>140</b>
	<b>TABLE DES TABLEAUX</b> .....	<b>142</b>
	<b>ANNEXES</b> .....	<b>143</b>

# INTRODUCTION

Dans le grand Sud Cameroun (provinces du Centre, du Sud et de l'Est regroupant 4,1 millions d'habitants en 2004), les racines et tubercules constituent la base de l'alimentation des ménages ruraux et des populations urbaines à faibles revenus (PNDRT, 2003 ; Dury *et al.*, 2003 ; INS, 2006). Les racines et tubercules constituent par ailleurs des sources de revenus essentielles pour les femmes rurales, qui sont les acteurs principaux de la production, de la transformation et de la commercialisation. La production est avant tout autoconsommée et seul un faible surplus est commercialisé, souvent pour répondre à des besoins monétaires ponctuels (de l'ordre de 600 kg/ménage-producteur/an, d'après le PNDRT, 2003). Les dépenses des ménages pour l'achat des racines de manioc et ses produits dérivés s'élevaient en 1996 à 14,2 milliards de Fcfa au Cameroun (8,6 milliards de Fcfa pour les produits transformés et 5,6 milliards de Fcfa pour les racines de manioc) et représentaient environ 4% des dépenses alimentaires des ménages. Tandis que les dépenses des ménages pour l'achat du macabo s'élevaient en 1996 à 10,2 milliards de Fcfa au Cameroun.

A l'avenir, le principal défi du secteur des racines et tubercules sera de répondre à une demande urbaine de plus en plus importante. En 2010, 57% des Camerounais vivront en milieu urbain, tandis que le nombre de producteurs agricoles sera encore au même niveau qu'en 2001. Par conséquent, le surplus commercialisé de racines et tubercules par ménage-producteur devra augmenter de 50% pour satisfaire à la demande (PNDRT, 2003) et l'offre totale devra augmenter de 30%. Or actuellement, les acteurs des filières racines et tubercules réagissent insuffisamment aux opportunités du marché à cause de diverses contraintes que sont l'insuffisante maîtrise de la production (maladies, ravageurs, pénibilité du travail), le mauvais état des infrastructures de communication et de transport, de commercialisation, ainsi que la faible structuration de la chaîne commerciale.

Les niveaux de spécialisation et d'intensification sont variables selon les cultures, mais dans le cas du manioc ceux-ci sont faibles : il se cultive traditionnellement selon un mode extensif à vocation essentiellement d'autoconsommation, ce qui constitue un frein à l'essor du marché. La culture du macabo en revanche a une vocation commerciale plus affirmée. D'une manière générale, l'appareil de production ne semble pas présenter la flexibilité nécessaire pour répondre aux signaux des marchés et des doutes existent sur la capacité à long terme de la filière de satisfaire la demande. L'augmentation du prix des produits vivriers traduit une dégradation de la sécurité alimentaire et peut devenir source de troubles sociaux et d'appauvrissement de la population.

Face à ces constats, la politique gouvernementale pour ces filières vise à accroître la part de ces produits dans l'alimentation de la population, afin de réduire le volume des importations alimentaires et d'améliorer la sécurité alimentaire nationale. La stratégie affichée porte en particulier sur l'amélioration de la productivité au champ (vulgarisation de semences de qualité et des itinéraires techniques), la mise sur le marché de ces produits (régularité de l'approvisionnement des villes et stabilisation des prix) et la promotion des entrepreneurs orientés vers la transformation ou l'exportation.

C'est dans cette optique que le Projet National de Développement des Racines et Tubercules (PNDRT) du Fond International pour le Développement Agricole (FIDA) a prévu la mise en place d'un observatoire des filières, comprenant en particulier un système d'information sur les marchés (SIM). Une étude a été réalisée en 2006/2007 pour la conception et la structuration de cet observatoire (BDPA, 2007). Mais les

questions sur les mécanismes de coordination propres aux acteurs des filières n'ont pas été réellement prises en considération dans la conception du futur SIM, risquant ainsi d'en limiter l'impact.

La présente étude s'inscrit dans le cadre du projet de recherche en partenariat sur le manioc et le macabo au sein du projet pour le Renforcement du Partenariat dans la Recherche Agronomique au Cameroun (REPARAC). L'objectif général de ce projet de recherche est de contribuer à améliorer l'approvisionnement des centres urbains du sud Cameroun en produits vivriers et à améliorer le revenu des exploitations familiales agricoles (EFA). Le projet se centre d'une part sur la validation et la valorisation en milieu paysan de résultats de la recherche agronomique en matière de production de manioc et de macabo, d'autre part sur un appui à la commercialisation au travers d'actions d'information et de renforcement des capacités d'organisation par la coordination et la concertation entre les différents acteurs de la filière.

Afin d'améliorer l'efficacité de la chaîne de commercialisation des racines et tubercules, il est primordial de bien cerner les flux et les acteurs des filières d'approvisionnement des principaux centres de consommation des racines et tubercules, afin d'en dégager les contraintes, les modes d'organisation et les domaines de renforcement des capacités. Or cette étude a été réalisée afin de comprendre et d'analyser le fonctionnement de la commercialisation, les modes d'approvisionnement des grands centres urbains, les mécanismes de prise de décision des acteurs, la gestion du risque par les agents ainsi que les modes actuels de circulation de l'information.

# 1 CONTEXTE DE L'ETUDE, PROBLEMATIQUE ET METHODOLOGIE

## 1.1 CONTEXTE DE L'ETUDE

### 1.1.1 Les filières racines et tubercules (R&T) au Cameroun

Une filière agricole est centrée sur un produit agricole de base et sur tout ou partie de ses transformations successives. En analyse économique, une filière peut être considérée comme un mode de découpage du système productif privilégiant certaines relations d'interdépendance. Elle permet de repérer des relations de linéarité, de complémentarité et de cheminement entre les différents stades de transformation. Selon Hugon (1992), une des trois approches suivantes peut être privilégiée pour décomposer les filières : technique, économique et comptable, et méso-économique.

- L'approche technique peut se construire d'amont vers l'aval en partant du premier stade de la production agricole (y compris l'acquisition des facteurs de production) ou au contraire de l'aval (vente sur les marchés domestiques ou internationaux) vers l'amont (transformations, transport, production agricole, approvisionnement en intrants).
- L'approche économique et comptable consiste à étudier les flux et la répartition des consommations intermédiaires entre les différents secteurs et de la valeur ajoutée entre les différents agents.
- Selon l'approche méso-économique, il faut repérer, le long des diverses opérations, les acteurs, leurs logiques de comportement, leurs modes de coordination, et repérer ainsi les nœuds stratégiques de valorisation, de dégagement de marges.

#### 1.1.1.1 Situation de la demande et de la commercialisation des R&T

##### 1.1.1.1.1 Importance et perspectives des R&T au niveau national

Selon les statistiques du ministère de l'agriculture camerounais, pour la campagne 2001-2002, le manioc a une production estimée de 2,05 millions de tonnes (rendement de 7,7 t/ha). Tandis que le macabo a une production estimée de 1,08 millions de tonnes (rendement de 5,6 t/ha). De plus, le manioc et le macabo étant les moins chers des féculents, ils sont particulièrement importants dans la consommation des ménages les plus démunis. Au niveau national, l'apport de racines et de tubercules constitue environ 20% de la ration énergétique. Selon des estimations faites à partir d'études sur la consommation des ménages, il apparaît que la consommation nationale du manioc en 2002 est estimée à 1,1 million de tonnes de racines. Tandis que celle de macabo est estimée à 0,6 million de tonnes. Comme ces produits servent en grande partie à l'alimentation des ménages ruraux, il y a un fort décalage entre les données de ces deux enquêtes.

La connaissance de la filière racines et tubercules est encore très insuffisante, notamment quantitativement, que ce soit pour :

- les surfaces cultivées par spéculation, les rendements et les tonnages produits, au niveau régional et donc national ;
- l'importance des pertes ;
- la répartition des quantités autoconsommées et commercialisées ;

- la part des produits frais et transformés, par spéculation et catégorie ;
- l'importance des flux commerciaux à l'intérieur du pays et surtout à l'extérieur (exportation).

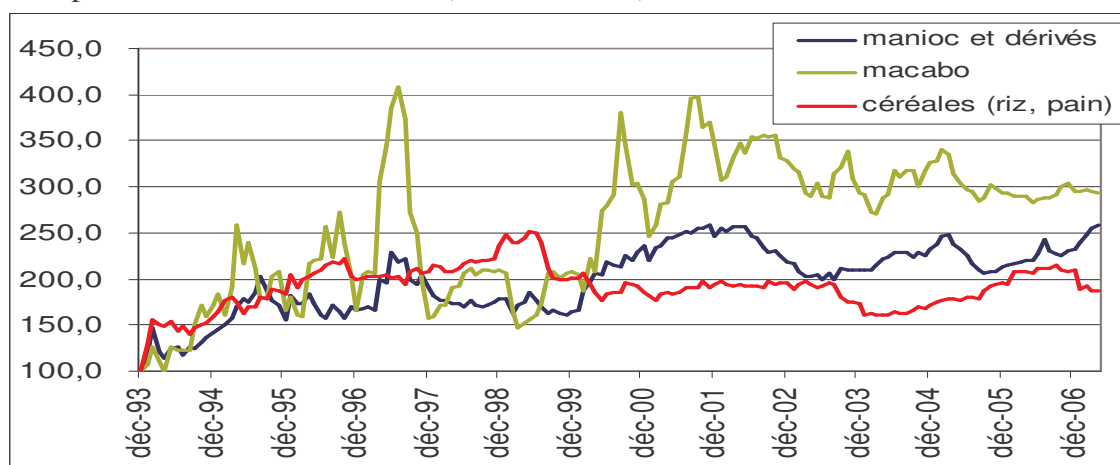
PROJECTION EN 2002	YAOUNDE	DOUALA	SUD SEMI URBAIN	NORD SEMI URBAIN	RURAL FORET	RURAL HAUTS PLATEAUX	RURAL SAVANE	TOTAL
<b>Population</b>	1297950	1786895	1282605	1075052	2534207	3893680	3379321	15249710
	8.5%	11.7%	8.4%	7.0%	16.6%	25.5%	22.2%	100%
<b>VOLUMES DE RT CONSOMMES EN MILLIERS DE TONNES (estimations 2002)</b>	YAOUNDE	DOUALA	SUD SEMI URBAIN	NORD SEMI URBAIN	RURAL FORET	RURAL HAUTS PLATEAUX	RURAL SAVANE	ENSEMBLE
MACABO	53	84	75	4	69	357	0	642
MANIOC TRANSFORME	15	26	23	4	64	67	4	203
MANIOC RACINE	63	64	30	1	285	78	0	522
TOTAL MANIOC (EQ RAC)	108	141	99	13	477	280	12	1129

source : DSCN, 2000

**Tableau 1 : Racines et Tubercules : volumes consommés en 2002 au Cameroun (Estimation à partir des données ECAM96)**

En se basant sur les résultats des données ECAM96, pour répondre aux besoins alimentaires résultant de la croissance démographique (2,8% de croissance/an) du Cameroun, une croissance de 30% de la production actuelle de R&T serait nécessaire d'ici 2010. Du fait de l'exode rural, le surplus commercialisé de R&T par ménage-producteur devra augmenter de 50% d'ici 2010, afin de satisfaire à la demande urbaine et rurale. (PNDRT, 2003)

L'indice des prix des R&T est caractérisé par une tendance à la hausse durant la période 1994-2002 et surtout à partir de 1999, indiquant que les acteurs de la filière réagissent insuffisamment aux opportunités du marché à cause des contraintes au niveau de la production et de la commercialisation. Ces contraintes se traduisent par une demande qui n'est pas satisfaite par l'offre en R&T et une baisse de la compétitivité des tubercules vis-à-vis des céréales importées. Depuis 1999, les indices de prix suggèrent une substitution rapide des céréales importées aux racines et tubercules. La compétitivité des racines et tubercules vis-à-vis des céréales importées est un deuxième défi pour les acteurs de la filière. (PNDRT, 2003)



source : DSCN

**Figure 1 : Évolution des prix des céréales, du macabo et du manioc entre 1994 et 2006**

D'après Dury (2003), une simulation du maintien des tendances de prix observés sur la période 2000-2001 jusqu'en 2010, en tenant compte des élasticités prix de la



consommation aurait pour effet en milieu urbain une diminution de la demande de racines de manioc (-20%) et une légère augmentation de la demande en produits transformés (+9%) du manioc. La demande en tubercules de macabo est moins élastique au prix et souffre donc moins de l'augmentation des prix des produits vivriers. Peu de chose sur l'élasticité prix de la production des R&T est connu. Mais il semblerait qu'elle est d'autant plus forte que les producteurs sont spécialisés et dépendent fortement du produit pour leurs revenus. Mais depuis 2001, les prix du manioc et du macabo ont eu tendance à se stabiliser par conséquent il apparaît probable que les marchés alimentaires nationaux du manioc et du macabo vont augmenter entre 50 et 60% entre 2001 et 2010.

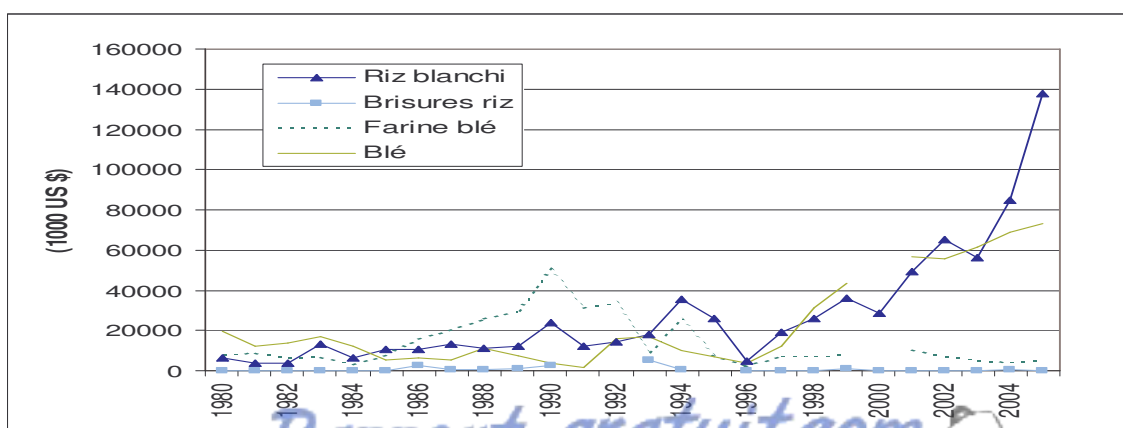
#### 1.1.1.1.2 La demande urbaine en R&T au Cameroun en volume

D'après un rapport du PNDRT (2003), « Au Cameroun, environ 65% de la production des R&T est destinée à l'autoconsommation en milieu rural, tandis que 35% est commercialisé. Moins de 2% est exporté vers le Gabon, la RCA, la Guinée-Équatoriale et le Nigeria. La transformation industrielle n'est guère développée jusqu'à présent. » Selon Tentchou (1999), les principaux centres de consommation sont les villes de Douala, Yaoundé, Bafoussam, Ebolowa, Mbalmayo, Bamenda, Ngaoundéré et Bertoua.

Suite à la dévaluation du Fcfa en 1994, des changements dans les habitudes alimentaires des ménages camerounais ont été constatés notamment une hausse de la consommation des R&T et une baisse importante de la consommation des céréales importées (riz, blé). Depuis 1996, la consommation de ces dernières est de nouveau à la hausse. (PNDRT, 2003)

Selon Tentchou (2000), la demande de bâtons de manioc a fortement crû après la dévaluation du Fcfa, tandis que la demande pour les cossettes et le gari suit plutôt la croissance démographique. Les élasticités-revenu s'élèvent à 0,53 pour le macabo, 0,46 pour le bâton de manioc, 0,29 pour la racine de manioc (Dury, 2002). Elles confirment le recul de l'intérêt des populations urbaines pour le manioc frais et leur préférence pour les autres produits tels que le plantain et le pain, et les produits transformés du manioc.

« Depuis la dévaluation de 1994, le prix des racines fraîches de manioc est à la hausse, indiquant l'incapacité du système à s'adapter à l'accroissement important de la demande, suite au renchérissement des prix des denrées importées. Le manioc frais est plus sensible à une augmentation des coûts de transport du fait de sa moindre valeur unitaire et de sa plus grande périssabilité. En plus, il y a un éloignement progressif des zones d'approvisionnement à mesure que la demande urbaine croît. Cette évolution confirme la nécessité de désenclaver de nouvelles zones de production et d'améliorer le conditionnement et les conditions de transport des racines fraîches et des bâtons. » (PNDRT, 2003)



Source : FAOSTAT

Figure 2 : Evolution des importations en céréales au Cameroun de 1980 à 2005

Les importations en céréales (blé et riz blanchi) ont fortement augmenté à partir des années 2000. Cette augmentation a eu pour conséquence une diminution des prix des céréales et des tubercules in fine. Elle révèle le changement des régimes alimentaires des populations urbaines et l'incapacité des filières manioc et macabo à répondre à l'augmentation de cette demande. Par conséquent, cette demande n'est pas satisfaite par l'offre en R&T d'où une baisse de la compétitivité des tubercules vis-à-vis des céréales importées.

#### *1.1.1.1.3 Difficulté de la commercialisation en gros du fait du caractère périssable des R&T*

L'amélioration du conditionnement et du transport des racines fraîches, qui sont très périssables est une des clés pour le développement de cette filière. Le bâton de manioc (pâte de manioc fermentée et cuite après emballage) est aussi une forme peu intéressante pour la commercialisation à grande échelle. Du point de vue technique, le gari ou tapioca (racines de manioc râpées et fermentées avant d'être torréfiées avec ou sans huile de palme) est un produit plus intéressant à commercialiser à cause de son homogénéité et de sa stabilité. Les cossettes (racines de manioc séchées après épluchage et défibrage) et le fufufu de manioc (granulés de manioc séchés après épluchage, rouissage et défibrage) ont une teneur en eau basse durant la saison sèche, ce qui permet le stockage durant quelques mois. Durant la saison des pluies, les agriculteurs ont des problèmes de séchage compromettant la qualité de ces produits. Le waterfufufu (pâte de manioc fermentée non cuite), vendu en gros, est une solution à ce problème de séchage. Son désavantage est le poids lors du transport routier à cause de la teneur élevée en eau. (PNDRT, 2003 ; PNDRT, 2005)

Le caractère périssable des R&T a des conséquences pour chaque étape dans la chaîne de commercialisation :

- les agriculteurs ont un pouvoir de négociation faible, puisque la qualité du produit se détériore rapidement - pour cette raison, les prix bord-champs sont bas et volatiles; à cause de cette volatilité des prix, la transparence du marché et la qualité de l'information commerciale sont souvent basses en milieu rural ;
- la plupart des agriculteurs ne vendent des surplus ou une part de la récolte que quand ils ont besoin d'argent, ce qui aboutit à de petites transactions ;
- la main-d'œuvre pour la transformation et pour le transport rural est une contrainte majeure qui empêche de mettre en vente des volumes importants ;
- chaque transaction demande un contrôle de qualité visuel à cause de la détérioration rapide de la qualité, ce qui contribue à une collecte rurale inefficace ;
- les commerçants formels, qui dominent le marché urbain des céréales, ne s'intéressent pas aux R&T à cause du manque d'économies d'échelle.

### **1.1.1.2 Difficultés de transport et enclavement des zones de production**

Pour le transport entre les zones de production et les centres urbains (PNDRT, 2003 ; PNDRT, 2005), les contraintes principales sont :

- les coûts de transport élevés, notamment au stade de la collecte, et les difficultés d'évacuation des produits, en raison du mauvais état des routes rurales, surtout dans la période des pluies ;
- l'existence de contrôles routiers donnant lieu à des prélèvements illégaux ;
- un renchérissement tendanciel des coûts de commercialisation pour le manioc, qui est principalement dû à l'éloignement progressif des zones d'approvisionnement des principaux centres de consommation.

### **1.1.1.3 Le marché régional des R&T**

Les différents produits dérivés du manioc sont exportés à travers des circuits informels au Nigeria, au Gabon, en Guinée équatoriale et en République centrafricaine. Les exportateurs des R&T aux marchés de la sous-région sont généralement de petits opérateurs familiaux du secteur informel. Dans la province du Sud, il y a une demande extrêmement forte pour le manioc et le macabo à partir du Gabon. Les exportateurs à partir de Douala ont souvent des réseaux familiaux de collecte et de transport avec lesquels ils communiquent les commandes par téléphone. (PNDRT, 2003)

Les problèmes de base des exportateurs sont :

- la volatilité des prix aux marchés de vente ;
- le manque de connaissance des opportunités aux marchés sous-régionaux ;
- le manque des représentants de confiance aux marchés d'exportation.

## **1.1.2 Contexte institutionnel**

### **1.1.2.1 Projet REPARAC sur les filières manioc et macabo**

Le Projet de recherche en partenariat « Amélioration de la productivité des EFA et renforcement des capacités des organisations professionnelles (OP) des filières manioc et macabo » s'inscrit dans le cadre plus vaste d'un projet de relance de la recherche agronomique dans le grand sud Cameroun orienté vers l'exploitation agricoles familiales et les organisations professionnelles (intitulé Renforcement du Partenariat dans la Recherche Agronomique au Cameroun (REPARAC)). (PRP, 2005)

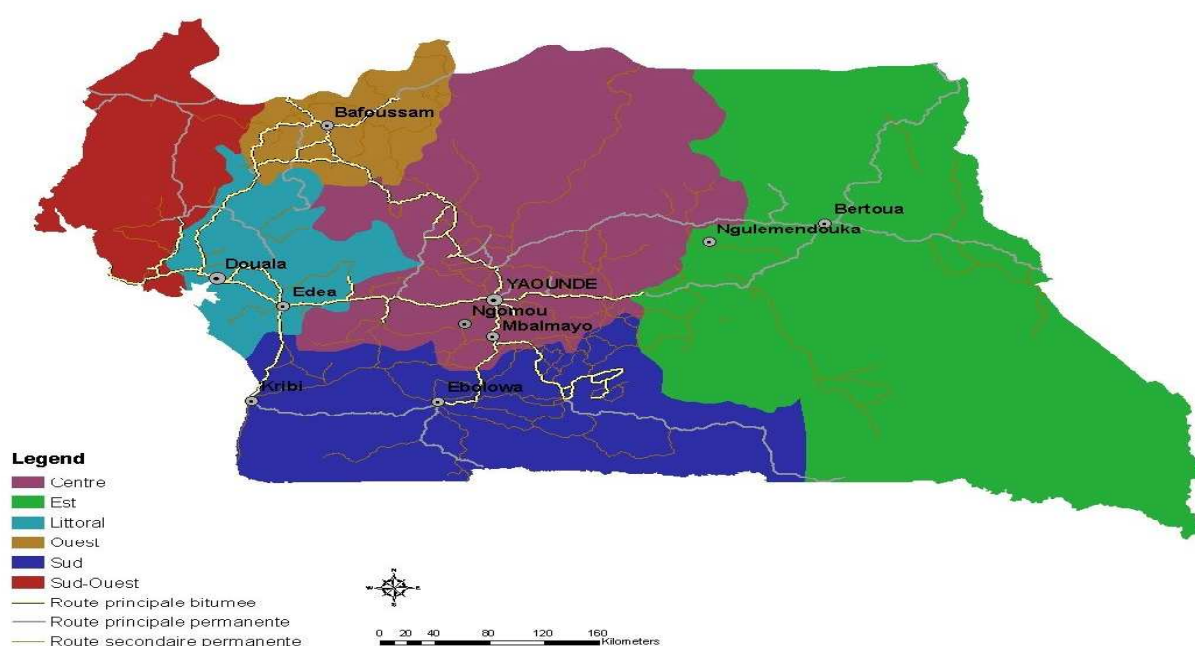
Les objectifs de ce projet sur le manioc et le macabo sont de :

- comprendre les pratiques et les stratégies des exploitations familiales agricoles (rôle et place du manioc et macabo dans les EFA) ;
- déterminer les conditions d'adoption des innovations dans le domaine production ;
- élaborer/tester des méthodes et outils de renforcement de la professionnalisation des acteurs des filières dans le domaine de la commercialisation (coordination entre acteurs, information et concertation...).

L'atteinte de ces objectifs passe par des propositions d'amélioration techniques de la production et une meilleure maîtrise du marché via :

- une augmentation des capacités de production et les surplus commercialisables ;
- une stimulation de la mise en marché par une meilleure coordination entre acteurs et une meilleure connaissance des débouchés.

La première phase du projet a permis de cibler les zones d'intervention dans la région Centre (Ngoumou), Est (Nguélémeudouka) et Sud (Kribi), ainsi que les partenaires de terrain. Les activités ont été axées sur la connaissance des EFA et des OP, ainsi que sur le fonctionnement du marché des trois sites. Ces zones ont été choisies pour favoriser l'analyse comparative du fait de leurs contrastes en terme d'accès au marché : Ngoumou vers le marché urbain de Yaoundé ; Kribi pour les exportations vers le Gabon ; et Nguélémeudouka pour son enclavement.



**Figure 3 : Localisation des zones d'étude du projet REPARAC sur le manioc et le macabo**

Au cours de la deuxième phase, deux grands axes d'activités sont développés en concertation avec les OP, via une recherche-action en partenariat :

- accompagnement et évaluation de l'introduction d'innovations techniques (ex : variétés améliorées, amélioration de la transformation en tapioca) ;
- accompagnement et évaluation de l'amélioration de la circulation de l'information et de la concertation (ex : utilisation de l'information sur les marchés, concertation entre producteurs et commerçants, appui à la négociation et tests de contractualisation).

L'ensemble de ce projet est conduit en concertation avec le PNDRT, dont l'approche de dynamisation de la production par l'aval est similaire. Le projet intervient sur des sites spécifiques et permettra d'élaborer, de tester et d'évaluer les méthodes qui pourront être reprises à plus grande échelle et plus longtemps par le PNDRT.

### **1.1.2.2 Programme national de développement des racines et tubercules (PNDRT)**

Ce programme vise, par le développement du secteur R&T, à améliorer la sécurité alimentaire et les niveaux de revenus des pauvres des zones rurales. La stratégie de ce projet est orientée sur le marché en renforçant les capacités des petits cultivateurs et transformateurs de R&T à s'organiser aux niveaux du village, du bassin, de la région et du pays et à développer leurs activités de production et de transformation afin de répondre à la demande des consommateurs. (PNDRT, 2006a ; PNDRT, 2006b)

Les objectifs spécifiques du PNDRT sont :

- Le renforcement des capacités d'organisation des petits producteurs et transformateurs de R&T, pour bâtir des organisations de paysans fortes et pour planifier et gérer efficacement le développement du secteur d'une manière intégrée, ouverte et durable ;
- L'amélioration durable de l'accès des organisations de producteurs de R&T aux différents marchés ;
- L'amélioration durable de l'accès de ces producteurs et transformateurs à des techniques appropriées de traitement post récolte et de transformation afin de répondre à la demande des consommateurs ;
- Une contribution majeure à la croissance de la production par le recours à des techniques améliorées répondant aux besoins du marché et susceptibles d'être largement adoptées par les paysans pauvres produisant des R&T.

Pour atteindre ces objectifs, le PNDRT s'est assigné trois activités :

- renforcement des capacités et appui à la structuration des organisations de paysans ;
- appui à la commercialisation et à la gestion des micro-entreprises ;
- appui à la transformation, post récolte et production.

Selon l'Etude sur l'observatoire des racines et tubercules (BDPA, 2007), « *Nombre de producteurs se trouvent en situation de précarité plus ou moins marquée, à la limite de l'autosubsistance. Face à cette situation, les producteurs de racines et tubercules, ont dans la plupart des cas, adopté des stratégies de minimisation de risques, plutôt que la recherche de l'exploitation optimale des ressources. Susciter le développement de leurs capacités de production ne peut donc se limiter à la diffusion de systèmes et techniques de production plus durables et plus productifs, à l'accès au crédit, à la formation et à la fourniture de biens et d'équipements sociaux. La connaissance des marchés et l'amélioration des prix agricoles s'avèrent prioritaires dans bien des cas. Pour des producteurs davantage insérés dans des logiques commerciales, l'incertitude concernant l'évolution des prix, des conditions de marché, de la demande et les changements de politiques les privent d'une capacité d'anticipation préalable à tout projet d'intensification ou d'investissement. Les possibilités d'accroissement de la production et de la productivité s'en trouvent donc limitées.*

*En effet, dans un contexte où les producteurs sont exposés à une multitude de risques, et dans lequel l'information structurée et stratégique sur la filière n'est pas disponible, leur pouvoir de négociation s'affaiblit, la compétitivité des produits (meilleure adaptation à la demande, marges réduites,...) en pâtit, ainsi que la capacité des producteurs à mieux organiser leur production future.*



*C'est pour palier aux asymétries du marché, renforcer le pouvoir de négociation des producteurs à travers entre autres, la mise à leur disposition de l'information structurée et stratégique de la filière que les concepteurs du PNDRT ont prévu de mettre en place et de rendre fonctionnel » un système d'information sur les marchés géré par les bénéficiaires ainsi qu'un observatoire sur les racines et tubercules à travers sa composante sur l'« appui à la commercialisation ».*

### **1.1.3 Justification de la mise en place de système d'information de marché (SIM) pour les R&T**

Les premiers SIM ont été créés dans les années 1920 aux Etats-Unis pour contrecarrer les monopoles, puis se sont développés dans les pays occidentaux au cours des années 30 au service de l'idée de la nécessaire transparence du marché (Bowbrick, 1988). Dans le milieu des années 80, les SIM sont devenus un des outils des politiques agricoles dans les pays en développement. Ceci peut apparaître paradoxal dans cette période de libéralisation des marchés agricoles des pays en développement (PED) et de désengagement de l'État. Mais leur légitimité s'est renforcée du fait de leur rôle pour pallier les défaillances de marché, et cela sous la recommandation de la Banque mondiale.

Selon Shepherd (1997), les SIM peuvent se définir comme *« un service, généralement public, qui se charge de collecter périodiquement, auprès des marchés de groupage ruraux, des marchés de gros et des marchés de détail, toutes les informations nécessaires relatives aux cours et aux prix pratiqués, et éventuellement aux quantités des denrées agricoles les plus couramment commercialisées afin de les porter, régulièrement et en temps utile, à la connaissance des agriculteurs, des négociants, des responsables de l'Administration, des gouvernants et autres, y compris les consommateurs, en les diffusant par l'intermédiaire des différents médias disponibles. »* Par conséquent, les SIM qui sont destinés à la régulation d'une filière, ont comme spécificités d'être permanents, centrés sur un produit, étendus à l'échelle nationale, conçus à partir du suivi des prix, et orientés vers la diffusion rapide et gratuite de l'information.

Il est à noter qu'il faut distinguer l'information sur les marchés de l'information sur les circuits de commercialisation. L'information sur la commercialisation est plus vaste et peut inclure des détails sur les débouchés potentiels des produits, les modalités de paiement, les normes de conditionnement, et la qualité requise. L'information sur les marchés n'est qu'un volet de l'information sur la commercialisation.

#### **1.1.3.1 L'asymétrie d'information**

Selon Bredeloup (1989), *« il ne suffit pas d'être présent dans la chaîne de distribution pour avoir une connaissance précise et actualisée de la situation. Chaque maillon détient une information partielle. De façon à maîtriser l'information, il convient de se déplacer physiquement tout au long du circuit ou bien d'avoir intégré dans son organisation des agents spécialisés. »* Par conséquent, il en résulte une asymétrie d'information entre les différents agents de la filière (ceux qui se déplacent, du fait de leur fonction, ou ont la capacité de mobiliser des agents spécialisés, et ceux qui n'ont qu'une vision partielle et localisée du marché).

Le problème d'asymétrie d'information a pour conséquence un manque d'efficacité des systèmes de commercialisation agricole des PED. Pour cela, deux types d'arguments sont mobilisés, à savoir les problèmes de réalisation des transactions et la mauvaise allocation des ressources (Galtier, 2002a ; Galtier et Egg, 2003).

Les problèmes d'information des acteurs peuvent mettre en péril la réalisation des transactions. Le manque d'information des acteurs du commerce sur l'existence de partenaires, sur leurs capacités d'adaptation, sur leurs objectifs et sur leur franchise augmente les coûts de transaction. Ils incluent les coûts liés à la recherche d'information, à la recherche de partenaires, à la négociation avec eux et au contrôle de l'application des termes du contrat. Ces notions expriment l'idée que l'échange n'est pas une opération instantanée et gratuite mais un acte nécessitant un effort et comportant une part de risque.

Les systèmes de commercialisation agricoles des PED comprennent une multitude d'acteurs (producteurs, collecteurs, grossistes, consommateurs) dont la plupart n'ont qu'une vision locale de la situation du marché. La dispersion de l'information entre les acteurs qui en résulte risque de conduire à une mauvaise allocation des ressources. Comment une allocation efficiente des ressources pourrait émerger de cette multitude de transactions décentralisées ?

Ces défaillances se renforcent l'une l'autre car les difficultés rencontrées par les acteurs pour réaliser des transactions engendrent des problèmes d'allocation des ressources. De plus, ces défaillances ont un effet en retour sur le niveau d'incertitude des acteurs : les difficultés de commercialisation (coûts de transaction élevés, allocation des ressources défaillante) conduisent à un renforcement de l'incertitude des acteurs. Face à l'instabilité des prix et des approvisionnements, les producteurs ont tendance à privilégier la pratique de l'autoconsommation. Il en résulte des marchés étroits sur lesquels les prix et volumes commercialisés sont très volatiles, renforçant la logique d'autoconsommation. Lorsque les acteurs ont recours à la division du travail et à l'échange marchand, ils adoptent des stratégies de sécurisation pour se prémunir contre les risques de marché inhérents à l'instabilité des prix et aux comportements opportunistes. Ces stratégies de sécurisation consistent à nouer des relations de fidélisation. Mais ces pratiques réduisent les arbitrages des acteurs et nuisent à la qualité de l'allocation des ressources. Les risques de marché s'en trouvent accentués : risque de ne pas trouver les qualités ou quantités requises, risques liés à la variabilité des prix ou au non respect des délais de livraison. Cet accroissement des risques constitue une incitation supplémentaire pour les acteurs à développer des relations fidélisées permettant de réduire ces risques. (Galtier et Egg, 2003)

L'incertitude conduit à limiter les échanges (autoconsommation) ou à les sécuriser au maximum via la fidélisation. Ces deux attitudes mettent en échec la politique de libéralisation : une part importante de la production échappe à la commercialisation et la partie mise en marché échappe à la concurrence. Il se met en place un cercle vicieux car l'incertitude des acteurs conduit à des défaillances de marchés renforçant ainsi le niveau d'incertitude. Pour briser ce cercle vicieux qui résulte de problèmes d'information, il apparaît légitime qu'une action soit réalisée après avoir identifié l'origine de l'incertitude des acteurs. (Galtier et Egg, 2003)

### ***1.1.3.2 Les causes de l'incertitude des acteurs***

La commercialisation nécessite l'utilisation de biens et services périphériques. Il s'agit entre autre du transport, du crédit, du stockage et de l'information.

L'information se caractérise par sa non-rivalité. En effet, une information peut être à la fois utilisée et communiquée par un même individu. Mais cette non-rivalité n'est que relative car les informations résultant d'un processus de traitement et d'analyse sont souvent ciblées par rapports aux besoins spécifiques d'un acteur. En

outre, il peut exister une rivalité d'usage pour certaines informations (ex : disponibilité d'un stock dans un lieu donné). (Galtier et Egg, 2003)

L'information d'un acteur peut être révélée de manière non intentionnelle par son comportement. En effet, les comportements d'achat et de vente des acteurs conduisent à une diffusion de l'information au sein des marchés. Ce rôle de système de communication des marchés peut avoir des effets néfastes. Ainsi, quand l'acquisition d'un nouveau savoir est coûteuse et que le système des prix révèle cette information personne n'aura intérêt à l'acquérir. Mais si tous les acteurs se comportent ainsi, alors le niveau d'incertitude est élevé. Dans ce cas, les catégories d'information qui posent problème ne concernent pas les prix ou les autres indicateurs du marché mais des informations situées en amont et servant à orienter les prix. En outre, l'ordre d'acquisition de l'information peut s'avérer crucial, ce qui peut conduire les acteurs à s'informer par eux-mêmes plutôt que se fier aux seuls signaux du marché. (Galtier et Egg, 2003)

Il apparaît donc que les coûts nécessaires pour écarter un agent de l'accès à l'information sont très élevés. Certains acteurs peuvent accéder à l'information sans la payer. Ceci n'incite pas les acteurs à financer la production d'informations nouvelles. L'information serait donc un bien public ne pouvant pas être efficacement financé par le marché, mais devant bénéficier de financements publics. Ce raisonnement ne s'applique pas à tous les types d'information. La production d'information peut s'avérer efficiente sans qu'un recours à l'État soit nécessaire. Les considérations théoriques montrent que la mise en place de SIM peut s'avérer légitime. (Galtier et Egg, 2003)

#### **1.1.4 Le type de SIM proposé par le PNDRT pour les R&T**

C'est pour palier aux asymétries du marché et renforcer le pouvoir de négociation des producteurs que le PNDRT a décidé de mettre en place et de rendre fonctionnel un observatoire national des racines et tubercules (ONRT) pour leur transmettre une information structurée et stratégique de ces filières. Les principales activités de l'ONRT sont :

- La collecte et la diffusion des informations de marchés via un SIM ;
- La constitution et gestion d'un fonds documentaire ;
- La réalisation des études thématiques approfondies sur les R&T ;
- Des suivis réguliers des filières ;
- La diffusion et la valorisation des savoirs.

Afin de transmettre en temps réel des informations de marché fiables et pertinentes, le PNDRT a décidé de mettre en place un SIM : souple, décentralisé et interactif ; durable et à faible coût utilisant des réseaux de téléphonie mobile ; qui combine l'appui au commerce et au marché ; et qui serve de lien entre les paysans et les institutions de marché formelles.

Au cours de l'année de démarrage des activités de l'ONRT, la collecte et la diffusion des informations de marchés concernera simultanément vingt cinq marchés sur les soixante identifiés par le PNDRT et portera dans un premier temps, sur les produits frais uniquement. Cette gamme sera élargie progressivement aux produits transformés en fonction des performances de l'équipe en charge de l'ONRT, et du poids de chaque produit au niveau de la filière.



Pour décentraliser l'information, l'ONRT a décidé d'implanter des points d'information commerciale agricole (PICA). Les PICA seront implantés à l'intérieur des marchés importants et actifs ciblés. Ces PICA locaux seront gérés par des conseillers commerciaux en partenariat avec les organisations locales (producteurs, transformateurs, commerçants, transporteurs, etc.), ou alors par les organisations locales elles-mêmes. Les conseillers commerciaux auront pour rôle de collecter mais aussi de diffuser des informations de marché, et d'assister les opérateurs économiques présents pour mieux commercialiser leurs produits.

Les niveaux de service offerts par ces conseillers commerciaux varieront en fonction du type et de la taille de marché, de la couverture ou non par les réseaux de téléphonie mobile, de la présence ou non d'accès internet ou d'une organisation professionnelle. Les informations sur les prix seront récoltées de manière hebdomadaire sur les marchés qui ne s'animent qu'une fois par semaine et bihebdomadaire sur les marchés à animation quotidienne. Elles seront alors transmises par SMS. De plus, le volume et le type des unités de mesure utilisées dans les transactions commerciales sont variables dans le temps et dans l'espace. Par conséquent, les relevés des prix dans les différentes unités de mesure locale (UML) sans prise en compte du poids ne permettent pas des comparaisons entre les prix dans le temps et dans l'espace. Les conseillers commerciaux devront donc également faire des étalonnages des UML. Les conseillers commerciaux devront donc reprendre l'étalonnage tous les trois mois. Dans un premier temps, les prix des différentes denrées ne seront pas déclinés selon les variétés, d'autant que les acteurs eux-mêmes ne se réfèrent dans la plupart des cas que sur les aspects extérieurs desdites spéculations.

De tous les acteurs qui constituent le groupe cible de l'ONRT, les producteurs plus actifs et plus nombreux, représentent la première cible du PNDRT. Cependant malgré sa forte présence, cette catégorie d'acteurs a peu d'influence et de contrôle sur le fonctionnement de la filière.

Le media le plus accessible à cette catégorie d'acteurs reste la radio. Elle reste de loin le canal le plus approprié pour la diffusion des informations commerciales pour une population rurale analphabète, et ne disposant pas de revenus suffisants pour s'équiper en télévision ou pour acheter la presse écrite. Par ailleurs, environ un million et demi de familles disposaient d'un poste de radio en 2002, soit un taux de pénétration des radios dans les ménages ruraux estimé à 54,4% au Cameroun (trois fois plus que celui de la télévision) (UIT, 2004). L'ONRT est en train d'identifier les radios de proximité les plus suivies dans chaque bassin de production afin de négocier avec elles, des conventions de partenariat précisant les programmes (jour et horaire) et les thèmes de diffusion en rapport avec le calendrier culturel et les activités des producteurs dans chaque bassin.

Trois types d'émissions radio sont prévues :

- des communiqués hebdomadaires sur les prix de gros des racines et tubercules dans les marchés sélectionnés de la région concernée et les prix des engrais, diffusés dans les radios de proximité en langues locales et données en unités de mesure locale, la veille et le jour de l'animation du marché de la localité d'implantation de la radio rurale ;
- des émissions trimestrielles en langues locales dans les radios de proximité, qui s'inspirent du contenu du bulletin trimestriel ;
- des émissions thématiques en langues locales dans les radios de proximité, sous forme de présentation-débat, sur la base des études spécifiques

réalisées par le PNDRT, l'ONRT ou tout autre organisme intervenant dans la filière. Il peut également s'agir de la transmission des expériences et des savoirs-faire locaux et dans ce cas, les acteurs de terrain seront interviewés (en priorité les leaders paysans dans chaque bassin), dans le but de transmettre à la communauté, leur expérience et leur savoir-faire.

Le bulletin trimestriel, diffusé en français, puis en anglais, sur support papier et électronique, présentera une analyse synthétique des marchés des racines et tubercules. Il renseignera sur les conditions d'offre, la demande, l'évolution de prix et les perspectives du marché des racines et tubercules. Les informations issues de ces bulletins sont utiles pour le pilotage de la filière mais constitueront également des aides à la décision pour l'Etat camerounais dans le cadre de la politique du développement des racines et tubercules. S'ajouteront ensuite, dépendamment du calendrier agricole, les itinéraires techniques de production, de conservation et de transformation, les fiches techniques, les différentes expériences paysannes présentées par les paysannes, la réglementation, l'actualité de la filière, les activités réalisées/en cours de réalisation par le PNDRT, etc), la capitalisation des expériences paysannes couronnées de succès.

Un bulletin hebdomadaire électronique (français et anglais) fera ressortir les prix moyens de chaque spéculation au stade de gros, une comparaison avec les prix au cours de la période antérieure (semaine passée), et un commentaire sur l'évolution des marchés.

La collecte et la diffusion rapides et décentralisées des informations de marché (prix, offres) reposent aussi bien sur la radio que sur l'utilisation des téléphones mobiles, et en particulier sur l'utilisation intensive des SMS. Pour atteindre cet objectif, l'ONRT a sélectionné un opérateur national de téléphonie mobile pour la diffusion de ces informations. L'ONRT apporte ses données (prix, offres, opérateurs), l'opérateur son réseau mobile et son réseau de distribution.

Pour l'ONRT, les principaux avantages d'un tel partenariat sont :

- Gain de revenus financiers générés par la vente des SMS reçus par les clients qui utilisant le service, permettent dès le départ de préparer la durabilité du service ;
- Oblige le fournisseur et offre aux clients une certaine garantie dans la qualité du service, tant dans le type de contenu que dans sa fiabilité ;
- Promotion très rapide du service sur l'ensemble du territoire grâce aux grandes capacités marketing et promotionnelle de l'opérateur GSM.

Pour l'opérateur mobile, les principaux avantages d'un tel partenariat sont :

- Offre d'un nouveau service exclusif, permettant de se démarquer de la concurrence et de fidéliser ses clients ;
- Augmentation du trafic SMS et du trafic voix, donc du chiffre d'affaires ;
- Fait de l'opérateur une entreprise citoyenne, vu le type de services proposés et de clients visés.

## **1.2 JUSTIFICATION DE L'ETUDE**

Étant donné le caractère très général du concept théorique de SIM et la diversité des problèmes d'information d'une filière à l'autre, on pouvait s'attendre à trouver dans les PED une gamme variée de systèmes d'information, correspondant à la diversité des

situations locales. Bien au contraire, on observe une grande similitude entre les SIM dans l'ensemble des PED quels que soient le produit. Ainsi, les SIM sont apparus suffisamment standardisés pour que la FAO puisse présenter leurs objectifs, leur méthodologie et leur fonctionnement selon une typologie commune (Shepherd, 1997). Cette homogénéité se manifeste par un centrage quasi-exclusif de la plupart des SIM sur l'information prix.

### **1.2.1 Impacts limités des SIM**

L'information fournie par les SIM est souvent considérée comme inutilisable car agrégée ou standardisée. À l'opposé, les grossistes disposent de réseaux informels d'informations qui mettent à leur disposition une information sur mesure par l'intermédiaire d'un réseau privé d'informateurs. De leur côté, les petits producteurs agricoles et les petits commerçants des zones enclavées, même s'ils disposent de l'information, n'ont pas la possibilité de l'exploiter concrètement : soit leur rayon d'action se limite au marché local avec une acquisition volontaire de l'information, soit ils ne disposent pas au moment donné des moyens (transport, financiers) pour mettre à profit les différentiels de prix (Fraval, 2000 ; Delmas, 2006). De plus, l'information produite par les SIM donne la situation actuelle du marché, mais rien sur les tendances ou des analyses prospectives, dont les producteurs souhaiteraient disposer pour faire des choix et planifier leurs productions (Fraval, 2000). Pourtant la diffusion d'informations rendues objectives par l'application d'un cadre strict et commun à tous est nécessaire pour pouvoir parler de transparence de l'information.

Standardisées et peu ciblées pour les acteurs privés, trop détaillées et peu agrégées pour les pouvoirs publics, les données recueillies et retransmises par les SIM mis en place ne semblent donner satisfaction à personne. Il est difficile de statuer sur l'utilité ou non que représente pour les acteurs des filières l'information fournie par les SIM (Shepherd, 1997). Ceci est lié au caractère de bien public de l'information sur les marchés : toute information supplémentaire, dès lors que son acquisition se fait à coût nul pour les agents concernés (mais pas pour la collectivité), peut contribuer à élever le niveau général d'information des agents et donc à limiter, même si c'est dans des proportions faibles, une partie de l'incertitude et aussi à atténuer les effets d'asymétrie d'information lésant les agents les plus faibles. Cependant, la diffusion de cette information peut ne pas correspondre aux besoins des agents qui satisfont ces derniers grâce à des SIM informels (réseaux locaux, voire transfrontaliers). (Fraval, 2000)

Les contraintes de financement interdisent des systèmes coûteux, pour l'instant pris en charge par la collectivité. Intégrés au service public, avec des objectifs qui rentrent dans les fonctions régaliennes de l'État (transparence et régulation du marché), les SIM connaissent des problèmes de financement pour leur fonctionnement et la formation de leur personnel dès que les partenaires financiers se retirent (Delmas, 2006 ; Fraval, 2000). Par conséquent, pourquoi les utilisateurs des réseaux informels d'informations prendraient le relais pour assurer la pérennité d'une institution qui ne leur servirait pas ?

### **1.2.2 ... du fait d'un manque de coordination entre le SIM et l'information issue du marché**

L'échange en tant que tel conduit à une diffusion d'information entre les acteurs du marché. L'information issue du marché dépend des institutions qui le composent et régulent les transactions. Un réseau de communication du marché est donc issu de ses règles. Ses règles précisent quelles sont les modalités possibles pour les différents

paramètres de l'échange (prix, délais de paiement et de livraison, lieu de livraison, quantités etc.). Enfin les règles régissant la négociation de ces paramètres déterminent les règles de composition des messages émis (Galtier, 2002a).

*« Il serait donc logique de concevoir les SIM sur la base d'un diagnostic préalable des dysfonctionnements des marchés en matière de diffusion d'information. Cela permettrait en effet d'identifier les types d'information qui se diffusent mal au sein des marchés ou encore les segments du marché au sein desquels l'information se diffuse mal. Les objectifs du SIM seraient de se cibler sur la correction des faiblesses du marché. Mais ce n'est pas ce qui est pratiqué, le rôle de système de communication des marchés a été systématiquement négligé au moment de la conception des SIM. Le résultat est une mauvaise articulation entre le système d'information du SIM et celui du marché. »* (Galtier et Egg, 2003).

Le rôle fondamental des réseaux de commerce n'a pas été suffisamment pris en compte par les SIM. Pourtant, ces réseaux jouent le rôle de systèmes d'information « informels » qui fournissent une information « sur mesure » (précise, complète et en temps réel) et exploitent au mieux la connaissance fine de tel ou tel segment du marché (Egg, Galtier et Grégoire, 1996). Dans certains cas, ces réseaux s'avèrent être de bien meilleurs systèmes de communication que les marchés de gros pourtant souvent considérés comme une garantie de « transparence » (Galtier, Bousquet *et al.*, 2002). Or, le SIM diffuse de manière moins efficace une information déjà connue des acteurs via l'échange. Cependant, l'information issue des SIM est importante au niveau des segments de marché où l'information circule mal du fait notamment du manque d'arbitrage et de concurrence. Il serait possible de concentrer le SIM sur certains segments de la filière, c'est à dire de modifier le réseau de communication du SIM.

### **1.2.3 Problématique et objectifs de l'étude**

Le PNDRT a prévu la mise en place d'un observatoire national des racines et tubercules (ONRT), comprenant en particulier un SIM. Une étude est en cours de réalisation par le BDPA pour concevoir et structurer cet observatoire, ainsi que pour apporter un appui à sa mise en œuvre.

Quatre fonctions ont été définies par l'ONRT (BDPA, 2007) :

- une fonction de diffusion d'information sur la filière (création d'un SIM) afin de réguler des marchés par une meilleure connaissance du potentiel commercialisable par produit et par région et des prix pratiqués, de fournir une information aux producteurs, mais également aux autres acteurs et de participer ainsi à la transparence des marchés.
- une fonction d'interprétation des processus de transformation et de commercialisation des produits de la filière pour fournir un cadre d'analyse et d'interprétation des dynamiques économiques, sociales, écologiques au sein de la filière.
- une fonction d'évaluation de l'impact des actions de développement grâce à un suivi des statistiques sur l'ensemble de la filière pour donner à chaque campagne l'information sur chacun des opérateurs de la filière.
- une fonction prospective contribuant à l'émergence d'une interprofession de la filière R&T dont les représentants seront associés à la définition, à la mise en œuvre et à la diffusion des activités de l'observatoire.

La réussite de cet observatoire sera directement liée à l'intérêt des informations qu'il diffusera et surtout à la crédibilité de celles-ci. La stratégie préconisée consiste à commencer rapidement par la diffusion périodique des prix des R&T.

Mais, ce projet s'est centré principalement sur la proposition d'un dispositif d'information, sans toutefois avoir une vision claire du fonctionnement de la commercialisation, des mécanismes de prise de décision des acteurs, des modes actuels de circulation de l'information... Or l'efficacité de tels dispositifs implique une réelle prise en compte des mécanismes de coordination propres aux acteurs de la filière comme nous l'avons vu précédemment.

Les objectifs de cette étude consisteront donc à répondre aux questions suivantes :

- quelles sont les différentes formes d'organisation et de coordination au sein des filières manioc et macabo et quels sont leurs déterminants ?
- comment ces mécanismes permettent-ils de gérer les problèmes de risque liés à la périssabilité des produits, aux aléas liés aux moyens de transport et à l'état des axes routiers, à l'instabilité des prix sur les marchés de consommation ?
- discuter de l'utilité et de l'efficacité du SIM proposé par le PNDRT.

Les hypothèses de cette étude sont :

- Les filières racines et tubercules ont de multiples formes d'organisation avec des déterminants propres du fait de la nature du produit (fonction de la périssabilité du produit) mais aussi de l'enclavement des zones.
- Les zones enclavées ont une demande inférieure à l'offre d'où des rapports de force en faveur des acteurs s'approvisionnant sur ces zones vis-à-vis des producteurs.
- Les producteurs des zones enclavées ont des informations plus sporadiques sur l'état et le fonctionnement du marché par rapport aux producteurs à proximité des grandes agglomérations
- Pour diminuer les risques, les acteurs se coordonnent de manière verticale mais aussi de manière horizontale

## **1.3 APPROCHE METHODOLOGIQUE**

Le premier objectif concerne l'explication des institutions existantes dans les filières manioc et macabo tandis que le second portent sur l'adaptation face aux risques des acteurs découlant des institutions de ces filières. Les différentes étapes de cette étude ainsi que leur période de réalisation sont représentées dans le chronogramme se trouvant en annexe.

### **1.3.1 Explication des institutions des filières et de leur mode de fonctionnement**

Une première étape a permis d'identifier les différents agents de la filière et la nature des différents flux physiques. Les agents ont alors été regroupés en catégories homogènes et significatives du point de vue de l'analyse économique et/ou technique et socio-économique. L'identification de la nature des flux physiques et des agents impliqués conduit à une analyse fonctionnelle de la filière, formalisée sous la forme d'un tableau (cf. annexe 2) faisant correspondre :



- les principales fonctions aux différents stades de la filière ;
- les agents conduisant ces fonctions et les acteurs indirects nécessaires à la réalisation de ces fonctions ;
- les produits de la filière concernée : c'est-à-dire le produit principal de la filière sous les diverses formes en lesquelles il est progressivement transformé.

Une quantification physique relative des flux est également réalisée. Dès le début du repérage des flux, il faut prêter attention non seulement à la nature mais aussi aux quantités physiques (ainsi que les valeurs monétaires qu'ils représentent). De la sorte, ces éléments permettent d'orienter les investigations ultérieures de manière à privilégier les sous-filières et les agents ayant les plus grands poids relatifs (Fabre, 1994 ; Bourgeois et Herrera, 1998 ; Faivre Dupaigre, 2007). Face à la diversité des produits issus de la transformation du manioc, les produits retenus pour être analysés ont été le manioc frais, le macabo, le bâton de manioc et le fufou de manioc. Les raisons de ces choix sont que plus de 80% de la population urbaine consomme au moins l'un des quatre produits du manioc (BDPA, 2007) : le fufu (89% de ménages), le bâton (84%), le manioc frais (80%) et le gari (74%). Les feuilles de manioc sont aussi très recherchées (48%).

Pour chaque niveau de transaction identifié, il est possible de caractériser les différentes composantes du réseau de communication (forme d'organisation et de coordination) et les déterminants du réseau. (Galtier, 2002b)

Le réseau de communication se définit par :

- le nombre d'acheteurs et de vendeurs potentiels pour le niveau de transaction considéré (degré de concentration aux stades amont et aval de la transaction)
- l'architecture de connexions reliant les uns aux autres ces acheteurs et ces vendeurs potentiels. Cette architecture de canaux de communication peut elle-même se caractériser par :
  - les règles qui cadrent le choix des partenaires commerciaux (exclusivité, fidélisation, groupe ethnique...).
  - le degré de confidentialité des transactions (qui dépend lui-même souvent du lieu où se déroulent les transactions). Il est en effet possible que tout ou partie de l'information communiquée dans une transaction soit observable par des tiers. Ceci accroît alors la vitesse et l'amplitude de la diffusion d'information au sein du marché.
  - l'intervention d'intermédiaires dans la réalisation de la transaction. Celle-ci permet en effet de démultiplier les contacts entre acheteurs et vendeurs. Cette démultiplication des connexions dépend elle-même du nombre d'intermédiaires employés par un acteur ou du nombre d'acteurs pour lesquels travaille un intermédiaire et du réseau de relations dont dispose l'intermédiaire (son capital social).

Les déterminants se définissent par le clivage entre les différents paramètres de l'échange et les règles servant à cadrer la négociation de chacun de ces paramètres. Pour caractériser les déterminants de la filière, les variables suivantes sont prises en compte :

- les paramètres de la négociation (nature du produit, quantité, prix, délai de livraison, délai de paiement et lieu de livraison).
- les règles des négociations concernant chacun de ces paramètres. Ces règles se rangent dans deux catégories :
  - les règles portant sur le déroulement des transactions. En effet, pour chacun des six paramètres des transactions, il peut exister des règles précisant si ces paramètres sont négociables par les acteurs ou fixés par ailleurs (par la coutume, etc.). En outre, lorsqu'un paramètre est négociable des règles cadrent sa négociation en précisant qui est habilité à faire la première proposition, à faire des contre-propositions ou encore à accepter/refuser les propositions émises.
  - les règles régissant le degré d'autonomie des intermédiaires. En effet, s'il n'est pas autorisé par son donneur d'ordre à modifier les propositions d'achat émises par celui-ci, ces propositions seront non négociables au moment de la transaction entre l'intermédiaire et le vendeur potentiel.

### **1.3.2 Identification des stratégies anti-risques des agents des filières manioc et macabo**

Les stratégies anti-risques des acteurs qui découlent de l'organisation des filières manioc et macabo seront analysées de manière croisée entre les enquêtes quantitatives de l'analyse sur la formation des prix et les enquêtes qualitatives sur les stratégies des agents face aux principales contraintes qu'ils rencontrent dans leurs activités, dont les problèmes de circulation d'information au sein des filières.

#### ***1.3.2.1 Analyse de la formation des prix au sein des filières***

Selon Morvan (1985), la filière est un espace des relations d'échange donc c'est un ensemble de marchés. Cette description peut alors s'appuyer sur une analyse de la formation des prix au sein des filières.

##### ***1.3.2.1.1 Etablissement des produits et des charges de chaque agent***

La reconstitution des produits et des consommations intermédiaires pour chaque agent de la filière permet de calculer les valeurs ajoutées brutes pour chaque agent. Il convient pour chaque agent de la filière d'estimer :

- consommations intermédiaires : constituées par l'ensemble des consommations intermédiaires nécessaire à la production ou à la commercialisation d'un kilogramme de produit,
- produit : constitué par les flux du bien livré sur le marché de commercialisation en aval,
- valeur ajoutée brute : calculée par différence entre les valeurs des deux éléments précédents.

Les prix et les coûts sont ainsi identifiés, tandis que la valeur ajoutée pour chaque agent et la répartition entre les agents de la valeur ajoutée globale en sont déduites. On obtient ainsi des indications sur les rapports de force des différents acteurs sur les prix au sein de la filière.

#### ***1.3.2.1.2 Intérêt de l'analyse de la formation des prix***

Cette analyse permet d'établir des comparaisons sur :

- Le total des coûts par rapport au total des marges nettes générées dans chaque circuit ;
- Le total des coûts et des marges d'un circuit par rapport à ceux des autres circuits ;
- La part des coûts et des marges pour chaque agent par rapport aux autres agents dans un même circuit ;
- La part des coûts et des marges de chaque agent d'un circuit par rapport à celles des autres circuits.

Ces comparaisons aident à l'interprétation en matière de pouvoir économique des différents agents, si l'on suppose que ceux qui correspondent aux coûts les plus faibles et aux marges les plus importantes sont ceux qui ont la plus grande influence sur le fonctionnement économique de la filière et sur les modalités de transaction. Cela sera confronté aux informations recueillies sur les relations entre les acteurs étudiées au cours de l'analyse organisationnelle. (Bourgeois et Herrera, 1998).

L'influence des agents sur la détermination du niveau de prix est liée à leur situation dans le circuit. L'analyse stratégique de la formation des prix dans la filière permet de caractériser la concurrence, d'analyser le niveau d'information des différents agents sur les prix, et de connaître les enjeux (situation financière et niveau de risque dans la transaction). Ainsi, dans les filières agricoles où l'offre est souvent très atomisée, les acheteurs sont en position d'oligopsonie et connaissent mieux les prix que les agriculteurs ; par ailleurs les acheteurs connaissent généralement la situation financière des agriculteurs. Ceux-ci sont donc souvent dominés dans les marchés (Griffon, 1994).

#### ***1.3.2.2 Etude des stratégies socio-économiques des agents***

Cette analyse qualitative est réalisée afin d'identifier les limites des différents acteurs à leurs activités ainsi que les stratégies et les logiques qu'ils adoptent pour les atténuer.

L'identification des limites perçues par les différents types d'agents se fait au cours des enquêtes en demandant aux agents d'identifier et de hiérarchiser les principales causes d'incertitude sur leurs activités. Les résultats ont été analysés par la méthode des scores. Une fois connu les limites auprès de l'agent, il a été identifié la ou les logique(s) et la ou les stratégie(s) dominante(s) à chaque catégorie d'agent (Temple et Dury, 2003). Ainsi, on cherche à analyser leur rationalité : pourquoi font-ils ce qu'ils font ? Les comportements des agents résultent de leurs objectifs de revenus ainsi que de leur accès aux ressources nécessaires pour conduire leurs activités (capital, main d'œuvre, information).

Pour les producteurs, différentes logiques sont identifiables telles que la priorité aux revenus, la priorité à l'autosuffisance, la diversification et la minimisation des risques, ou la maximisation de la rentabilité de l'investissement. Pour comprendre les



stratégies anti-risques mises en place par les producteurs, on s'est intéressé à leurs moyens de connaissance des filières et les éléments qui guident leurs prises de décision sur le court et moyen terme. Ainsi, les asymétries d'information que les producteurs ont avec l'aval pourront être identifiées. Mais d'autres facteurs que l'information peuvent être limitants pour l'activité des agriculteurs et sont source d'incertitude, ce sont essentiellement le travail et le capital. C'est pourquoi on s'intéressera également aux systèmes organisationnels mis en place par les producteurs pour réduire ce type de risque.

Pour les intermédiaires, les objectifs peuvent être les suivants : obtention régulière de trésorerie pour consommation et finalités sociales ; épargne pour réinvestissement, pour l'investissement dans d'autres activités et pour les besoins futurs du ménage. L'objectif d'obtention de revenus réguliers est important à prendre en compte car il explique souvent un grand nombre de stratégies anti-risques. En effet, ils doivent faire face à des coûts nombreux : transport, accès à un emplacement de vente, taxes, etc. De plus, ils opèrent dans un contexte de forte incertitude sur l'état futur de la production, l'état futur de la demande et les politiques de l'État (importations, taxes, ...). Ce contexte peut provoquer des fluctuations de revenus susceptibles de mettre en péril le maintien de leur activité, c'est pourquoi les intermédiaires prennent un certain nombre de stratégies anti-risque en rapport avec le choix des produits, le choix des quantités, les prix à l'achat et à la vente, et les lieux d'achat et de vente (ex : diversification des activités ; choix de produits à l'approvisionnement et à l'écoulement garanti ; limitation du fonds de roulement et du capital investi ; stockage ou transformation des produits ; participation à des organisations ; ...) (Moustier et Leplaideur, 1999).

### **1.3.3 Dispositif de collecte des données et méthode d'échantillonnage**

Cette étude a été réalisée en deux phases distinctes. Dans un premier temps, la méthode d'étude retenue pour répondre à cet objectif est celle de l'analyse fonctionnelle et de l'identification des flux de ces filières. Pour cela, des entretiens ouverts ont été réalisés sur différents marchés de la ville de Yaoundé (Mokolo, Mfoundi, Essos, Mvog-Mbi, Etoudi, ...) avec les différents types d'acteurs impliqués dans l'approvisionnement alimentaire en manioc et macabo. Dans l'approvisionnement des villes, le marché est le lieu de déroulement des échanges où se repèrent les acteurs et les flux de marchandises, où sont étudiés les prix et localisées les zones de production. Le marché est le point de convergence des réseaux d'approvisionnement et de distribution des produits vivriers. Par conséquent, les enquêtes auprès des acteurs impliqués directement dans la commercialisation, en aval des producteurs ont eu lieu sur les marchés de Yaoundé. Les thèmes abordés au cours de ces entretiens concernaient l'origine géographique des produits, la nature des produits, les volumes et les variations saisonnières en nature et en volume, le mode d'approvisionnement des acteurs, l'appartenance à une organisation professionnelle formelle ou informelle (association financière endogène, tontine, GIC ou syndicat) et l'identification de relation avec des acteurs indirects (organismes financiers, transporteurs, agents de l'État ou de la municipalité, manutentionnaires, propriétaires de véhicule, fournisseur d'intrants, appui technique, ...).

Dans une seconde phase, des entretiens semi-directifs individuels auprès des différents acteurs directs de la filière et des entretiens ouverts auprès d'agents indirects et de personnes ressources (membres d'organisation non gouvernementale et de différents ministères) ont été réalisés pour répondre aux questions relatives aux institutions des filières et aux stratégies anti-risques mises en place par les différents agents. La trame de ces différents entretiens reprend les termes abordés précédemment

et se trouve en annexe. Pour les enquêtes en aval de la production, certains marchés de la ville ont été ciblés du fait de leur caractère de marché de déchargement de marchandise sur la ville de Yaoundé et donc de concentration des agents. A partir des observations faites sur les marchés au moment de l'analyse fonctionnelle, les marchés retenus sont les marchés de Mokolo, du Mfoundi, de Mvog-Mbi et d'Essos/Mimboman. Ces marchés ont été retenus du fait de leur caractère de marché de déchargement, de la provenance géographique de leurs produits et des volumes traités pour certains des produits retenus pour cette étude (ex : marché de Mfoundi pour le fufou de manioc et le marché Essos/Mimboman pour le macabo). De plus, pour comprendre au mieux les institutions des filières, des observations directes non participantes ont été réalisées auprès des différents acteurs au moment des négociations commerciales et lors des rencontres entre acteurs dans le cadre des organisations formelles ou informelles (GIC, tontines). Ces observations sont complémentaires aux entretiens car elles permettent d'appréhender les informations qui sont issues du marché lui-même et des pratiques commerciales des agents.

Pour l'échantillonnage des commerçants, du fait du manque d'information sur les marchés et leurs acteurs, il n'y avait pas de base de sondage possible. Il a été mis en place une enquête aléatoire en retenant comme critère d'échantillonnage le produit vendu, le marché fréquenté à Yaoundé et l'importance du commerce des produits retenus sur le marché considéré à partir des informations issues de la bibliographie et des observations préalables.

Le nombre de personnes enquêtées est de 76 pour les producteurs (40 au niveau de Ngoumou et 36 au niveau de Nguélémehouka), de 36 pour les revendeurs (10 pour les bâtons de manioc, 9 pour le fufou et le manioc frais et 8 pour le macabo), de 12 grossistes (5 pour le macabo et 7 pour le fufou), de 14 transporteurs et de 23 collecteurs (8 pour le fufou, 6 pour les bâtons, 5 pour le macabo et 4 pour le manioc).

#### **1.3.4 Les limites de l'étude**

Face aux problèmes du manque de temps et de moyens financiers, seulement deux zones d'étude du projet ont été prospectées pour cette étude. Les zones retenues ont été celles de Ngoumou et de Nguélémehouka car elles offrent des situations très contrastées mais sont orientées vers un même marché principal de destination : Yaoundé.

Le principal problème rencontré dans cette étude a été la difficulté de s'entretenir avec un nombre suffisamment important d'acteurs commerciaux pour pouvoir réaliser une analyse statistique quantitative des données collectées. Par conséquent, les résultats présentés par la suite sont le fruit d'une analyse qualitative. Les raisons de ce faible nombre d'entretien sont le facteur temps (durée de l'entretien par rapport au temps disponible des acteurs surtout au niveau des collecteurs et des producteurs-grossistes), la volonté de monnayer les informations par les commerçants et leur refus de coopérer pour préserver leurs intérêts. Sans compter les nombreuses interruptions des enquêtes par les autres agents se trouvant à proximité qui n'arrêtent pas de dire que l'information se paye.

Concernant l'analyse des prix des produits étudiés, elle se fait au kilogramme de racine ou de tubercule pour pouvoir comparer les différentes filières entre elles. La diversité des unités de mesure utilisée sur les marchés africains est une première difficulté pour le calcul des prix au kilogramme. Ces unités varient en fonction des marchés, des produits, enfin des périodes. La fonction dominante des marchés (gros ou détail) détermine une relation entre le choix d'une unité et le type de transaction au sein

d'une filière. Malgré la stabilité du prix des unités sur les marchés, l'observation révèle une variation très grande du poids de ces unités selon le type de transaction réalisé. Si on s'intéresse à l'unité tas pour le manioc et le macabo (transaction entre un revendeur et un consommateur) on différencie le petit, le moyen et le gros tas. Les acteurs parlent du tas de 100, de 200, de 500 et de 1 000 Fcfa. En réalité, le poids du tas varie et s'ajuste à l'état d'abondance ou de pénurie du marché. Or comme les pesées de tas qui ont été réalisées ne pouvaient pas être faites pendant toute l'année l'estimation du prix au kilogramme au moment de la vente en détail a été basée sur les données de la Direction de la statistique et de la comptabilité nationale.

## **2 APPROVISIONNEMENT DES MARCHES DE LA VILLE DE YAOUNDE**

Les racines et tubercules produits sont surtout destinés à l'autoconsommation. Mais le surplus (tubercules frais ou produits transformés) est commercialisé pour satisfaire la demande urbaine de plus en plus importante.

### **2.1 LES ACTEURS DIRECTS INTERVENANT DANS LES FILIERES MANIOC/MACABO**

Les différentes opérations de la commercialisation des racines et tubercules consistent en la collecte des produits, en leur acheminement vers les lieux de vente et en leur acquisition par les consommateurs finaux. Ces actions nécessitent une certaine spécialisation pour les agents chargés de les réaliser. Par conséquent, il peut être distingué un commerce de gros - regroupant les collecteurs, les grossistes sédentaires, les producteurs et les transporteurs - et un commerce de détail avec les vendeurs (producteurs et transformateurs), les revendeurs et les consommateurs.

Les acteurs qui se trouvent sur les différents marchés - comme c'est le cas pour tous les produits vivriers - peuvent jouer plusieurs rôles à la fois et se retrouver à plusieurs niveaux du circuit de commercialisation. C'est pour cela que leur dénomination n'est pas aisée. Par conséquent, la nomenclature utilisée pour les désigner réside sur des noms composés dont le premier (ou les deux premiers) terme(s) indique(nt) sa fonction principale ainsi que le mode d'acquisition de la marchandise, et le dernier terme signifie le mode de vente sur les marchés (ex : producteur-grossiste = producteur acheminant sa production sur les marchés et vendant sa marchandise en gros).

FONCTION	DESIGNATION	PRODUCTION	ACHEMINEMENT	TRANSFORMATION	REGROUPEMENT DE L'OFFRE	DISTRIBUTION
Producteur	producteur					
	producteur-vendeur					
	producteur-transformateur					
	producteur-grossiste					
Collecteur						
Grossiste	transformateur-vendeur					
Transformateur	revendeur					
Détaillant						

**Tableau 2 : Présentation des différents agents impliqués dans les filières manioc/macabo avec leurs rôles respectifs**

### 2.1.1 Les producteurs

La production est assurée principalement par les femmes et est destinée d'abord à l'autoconsommation. A partir des résultats des études réalisées par des ONG pour le compte du PNDRT (PNDRT, 2005) et d'un diagnostic agraire réalisé pour le compte du projet Duras (Tricoche, 2006), plusieurs catégories de producteurs peuvent être identifiées en fonction de l'importance de leur production et de leur capacité à commercialiser leurs excédents et d'en obtenir un revenu :

- les producteurs qui ne disposent pas d'excédents à commercialiser et ne cultivent que pour l'autoconsommation. Ces producteurs, généralement des femmes âgées, constituent les couches les plus pauvres de la population rurale, car ils n'ont qu'une force de travail très faible d'où des problèmes pour cultiver des surfaces importantes. Les parcelles destinées aux cultures vivrières n'excèdent pas le demi hectare. Ils représentent entre 10 et 20% des effectifs en milieu rural ;
- les producteurs-transformateurs qui peuvent écouler au maximum un quart de leur production. Ils commercialisent une part de leur production en frais si ils sont en zones péri-urbaines. Les surfaces cultivées en vivriers (et donc en manioc qui est la culture de base dans tout le Centre et Sud Cameroun) ne dépassent pas l'hectare et demi. Ils disposent généralement de revenus d'autres cultures (cacao, café, palmier, fruits, maraîchages principalement) ou extérieurs à l'agriculture (retraités de la fonction publique, produits cynégétiques, production d'alcool de palme). Ce type de producteurs est majoritaire dans la zone de Nguélémdouka où la principale culture commercialisée est le café ;

- les producteurs-transformateurs spécialisés, orientés vers le marché et qui vendent plus du quart de leur production, qui est donc leur principale source de revenus voire la source unique. Les superficies emblavées d'une année sur l'autre sont comprises entre un hectare et trois hectares de manioc. Le manioc peut être en culture pure et dans ce cas l'importance des hommes sur cette culture est de plus en plus prépondérante. Ces producteurs se trouvent principalement autour des grandes agglomérations du type zone de Ngoumou.
- les producteurs plutôt jeunes se spécialisant dans la culture du macabo (champs en culture pure compris entre un et deux hectares) du fait de la chute des cours des cultures stimulantes que sont le cacao et le café. Ils se trouvent dans des zones relativement bien desservies par le trafic routier que sont Doumé, Ayos, Bengbis et Akonolinga.

Les zones de production retenues pour cette étude sont toutes les deux en pleine zone forestière tropicale humide. Le type d'agriculture, qui est le même pour les deux zones, peut être qualifiée d'agriculture semi-itinérante sur brûlis, basée sur les associations culturales. Par conséquent, cette agriculture assemble de nombreuses cultures dans le temps et dans l'espace. La culture d'ouverture après l'abattage peut être soit la pistache (*Cucumeropsis mannii*), soit l'arachide en fonction du temps de jachère, puis suivent les cultures vivrières amylacées (manioc, macabo), du plantain ainsi que des cultures d'appoint comme des légumes et des plantes condimentaires.

Après une courte période de culture de trois à quatre années, la parcelle est abandonnée à la jachère arborée de plus ou moins longue durée, avant d'être de nouveau défrichée et remise en culture. Les cultures sur abattis-brûlis sont donc des cultures temporaires de courte durée alternant avec une longue jachère boisée pour former une rotation qui varie selon le système. Même temporaires, ces cultures doivent assurer d'année en année une production régulière. C'est pourquoi, tous les ans, chaque famille d'agriculteur défriche une surface boisée suffisante pour y pratiquer les cultures principales correspondant à ses besoins alimentaires. Ces cultures temporaires sont qualifiées d'itinérantes, car elles changent de place chaque année. Mais en réalité, l'agriculture n'est que semi-itinérante car elle allie des cultures temporaires à des habitations pérennes.

Pour qu'un tel système agraire se perpétue, le renouvellement de la fertilité doit être assuré. Donc le village doit disposer, à côté des surfaces cultivées, de surfaces à peu près équivalentes de jachères de tous âges, qui seront défrichées les unes après les autres au cours des années suivantes. Un système de culture sur abattis-brûlis ne peut donc se pérenniser que si, de défrichement en défrichement, les apports de minéraux provenant des cendres et de la minéralisation accélérée de l'humus se maintiennent à un niveau suffisant pour assurer de bonnes récoltes. La jachère arborée en rotation doit durer assez longtemps pour fournir une litière de bois mort et de feuillage assez abondante pour reconstituer la réserve d'humus du sol entamée par la minéralisation accélérée qui suit chaque défrichement. C'est un transfert vertical de fertilité.

Cette pratique de l'agriculture semi-itinérante pour les cultures vivrières perdure toujours dans ces régions car la terre n'est pas encore un facteur limitant. Les agriculteurs n'ont donc pas pour l'instant de motivation fondamentale pour changer cette pratique agricole. De plus, la superposition des activités de subsistance (agriculture, chasse, pêche, et cueillette) fait preuve d'une utilisation adaptée de l'espace et du temps. Dans un tel milieu, les déplacements sont un facteur limitant pour les activités quotidiennes. Par conséquent, l'enchevêtrement des activités permet aux



villageois de s'acquitter de nombreuses tâches lors d'un seul et même déplacement vers les champs vivriers (entretien et récolte des produits vivriers, vérification des pièges, collecte du vin de palme, collecte du bois de chauffage, ...), et donc d'optimiser le temps de travail.

Pour installer des cultures en forêt, il est nécessaire de leur faire une place au sol et au soleil en détruisant tout ou partie de la végétation spontanée. Dans tous les cas, qu'il soit partiel ou complet, l'abattis n'est pas un défrichement intégral, en ce sens qu'il ne comporte ni dessouchage ni nettoyage systématique du sol. Après la défriche du sous-bois et l'abattis, le terrain reste encombré de troncs, de branches et de feuilles dont il faut se débarrasser avant de l'ensemencer ou de le planter. Pour dégager le terrain des résidus végétaux, les agriculteurs les laissent sécher après la fin de l'essartage pendant trois à quatre semaines, puis les brûlent pour que les cultures bénéficient au mieux des minéraux nutritifs contenus dans les cendres.

Dans nos zones d'étude, le brûlis est directement suivi des opérations de semis ou de plantation manuelle à l'aide d'une machette, d'une petite houe ou d'un plantoir une fois la première pluie efficace. Cette opération a lieu avec ou sans préparation du sol pour le manioc (buttage ou non). Les boutures de manioc sont plantées de manière différente selon la zone. Au niveau de Nguélémdouka, elles sont mises complètement en terre sans préparation particulière du sol. Par conséquent, deux plants de manioc prendront naissance à partir de chaque bouture. Au niveau de Ngoumou, les boutures de manioc sont plantées à l'oblique dans une butte à raison d'une bouture par butte. Cette technique permet de concentrer la couche humifère au niveau de la tige de manioc. D'après les résultats des enquêtes, les rendements à l'hectare ont été estimés à 12 tonnes à l'hectare après pertes au niveau de Ngoumou et à 8 tonnes à l'hectare après pertes au niveau de Nguélémdouka. Cette différence de rendement est due soit à la technique culturale (amélioration des rendements selon les dires des producteurs depuis la mise en place de cette technique préconisée depuis le début des années 2000 par le Programme national de vulgarisation et de recherche agricole), soit aux caractéristiques nutritives du sol. Les semenceaux de macabo sont obtenus en découpant les bulbes principaux des pieds provenant d'anciens champs en veillant à ce que chaque morceau ait un oeillet pour assurer la levée. Comme les champs sont en association, les semis ou plantations ont lieu de concert pour l'ensemble des cultures.

Pendant la durée de vie d'un champ en association, celui-ci aura eu plusieurs noms caractérisant à chaque fois la culture prépondérante. Par exemple un champ d'arachides *afub owondo* peut devenir un champ de manioc *afub mbong* après la récolte des arachides, avant l'entrée en production plus tard du plantain *afub bikwan*. Ces champs sont donc caractérisés par la culture dominante, à un moment donné, à laquelle sont associées de nombreuses autres cultures.

La culture dominante des champs d'arachide est donc l'arachide. Cette légumineuse est associée à de nombreuses autres espèces ; maïs, manioc, macabo, plantain, canne à sucre, igname, patate douce, tomate, tabac, oignon, piment et herbacées. Du fait du caractère bimodal des précipitations, ce type de champ peut être mis en place soit en mars après la grande saison sèche (*afub esep*), soit en septembre après la petite saison sèche (*afub oyon*).

De ce fait, si nous sommes en mars 2007, chaque exploitation a :

- un champ de petite saison des pluies (*afub esep*) de mars 2005 sur lequel uniquement le plantain est présent et récolté, il s'agit d'un champ de plantain (*kunu bikwan*) ;

- un champ de grande saison des pluies (*afub oyon*) de septembre 2005 sur lequel les derniers pieds de manioc sont récoltés et le plantain est également présent, il s'agit du passage de relais entre le champ de manioc (*kunu mbong*) et le *kunu bikwan* ;
- un *afub esep* de mars 2006 sur lequel les derniers pieds de macabo et les premiers pieds de manioc sont récoltés, il reste en place le manioc, le macabo et le plantain, il s'agit d'un *kunu mbong* ;
- un *afub oyon* de septembre 2006 où l'arachide et le maïs ont été récoltés en décembre précédent, il s'agit d'un jeune *kunu mbong* ;
- une parcelle venant de subir un abattis-brûlis sur laquelle va être mis en place l'ensemble des cultures majoritaires de ces régions à savoir l'arachide, le maïs, le manioc, le macabo et le plantain, il va donc être mis en place un *afub esep*.

Cependant, au niveau de Ngoumou, certains producteurs ont créé des champs de manioc en culture pure. Soit il s'agit de champs communautaires qui sont mis en place par les membres d'un groupe d'initiative commune (GIC), soit des producteurs qui commercialisent environ un hectare de manioc par an.

A partir des enquêtes, il ressort que le facteur d'appartenance à un GIC n'est pas un facteur déterminant sur les modes de commercialisation et sur les choix culturels quelque soit la zone. L'effet sur la production entre membres et non membres de GIC n'a pas pu être évalué du fait des difficultés pour les producteurs à pouvoir évaluer avec exactitude leur production totale. Cependant, comme il n'y a pas de différence entre membres et non membres concernant les modes de commercialisation, les volumes commercialisés et les choix culturels, et en estimant que les quantités consommées par les ménages de chaque zone sont équivalentes (manioc base alimentaire sur les zones étudiées) de l'ordre de 2,5 tonnes par ménage et par an, il semble donc qu'il n'y aurait pas de différence entre les membres et les non membres concernant la production en manioc à l'intérieur de chaque zone.

A partir des données récoltées auprès des producteurs, il est possible de faire une typologie des différents systèmes de production rencontrés sur chaque zone. Les critères de distinction sont les surfaces en culture pérenne et les surfaces en culture vivrière, vouées ou non à être commercialisées. La zone de Ngoumou se caractérise par sa spécialisation dans la transformation du manioc en bobolo. Tandis que les différentes sources de revenu pour Nguélémondouka sont plus nombreuses. Les typologies des agriculteurs pour chaque zone sont représentées ci-après (cf. tableaux 5 et 6). Vous constaterez que pour 45% des producteurs sur Nguélémondouka, le manioc n'est pas commercialisé (autoconsommation et vente d'autres vivriers). Tandis qu'au niveau de Ngoumou, seulement 15% des producteurs cultivent le manioc uniquement comme ressource alimentaire.

TyPOLOGIE (% DE PRODUCTEURS)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN CULTURE PERENNE (EN HA)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN CULTURE VIVRIERE CHAQUE ANNEE (EN HA)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN MANIOC VOUEE A LA VENTE (EN HA)	REVENU AGRICOLE ESTIME (EN MILLIERS DE FCFA)	LIEUX DE VENTE MAJORITAIRES	AUTRES SOURCES DE REVENU
Producteur- transformateur du manioc (12%)		0,5 - 1	0,2 – 0,5	70 à 180	local (bâton) foufou (fidélisation)	travaux champêtres
Producteur-vendeur de manioc frais (6%)		0,5 - 1	0,2 – 0,5	30 à 140	marché Nka	production d'alcool, produits forestiers, retraite
Producteur pour auto- consommation (15%)		0,2 – 0,5	< 0,1	10 à 30	maison marché de Nka	production d'alcool, aides familiales
Petit producteur de café/cacao avec diversification des ventes des vivres (6%)	0,1 – 0,5	0,3 – 0,7	< 0,1	90 à 160	maison	production d'alcool, produits forestiers, produits cynégétiques
Producteur moyen de café/cacao avec auto- consommation (12%)	0,5 – 1,5	0,2 – 0,5	< 0,1	100 à 170	maison	production d'alcool, produits forestiers, produits cynégétiques
Producteur moyen de café/cacao avec vente forte de manioc (6%)	0,5 – 1,5	0,5 – 1,5	0,2 – 1	170 - 400	maison marché Nka (man. frais) marché urbain (foufou)	produits forestiers, produits cynégétiques, travaux champêtres
Producteur moyen de café/cacao avec vente forte de manioc et diversification (9%)	0,5 – 1,5	0,5 – 1	0,2 – 0,6	300 - 400	marché urbain	production d'alcool, petit commerce



TYPOLOGIE (% DE PRODUCTEURS)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN CULTURE PERENNE (EN HA)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN CULTURE VIVRIERE CHAQUE ANNEE (EN HA)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN MANIOC VOUEE A LA VENTE (EN HA)	REVENU AGRICOLE ESTIME (EN MILLIERS DE FCFA)	LIEUX DE VENTE MAJORITAIRES	AUTRES SOURCES DE REVENU
Producteur moyen de café/cacao avec vente de plantain (9%)	0,5 – 1,5	0,7 – 1,5	0,5 – 1 (plantain) < 0,1 (manioc)	250 - 850	maison	production d'alcool, produits forestiers, produits cynégétiques
Gros producteur de café/cacao avec vente forte de manioc et diversification (9%)	1,5 - 3	0,5 – 1	0,2 – 0,6	300 - 600	maison marché Nka (man. frais) marché urbain (foufou)	petit commerce
Gros producteur de café/cacao avec vente de maïs (6%)	1,5 - 3	0,5 – 1	0,2 – 0,3 (maïs) < 0,1 (manioc)	250 - 650	maison	production d'alcool, produits forestiers, produits cynégétiques
Très gros producteur de café/cacao avec diversification des ventes (12%)	> 3	0,5 – 1	< 0,1	> 750	maison marché urbain (foufou)	

**Tableau 3 : Systèmes de production présents au niveau de la zone de Nguélémdouka**

TyPOLOGIE (% DE PRODUCTEURS)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN CULTURE PERENNE (EN HA)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN CULTURE VIVRIERE CHAQUE ANNEE (EN HA)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN MANIOC VOUEE A LA VENTE (EN HA)	REVENU AGRICOLE ESTIME (EN MILLIERS DE FCFA)	LIEUX DE VENTE MAJORITAIRES	AUTRES SOURCES DE REVENU
Producteur pour auto- consommation (15%)		0,2 – 0,3	< 0,1	20 à 70	bord-route marché de Ydé	pension de retraite, aides familiales
Producteur- transformateur du manioc en bâton avec ventes fortes (20%)		1 - 2	0,6 – 1,2	600 à 1 100	maison (fidélisation) marché de Ydé	
Producteur- transformateur du manioc en bâton avec ventes moyennes (32,5%)		0,3 - 1	0,12 – 0,6	120 à 600	maison (fidélisation) marché de Ydé	travaux champêtres, petit commerce
Producteur- transformateur du manioc en bâton avec ventes moyennes, et vente de plantain (2,5%)		0,8 – 1,5	0,12 – 0,6	> 600	maison (fidélisation) marché de Ydé	
Cacaoculteur et producteur- transformateur du manioc en bâton avec ventes moyennes (15%)	1 - 3	0,3 - 1	0,12 – 0,6	400 à 750	marché de Ydé	

TYPLOGIE (% DE PRODUCTEURS)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN CULTURE PERENNE (EN HA)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN CULTURE VIVRIERE CHAQUE ANNEE (EN HA)	SUPERFICIE EMBLAVEE EN MANIOC VOUEE A LA VENTE (EN HA)	REVENU AGRICOLE ESTIME (EN MILLIERS DE FCFA)	LIEUX DE VENTE MAJORITAIRES	AUTRES SOURCES DE REVENU
Cacaoculteur et producteur- transformateur du manioc en bâton avec ventes fortes (5%)	2 - 4	1 - 2	0,6 – 1,2	1 000 à 2 000	marché de Ydé	
Producteur d'ananas et producteur- transformateur du manioc en bâton avec ventes moyennes (7,5%)	0,5 – 1 (ananas)	0,3 - 1	0,12 – 0,6	250 à 800	marché de Ydé	
Producteur de palmier à huile et producteur- transformateur du manioc en bâton avec ventes fortes (2,5%)	> 2	1 - 2	0,6 – 1,2	> 1 500	marché de Ydé	

**Tableau 4 : Systèmes de production présents au niveau de la zone de Ngoumou**

## 2.1.2 Les commerçants

La chaîne de commercialisation est constituée des collecteurs, des grossistes, des semi-grossistes et des détaillants. Toutes les activités de commercialisation sont aussi dominées par les femmes. La vente peut avoir lieu bord-champs, dans les cases, sur les bords des routes, sur les marchés de collecte (marché réputé pour la vente en gros se trouvant en milieu rural et de fréquence hebdomadaire), les marchés ruraux ou les marchés de consommation des grandes villes. Les commerçants, de tempérament individualiste, se font concurrence entre eux. Les vendeurs impliqués dans l'activité de commercialisation des produits du manioc peuvent être regroupés en deux catégories :

- les vendeurs en gros : producteurs, collecteurs, grossistes et semi-grossistes (les vendeurs d'un nombre de sacs importants ou de quelques sacs) ;
- les détaillants (les vendeurs-producteurs, les vendeurs-transformateurs, les vendeurs-producteurs-transformateurs et les revendeurs encore appelés *bayam sellam*).

### 2.1.2.1 Sur le marché de gros

Les commerçants de vente en gros assurent le premier maillon de l'approvisionnement des marchés urbains et des marchés d'exportation. Ce type de commercialisation se fait en grandes quantités par un seul vendeur. Ce dernier comme c'est le cas pour tous les produits vivriers peut jouer plusieurs rôles à la fois et se retrouver à plusieurs niveaux du circuit de commercialisation. Les différents types de commerçants en gros rencontrés sont les producteurs-grossistes, les collecteurs, les grossistes sédentaires et les semi-grossistes.

#### 2.1.2.1.1 Les producteurs-grossistes

Les producteurs vendant en gros sont des producteurs qui acheminent directement leur production de manioc frais, de bâton de manioc ou de macabo sur les marchés urbains (marchés ruraux de collecte et marchés urbains de déchargement).

La plupart des productrices acheminent elles-mêmes leur produit. Les quantités vendues par personnes sur les marchés urbains sont très faibles. Ces observations sont en adéquation avec les valeurs trouvées par Foundjem Tita *et al* (2002) qui ont montré que les producteurs apportent sur les marchés de Yaoundé en moyenne entre 8 et 10 sacs de 30 kg environ (soit 250 à 300 kg par personne). Ces quantités relativement modestes sont dues aux coûts de transport élevés. Leurs principaux acheteurs sont les revendeurs. Les prix de vente sont fonction de l'approvisionnement du marché et peuvent être très variables pour le manioc frais et le bâton de manioc.

Les recettes des ventes sont faibles et reflètent les quantités proposées alors qu'il faut faire face à des frais de transport parfois élevés parce que les producteurs résident en dehors des villes dans lesquelles ils écoulent leurs produits.

Leur aire de recrutement est limitée et assez proches des centres urbains, en raison des contraintes de transport et du caractère périssable du manioc frais. Pour que leur activité soit rentable, les distances parcourues par les productrices-grossistes doivent être raisonnables. Autour des grandes agglomérations, ces distances ne dépassent pas la soixantaine de kilomètres. Elles sont plus réduites dans les localités plus modestes (20-25 kilomètres), une bonne partie des produits s'y transportant à pied ou via des poushes.

### 2.1.2.1.2 Les collecteurs

Les collecteurs sont des commerçants qui achètent leur marchandise auprès des producteurs au stade bord-champ ou au niveau des marchés ruraux ou de collecte, en vue de revendre ultérieurement sur les marchés urbains. Du fait de leurs présences sur l'ensemble des marchés, ils sont les mieux informés sur les prix, la pénurie ou l'abondance des produits. Ils peuvent résider au niveau des zones de production ou au niveau des grands centres urbains (Douala, Yaoundé, ...).

De plus, leurs pouvoirs financiers d'acheteurs leur donnent une hégémonie sur le producteur. Pour le macabo, le bâton de manioc et le fufou de manioc, il existe très souvent une certaine organisation dans le ramassage : les collecteurs passent les commandes auprès des producteurs en déposant une avance et repassent ensuite récupérer le produit en soldant le compte.

Les collecteurs, ainsi que les grossistes, ont surtout mobilisé des fonds propres (liquidités monétaires directement mobilisables, épargne accumulée ou crédit obtenu auprès de divers types d'institutions financières). L'investissement de l'épargne individuelle est le principal mode de financement du capital nécessaire à la « phase de décollage », qui sera le point de départ de l'accumulation de capital via la participation à une association financière endogène (Warnier, 1993). Les faillites dans cette activité de commerce de vivres frais sont très fréquentes (plus de 50% des personnes ont tout perdu au moins une fois) et la durée de pratique relativement courte étant donné la pénibilité de ce travail (Iyébi *et al*, 2001).

### 2.1.2.1.3 Les grossistes sédentaires et les semi-grossistes

Les grossistes sédentaires sont des commerçants basés au niveau des marchés de déchargement ou des gares routières qui acquièrent leur marchandise auprès des producteurs-grossistes et des collecteurs basés en milieu rural. Pour la commercialisation du manioc frais et des bâtons de manioc, il n'existe pas de grossistes sur les marchés urbains en raison du risque de périssabilité plus important de ces produits (quelques jours à une semaine). (Iyebi *et al*, 2001)

Les semi-grossistes sont généralement des revendeurs ou *bayam sellam* qui se trouvent sur les marchés urbains de déchargement des grandes agglomérations. Ils s'approvisionnent auprès des producteurs-grossistes, des collecteurs et des producteurs. Dans ce dernier cas, ils se comportent comme des collecteurs mais s'en distinguent par les moindres volumes achetés. Les semi-grossistes existent pour l'ensemble des produits étudiés. Comme leur nom l'indique, ils peuvent revendre leur marchandise soit au détail soit en gros sous la forme d'unité de mesure locale.

### 2.1.2.1.4 Les « expatriés » et les importateurs

Les « expatriés » sont en réalité des intermédiaires des commerçants importateurs qui vendent les produits vivriers camerounais soit au niveau des pays limitrophes de la sous-région (Gabon, Guinée Equatoriale) soit au niveau des pays européens (France). Ils jouent donc le rôle de collecteur sur les marchés urbains de déchargement ou au niveau des villages pour les importateurs auprès desquels ils ont un contrat. Le terme « expatrié » est un avatar de la manière dont ils sont désignés sur les marchés. En effet, ils sont qualifiés de *gabonais* par les commerçants locaux du fait qu'ils travaillent pour exporter vers le Gabon qui est le plus grand marché d'exportation des vivres frais camerounais (tomate, avocat, piment, fufou, macabo, plantain, safou, ...). Ils sont facilement identifiables, sur les marchés de Yaoundé comme en milieu rural, par les plaques d'immatriculation des camions qu'ils utilisent.

Les importateurs sont principalement de nationalité camerounaise et sont basés dans les pays précédemment cités où ils se comportent comme des semi-grossistes sur les marchés de Mombouet à Libreville ou de Château Rouge à Paris. Ils exportent aussi bien les bâtons de manioc, le fufou (ou la farine) de manioc et le macabo. Il est à noter qu'ils ne vendent pas de manioc frais en provenance du Cameroun du fait du manque de méthode de conservation. En effet, les racines de manioc vendues sur les étals parisiens proviennent d'Amérique Latine (Costa Rica, Brésil). De plus, le principal produit dérivant du manioc qui est exporté en direction de l'Europe est la chikwangué mais cette dernière, dont la confection est d'origine congolaise, est principalement produite au niveau de Douala par des vendeurs-transformateurs spécialisés.

### **2.1.2.2 Sur le marché de détail**

Les détaillants assurent l'approvisionnement des ménages. La vente au détail est la forme de commercialisation la plus répandue des produits de manioc et du macabo. Ce type de commercialisation se fait en petites quantités. Ce dernier comme c'est le cas pour tous les produits vivriers, peut jouer plusieurs rôles à la fois et se retrouver à plusieurs niveaux du circuit de commercialisation. Les différents types de détaillants rencontrés sont les producteurs-vendeurs, les transformateurs-vendeurs, les producteurs-transformateurs-vendeurs et les revendeurs ou *bayam sellam*.

#### **2.1.2.2.1 Les revendeurs ou bayam sellam**

Ils se caractérisent par une grande spécialisation dans les produits commercialisés. Pour le commencement de leurs activités, les revendeurs de manioc et de macabo ont très souvent reçu l'aide financière de leur famille ou de leur époux. Ils ne sont ni producteurs, ni transformateurs, mais constituent le gros des effectifs des vendeurs au détail sur les marchés des grandes agglomérations. Ils se basent sur un marché particulier. Ils achètent leur marchandise dans les marchés de déchargement de Yaoundé, auprès des grossistes, des semi-grossistes ou des producteurs-grossistes fraîchement débarqués des véhicules qui n'ont pas de temps à perdre en ville, ou vers les lieux de production (se comportent dans ce cas comme des collecteurs). Les producteurs-grossistes, qui ignorent les tendances du marché, pratiquent des prix généralement abordables et constituent, malgré leur irrégularité, des fournisseurs de choix pour les *bayam sellam*. Ces derniers jouent habilement sur le décalage entre les heures matinales d'arrivée des véhicules et les heures de grande affluence dans les marchés et anticipent ainsi sur les prix.

Les revendeurs exploitent aussi, pour réaliser des marges bénéficiaires intéressantes, le différentiel de produits qui existe entre marchés et proposent plus cher dans les marchés dépourvus, ce qu'ils achètent ailleurs. Ils jouent donc sur le moment d'achat et sur l'opportunité des prix qui doivent être de nature à permettre de réaliser des profits intéressants.

Les *bayam sellam* font face à peu de dépenses et leur présence quotidienne sur les marchés, ajoutée à la flexibilité de leurs prix qui s'ajustent en permanence en fonction des lois du marché, leur permettent, à la longue, d'engranger plus de bénéfices que les autres types de vendeurs de détail.

#### **2.1.2.2.2 Les producteurs-vendeurs**

Ce sont des producteurs qui acheminent directement leur production de manioc frais ou les surplus non consommés sur le marché. Ils sont présents sur les marchés ruraux essentiellement. Ils y proposent des quantités individuelles modestes. Ces

quantités relativement modestes sont dues aux coûts de transport élevés et à la périssabilité du manioc.

Les recettes des ventes sont faibles et reflètent les quantités proposées alors qu'il faut faire face à des frais de transport parfois élevés parce qu'ils résident généralement en dehors des villes dans lesquelles ils écoulent leurs produits.

Leur aire de localisation est limitée et assez proche des centres urbains dans lesquels ils écoulent leurs produits en raison des contraintes de transport (coût et poids) et du caractère périssable du manioc frais. Pour que leur activité soit rentable, les distances parcourues par les vendeurs-producteurs doivent être raisonnables. Autour des marchés provinciaux, celles-ci ne dépassent pas la trentaine de kilomètres et une bonne partie des produits est transportée à pied ou via des pousses.

#### *2.1.2.2.3 Les transformateurs-vendeurs*

Ils transforment eux-mêmes les produits qu'ils vendent au détail sur les marchés urbains. À la différence des producteurs-vendeurs qui vendent des produits bruts, ceux-ci présentent des produits plus élaborés (gari, fougou, bâton). Ils résident pour la plupart en milieu urbain et n'ont pas à faire face à des frais de transport excessifs. Cependant, ils doivent acheter le manioc frais. Ils se ravitaillent généralement auprès des producteurs-grossistes. Le cas des transformateurs-vendeurs résidant au village est anecdotique. Les coûts de commercialisation intègrent la rémunération des facteurs de transformation, les déplacements interurbains, l'achat du manioc frais (et autres) et la taxe du marché.

#### *2.1.2.2.4 Les producteurs-transformateurs-vendeurs*

Ce sont des vendeurs à la fois producteurs et transformateurs des produits qu'ils commercialisent. Cependant, ils sont moins nombreux que les producteurs-transformateurs vendant en gros auprès des revendeurs. Mais à l'inverse de ces derniers, ils vendent sur les marchés ruraux et non sur les marchés de déchargement au niveau des grandes agglomérations.

Leurs prix sont inférieurs à ceux des transformateurs-vendeurs, car généralement ils n'achètent pas le manioc et s'ils le font c'est à un prix moindre qu'au niveau de la ville. En revanche, leurs prix doivent couvrir le travail de transformation, le transport (car ils ne résident pas en ville), les consommations intermédiaires et la taxe de marché.

### **2.1.3 Les consommateurs**

Les principales zones de production du manioc sont également celles de forte consommation, notamment dans les grandes villes de Yaoundé, Douala, Bertoua, Bouéa, Bamenda et Bafoussam. Les produits à base de manioc consommés au Cameroun sont nombreux. La baisse des revenus des ménages a entraîné des changements dans leurs habitudes alimentaires, notamment une augmentation de la consommation des dérivés du manioc, surtout du bâton, du fougou et du gari dans les zones urbaines.

## **2.2 LES ZONES D'APPROVISIONNEMENT ET DE DISTRIBUTION DU MANIOC ET DU MACABO**

Après avoir présenté les différents acteurs intervenant dans les filières, il est intéressant d'avoir une vision schématique de la répartition géographique des zones d'approvisionnement en manioc et macabo de Yaoundé et de son mode de redistribution intra-urbain.



## 2.2.1 Principales zones d'approvisionnement

Les principales zones d'approvisionnement de Yaoundé ont été identifiées à partir des enquêtes exploratoires auprès de détaillants, de grossistes et de transporteurs. Des questions relatives à la provenance des produits du manioc et du macabo qu'ils commercialisent ou qu'ils transportent, aux principales zones d'approvisionnement qu'ils connaissent et à l'importance relative que représente chacune de ces zones pour eux. Ces informations ont été complétées tout au long de l'étude au moment des entretiens avec ces mêmes acteurs. De plus, ces données ont été recoupées avec les résultats d'autres études sur les filières sur les racines et tubercules (PNDRT, 2006 ; Dury *et al.*, 2004 ; Tentchou, 1999 ; Tricoche, 2006).



source : enquêtes de l'auteur

Figure 4 : Zones d'approvisionnement de Yaoundé en manioc frais (---) et en bâton de manioc (—)

L'approvisionnement en manioc frais et en bâton de manioc se caractérise par un zonage concentrique autour de la ville de Yaoundé. Cette forme est valable pour tous les grands centres urbains camerounais (Yaoundé, Douala, Bertoua, ...). Cette représentation spatiale du ravitaillement s'explique par la périssabilité de ces deux produits (2-3 jours pour le manioc ; une semaine pour les bâtons) et par l'état des routes qui se dégradent rapidement pendant la saison des pluies. Des villes telles que Sangmelima ou Abong-Mbang, distantes respectivement de 180 km et de 220 km, peuvent approvisionner (certes en très petit volume) Yaoundé en bâtons car la route est relativement en bon état pendant la saison sèche et le trafic routier est relativement important. La zone d'approvisionnement pour le manioc frais est moins étendue que celle du bâton du fait du temps de conservation plus court ; elle se limite à un rayon d'environ 75 km. Cependant, une zone est spécifique car elle ravitaille Yaoundé en manioc et non en bâton, il s'agit du pays Bassa commençant à partir de la ville de Matomb et allant jusqu'à Eséka. La région au-delà de cette ville approvisionne plutôt Douala.





source : enquêtes de l'auteur

**Figure 5 : Zones d'approvisionnement de Yaoundé en fougou/cossette de manioc**

L'approvisionnement en fougou de la ville de Yaoundé se fait par deux des principales zones de production : le Mbam, à 200 km au nord ouest de Yaoundé en direction de Bafoussam, et l'Est qui a une aire beaucoup plus importante avec les zones majeures de production de Batouri et Dimako, se trouvant respectivement à 450 et 320 km de Yaoundé. Ces deux provenances ont des désignations différentes sur les marchés de Yaoundé : d'un côté le « bafia », pour celui en provenance du Mbam, et le « fougou de l'Est » pour l'autre. Il est à noter que les prix pour le fougou du premier type sont plus élevés (30 Fcfa de plus au kilogramme) car il a la réputation d'être de meilleure qualité que celui de l'Est. En effet, le fougou de l'Est a l'image d'un produit potentiellement dangereux pour la santé humaine (selon les dires des consommateurs enquêtés, il serait la raison du goître endémique dans la province Est du Cameroun). En plus des coûts de transport plus élevés dus à son plus grand éloignement, cette réputation explique pourquoi ce produit se trouve plus difficilement que le fougou de « bafia » sur les étals de la capitale. Cependant, il semble que cette maladie soit due autant à une carence iodée exogène qu'à la consommation de manioc (cf. annexe 22).



**Figures 6 et 7 : Fougou vendu au détail au niveau des marchés de Yaoundé en provenance de Bafia (à gauche) et de l'Est (à droite)**



source : enquêtes de l'auteur

**Figure 8 : Zone d'approvisionnement de Yaoundé en macabo (---) et la principale zone de production (—)**

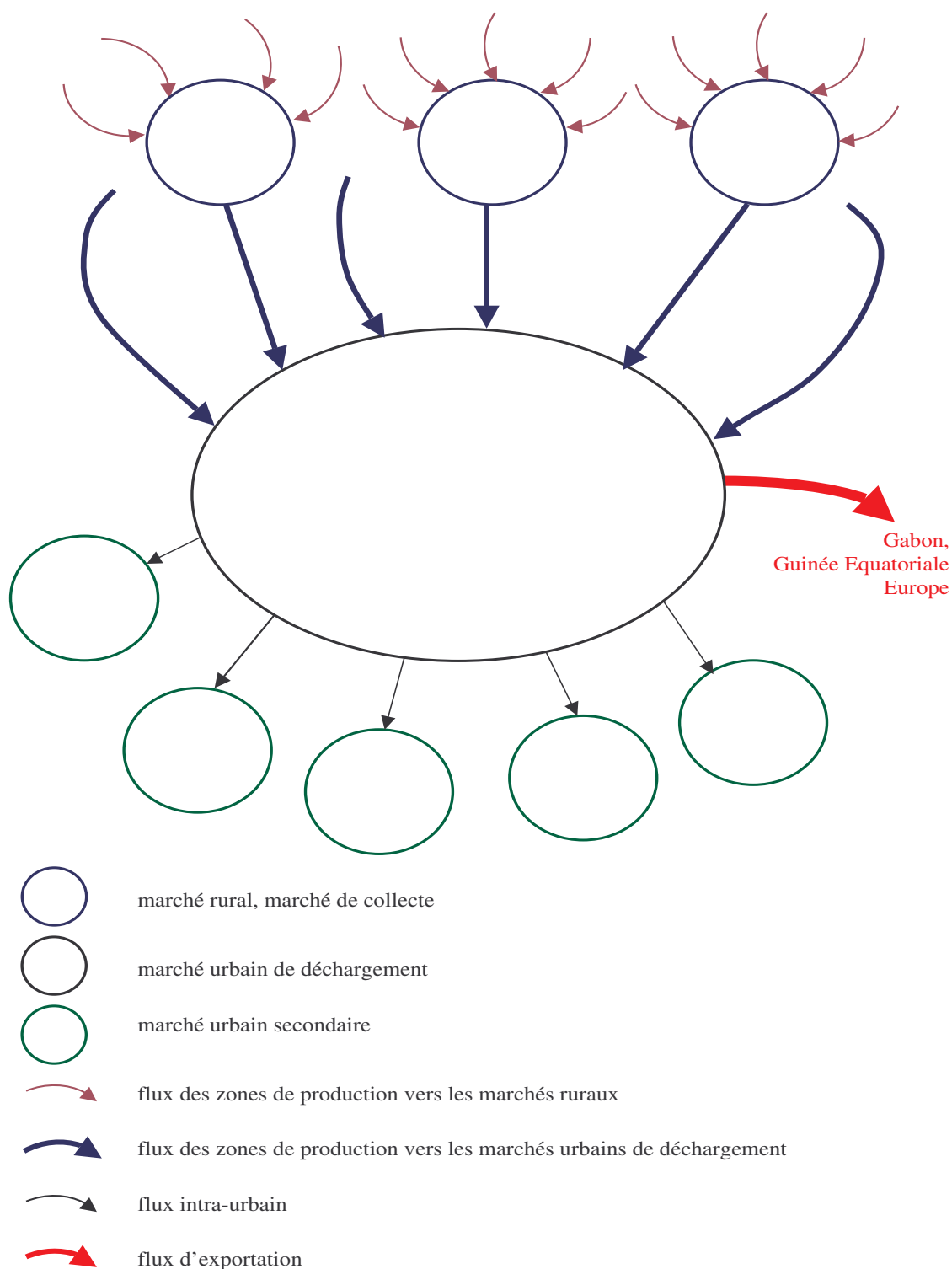
La zone d'approvisionnement en macabo de Yaoundé est comparable à celle du manioc sauf qu'elle est plus étendue du fait du temps de conservation plus important du macabo par rapport au manioc (3 semaines contre 2-3 jours). De plus, la principale période de récolte du macabo a lieu pendant la grande saison sèche, période à laquelle les routes sont les plus praticables, ce qui permet aux collecteurs d'étendre les aires de prospection. Les axes goudronnés permettent d'atteindre des localités aussi éloignées que Sangmelima (170 km de Yaoundé) et Doumé (290 km de Yaoundé). Dès lors, une certaine spécialisation des zones apparaît. La principale zone de production du macabo, s'étendant de Sangmelima à Doumé en passant par Mbalmayo, Akonolinga, Ayos et Bengbis, se trouve dans la zone qui n'est pas spécialisée vers le manioc et ses dérivées. Ceci s'explique par la similarité des systèmes de culture pour le manioc et le macabo (cf. précédemment). En effet, si les producteurs cultivent l'une des deux cultures s'est au détriment de l'autre car les superficies cultivables sont limitées par la force de travail.

## 2.2.2 Les marchés urbains et ruraux

Les marchés ruraux représentent le premier maillon dans l'organisation marchande. Ils permettent la collecte primaire des produits et ouvrent les campagnes sur l'extérieur. Avec l'augmentation de la taille des villes, les marchés grandissent et se multiplient. Si les marchés ruraux servent en partie de lieux de concentration d'une production paysanne très dispersée, les marchés urbains sont le point d'éclatement des denrées pour la vente au consommateur.

La ville de Yaoundé ne possède pas un réel marché de gros. Les lieux qui font office de marchés vivriers de gros sont des espaces spécialisés à l'intérieur des marchés de déchargement. Ces espaces sont le lieu de rencontre entre les grossistes et les détaillants. Aucun marché n'est vraiment entièrement spécialisé mais il y a des

dominances (ex : le marché de Mfoundi pour le fofou ; les marchés d'Essos/Mimboman et Nkolndongo pour le macabo ; ...). Ces marchés de déchargement remplissent la fonction de vente en gros à partir du moment où ils servent de point de regroupement, puis d'éclatement et de redistribution des flux vers les autres marchés de la ville. Par conséquent, au niveau des grands marchés urbains de déchargement, une diversité des fonctions est assurée : détail, semi gros, gros, zone de stockage et de réexpédition.



**Figure 9 : Circulation des flux des marchés ruraux aux marchés urbains**

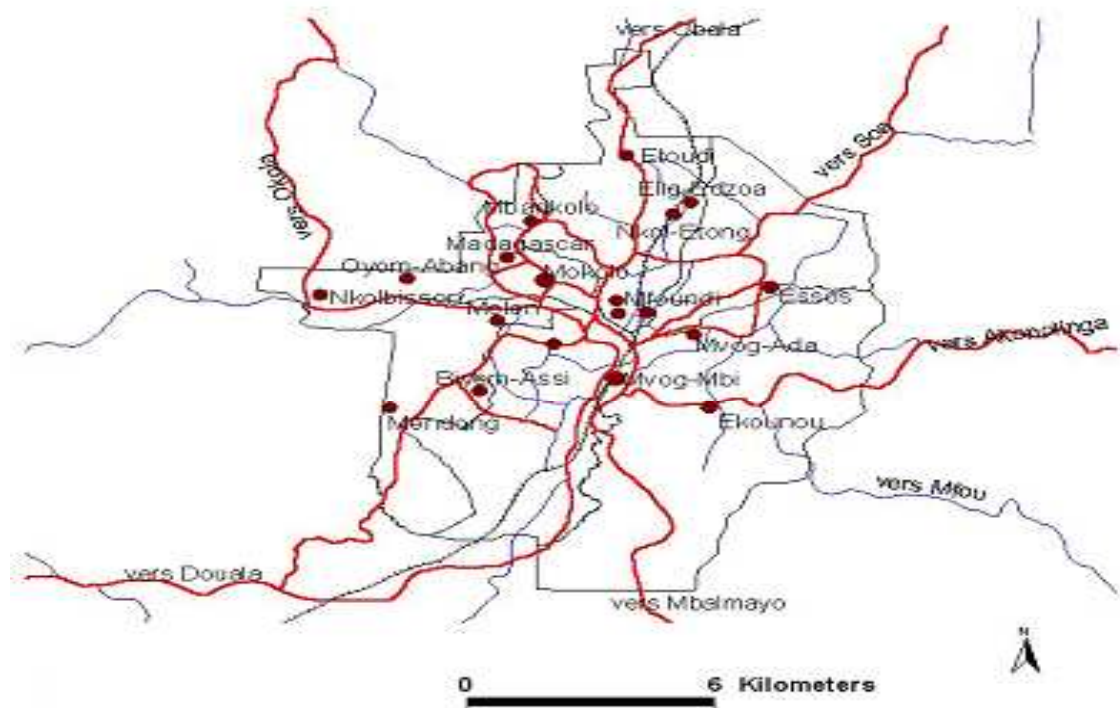
Les conducteurs reliant les zones de production aux centres urbains ont chacun une ligne spécifique sur laquelle ils interviennent. Par conséquent, les véhicules venant d'un village particulier alimentent spécifiquement un marché de déchargement de Yaoundé. Ceci est dû à la distribution spatiale des marchés qui sont orientés vers certains axes de la ville et donc vers certaines zones d'approvisionnement. Par exemple, il sera difficile de trouver des produits en provenance d'Okola sur le marché d'Essos. Ceci peut s'expliquer par les problèmes d'embouteillages et donc la perte de temps que subiraient les chauffeurs - tout comme les producteurs - en provenance de cette zone s'ils devaient traverser la ville de Yaoundé de part en part. Or, ces acteurs ne peuvent pas se permettre de perdre de temps. En effet, les conducteurs doivent faire plusieurs rotations dans la journée pour avoir un revenu en fin de semaine. De plus, les conducteurs s'organisent en fonction des lignes de desserte de la ville de Yaoundé au niveau des gares routières, pour que chaque conducteur respecte son tour de passage. La ville de Yaoundé comporte une multitude de gares routières - situées aux abords d'un marché - qui sont spécifiques de certains axes routiers. Par exemple, la gare routière de Mfou se trouve à proximité du marché de Mvog-Mbi. Mais en cas d'abondance sur le marché pour les produits concernés, les passagers peuvent proposer d'aller sur un autre marché pour pouvoir écouler les produits à des prix plus importants.

RESEAU ROUTIER	MARCHES APPROVISIONNES
Yaoundé – Okola	Mokolo
Yaoundé – Obala	Mfoundi, Etoudi
Yaoundé – Soa	Mfoundi, Essos, Elig-Edjoa
Yaoundé – Akonolinga	Essos, Mvog-Mbi, Nkoldongo, Ekounou
Yaoundé – Mfou	Mvog-Mbi, Ekounou
Yaoundé – Mbalmayo	Mvog-Mbi
Yaoundé – Douala	Mokolo, Mvog-Mbi

*source : enquêtes de l'auteur*

**Tableau 5 : Circuit de collecte des marchés de déchargement de Yaoundé**





source : Foundjem Tita et al (2002)

Figure 10 : Réseau routier desservant la ville de Yaoundé

## 2.3 LIEN ENTRE CLIMAT ET APPROVISIONNEMENT DE YAOUNDE

Après avoir localisé les zones d’approvisionnement en manioc et macabo de la ville de Yaoundé, il est intéressant de connaître la répartition des flux au cours de l’année et de comprendre les principales causes à cette variation temporelle.

### 2.3.1 Caractéristiques climatiques des zones d’approvisionnement

Les zones d’approvisionnement en manioc et macabo de la ville de Yaoundé se caractérisent par le même climat. Les précipitations ont une répartition bimodale dans ces régions, témoignant de la présence de deux saisons pluvieuses entrecoupées de deux saisons sèches (cf. figure 9). La saisonnalité se découpe donc comme suit :

- une grande saison sèche (mi-novembre à mi-mars) ;
- une petite saison de pluie (mi-mars à juillet) ;
- une petite saison sèche (juillet à septembre) ;
- une grande saison pluvieuse (septembre à mi-novembre).

La répartition des pluies permet deux cycles culturels : les semis de mars et les semis de septembre. De début décembre à mi-mars, il y a une période de sécheresse qui permet de réaliser une défriche – brûlis de meilleure qualité pour ce cycle cultural que pour le cycle de septembre. Les surfaces défrichées au cours de la grande saison sèche sont par conséquent plus importantes que pour les champs préparés pendant la petite saison sèche.





### 2.3.2 Disponibilité du manioc et du macabo sur les marchés de Yaoundé

D'après les prospections sur les marchés et d'après les dires des acteurs qui y sont présents perpétuellement, il est possible de déterminer les variations saisonnières de l'approvisionnement des marchés de Yaoundé (cf. figure 10). Dans l'ensemble de la zone couverte, les périodes d'abondance et de pénurie des produits sélectionnés sont les mêmes, à l'exception du manioc frais où la pénurie se limite aux mois de juin et de juillet du fait de la récolte des arachides.

	Jan	Fév	Mar	Avri	Mai	Juin	Juil	Aoû	Sept	Oct.	Nov.	Déc.
Fufu de manioc												
Manioc frais												
Macabo												



Figure 12 : Variation de la disponibilité du manioc et du macabo sur les marchés de Yaoundé

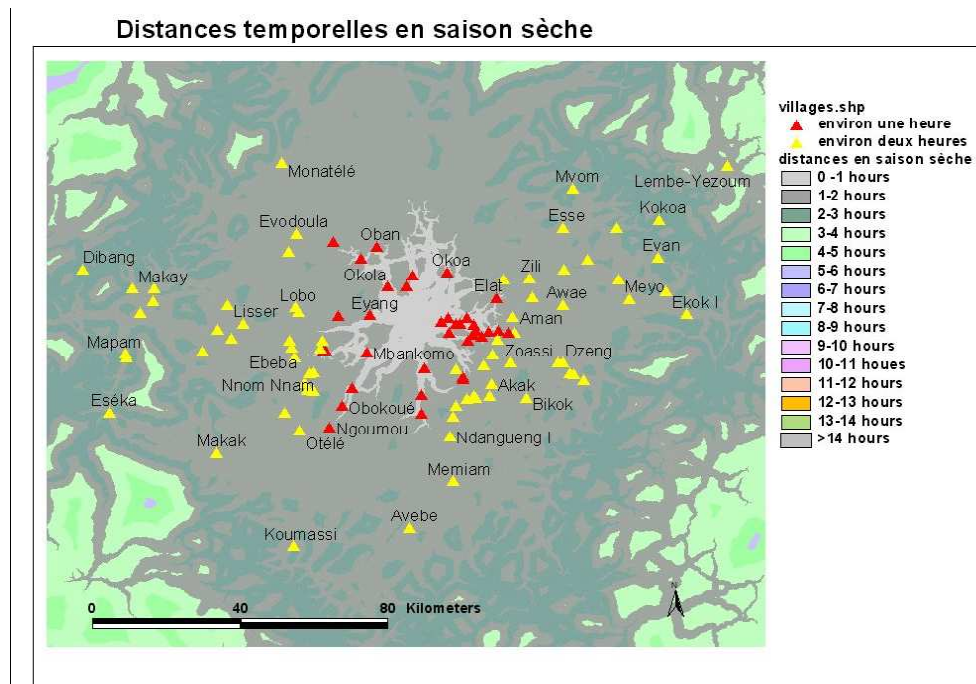
Pour le **manioc frais**, le rationnement des marchés urbains pourrait être déterminé par différents facteurs :

- la maturité du manioc ;
- le cycle agricole (nécessité de synchroniser la récolte et la mise en place des nouveaux plants afin d'obtenir suffisamment de boutures pour la saison suivante) ;
- l'influence des saisons climatiques ;
- la demande sur le marché ;
- les besoins monétaires des agriculteurs au cours de l'année.

Bien qu'il existe un moment idéal pour sa récolte (maximum de l'accumulation d'amidon), le manioc est une culture pour laquelle il n'existe pas de période de récolte déterminée. Au-delà de cet instant idéal, les racines commencent à se détériorer peu à peu en raison d'une lignification altérant la qualité, accompagnée d'une décomposition de l'amidon. La période propice à la récolte dépend de la variété et des conditions écologiques et climatiques (Bell *et al.*, 2000). Du fait, qu'il constitue la base alimentaire des zones forestières humides du Centre Sud Cameroun, les agriculteurs laissent les racines dans les champs pendant plusieurs mois après maturité afin d'éviter des problèmes de conservation. La récolte se fait alors au moment où le producteur a besoin du produit. D'après nos enquêtes, cette période peut varier de 6 à 24 mois après la plantation. Les variétés précoces parviennent à maturité entre 6 et 9 mois en moyenne après la plantation, tandis que les variétés tardives nécessitent entre 12 et 18 mois dans des conditions optimales.

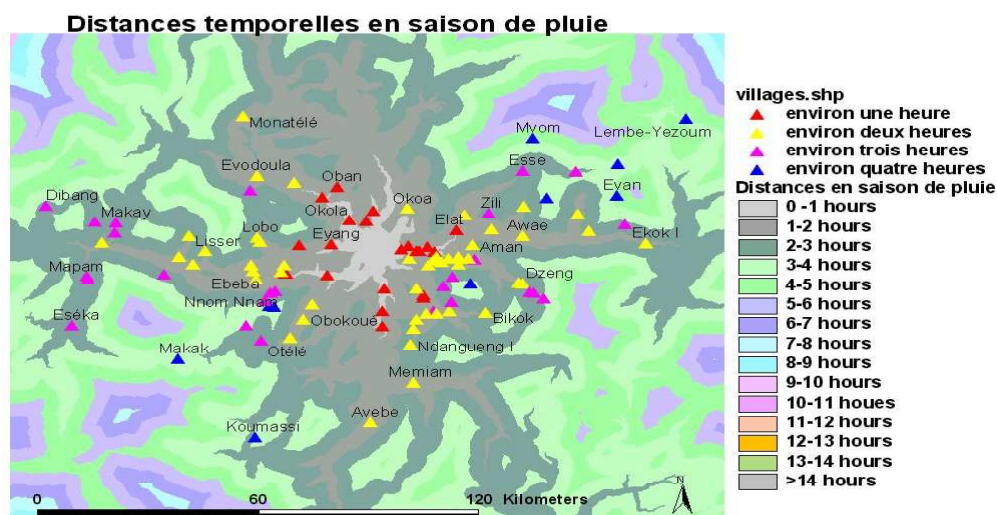
Mais le facteur le plus influent sur l'approvisionnement semble être, selon les entretiens auprès des producteurs-grossistes et des semi-grossistes, l'état des routes au cours des saisons et donc le temps nécessaire pour rejoindre Yaoundé. L'absence de périodicité de l'offre de manioc sur les marchés ruraux indique que la maturité et les cycles agricoles sont peu déterminants. Les figures suivantes, issues d'une étude sur l'approvisionnement du manioc frais de Yaoundé (Foundjem Tita *et al.*, 2002), illustrent l'impact des axes routiers sur l'approvisionnement, en particulier en saison des pluies. Il

y a une forte correspondance entre la structure étoilée de l'approvisionnement à la saison des pluies et le réseau routier goudronné. Tandis que cette configuration n'existe plus pendant la saison sèche confirmant l'hypothèse de l'influence primordiale de l'état des routes.



source : Foundjem Tita et al., 2002

**Figure 13 : Distance temporelle en saison sèche de l'approvisionnement de Yaoundé**

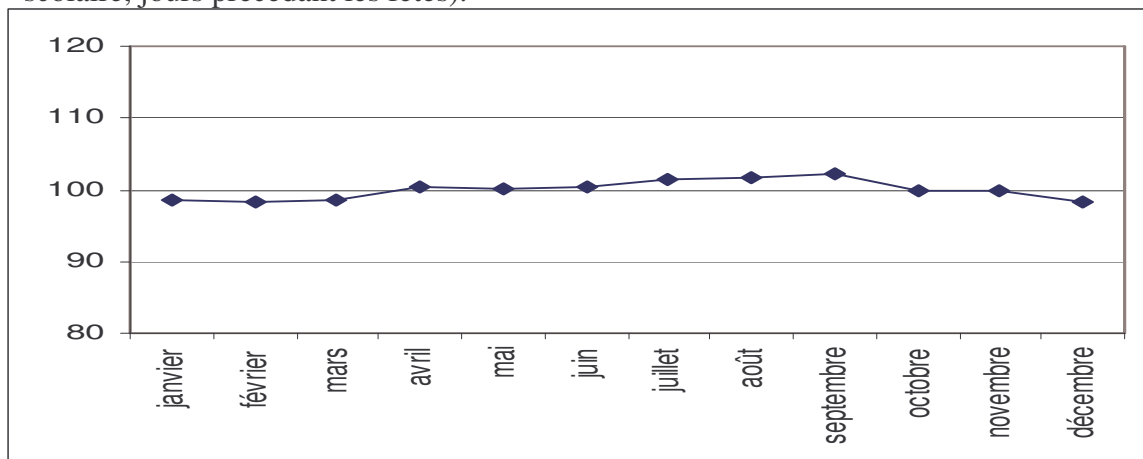


source : Foundjem Tita et al., 2002

**Figure 14 : Distance temporelle en saison de pluie de l'approvisionnement de Yaoundé**

Cependant, cette saisonnalité est à nuancer. Elle est beaucoup moins importante que pour des produits tels que le fufou de manioc ou le macabo. Mais elle existe tout de même comme le révèle les courbes de l'indice de saisonnalité des prix du manioc sur Yaoundé qui ont été établies à partir des données de la DSCN sur la période 1994-2007. Cependant, si la saisonnalité sur une période mensuelle est peu importante, une variation plus conséquente peut avoir lieu d'une journée sur l'autre ou sur des périodes

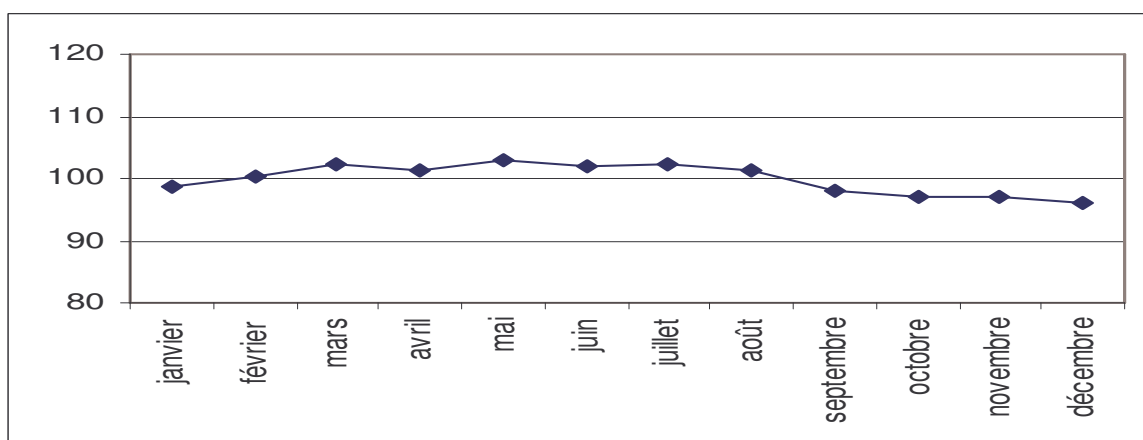
courtes juste avant certains rendez-vous à caractère social (semaine précédant la rentrée scolaire, jours précédant les fêtes).



source : calculs de l'auteur selon les données de la DSCN

**Figure 15 : Indice de saisonnalité des prix du manioc frais sur Yaoundé sur la période 1994-2007**

D'après les prospections sur les marchés et d'après les dires des acteurs qui y sont présents perpétuellement, la disponibilité du **foufou de manioc** dépend des saisons. En effet, en saison sèche il est plus facile de trouver ce produit sur les marchés de Yaoundé. Ceci s'explique par la méthode de séchage traditionnelle que pratique les producteurs qui consiste à faire sécher la pulpe de manioc rouie et émiétée sur des claies à l'air libre sur des « séchoirs surélevés » (toits des habitations, haies, ...). Cette méthode immobilise un actif au niveau de la maison pendant la saison des pluies, pour rentrer le produit en cas de précipitations. De plus, le séchage à l'air libre pendant la saison des pluies nécessite beaucoup plus de temps, ce qui risque d'endommager le produit final du fait de la présence de moisissures. D'autres techniques de séchage existent mais ne sont pas mises en place en raison de l'investissement important que cela constituerait pour les producteurs. La seule méthode de substitution abordable pour l'ensemble des producteurs est le séchage au feu de bois. Mais avec cette technique surgit un autre problème pour l'écoulement du produit : celui de la « qualité ». En effet, ce caractère est lié à la blancheur du foufou, à son odeur et à son état sec. Or avec le feu de bois, il y a salissure du foufou de manioc par les cendres, ce qui dégrade ses qualités organoleptiques. Ce constat fait par les acteurs sur les marchés est confirmé par la saisonnalité des prix du foufou sur les marchés de Yaoundé.

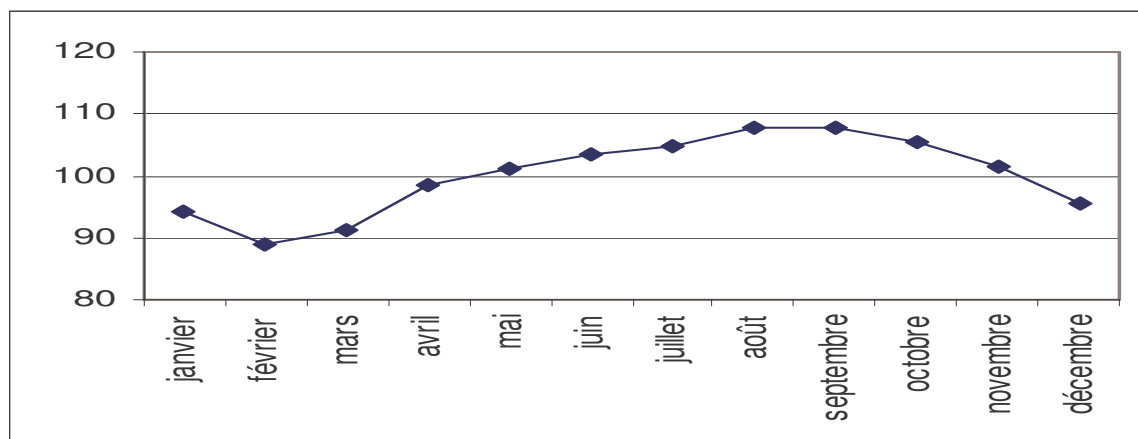


source : calculs de l'auteur selon les données de la DSCN

**Figure 16 : Indice de saisonnalité des prix du foufou de manioc sur Yaoundé sur la période 1994-2007**

Pour les **bâtons de manioc**, il n'a pas été possible de dégager une saisonnalité de l'approvisionnement des marchés de Yaoundé auprès des acteurs spécialisés dans ce produit. En effet, il peut y avoir une grande instabilité des prix en quelques jours (variation de 20 à 45% du prix) et en quelques heures (nouveaux arrivages, liquidation de la marchandise en fin de journée). Il semble toutefois que les apports en bâtons soient moindres les dimanches et les lundis du fait que les producteurs, qui sont les principaux ravitailleurs, ne travaillent pas le dimanche car c'est le jour de repos qui est consacré à Dieu et à la famille. Des apports plus importants ont lieu à la veille des fêtes religieuses et de la rentrée scolaire afin de disposer de liquidités pour l'achat des fournitures scolaires et pour les emplettes en rapport avec les festivités.

L'approvisionnement en **macabo** des marchés urbains est déterminé par la maturité du macabo, le cycle agricole (nécessité de synchroniser la récolte et la mise en place des nouveaux plants pour la saison suivante) et l'influence des saisons climatiques. Cette saisonnalité est confirmée par les données de la DSCN avec l'augmentation des prix de mai à octobre. Cependant, sa variabilité de prix est moins importante que des produits qui ont la même saisonnalité sur les marchés, tel que le plantain, du fait que la demande faiblit plus rapidement quand le prix s'élève et les ménages se tournent vers des produits de substitution.



source : calculs de l'auteur selon les données de la DSCN

**Figure 17 : Indice de saisonnalité des prix du macabo sur Yaoundé sur la période 1994-2007**

Cette aracée, plante sciaphile de la zone tropicale humide, craint le vent car il active la transpiration de leurs grandes feuilles. Elle se plait donc en situation abritée, sans écarts brusques de température et est sensible à la sécheresse. Leur exigence pluviométrique est de l'ordre de 2 000 mm par an au moins, bien répartis. Du fait de ces exigences écologiques, les champs de macabo sont généralement mis en place pendant la grande saison sèche sous peine de rendements moindres si les semis étaient plus tardifs. Les variétés utilisées au Cameroun sont des variétés à cycle long (de l'ordre de 10 mois). Toutefois, des récoltes plus tardives donnent des tubercules plus développés. Comme le macabo est cultivé pour ses cormes secondaires, la récolte peut se dérouler de façon échelonnée à intervalles de trois semaines. Du fait de ces exigences, le macabo se récolte donc principalement pendant la saison sèche (de décembre à février). A ce moment-là, la plupart des racines sont mortes et il est très facile d'arracher les tubercules. En cas de pluie après maturité, de nouvelles racines se développent au détriment des tubercules, ce qui complique la récolte et le risque de pourrissement des tubercules est important. De plus, les plus importantes zones de production du macabo se trouvent dans des zones éloignées des grands centres urbains d'où l'importance que revêt la praticabilité du réseau routier pour pouvoir écouler la production. Par



conséquent, la période de récolte doit correspondre au moment où les routes sont dans le meilleur état : il s'agit de la grande saison sèche de mi-novembre à mi-mars.

## **2.4 LE MODE D'ACHEMINEMENT : LE TRANSPORT ET LE CONDITIONNEMENT**

### **2.4.1 Le transport**

Le transport joue un rôle primordial dans les rapports entre les zones de production et les marchés. Il intéresse tous les agents des filières. Les moyens de transport utilisés pour collecter les produits de manioc vont du « pousse » au camion, en passant par les cars et les taxis clandestins (minibus, voitures, motocyclettes). Alors que les pousse-pousse sont spécialisés sur les courtes distances, généralement autour et dans les villes, les autres vont beaucoup plus loin.

Les principaux opérateurs de la filière sont rarement propriétaires de moyens de transport. Ils font appel aux transporteurs qui acheminent les produits vivriers des zones de collecte aux marchés. Ces derniers interviennent donc pour transporter, soit les achats des collecteurs, soit des producteurs qui acheminent eux-mêmes directement leurs produits sur les marchés.

#### ***2.4.1.1 Transport localement au niveau des zones de production***

Les racines et tubercules sont acheminés au village avec peine du fait de leur poids important et des distances souvent importantes entre le champ et le village. Le transport du champ au village se fait à dos de femme ou sur la tête (hotte ou cuvette), donc en petites quantités. Ensuite, la part commercialisée est le plus souvent transportée en véhicule motorisé, quand la piste est praticable. Sinon, il faut encore envisager un transport humain ou avec un « pousse » pour rejoindre le marché de la ville d'arrondissement.

#### ***2.4.1.2 Transport en grande quantité via la location de camionnette ou de camion***

La location de camionnette ou de camion constitue le mode de transport, avec les cars des agences de voyage, qui achemine le plus de macabo en volume sur Yaoundé. Les prix de transport dépendent à la fois de la quantité et de la distance à parcourir. La négociation de la location peut se faire pour l'ensemble de la marchandise ou par sac. Ces frais couvrent les dépenses de carburant, du péage et de la police. En cas de panne, c'est au chauffeur de réparer son véhicule, mais si la panne est importante, soit le collecteur paye et défalque plus tard cette dépense supplémentaire sur la facture du transporteur, soit le transporteur qui n'est généralement pas le propriétaire du véhicule fait appel à son patron pour lui faire acheminer la pièce défectueuse ainsi qu'un réparateur si nécessaire. Il n'y a pas de dépenses supplémentaires pour l'affréteur du véhicule, mais en cas de perte de marchandise il n'a aucune compensation. Dans tous les cas, le client ne paye jamais la totalité des frais de transport avant l'arrivée du chargement. Généralement, les clients avancent la moitié de la somme convenue, le reste étant réglé, avant ou après la vente, dès que le chargement arrive à destination.

#### ***2.4.1.3 Les « OPEP » forme de transport public : transport régulier en faible quantité***

Dans l'ensemble, les moyens de transport les plus utilisés sont les taxis clandestins ou « OPEP » qui représentent la quasi-totalité de l'ensemble des moyens de transport et de

collecte pour le manioc frais, le bâton de manioc et le fufou de manioc. En effet, selon une étude sur les flux d'approvisionnement de la ville de Yaoundé en manioc frais (Foundjem Tita *et al.*, 2002), un décompte du nombre de véhicules et du type de véhicules impliqués dans l'apport de vivres a été réalisé sur une journée en juin 2002 entre 5h30 et 10h30 du matin (pic de période de rationnement en produits vivriers). Les résultats de cette étude sont les suivants :

TYPE DE VEHICULES	PROPORTION DU TYPE DE VEHICULES (%)	NOMBRE DE SIEGES THEORIQUE (PERSONNES)	NOMBRE DE PERSONNES REELLEMENT TRANSPORTEES	QUANTITE MINIMUM PAR TOUR (KG)	QUANTITE MAXIMUM PAR TOUR (KG)	QUANTITE MOYENNE PAR TOUR (KG)
Voiture tourisme (Toyota Corolla ou Carina)	65	5	7	65	1304	391
Break (Toyota Tercel 4WD)	3	5	7	163	1467	815
Minibus (Liteace)	22	11	14	163	1304	554
Minibus (Hiace)	11	14	19	65	815	554

source : Foundjem Tita *et al.*, 2002

**Tableau 6 : Type de véhicules et capacités de ces véhicules (personnes et manioc frais) approvisionnant la ville de Yaoundé**

Bien que de tonnage faible et donc de chargement limité, ces véhicules sont bien adaptés aux types de route et au système de collecte existant autour des villes. Le mauvais état des routes a chassé des zones de production ou de collecte tous les



véhicules neufs. Dans ces conditions, seules des voitures d'un certain âge et suffisamment rodées sur des pistes difficiles se livrent au transport des personnes et des biens. Ces véhicules sont toujours en surcharge quand elles arrivent sur les marchés avec la porte du coffre ouverte et retenue par des tendeurs. Ces OPEP sont pour la plupart des taxis brousse mais aussi des minibus de type « hiace ou liteace ».

**Figure 18 : Véhicule de type « hiace » apportant du manioc frais sur le marché de Mvog-Mbi**

## 2.4.2 Le conditionnement

Il existe plusieurs types de conditionnement du manioc et du macabo pour la commercialisation selon le lieu d'achat, le lieu de destination et les types de commerçants. Les transports des produits des zones de production vers les marchés urbains se font dans des sacs de jute ou de polyéthylène de contenance diverses. Ceci



permet de faciliter la manutention (portage sur le dos, la tête ou l'épaule, transport par pousse-pousse ou brouette) et de limiter les pertes dans le transport au cas où la marchandise viendrait à se renverser. Au niveau des zones rurales, le conditionnement se fait plutôt par panier ou par cuvette car ce sont des contenants plus adaptés pour le transport pédestre sur longue distance.

Les bâtons de manioc sont confectionnés à partir de pâte de manioc rouie qui a été emballée dans des feuilles de marantacées avant d'être cuite. Pour leur transport, ils sont conditionnés dans des sacs de polyéthylène doublés d'une « écaille » (sac plastique assez épais et imperméable) et chapeauté par du tissu. Cette doublure permet de conserver la chaleur des bâtons qui ont été emballés dès la fin de leur cuisson, tandis que le tissu permet d'absorber l'humidité s'accumulant à l'intérieur du fait de la condensation de la vapeur d'eau. Il est à noter que la manière de disposer les bâtons à l'intérieur du sac est caractéristique de sa zone de confection. La disposition de manière spiralée des bâtons est spécifique des Ewondo (départements de la Méfou et Akono, du sud de la Méfou-Afamba, du Nyong et Sô) tandis que la disposition linéaire est celle des Eton et des Mvelle (départements de la Lékié et du nord de la Méfou-Afamba).

Les collecteurs de fufou qui travaillent sur des zones éloignées de la ville de Yaoundé ont adopté également l'« écaille » pour avoir une protection supplémentaire à la bâche du transporteur contre l'eau en saison des pluies et la poussière en saison sèche.

SPECULATION	TYPE DE PRODUIT	TYPE DE CONDITIONNEMENT	DESTINATION DE LA MARCHANDISE	CONTENANCE
Manioc	Frais	Tas	Marché de détail	1,5 à 6 kg
		Panier	Marché rural	40 kg
		Baco	Marché urbain de gros	35-40 kg
		Filet	Marché urbain de gros	70-80 kg
	Fufou / cossettes	Filet	Marché urbain de gros	42-45 kg
		Sac à riz de 100 kg	Marché urbain de gros	75 kg
		Cuvette	Marché rural	22 kg
		Seaux de 2,5 à 5 l	Marché de détail	1,6 à 3,2 kg
	Farine	Sachet	Marché de détail	1 kg
	Bâton de manioc	Unité	Marché de détail	150 à 350 g
		Filet	Marché urbain de gros	75 kg (300 bâtons)
		Carton	Exportation aérienne	20 kg (60 bâtons)
Macabo	Frais	Tas	Marché de détail	1 à 7,5 kg
		Baco doublé	Marché urbain de gros	60 à 65 kg (bien rempli)

source : enquêtes de l'auteur

**Tableau 7 : Récapitulatif des principales unités de mesure locale utilisées et leur contenance moyenne**

## **2.5 LES CONTRAINTES A LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE MANIOC ET DU MACABO**

Les contraintes à la commercialisation du manioc et du macabo sont de plusieurs ordres allant de la durée de commercialisation possible, surtout pour le manioc, des problèmes financiers des différents agents, des problèmes d'approvisionnement des marchés dûs principalement aux déficiences du transport (réseau routier et moyens de transport défectueux) ou du manque d'information de certains acteurs.

### **2.5.1 La périssabilité du manioc**

Le problème de la conservation se pose pour le manioc car il n'a pas l'aptitude de dormance qui favorise naturellement la conservation après la récolte. Ainsi les racines de manioc pourrissent dans les 2 à 3 jours qui suivent la récolte. Cette décomposition physiologique rapide est un phénomène de striure vasculaire, laquelle se manifeste d'abord par des décolorations d'un brun bleuâtre le long des faisceaux vasculaires pour s'étendre par la suite aux autres tissus. Des pourritures, des fermentations et un ramollissement des racines apparaissent par la suite rendant ces dernières totalement inutilisables. (Bell *et al.*, 2000)

### **2.5.2 Des problèmes d'information au niveau du producteur**

Le manque d'information constitue un handicap à la commercialisation des filières racines et tubercules surtout au niveau des zones enclavées. Souvent isolé, loin des circuits et n'ayant aucune information ni sur les prix, ni sur la demande, le producteur se trouve lésé dans sa discussion avec le collecteur. Il se trouve en position de *price taker*. De toute manière, si le producteur n'est pas d'accord, il devra faire face lui-même au transport vers la ville, et les conditions ne sont pas toujours plus intéressantes. Comme exemple illustratif du manque d'information des populations enclavées, on peut citer les nombreux producteurs (plus de la moitié de ceux rencontrés) sur la zone de Nguélémdouka qui n'étaient pas au courant de la catastrophe aérienne qui avait eu lieu au Cameroun un mois au préalable.

### **2.5.3 Un problème d'approvisionnement : financier et physique**

Parmi les problèmes qui affectent la commercialisation des produits de manioc et de macabo, le problème de fonds de roulement est déterminant. Il a un effet direct sur les quantités mobilisables et affecte surtout les collecteurs qui, généralement, achètent en grandes quantités. En effet, pour se rendre dans le champ du producteur, dans les unités de transformation ou sur les marchés ruraux, le collecteur doit disposer d'importants moyens financiers. Il doit être capable de payer la marchandise, d'affréter un véhicule de transport et de payer la manutention.

De plus, pour certains grossistes sédentaires et pour certains revendeurs (environ 20% des personnes enquêtées), ils ont un problème d'approvisionnement physique en denrées. Ceci s'observe sur les marchés dans les bousculades qui accompagnent très souvent le déchargement des véhicules ramenant les vivres. Le manque de produits frais le dimanche et le lundi s'explique par la forte proportion de pratiquants chez la population camerounaise. Ils vont au culte et ne travaillent pas le dimanche. Or des produits tels que les racines de manioc et les bâtons doivent être le plus frais possible pour pouvoir se vendre à un bon prix. Pour la plupart d'entre eux, l'explication se trouve dans les volumes de plus en plus importants qui sont destinés à l'exportation vers les pays limitrophes de la sous-région réduisant ainsi les stocks dans les zones de

collecte d'accès facile. Mais ce défaut d'approvisionnement qu'il soit saisonnier ou ponctuel a pour conséquence une instabilité des prix à la consommation, ce qui peut avoir des conséquences temporaires sur la sécurité alimentaire des ménages urbains et notamment sur les plus pauvres d'entre eux.

#### **2.5.4 Les problèmes de transport**

Les contraintes de transport les plus importantes auxquelles font face les acteurs de ces filières sont selon eux : le mauvais état des routes pour l'ensemble des acteurs (producteurs, collecteurs et transporteurs), les contrôles routiers pour les transporteurs, le coût du transport pour les producteurs et les collecteurs, le coût des hydrocarbures pour les transporteurs.

La plupart des routes empruntées par les transporteurs sont en terre, que ce soit au niveau des villes d'arrondissement ou des grandes agglomérations. Pendant la saison des pluies, les routes deviennent très glissantes et sont difficilement praticables. Certaines sont purement et simplement coupées du fait de l'effondrement d'un pont construit en bois, par l'abaissement des barrières de pluies lorsque l'état de la route est impraticable ou par la présence de troncs d'arbre sur la voie suite à une tempête. Mais en saison sèche, un nouveau problème apparaît du fait de la poussière qui se dégage des routes au passage des véhicules. Ceci est préoccupant pour un produit tel que le fufou de manioc car la blancheur du produit est gage de qualité, comme il a été précisé précédemment. Par conséquent, la poussière se déposant sur le fufou de manioc a des répercussions négatives sur son prix de vente.

Les contrôles routiers des forces de l'ordre (gendarmerie, police, ...) sur les réseaux routiers constituent un problème préoccupant pour les transporteurs. Que les transporteurs aient l'ensemble de leurs papiers en règle ou non, ils se doivent de payer environ 1 000 Fcfa par point de contrôle. En effet, vu l'état des véhicules, il est très aisé de trouver une infraction. Pour éviter ces contrôles, certains transporteurs préfèrent rouler de nuit. Par exemple, sur l'axe Yaoundé – Nguélémdouka, d'après les conducteurs il peut y avoir de 10 à 12 contrôles routiers soit en moyenne un contrôle tout les 30 kilomètres, ce qui peut représenter de 5 à 15% du coût du transport.

Concernant les transports, les collecteurs et les producteurs critiquent en premier lieu le coût important du transport, et non pas le poids qui en est le facteur principal donc ils critiquent la conséquence et non la cause. En effet, le coût du transport a une influence directe sur le coût à la consommation des produits très périssables (manioc frais et bâton de manioc) sur les marchés de Yaoundé. Tandis que sur des produits se conservant de l'ordre du mois (macabo et fufou de manioc), le lien est moins évident du fait de l'influence qu'ont les exportations sur le prix à la consommation.

Les contraintes techniques sont essentiellement celles liées à l'état des véhicules. La plupart des transporteurs utilisent de très vieux véhicules d'occasion. Ils les utilisent aussi longtemps que leurs défaillances n'empêchent pas leurs déplacements. Dans ces conditions, de très nombreuses pannes surviennent pendant le transport. Lorsque cela se produit, un mécanicien doit être appelé à cet endroit si le véhicule ne peut plus rouler, par téléphone ou par l'intermédiaire d'un autre chauffeur, ou bien le véhicule se rend bon an mal an vers le garage le plus proche. La conséquence en est le fréquent transfert des vivres sur d'autres véhicules, la perte de temps et le risque de perte de produit. Il n'y a pas de dépenses supplémentaires pour l'affréteur du véhicule mais en cas de perte de marchandise il n'a aucune compensation. Tous les propriétaires de ces véhicules savent que les racines et tubercules sont très lourds et accélèrent la dégradation de leurs véhicules, d'où les prix parfois élevés. Certains opérateurs du transport ont même décidé

de ne plus transporter les racines de manioc, telles les agences de voyage qui déservent l'Est du Cameroun.

## **Synthèse sur l'approvisionnement en manioc et macabo de Yaoundé**

### ***Les acteurs :***

L'approvisionnement en manioc et macabo de Yaoundé nécessite la collecte des produits, leur acheminement vers les marchés et leur distribution aux consommateurs. Ces actions requièrent une certaine spécialisation pour les agents chargés de les réaliser. D'où l'existence de commerçants de gros que sont les collecteurs et les grossistes, et des commerçants de détail que sont les revendeurs. Cependant, les producteurs peuvent jouer plusieurs rôles à la fois et se retrouver à plusieurs niveaux du circuit de commercialisation (production, transformation et commercialisation). L'ensemble des acteurs se caractérise par un faible niveau de capitalisation, d'investissement du fait des contraintes financières. Il en découle une faible spécificité des actifs (pas de spécialisation dans la production, pas d'intrants spécifiques à la production, pas de transporteur spécialisé) avec une importance des savoir-faire (transformation, commercialisation).

### ***Les zones d'approvisionnement :***

En ce qui concerne les produits étudiés, il existe une spécialisation des zones de production par rapport aux autres produits. Cette spécialisation est fonction de la périssabilité du produit. Plus le délai de conservation est important et plus la provenance du produit est éloignée.

### ***La variabilité des prix :***

Les indices de saisonnalité du manioc et de ses dérivés montrent une faible saisonnalité des prix sur le marché de Yaoundé. Tandis que pour le macabo, cet indice révèle une saisonnalité moyenne. Cependant, selon les dires des acteurs sur les marchés, il existerait une saisonnalité des prix pour le manioc, même si elle est à nuancer. En effet, il s'agirait de périodes où il y a plus de variations résiduelles ou irrégulières en fonction des fêtes et des intempéries. Par conséquent, les variations des prix sur une base mensuelle masque ces effets résiduels et donc les variations à court terme. De plus, le mode du prélèvement des prix effectué par la DSCN est sujet à caution dans le cas du foufou de manioc car les prix sur les marchés de Yaoundé varient de 210 à 230 Fcfa (10%) entre les mois de janvier à juillet 2007, tandis que mes enquêtes révèlent une variation de 160 à 280 Fcfa (75%) sur les mêmes périodes.

### ***Les contraintes de l'approvisionnement :***

Les principales contraintes de l'approvisionnement des villes camerounaises en manioc et macabo sont les problèmes de transport auxquels font face les acteurs de ces filières : le mauvais état des routes et les coûts du transport du fait des contrôles routiers, du poids des produits et de l'augmentation du prix des hydrocarbures. De plus, l'approvisionnement des marchés de Yaoundé en vivres frais se caractérise par une très grande hétérogénéité de l'offre selon le type de conditionnement (seau, baco, filet, ...) et la nature du produit (gabarit, variété, « qualité », provenance, ...).

### 3 RESEAUX DE COMMERCIALISATION ET FORMATION DES PRIX

Du fait d'un nombre élevé d'ententes contractuelles observées dans les filières manioc et macabo, la grille d'analyse développée par Jaffee sera utilisée *in fine* pour analyser les différentes formes de coordination (marché, contrats de long terme ou hiérarchie) entre les acteurs de ces filières (Jaffee, 1992). Le spectre d'arrangements institutionnels que propose Jaffee se base sur des relations marchandes entre les acteurs qui sont de plus en plus sécurisées. Aux extrémités se trouvent le marché (*Spot Market Purchase*) et l'intégration verticale (*Vertical Integration*). Entre ces deux pôles s'intercalent différents types d'arrangements contractuels que sont l'accord de réciprocité marchande (*Market Reciprocity Agreement*), le contrat à terme (*Forward Market Contracts*) et le contrat lié entre facteur de production et commercialisation du produit (*Interlinked Factor and Market Contract*).

Selon Jaffee, les différentes formes de coordination rencontrées sont donc, des moins sécurisées au plus sécurisées :

- **le marché instantané (*Spot Market Purchase*)** : ce mode de coordination se caractérise par l'absence d'engagement à long terme et se réalise à travers le système de prix. Les transactions se réalisent dans un marché spot où elles sont dénouées spontanément.
- **l'accord de réciprocité marchande (*Market Reciprocity Agreement*)** : l'échange se réalise au prix courant du marché. Ce sont des accords informels mais qui ont une force contractuelle qui repose sur la répétition des échanges et la confiance réciproque qui se construit dans le temps ; ce qui permet aux acteurs de minimiser leurs coûts de recherche (en information, en partenaire,...).
- **le contrat à terme (*Forward Market Contracts*)** : ce type de transaction nécessite un engagement à terme des vendeurs et des acheteurs pour un produit donné à une date fixée. Les prix peuvent être fixés au préalable ou au moment de l'échange. Ce mode de coordination implique donc des engagements sur la quantité et sur la qualité des produits. Il permet à l'acheteur de réduire l'incertitude sur l'offre et au vendeur l'incertitude concernant l'accès au marché.
- **le contrat lié entre facteur de production et commercialisation du produit (*Interlinked Factor and Market Contract*)** : le contrat intègre le processus de production. L'acheteur du produit intervient dans la production en fournissant des inputs et des conseils techniques, le vendeur se pliant aux exigences de l'acheteur.
- **l'intégration verticale (*Vertical Integration*)** : elle implique l'incorporation de la production à l'ensemble du processus de commercialisation. L'une des parties contrôle tout le processus production-commercialisation ainsi que les flux d'information.

#### 3.1 CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Il existe différents systèmes de commercialisation qui ont des organisations spécifiques. Il est possible d'établir une pré-typologie de ces différents réseaux en se basant sur le premier maillon à savoir celui qui implique les producteurs.

N°	NOM	LIEUX DE LA TRANSACTION	SPECIFICITE	FREQUENCE
1	vente directe	bord route		occasionnelle (manioc, macabo)
2	vente locale	marché rural	détail vente lente	hebdomadaire
3	vente en gros de proximité sans fidélisation	bord-champ marché de collecte	offre > demande	occasionnelle (macabo, fougou) hebdomadaire (fougou)
4	vente en gros de proximité avec fidélisation	bord-champ	qualité	trimestrielle (manioc) mensuelle (fougou)
5	vente en gros à l'extérieur sans fidélisation	marché urbain	« producteurs-grossistes » vente lente	occasionnelle (fougou, manioc, macabo) hebdomadaire (bobolo)
6	vente en gros à l'extérieur avec fidélisation	marché urbain	« producteurs-grossistes » crédit de court terme sécurisation de l'écoulement « bon prix » qualité	mensuelle (manioc) hebdomadaire (bobolo)

**Tableau 8 : Les différentes formes d'organisation de la commercialisation au niveau des producteurs**

Les producteurs peuvent vendre leur production de différentes manières en fonction des opportunités qui se présentent à eux. Mais la plupart du temps, ils ont un circuit préférentiel pour la commercialisation de leurs produits.

Concernant les deux premiers cas, les producteurs sont généralement dans des zones enclavées et profite des opportunités locales pour écouler leur marchandise. Ils ont généralement une stratégie d'autoconsommation et de minimisation des risques de commercialisation (pas d'investissement dans le transport).

Dans les cas 3 et 4, les producteurs ont le même raisonnement que précédemment à la différence que les occasions de vente de manière régulière sont moins importantes ou nécessiteraient un investissement trop important (financier ou travail) par rapport aux bénéfices pouvant être escomptés. Généralement, ces producteurs se trouvent dans des zones très enclavées où les véhicules sont relativement rares (sauf dans le cas des marchés de collecte). Il se peut que certains aient la chance de se fidéliser avec un collecteur autochtone ou allochtone, surtout pour le fougou.

Dans les cas 5 et 6, les producteurs décident de commercialiser leurs produits sur les marchés urbains. Ces producteurs sont donc orientés vers une commercialisation des



produits vivriers, ce qui nécessite un investissement en temps et en argent. Dans le cas où cette vente est occasionnelle, les producteurs ne sont pas fidélisés à un acheteur et risquent de se faire payer à un prix inférieur des tendances du marché. En effet, ils ne maîtrisent pas les indicateurs du marché (asymétrie d'information de type conjoncturelle). Leurs bénéfices peuvent être nuls (en fonction des capacités de négociation et des quantités apportées). Dans le cas où il y a une relation fidélisée, le producteur-grossiste fait un crédit à très court terme au vendeur (quelques heures à quelques jours en fonction de l'écoulement de la marchandise). Ces relations de confiance sont très souvent dues au fait que le vendeur est originaire du même village. Cette relation de confiance est entretenue de part et d'autre par des présents. Mais elle n'est pas définitive. Il peut y avoir une rupture du contrat tacite entre les deux partenaires à cause de manœuvres de duperie par l'un des deux acteurs (qualité du produit, faible prix, ...). Les producteurs venant fréquemment sur les marchés urbains sans fidélisation, ont fait ce choix suite à la rupture d'un lien de confiance ou préfèrent se prémunir du risque de se faire voler par les vendeurs. En effet, ils estiment que les vendeurs ne sont pas honnêtes et essaient toujours d'avoir le maximum de bénéfices à leurs dépens.

### 3.1.1 Circuits de commercialisation du manioc frais

#### 3.1.1.1 Vente directe au village à faible volume



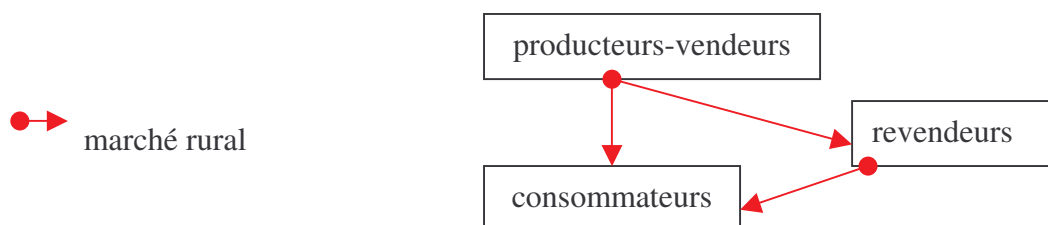
**Figure 19 : Circuit de commercialisation de vente directe à faible volume**

Ce circuit est un circuit d'opportunisme à petit volume. Il peut être de deux sortes en fonction du type de consommateur. Tout d'abord, celui de la vente en bordure des axes routiers fréquemment utilisés par les particuliers et les agences de voyage : la vente directe. Les consommateurs dans ce cas de figure sont des urbains qui profitent de leurs déplacements pour se ravitailler à moindre frais. Les prix de base des négociations sont déterminés à la tête du client (ou plutôt de son type de moyen de transport). Il s'en suit une négociation de gré à gré entre l'acheteur-consommateur et le producteur. Les prix finaux restent cependant considérablement inférieurs aux prix des marchés urbains. Les quantités proposées pour les racines de manioc sont réduites : de l'ordre de la cuvette ou du seau de 15 litres. Les avantages pour le producteur résident dans le fait qu'il est dispensé de tous les frais relatifs à la commercialisation (transport des biens et des personnes, droit d'emplacement sur le marché, manutention) et de la perte de temps occasionnée par la commercialisation sur les marchés (temps de transport et de vente) qui est mis à profit dans ce cas de figure par la réalisation d'activités au niveau du domicile (tâches ménagères et transformation de produit). L'inconvénient majeur de ce type de commercialisation est la difficulté d'écouler toute la marchandise le jour de la récolte, d'où les faibles quantités proposées par les producteurs du fait de la forte périssabilité du manioc frais. En cas de non vente, les producteurs sont alors obligés de le consommer ou de le donner aux animaux.

La vente directe peut également se faire de producteur à producteur. Dans ce cas de figure, l'acheteur vient trouver un voisin chez lui pour négocier la transaction. Les paramètres de la négociation portent sur la date, la quantité et la variété du manioc. La

nature du produit est importante car la plupart du temps le manioc acheté sera transformé en vue d'être commercialisé. Cette transformation se fait préférentiellement sous forme de bâton plutôt que de fufou car la valeur ajoutée est plus importante pour les bâtons que pour le fufou (cf. partie 3 sur la transformation). La quantité et la date de la transaction sont fixées par l'acheteur selon les disponibilités du vendeur. Les quantités sont mesurées en unité de mesure locale, qui est communément le panier pour le manioc, mais peut aussi être le seau, la cuvette, ... Le montant de la transaction est fonction de la quantité de manioc escomptée car il y a des prix qui sont fixés localement, pour un type de mesure, soit par les autorités locales (chefferie traditionnelle) soit par l'habitude des échanges locaux. Il n'y pas de livraison en tant que telle car la récolte des racines de manioc est faite par l'acheteur sur la parcelle du vendeur, que ce dernier lui a désignée au préalable. L'acheteur se doit de venir au champ avec ces moyens de conditionnement et de transport qu'il remplit lui-même. Le paiement se fait soit à l'avance, soit au comptant le jour de l'acquisition de la marchandise. Les avantages sont les mêmes que précédemment. Dans ce cas de figure, la récolte est directement opérée par l'acheteur et donc la rétractation de l'acheteur de la transaction après accord n'entraîne pas de perte de produit, d'où un moindre risque que la vente directe. Mais la principale limite de ce type de commercialisation est le faible volume qui est ainsi écoulé. En effet, en zone rurale, tous les producteurs ont leurs parcelles de cultures vivrières, or l'achat de manioc à d'autres producteurs résulte d'une moindre production qui est le plus souvent due à des raisons de santé (maladie d'un des actifs – le mari pendant la période d'abattage et la femme pendant la période d'implantation – ou de grossesse) l'année de l'implantation des parcelles (soit l'année antérieure).

### 3.1.1.2 Vente sur les marchés ruraux



**Figure 20 : Circuit de commercialisation du manioc frais sur les marchés ruraux**

Ce circuit de commercialisation est très fréquent au niveau des villes secondaires en zone rurale (ex : Nguélémdouka) ou chef lieu d'arrondissement. Ce sont des producteurs qui acheminent directement leur production de manioc frais sur le marché le plus proche de chez eux. Ils vendent au détail sous forme de tas leur manioc aux consommateurs de ces villes ne possédant pas de champ vivrier. Ces consommateurs sont soit des personnes de passage dans la région, soit des allochtones travaillant au niveau de la ville (fonctionnaires, commerçants ou travailleurs du privé). Les quantités individuelles apportées par les producteurs sont modestes : de l'ordre d'une cinquantaine à une centaine de kilogrammes. Ces quantités modestes sont dues aux coûts de transport élevés pour atteindre ces marchés. Par conséquent, les producteurs qui alimentent ces marchés ruraux apportent leur marchandise à pied dans des paniers ou dans des « pousses ». Du fait des contraintes de transport (coût et pénibilité), ils ne résident pas à plus d'une quinzaine de kilomètres de la ville. Mais en cas de problème de vente ou de perte de temps trop importante pour eux, ils peuvent décider de liquider la marchandise restante aux revendeurs se trouvant sur le marché, ou aux consommateurs, à des prix plus bas ou plutôt en augmentant le volume des tas. En effet, il n'existe souvent sur ces marchés qu'une valeur unique pour les tas quelle que soit la

saison (ex : le tas de 100 Fcfa à Nguélémeudouka). Mais la plupart du temps, ils décident de rentrer chez eux avec la marchandise restante si elle n'est pas trop importante afin de nourrir leur famille. Les négociations entre les acteurs portent sur le prix ou plutôt la taille des tas. Le prix au kilogramme est très variable d'un marché à l'autre du fait des possibilités de débouché pour les producteurs (nombre de consommateurs locaux, proximité d'une ville importante ou nombreux collecteurs sillonnant les routes) et selon la saison. Le prix estimé varie entre 12 Fcfa/kg (région enclavée en saison des pluies, du type de la zone de Nguélémeudouka) et 50 Fcfa/kg (région proche d'une mégapole, du type de la zone de Ngoumou).

### 3.1.1.3 Vente directe au village à fort volume

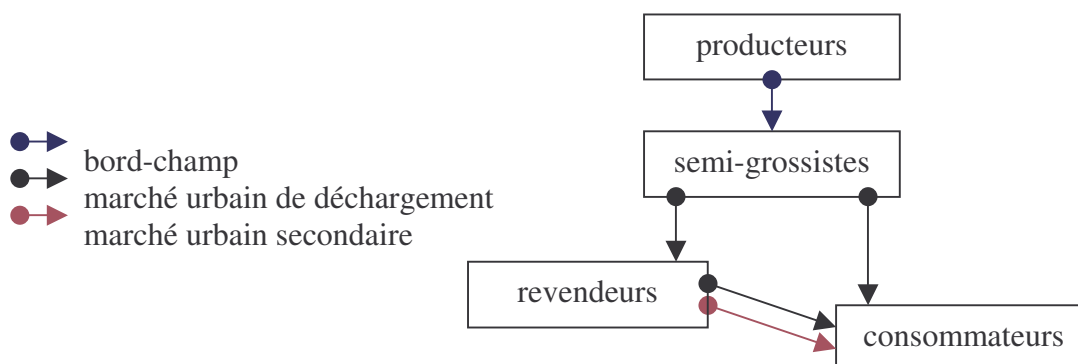


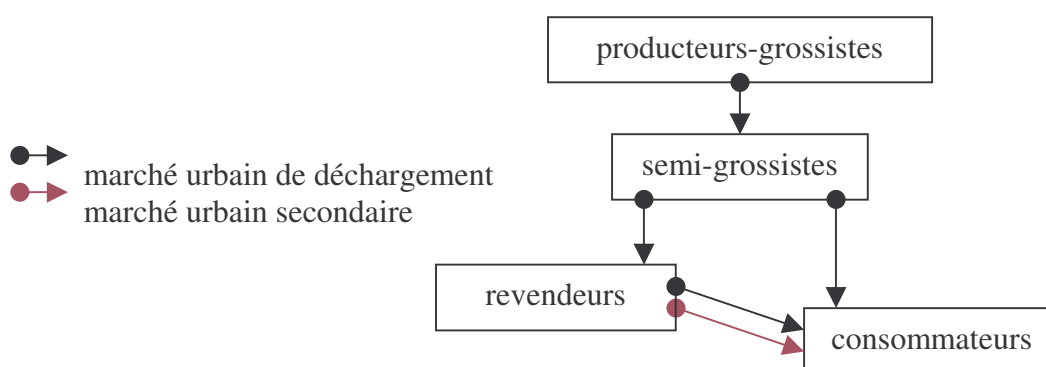
Figure 21 : Circuit de commercialisation de vente directe du manioc frais à fort volume

La vente directe à fort volume se fait occasionnellement au niveau des villages entre les producteurs et les semi-grossistes, spécialisés dans la vente du manioc, qui sont en réalité le plus souvent des revendeurs ou *bayam sellam*. Les volumes sont de l'ordre d'une vingtaine à une trentaine de bacos de manioc soit de 750 kilogrammes à une tonne. Ces quantités sont fonction des fonds qui sont à disposition du semi-grossiste. Ce dernier a très souvent un lien de parenté direct avec une personne de la zone en qui il a entièrement confiance. Ce producteur lui sert de relais avec les producteurs de la zone. En effet, il sert d'intermédiaire pour identifier les autres producteurs qui sont à même de compléter la commande du semi-grossiste. Le semi-grossiste passe sa commande par téléphone à cet intermédiaire en lui indiquant la nature du manioc qu'il désire, la date à laquelle il viendra chercher la marchandise et la quantité. En effet, comme les prix sont fixes pour les transactions entre les locaux et, comme le semi-grossiste a un lien de parenté - « enfant du village » - avec la zone d'approvisionnement, il bénéficie aussi de ce prix avantageux. Connaissant cette information ainsi que le coût des transports, il peut estimer la quantité qu'il peut acheter en fonction des moyens financiers dont il dispose. Généralement, le semi-grossiste a une enveloppe de 40 000 à 60 000 Fcfa, d'où les volumes précédemment cités. Les zones d'approvisionnement explorées de cette manière sont éloignées de 3 heures de route de Yaoundé au maximum pendant la saison des pluies. Le semi-grossiste arrive sur la zone la veille de la livraison afin de confirmer sa commande auprès des producteurs (pas de récolte si pas de confirmation de la commande, pour éviter la perte de la marchandise). Les tâches qui incombent au producteur sont la récolte du manioc et son acheminement du champ au village. Le semi-grossiste se charge pour sa part le plus souvent du chargement du manioc dans les emballages de conditionnement (bacos ou filets) et de payer les producteurs au comptant de la somme qui était convenue. Le transport entre la zone de production et la ville se fait avec une « OPEP » le jour même de la récolte en fin d'après-midi (17 h) pour arriver sur la ville en début de soirée. Le semi-grossiste a également pris rendez-vous avec un chauffeur habituel de cette ligne. Les avantages pour les producteurs sont

qu'ils n'ont pas besoin de s'éloigner de leur lieu de résidence, que les volumes sont consistants par rapport au marché local et que les frais de transport du village au lieu de commercialisation sont à la charge du semi-grossiste et donc les risques y afférant.

Le semi-grossiste qui arrive en fin de journée sur le marché stocke la marchandise au niveau du marché avant de la vendre le lendemain matin en gros auprès des revendeurs (issus du même marché ou d'un autre marché) ou en détail auprès des consommateurs pour quelques sacs. Les charges de manutention et d'emplacement sont à la charge du semi-grossiste. Les autres revendeurs peuvent avoir été prévenus de l'arrivée de manioc par leur collègue avant son départ sur la zone de production. Les paramètres de la négociation portent sur la quantité, le prix de la marchandise et le délai de paiement. La quantité est déterminée par l'acheteur potentiel et elle est fonction de son fonds de roulement et de la quantité qu'il estime pouvoir écouler en une journée en détaillant. La quantité est généralement de l'ordre de 4 à 6 bacos (de 150 à 225 kg). Le prix qui est négocié est fonction de l'approvisionnement du jour en manioc sur le marché en question. Les revendeurs ayant l'habitude des prix en gros sur les marchés en fonction des arrivages, les négociations sont rapides car les acteurs s'accordent rapidement sur le prix. La vente en gros se fait sans déconditionnement de la marchandise. Les acheteurs, pour choisir parmi l'ensemble des sacs présents, opèrent un prélèvement d'une racine dépassant du sac afin de constater la qualité du manioc. En effectuant ce prélèvement, il effectue un creux dans le chargement à travers lequel il regarde pour vérifier le bon chargement du sac, donc s'il est le plus plein possible. Mais, la marchandise apportée par l'un de leur collègue est un gage de sécurité pour les autres revendeurs du fait de la qualité du manioc (racines grosses et denses, racines fraîches). En effet, dans le cas contraire, la pression sociale et les réclamations de ses collègues sont réelles ce qui risque de nuire à sa notoriété auprès de l'ensemble des acteurs du marché. Le paiement de la marchandise peut être différé à la fin de la journée, ou au lendemain, pour les revendeurs issus du même marché d'ancrage, donc le semi-grossiste accepte de faire un crédit à très court terme (il pratique le « lancement » de ses collègues pour leur vente).

#### **3.1.1.4 Le ravitaillement par les producteurs de manière sécurisée**



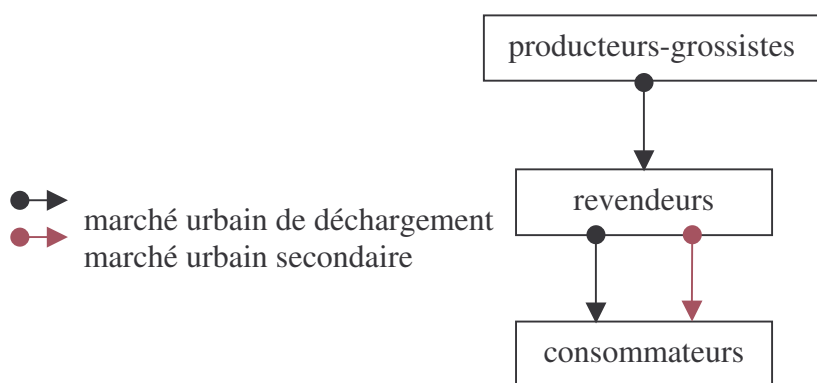
**Figure 22 : Circuit de commercialisation du manioc frais de ravitaillement sécurisé par les producteurs**

Ce circuit implique les mêmes acteurs que précédemment à la différence que la première transaction a lieu au niveau du marché de déchargement de la ville. Par conséquent, il ne s'agit plus de simples producteurs mais de producteurs-grossistes. Ils proposent sur le marché des quantités individuelles modestes de 5 à 30 bacos de manioc, soit en moyenne entre 300 et 500 kilogrammes. Ces quantités sont limitées par le coût du transport élevé et par les volumes pouvant être transportés par les « OPEP ».

Leurs acheteurs sont dans ce cas de figure des semi-grossistes qui sont en fait des revendeurs la plupart du temps. Les prix d'achat sont fonction de l'approvisionnement du marché et peuvent être très variables pour le manioc. Les avantages pour les producteurs sont que les volumes vendus sont conséquents par rapport au marché rural. Ce circuit ne concerne que des zones relativement proches des centres urbains, en raison des contraintes de transport et du caractère périssable du manioc frais. Pour que leur activité soit rentable, les distances parcourues par les producteurs-grossistes ne dépassent pas la centaine de kilomètres. L'ensemble des risques de la commercialisation dus au transport est à leur charge. L'état des routes peut retarder l'arrivée du moyen de transport et les produits peuvent se détériorer. Le véhicule peut tomber en panne et retarder ainsi le délai de livraison des produits d'où un risque de perte de marchandise et de perte de sa valeur. En revanche, l'écoulement du produit est sécurisé par une relation fidélisée avec le semi-grossiste, prévenu à l'avance de son arrivée, qui lui offre de nombreux avantages. Tout d'abord, le producteur ne perd pas de temps du fait de son assurance d'écoulement du produit. De plus, les frais d'emplacement sont à la charge de l'acheteur. Enfin, le risque de se faire payer à un prix inférieur au prix du marché est amoindri. Si toutefois un tel cas de figure se produit et que le producteur l'apprend, il y aura perte de confiance dans cet acheteur et donc rupture du contrat tacite de livraison. Ce lien est d'autant plus fort qu'il existe des relations directes entre les acteurs en dehors de cette simple transaction (parenté, origine, déplacement sur la zone de production). S'il y a rupture du contrat, l'approvisionnement de ce revendeur sera donc plus difficile. S'il veut garder son revenu mensuel stable, il devra se lever plus tôt pour avoir de la marchandise, notamment pendant la période de pénurie, et donc une qualité de vie familiale moindre (arrivée sur les marchés à 5 h au lieu de 6 h 30 – 7 h, voir obligation de dormir sur le marché).

Cet accord fidélisé, qui est entretenu de manière commune par des présents faits de part et d'autre, est aussi une garantie de sécurité pour le semi-grossiste quant à la qualité du manioc (racines grosses et denses, racines fraîches). Si la qualité livrée n'est pas celle attendue, le semi-grossiste risque de rompre l'accord, ce qui s'accompagnerait de la perte des nombreux avantages qu'en retire le producteur. Ce type d'accord permet aussi au semi-grossiste de s'approvisionner à moindre frais du fait de l'achat à crédit de la marchandise. Le semi-grossiste paye le producteur-grossiste au maximum qu'il peut lui donner au moment de son retour vers son lieu de résidence (aux environs de 10 h – 12 h). Le délai de paiement de la somme restante est de l'ordre de quelques jours à une semaine. L'argent sera transmis par l'intermédiaire d'un autre producteur du village venu sur le marché ou d'un chauffeur qui opère sur la ligne de la zone du producteur. Mais, pour pouvoir écouler rapidement la marchandise et éviter le minimum de perte de manioc, le semi-grossiste participe au « lancement » de ses collègues revendeurs. Le paiement de la marchandise peut être différé à la fin de la journée ou au lendemain pour les revendeurs issus du même marché d'ancrage donc le semi-grossiste accepte de faire un crédit à très court terme.

### 3.1.1.5 Le ravitaillement par les producteurs sans lien fidélisé



**Figure 23 : Circuit de commercialisation du manioc frais de ravitaillement par les producteurs non fidélisé**

Ce circuit concerne des producteurs-grossistes et des revendeurs venant se ravitailler sur les marchés de déchargement de la ville. Au moment de l'arrivée des véhicules sur les marchés, les revendeurs désignent avec leur index le colis qui les intéresse, se trouvant toujours dans le véhicule. Au moment de l'arrêt du véhicule et de l'ouverture du coffre par le chauffeur, dans une cohue généralisée, les revendeurs se jettent sur la marchandise qu'ils ont choisie au préalable (les empoignades et les altercations entre revendeurs, accompagnées de cris et d'injures, sont fréquentes quel que soit le produit, révélant la difficulté de s'approvisionner pour les revendeurs au moment de la période de pénurie). Puis, le revendeur place « sa » marchandise à ses pieds en attendant que le vendeur se présente devant l'ensemble des différents revendeurs qui forment un demi-cercle. Les négociations s'opèrent le plus souvent en langue locale (ewondo, eton, bassa, ...), d'où la sur-représentation de revendeurs de certaines ethnies sur certains marchés (ex : les Mvelle au niveau du marché d'Essos ou les Bassa sur le marché de Mvog-Mbi). Les négociations commencent alors entre le producteur-grossiste et un des revendeurs devant l'ensemble des protagonistes. Elles se font au fur et à mesure (proposition du vendeur suivie d'une contre-proposition de l'acheteur) jusqu'à ce qu'ils se mettent d'accord sur le paramètre de la transaction qui est le prix. Comme la négociation se fait successivement avec chaque acteur, tous les acheteurs présents entendent donc les conditions de vente des prédécesseurs. Le prix dépend des quantités de manioc qui se trouvent sur le marché, du type de conditionnement et de la manière dont le contenant est rempli. Les revendeurs, du fait de leur présence quotidienne sur les marchés, maîtrisent parfaitement ces paramètres. Et ils essayent de baisser le prix de la marchandise en arguant de bonne ou de mauvaise foi que le manioc est soit en grande quantité sur le marché, soit que le chargement n'est pas assez important pour en tirer un bénéfice au prix voulu par le vendeur, soit en doutant de la qualité de la marchandise. Les revendeurs testent ainsi les capacités de négociation et surtout de maîtrise des indicateurs de marché du producteur (le nombre des revendeurs présents et la quantité totale présente sur le marché, tout ceci en lien avec l'heure de la négociation). Pour pallier à ce manque de connaissance du fonctionnement du marché qui conduit à une asymétrie d'information structurelle négative du producteur vis-à-vis des revendeurs, il peut faire appel à un intermédiaire négociateur se trouvant sur le marché ou au chauffeur qui maîtrise lui-aussi parfaitement ces indicateurs, du fait de sa présence quotidienne sur les marchés.

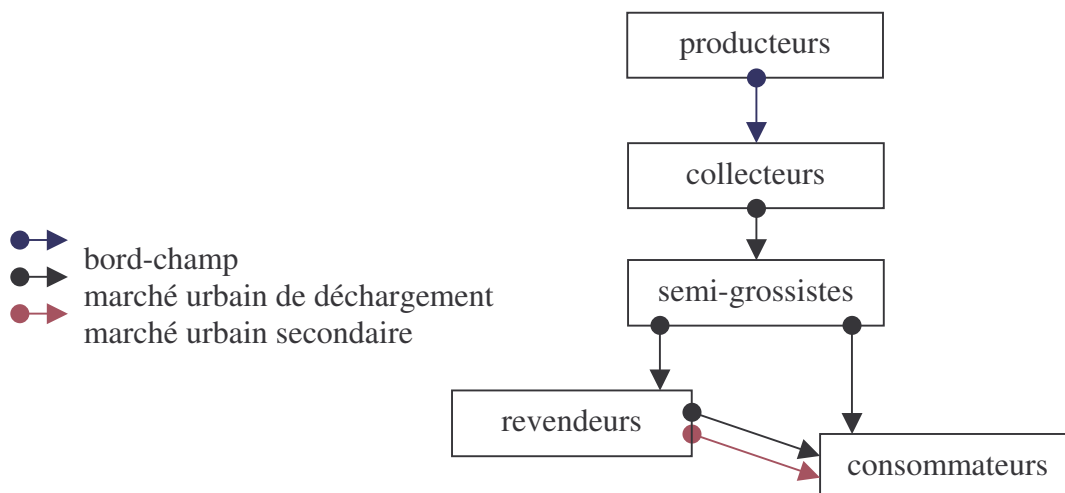




**Figures 24 et 25 : Arrivage de vivres frais sur les marchés de Yaoundé par des « OPEP » avec choix de la marchandise par les revendeurs puis négociation entre producteur et revendeurs**

Ce circuit de commercialisation, qui est le principal mode d'approvisionnement des villes camerounaises, n'est pourtant pas le plus avantageux des circuits. En effet, les producteurs amenant les produits dans un marché pour les vendre aux *bayam sellam* (revendeurs) doivent faire face à de nombreux frais de commercialisation : frais de transport, frais de location d'espace pour la vente des produits et frais de déchargement des produits dans le marché. Tandis que ces *bayam sellam* n'ont à leur charge que la location de leur emplacement de vente (location mensuelle ou ticket journalier d'emplacement). Les avantages pour les producteurs sont que les volumes vendus sont importants par rapport au marché rural. Leur aire de provenance est limitée et assez proches des centres urbains dans lesquels ils écoulent leurs produits en raison des contraintes de transport et du caractère périssable du manioc frais. Pour que leur activité soit rentable, les distances parcourues par les producteurs-grossistes ne dépassent pas la centaine de kilomètres. Tandis qu'en parallèle, les producteurs-grossistes doivent faire face à de nombreuses contraintes. En effet, toutes les charges liées à la commercialisation seront couvertes par le producteur. La perte de temps sur le marché est plus importante que dans le cas précédent sans pour autant avoir un meilleur bénéfice. De plus, au moment du déchargement, le producteur risque de se faire voler de la marchandise dans la confusion ambiante.

### **3.1.1.6 Le ravitaillement des marchés urbains par les collecteurs**



**Figure 26 : Circuit de commercialisation du manioc frais par des collecteurs**

Ce circuit est similaire à celui de la vente directe au village à volume important. La différence réside dans le fait que le premier opérateur est un collecteur et non un semi-grossiste. Ce collecteur, très souvent n'est pas spécialisé en manioc, peut être issu de la zone de production ou peut venir de l'agglomération de Yaoundé. Les volumes collectés sont variables mais sont comparables aux volumes précédents : de l'ordre de quelques bacos à une quarantaine de bacos soit entre 250 kg et 1,5 t de manioc frais. Ces quantités sont fonction des fonds qui sont à leur disposition. Ces acteurs connaissent les tarifs pratiqués dans ces zones du fait qu'ils y habitent ou y ont habité dans le passé (lien de parenté ou d'amitié avec des personnes des villages d'approvisionnement). La différence avec la vente directe à volume important réside dans le fait qu'ils négocient avec un transporteur le prix de la location du véhicule à un prix plus avantageux. D'où la négociation d'un contrat entre le collecteur et le transporteur dont les garanties sont les fréquences de leurs voyages sur la zone. Les zones d'approvisionnement sont très souvent plus éloignées que dans le cas de figure de la commercialisation via des semi-grossistes : de l'ordre de 80 à 150 km. Dans ce cas de figure, les collecteurs urbains arrivent sur les zones quelques jours (4-5 jours) avant leur date de départ pour les marchés de déchargement. Ce délai leur permet de faire du porte à porte pour négocier avec chaque producteur de manière isolée. Les paramètres de la négociation sont la nature du produit, la quantité, le lieu de livraison, la date de livraison et surtout le prix. La nature du produit désiré est déterminée par le collecteur qui connaît les variétés qui s'écoulent le plus facilement sur le marché urbain. La date de livraison est elle aussi fixée par le collecteur car il a déjà pris rendez-vous avec un transporteur. Le producteur estime la quantité qu'il peut livrer, qu'il peut récolter et acheminer sur le lieu de résidence (lieu de livraison si accessible par véhicule, sinon livraison au niveau de l'axe routier) en une journée. Les prix sont négociés en fonction des informations que détiennent les deux parties. Mais dans ce cas, le producteur ne sait pas que le collecteur a eu une réduction sur le transport. Ce collecteur qui a un lien de parenté avec la zone d'approvisionnement, est informé sur les prix qui sont pratiqués dans la région grâce à une parenté ou à ces voyages fréquents sur la zone. Possédant cette information, ainsi que le coût des transports, il peut estimer la quantité qu'il peut acheter en fonction des moyens financiers dont il dispose. Le déficit informationnel des producteurs est rare dans ces zones qui ne sont pas si éloignées que cela des grands centres urbains. En effet, une personne qui est allée commercialiser sa marchandise sert de démultiplicateur d'information auprès des autres producteurs qui viennent se renseigner auprès de lui pour connaître les prix pratiqués et le délai d'écoulement de la marchandise (« comment ça passe en ville ? »). La fréquence de cette information est fonction de la distance temporelle qui sépare le village des grands centres urbains. Plus le village est proche de la ville, plus l'information circule fréquemment. Or pour la commercialisation du manioc, la distance temporelle entre les zones d'approvisionnement et Yaoundé n'est pas très importante ; le manioc est la culture majoritaire de la région Centre et l'aire d'approvisionnement est en forme d'auréole autour de Yaoundé. Ce réseau informationnel endogène permet de compenser le manque de moyen d'information conjoncturelle exogène. Les tâches qui incombent au producteur sont la récolte du manioc et son acheminement du champ au village. Le collecteur se charge pour sa part le plus souvent du conditionnement (remplissage des bacos ou filets) et de payer les producteurs au comptant de la somme qui était convenue. Le transport entre la zone de production et la ville se fait avec une « OPEP », le jour même de la récolte en fin d'après-midi (17 h) pour arriver sur la ville en début de soirée. Les avantages pour les producteurs sont qu'ils n'ont pas besoin de s'éloigner de leur lieu de résidence, que les volumes sont importants par rapport au marché rural et que les frais de transport du village au marché urbain sont à la charge du collecteur, ainsi que les risques y afférant.

Dans le cas du collecteur urbain, il arrive en fin de journée sur le marché urbain et stocke la marchandise au niveau du marché avant de la vendre le lendemain matin en gros auprès des revendeurs (issus du même marché ou d'un autre marché). Les charges de déchargement et d'emplacement sont à la charge du collecteur. Les autres revendeurs peuvent avoir été prévenus de l'arrivage de manioc par leur collègue avant son départ sur la zone de production. Les paramètres de la négociation portent sur la quantité, le prix de la marchandise et le délai de paiement. L'organisation des transactions et les relations avec les revendeurs est similaire à celle du circuit de vente directe au village à volume important.

Dans le cas des collecteurs ruraux, ils se comportent comme des producteurs-grossistes et ont décidé soit de se fidéliser avec quelques semi-grossistes soit de négocier directement avec les revendeurs. Les différents modes de fonctionnement, les avantages et les inconvénients de ces deux types d'écoulement ont été détaillés précédemment au niveau des circuits impliquant les producteurs-grossistes.

### 3.1.1.7 Synthèse sur les circuits de commercialisation du manioc frais

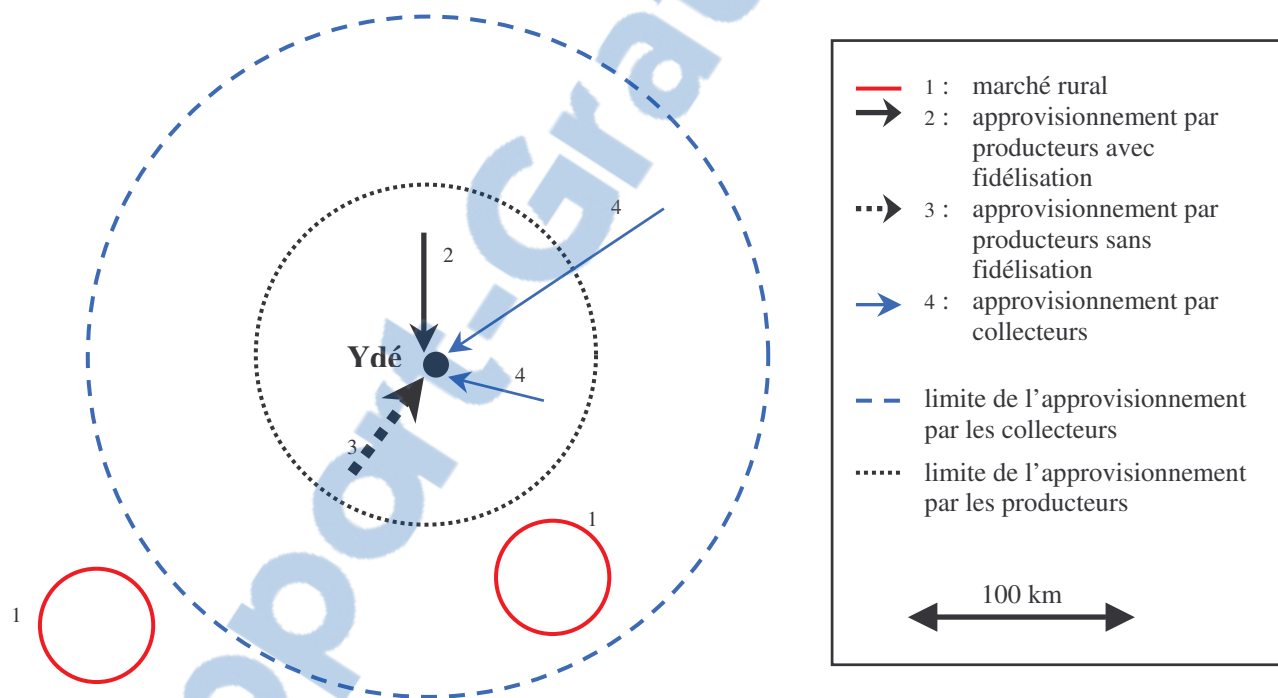


Figure 27 : Schématisation des circuits de commercialisation du manioc frais

LIEU	ACTEURS IMPLIQUES	CIRCUIT DE COMMERCIALISATION	TYPE DE TRANSACTION	DETERMINANTS
marchés ruraux	producteurs / consommateurs	1	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ très faible quantité</li> <li>▪ coût transport élevé par rapport au prix local</li> <li>▪ vente lente</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	producteurs / semi-grossistes	2	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ forte demande</li> <li>▪ périssabilité</li> <li>▪ lien social</li> <li>▪ prix courant</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> <li>▪ transport</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	producteurs / revendeurs	3	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ forte demande</li> <li>▪ périssabilité</li> <li>▪ transport</li> <li>▪ vente fonction de l'approvisionnement (intermédiaire)</li> </ul>
bord-champ	producteurs / collecteurs ou semi-grossistes	4	contrat à terme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantité importante (faible fréquence)</li> <li>▪ offre forte et atomisée</li> <li>▪ périssabilité</li> <li>▪ fonds de roulement</li> <li>▪ lien social</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	semi-grossistes ou collecteurs / revendeurs	2, 4	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ crédit à très court terme (« lancement »)</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ pression sociale</li> </ul>

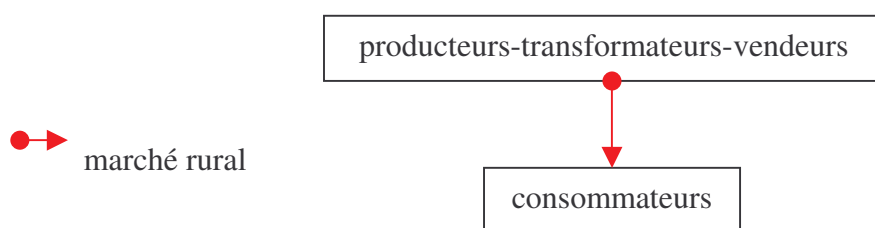
**Tableau 9 : Les différentes formes de transaction de la commercialisation du manioc frais et leurs déterminants**

D'après la classification de Jaffee, on constate dans le cas de la commercialisation du manioc frais qu'il existe trois différents types de transaction qui sont fonction du lieu et de la confiance entre les acteurs. Le circuit de commercialisation qui est le principal mode d'approvisionnement de Yaoundé est celui de l'approvisionnement par les producteurs-grossistes, sans fidélisation à un acheteur (marché spot). Cette non fidélisation des revendeurs montre que l'approvisionnement en manioc frais n'est pas un problème saisonnier mais d'ordre résiduel ou ponctuel. Ceci s'explique par le fait que l'offre en racines de manioc par les producteurs est relativement importante et que la production et la commercialisation du manioc nécessitent une faible spécificité des actifs.

Les déterminants majeurs à la commercialisation du manioc frais sont donc la périssabilité du manioc (quelques jours), les problèmes relatifs au transport (coût et état des routes) et la possibilité d'écoulement entre différents lieux (état de la demande). Les zones d'approvisionnement en manioc ne sont donc pas éloignées de plus de 3 heures de route de Yaoundé, soit 150 km au maximum. Concernant l'aspect qualitatif, il est moindre que pour les produits transformés issus du manioc car les signes de qualité du manioc frais (fraîcheur des racines, grosseur des racines) sont plus facilement vérifiables.

### 3.1.2 Circuits de commercialisation du *bobolo*

#### 3.1.2.1 Vente sur les marchés ruraux



**Figure 28 : Circuit de commercialisation du bobolo sur les marchés ruraux**

Ce circuit de commercialisation est très fréquent au niveau des villes secondaires en zone rurale (ex : Nguélémdouka) ou chef lieu d'arrondissement. Ce sont des producteurs qui acheminent directement leurs bâtons de manioc sur le marché le plus proche de chez eux. Ils vendent les *bobolo* à l'unité aux consommateurs. Les quantités individuelles apportées par les producteurs sont modestes : de l'ordre de 100 à 200 unités. Les modes d'acheminement et les raisons du choix de ces modes d'acheminement sont les mêmes que pour la vente du manioc frais par les producteurs sur les marchés ruraux (cf. paragraphe 3.1.1.2). Mais en cas de problème de vente ou de perte de temps trop importante pour eux (ils ne restent pas au-delà de 10 heures), ils décident de rentrer chez eux avec la marchandise restante si elle n'est pas trop importante afin de nourrir leur famille. Les négociations entre les acteurs portent sur la qualité du produit (fraîcheur, élasticité, couleur claire translucide ou ivoire, absence de fibres, cuisson). Le prix au kilogramme est très variable d'un transformateur à l'autre et d'un bâton à l'autre, les quantités de pâte emballées dans les feuilles de marantacées étant très variables (transformation traditionnelle sans gabarit type). Cependant, le prix estimé varie entre 120 Fcfa/kg (région de production importante de bâton, du type de la zone de Ngoumou) et 180 Fcfa/kg (région de moindre production, du type de la zone de Nguélémdouka).



### 3.1.2.2 Le ravitaillement des marchés urbains par les producteurs

L'approvisionnement des villes directement par les producteurs est le mode de ravitaillement qui apporte le plus de volume quotidien sur l'ensemble des marchés de la ville. Mais les producteurs-grossistes peuvent opérer de deux manières pour l'écoulement de leurs bâtons sur les marchés de déchargement : la fidélisation à un revendeur ou la vente de gré à gré.

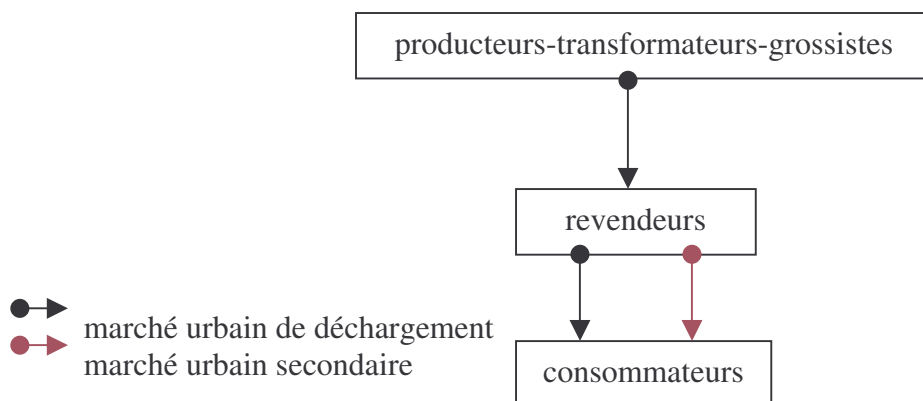
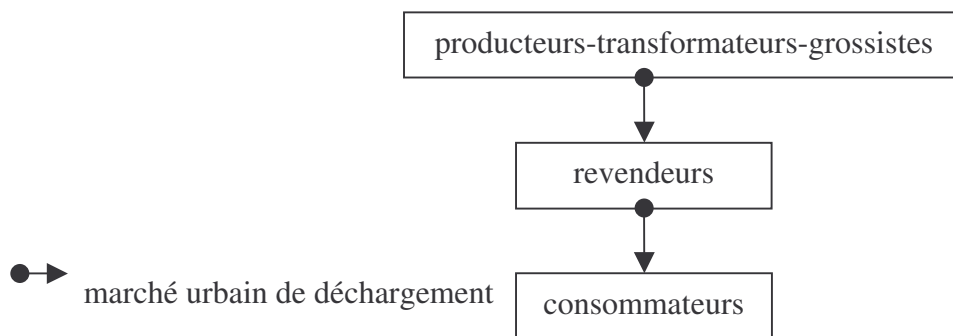


Figure 29 : Circuit de commercialisation du bobolo par les producteurs : vente de gré à gré

Le circuit de vente de gré à gré concerne des producteurs-transformateurs-grossistes et des revendeurs venant se ravitailler sur les marchés de déchargement de la ville. Le vendeur se place au niveau de la zone de déchargement au pied de sa marchandise en attendant les clients. Les négociations entre le producteur-transformateur-grossiste et un des revendeurs se font très souvent en langue locale et devant l'ensemble des protagonistes. Le paramètre de la transaction est le prix et la quantité. Le prix dépend des quantités de bâton qui se trouvent sur le marché et du gabarit de bâton (petit, moyen ou gros). Les revendeurs, du fait de leur présence quotidienne sur les marchés, maîtrisent parfaitement ses paramètres. Les revendeurs essayent alors de baisser le prix de la marchandise en dénigrant la marchandise (qualité) et en testant les capacités de négociation et surtout de maîtrise des indicateurs de marché par ces producteurs, qui sont les mêmes que ceux précédemment évoqués dans le cas du ravitaillement en manioc frais sans fidélisation (cf. paragraphe 3.1.1.5). Une fois le prix fixé entre les producteurs-grossistes et les revendeurs, ces derniers leur indiquent la quantité de bâton qu'ils désirent en fonction du fonds de roulement dont ils disposent. A partir de là, le vendeur ou l'acheteur commence à compter le nombre de bâtons désiré par l'acheteur. Ce dernier élimine les bâtons qu'il estime difficilement vendables (bâtons trop petits, bâtons cassés, manque d'élasticité, ...). Les bâtons sont comptés de dix en dix et un bâton est donné à l'observateur en guise de dizaine. Les bâtons peuvent être comptés une nouvelle fois mais cette fois-ci par l'autre acteur.

Ce circuit de commercialisation, qui est le principal mode d'approvisionnement des villes camerounaises, a les mêmes avantages et contraintes pour le producteur-grossiste que le circuit de commercialisation du manioc frais sans fidélisation (cf. paragraphe 3.1.1.5). La seule différence réside dans la provenance de ces producteurs. En effet, dans ce cas de figure, pour que leur activité soit rentable, les producteurs-grossistes ne doivent pas venir de plus de 200 kilomètres de Yaoundé contre une centaine pour le manioc frais.



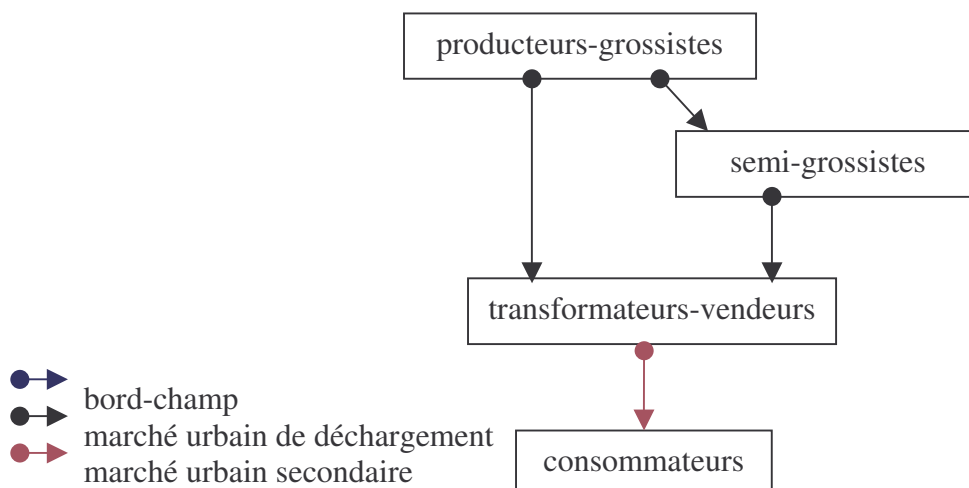


**Figure 30 : Circuit de commercialisation du bobolo par les producteurs : fidélisation**

Le circuit de vente avec fidélisation implique les mêmes types d'acteurs que précédemment à la différence que la marchandise est destinée à un seul revendeur. Les prix d'achat dépendent de l'approvisionnement du marché et peuvent être très variables pour les bâtons (de 33 à 40 Fcfa pour les petits bâtons de 150 g ; de 40 à 60 Fcfa pour les bâtons moyens de 250 g).

Comme pour le manioc frais (cf. paragraphe 3.1.1.4), l'accord fidélisé a de nombreux avantages pour l'ensemble des partenaires (prix de vente correcte et pas de perte de temps pour le producteur ; qualité et crédit pour le revendeur). De plus, dans ce type d'accord, le producteur-grossiste peut aussi envoyer sa marchandise sans l'accompagner sur le marché. Pour cela, il demande au chauffeur de livrer le sac contenant les bâtons à ce revendeur. A l'intérieur du paquet se trouve un mot rédigé par le producteur-transformateur indiquant le nombre de bâtons contenus dans le sac. Le délai de paiement de cette marchandise est de l'ordre de quelques jours. L'argent sera transmis par l'intermédiaire d'un autre producteur du village venu sur le marché ou du chauffeur qui a transmis la marchandise. Les causes de rupture de cet accord et ses conséquences sont les mêmes qui ont été évoquées dans le cas du manioc frais.

### **3.1.2.3 Le ravitaillement des marchés urbains par les transformateurs**



**Figure 31 : Circuit de commercialisation de bobolo par les transformateurs**

Après s'être approvisionnés en manioc auprès des producteurs-grossistes ou des semi-grossistes, au niveau des marchés de déchargement, les transformateurs-vendeurs confectionnent les bâtons qu'ils vendent au détail sur les marchés urbains secondaires. Certains préfèrent s'approvisionner en manioc auprès de revendeurs car ainsi ils

peuvent se fidéliser et obtenir un crédit qui sera remboursé une semaine après, suite à la vente des bâtons. Pour avoir une marge bénéficiaire, ils choisissent de vendre sur les marchés urbains secondaires sur lesquels les prix pratiqués sont plus élevés que sur les marchés de déchargement. Ils résident en milieu urbain et n'ont pas à faire face à des frais de transport excessifs. Les coûts de commercialisation intègrent la rémunération des facteurs de transformation, les déplacements intra-urbains, l'achat du manioc frais, l'achat des feuilles de marantacées et la taxe du marché.

#### 3.1.2.4 Le ravitaillement via les collecteurs sans commande

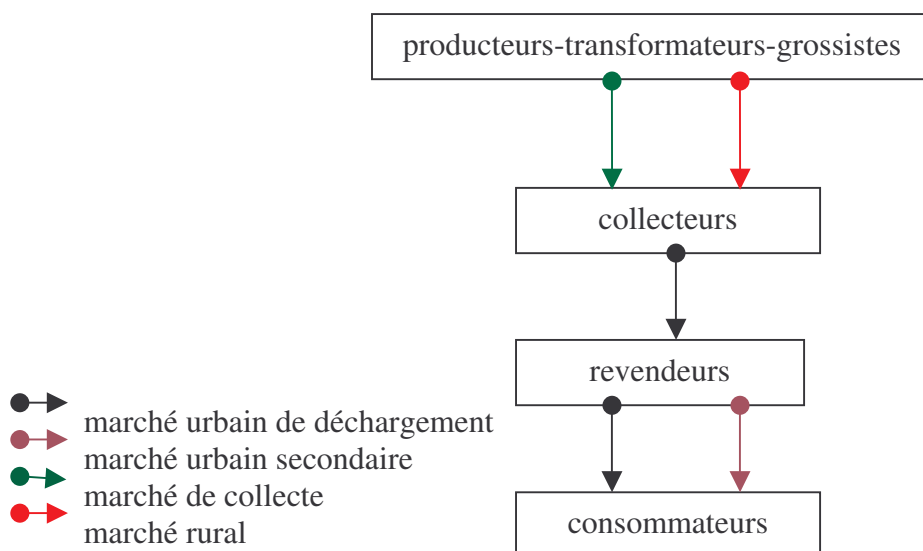
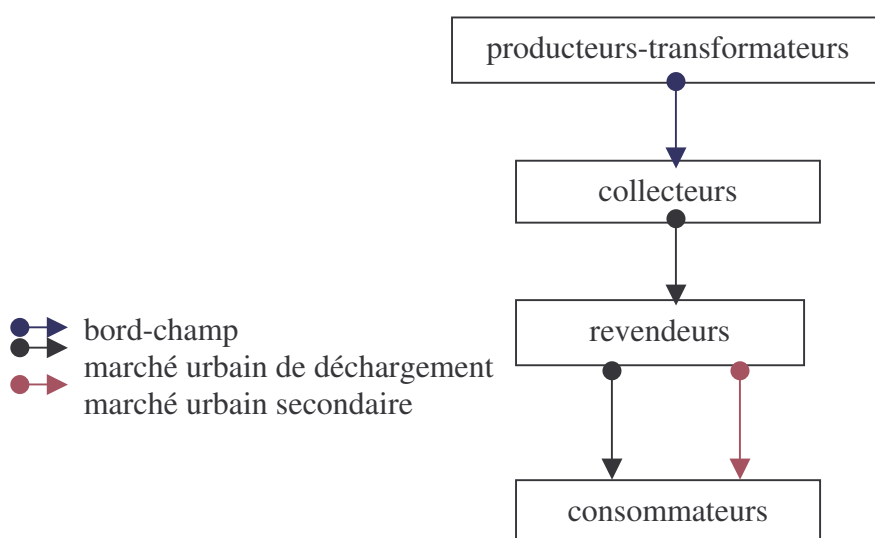


Figure 32 : Circuit de commercialisation du bobolo par les collecteurs opportunistes

Ce circuit consiste dans le ravitaillement des grandes agglomérations via les collecteurs non spécialisés. Ils se sont approvisionnés en gros généralement auprès des producteurs-transformateurs-vendeurs sur les marchés ruraux et auprès des producteurs-transformateurs-grossistes sur les marchés de collecte. Ce circuit est dit d'opportunisme car les collecteurs (autochtones ou allochtones de la région du marché) achètent sur les marchés différents produits et ne savent pas au départ quels produits ils vont prendre sur le marché. Leur choix est fonction de leurs connaissances sur l'état des marchés en aval et sur la qualité des produits. Ils n'apportent pas de grandes quantités de bâtons car ils préfèrent diversifier leurs achats pour se prémunir de la variabilité des prix sur les marchés d'aval. Le principe de la négociation et du déroulement de l'achat est le même que celui entre le producteurs-transformateurs-grossistes et le revendeur sur les marchés de déchargement des grandes agglomérations (cf. précédemment au paragraphe 3.1.3.2). La seule différence est le prix d'achat des bâtons : de 20 à 30 Fcfa selon la taille des bâtons. Une fois en possession de la marchandise, les collecteurs qui ne disposent pas de leur propre véhicule retournent vers les grandes agglomérations avec les « OPEP » ou avec les agences de voyage. Ils revendront les *bobolo* auprès des revendeurs des marchés de déchargement les plus offrants, toujours selon les mêmes processus. Les charges de la commercialisation sont donc en totalité à la charge des collecteurs.

### 3.1.2.5 Le ravitaillement via les collecteurs avec commande



**Figure 33 : Circuit de commercialisation du bobolo par les collecteurs prévisionnistes**

Ce circuit est le même que le précédent (cf. 3.1.4.1), à la différence majeure que le collecteur cette fois-ci va directement chez le producteur pour se ravitailler. Il lui a passé commande une semaine auparavant en fixant la nature du produit (type de bâton), les quantités, les dates de livraison et les prix.

Les volumes commandés sont très variables (de quelques centaines à quelques milliers de bâtons) et sont fonction des capacités financières des collecteurs. Pour les quantités de l'ordre de 100 à 600 bâtons, le collecteur qui habite la région fait appel à un seul producteur. Pour des quantités plus importantes, le collecteur doit passer par plusieurs producteurs et il a donc une préférence pour les producteurs organisés en association. En effet, de cette manière, le collecteur s'assure d'une bonne qualité du produit sous l'effet de la pression du groupe sur l'ensemble des producteurs (même principe que pour la fidélisation entre producteur et semi-grossiste pour le manioc). La vente à crédit ne peut s'instaurer qu'après des commandes fréquentes et régulières, le temps que la confiance s'instaure. Avec ce type de transaction des contrats oraux sont passés entre le collecteur et les producteurs pour fixer le prix à l'unité et la nature du produit. Les paramètres des transactions tels que le lieu de la livraison, la date de livraison et la quantité sont réajustables d'une fois sur l'autre (le lieu par les producteurs ; la quantité par le collecteur ; la date par le collecteur). Mais de tels accords sont surtout possibles à proximité des grandes agglomérations car en cas de rétractation de l'acheteur, la présence d'un marché à fort débouché joue le rôle d'assurance. Le règlement peut être fait en totalité au moment de la livraison chez le producteur, ou le plus souvent une avance est faite au moment de la commande, dont la valeur va du tiers à la moitié de la somme totale, le restant sera réglé au moment de la livraison. Cette demande d'avance faite par le producteur-transformateur lui sert d'assurance en cas de désistement de l'acheteur alors que les bâtons sont confectionnés. Plus le producteur se trouve dans une zone enclavée et plus il demandera au collecteur de faire une avance pour se prémunir du risque de rétractation. Les avantages pour les producteurs sont qu'ils n'ont pas besoin de s'éloigner de leur lieu de résidence et que les frais de transport du village au lieu de commercialisation sont à la charge du collecteur, ainsi que les risques y afférant.

Une fois en possession de la marchandise, les collecteurs qui ne disposent pas de leur propre véhicule retournent vers les grandes agglomérations avec les « OPEP » ou

avec les agences de voyage. Ils revendront les *bobolo* auprès des revendeurs des marchés de déchargement toujours selon les mêmes processus (cf. paragraphe 3.1.3.2). Les charges de la commercialisation sont donc en totalité à la charge des collecteurs.

### 3.1.2.6 Les circuits d'exportation

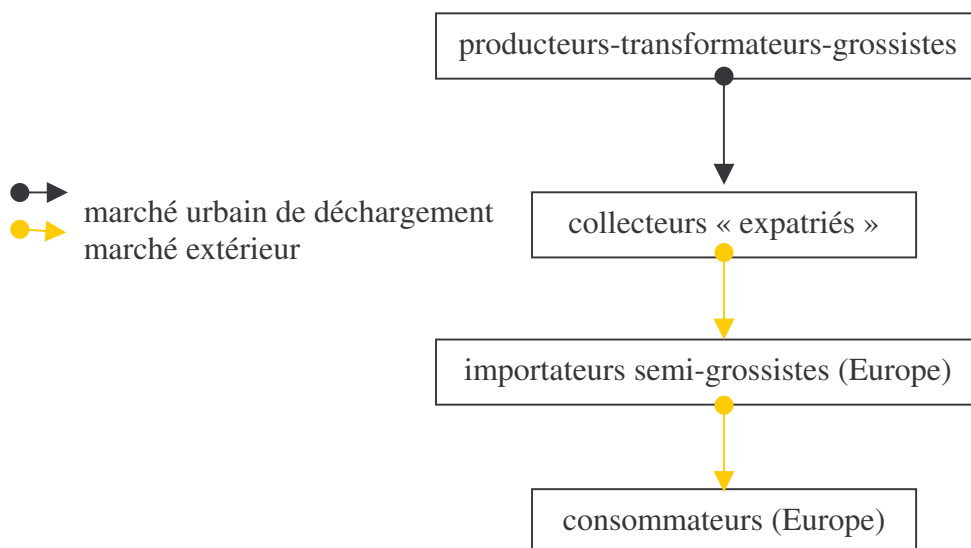


Figure 34 : Circuit d'exportation du bobolo

Ce circuit fait intervenir des intermédiaires, des commerçants importateurs, qui vendent les bâtons en Europe. Ils jouent donc le rôle de collecteurs sur les marchés urbains de déchargement pour les importateurs avec lesquels ils ont un contrat oral. Cet accord, qui fixe uniquement la quantité des bâtons désirés, est passé trois-quatre jours avant le départ de l'avion. La nature des bâtons est standardisée et un forfait à l'unité est octroyé pour l'ensemble des charges et pour la rémunération des collecteurs (ex : un bâton de 320 à 350 g pour un forfait de 100 Fcfa). L'argent nécessaire pour les opérations de collecte est avancé par l'importateur via des institutions de transfert de fonds (ex : Western Union). Mais ce laps de temps ne laisse pas de temps aux collecteurs pour s'approvisionner directement au niveau des villages chez les producteurs. Les quantités sont fonction des bons de commande des importateurs qui revendent à d'autres commerçants en Europe. Une fois les bâtons collectés, le collecteur apporte les bâtons au niveau de la zone de fret de l'aéroport de Nsimalen-Yaoundé où ils sont conditionnés dans des cartons à raison de soixante unités. Avant que les cartons ne soient refermés, un contrôle phytosanitaire est effectué par les autorités compétentes. Mais il ne consiste qu'à une simple observation visuelle et olfactive de certains bâtons. La destination des *bobolo* collectés par les « expatriés » est majoritairement le marché de Château Rouge à Paris.

### 3.1.2.7 Synthèse sur les circuits de commercialisation du bobolo

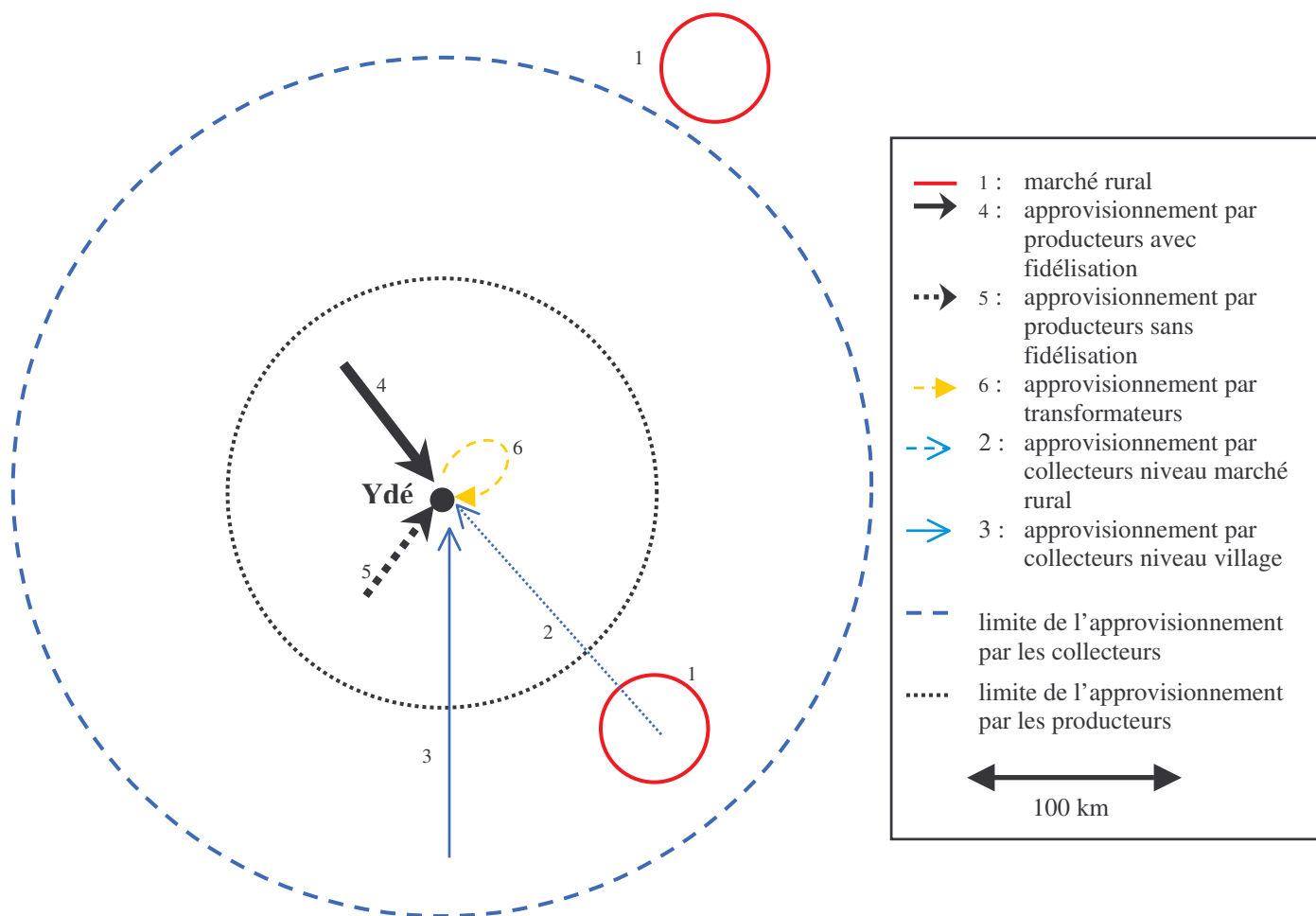


Figure 35 : Schématisation des circuits de commercialisation du bobolo

LIEU	ACTEURS IMPLIQUES	CIRCUIT DE COMMERCIALISATION	TYPE DE TRANSACTION	DETERMINANTS
marchés ruraux	producteurs / consommateurs	1	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ très faible quantité</li> <li>▪ coût transport élevé par rapport au prix local</li> <li>▪ vente lente</li> </ul>
marchés ruraux	producteurs / collecteurs	2	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ très faible quantité</li> <li>▪ diversification</li> </ul>

bord-champ	producteurs / collecteurs	3	contrat à terme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ fonds de roulement</li> <li>▪ lien social</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> <li>▪ avance pour zones les plus enclavées</li> <li>▪ crédit si confiance</li> </ul>
	groupe de producteurs / collecteurs			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pression sociale</li> <li>▪ forte quantité avec forte fréquence</li> <li>▪ fonds de roulement</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> <li>▪ crédit si confiance</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	producteurs / revendeurs	4	<p>accord de réciprocité marchande</p> <p>ou</p> <p>(contrat lié entre facteur de production et commercialisation du produit)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ lien social</li> <li>▪ prix courant</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> <li>▪ transport</li> <li>▪ crédit à très court terme</li> <li>▪ (avance financière ou en feuilles)</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	producteurs / revendeurs	5	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ forte demande</li> <li>▪ transport</li> <li>▪ vente fonction de l'approvisionnement</li> </ul>
marchés urbains secondaires	transformateurs / consommateurs	6	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ qualité</li> <li>▪ prix supérieur</li> </ul>



marchés urbains de déchargement	collecteurs / revendeurs	2, 3	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ crédit à très court terme</li> <li>▪ lien social</li> <li>▪ prix courant</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> </ul>
			marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vente fonction de l'approvisionnement</li> <li>▪ forte demande</li> </ul>

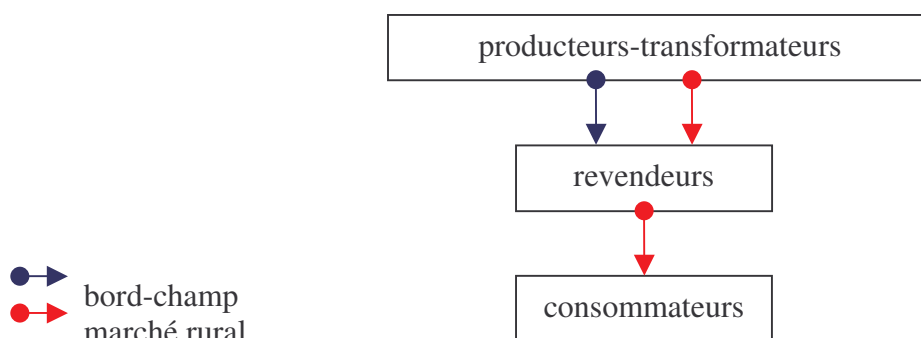
**Tableau 10 : Les différentes formes de transaction de la commercialisation du bâton de manioc et leurs déterminants**

D'après la classification de Jaffee, on constate dans le cas de la commercialisation du bâton de manioc que tous les types de transaction existent à l'exception de l'intégration verticale. Les transactions sont fonction du lieu et de la confiance entre les acteurs. Cependant, le circuit de commercialisation qui est le principal mode d'approvisionnement de Yaoundé est celui de l'approvisionnement par les producteurs-grossistes avec fidélisation à un acheteur (accord de réciprocité marchande). Du fait qu'il n'y a pas de variation saisonnière de l'approvisionnement en bâtons de manioc, la fidélisation des revendeurs montre donc que l'approvisionnement en bâtons de manioc à plus de variations ponctuelles. Ceci s'explique par le fait que l'offre en bâtons de manioc de qualité par les producteurs est relativement importante, mais moindre que celle du manioc frais. La production et la commercialisation du bâton de manioc nécessitent une faible spécificité des actifs mais une importance des actifs humains (savoir-faire).

Les déterminants majeurs à la commercialisation du bâton de manioc sont les mêmes que pour le manioc (périssabilité, problèmes de transport et état de la demande dans différents lieux) mais à un degré moindre. Les zones d'approvisionnement en bâtons de manioc ne sont donc pas éloignées de plus de 4-5 heures de route de Yaoundé, soit 200 km au maximum. Concernant l'aspect qualitatif, il est donc capital pour les produits transformés issus du manioc car les signes de qualité (fraîcheur, élasticité, couleur claire translucide ou ivoire, absence de fibres, cuisson) ne sont pas vérifiables sur l'ensemble de la marchandise.

### 3.1.3 Circuits de commercialisation du fougou de manioc

#### 3.1.3.1 Vente sur les marchés ruraux



**Figure 36 : Circuit de commercialisation du fougou pour les marchés ruraux**

Ce circuit de commercialisation est très fréquent au niveau des villes secondaires des zones de production du fougou de manioc (ex : Nguélémondouka). Les producteurs-transformateurs peuvent acheminer directement leur produit sur le marché le plus proche de chez eux. Les quantités individuelles apportées par les producteurs sur les marchés ruraux sont modestes : de l'ordre d'une vingtaine de kilogrammes. Sur les marchés ruraux, les producteurs vendant du fougou et les producteurs vendant du manioc frais proviennent des mêmes zones et pour les mêmes raisons (cf. 3.1.1.2). En cas d'invendus, les producteurs rentrent chez eux avec la marchandise restante pour pouvoir la vendre ultérieurement. En effet, le fougou de manioc peut se conserver environ un mois. Les négociations entre les acteurs portent sur le remplissage des cuvettes et des coupelles, car les prix par unité de mesure locale sont généralement fixés, même s'il est revu d'une année sur l'autre en fonction de la production du manioc. Ils vendent leur fougou aux revendeurs de ces villes en utilisant des petites coupelles comme unité de mesure. Les prix sont fixes entre ces deux types de partenaires (ex : à Nguélémondouka, les 3 coupelles d'environ 50 g sont vendues à 10 Fcfa, soit environ 65 Fcfa/kg). Mais ils peuvent vendre aussi au niveau de leur concession aux revendeurs qui viennent chercher de la marchandise, souvent après avoir passé des commandes une semaine au préalable. Dans ce cas de figure, les prix sont également fixés sur la base des unités de mesure locale (ex : à Nguélémondouka, la mesure est la cuvette dont le prix est de 1 200 Fcfa pendant la saison sèche et de 1 500 Fcfa pendant la saison des pluies, soit 55 à 68 Fcfa/kg). Les revendeurs vendent aux consommateurs se trouvant sur les marchés. Sur le marché de détail, le prix au kilogramme pour le consommateur est ainsi très variable à Nguélémondouka d'une saison sur l'autre. Le prix estimé varie entre 160 Fcfa/kg (en saison sèche) et 200 Fcfa/kg (en saison des pluies).

### 3.1.3.2 Le ravitaillement des marchés urbains par les revendeurs

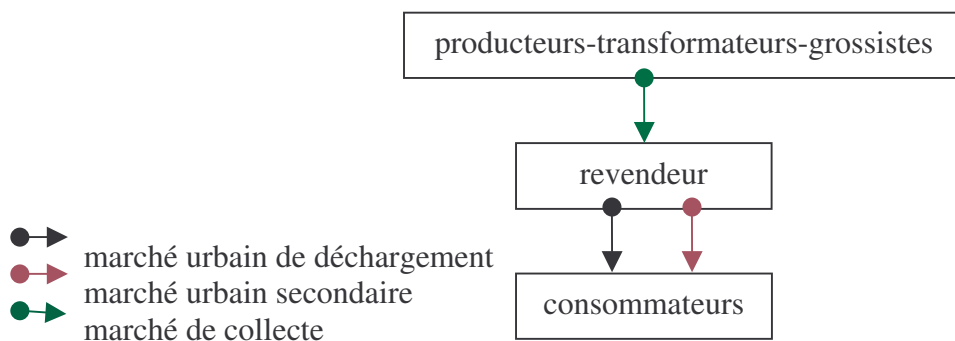
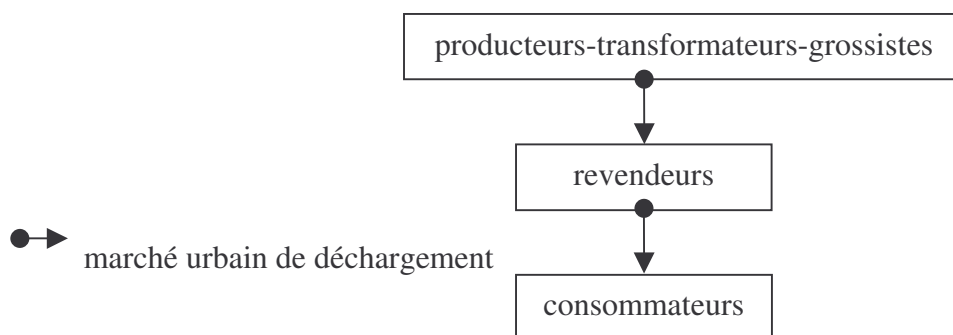


Figure 37 : Circuit de commercialisation en fufou par les revendeurs

Dans ce cas de figure, les revendeurs (spécialisés dans la vente de produits secs) vont directement s'approvisionner sur les marchés de collecte auprès des producteurs-transformateurs. Ces marchés de collecte se trouvent dans la principale zone de production qui ravitaille Yaoundé : les départements du Mbam et Kim et du Mbam et Inoubou. Les principaux marchés sont ceux de Mbangassina, Ombessa, Yambassa et Balamba. Ces marchés ont l'avantage d'être hebdomadaires avec un jour fixé pour chacun d'entre eux, ce qui fait que les producteurs proches de ces localités ne sont pas en concurrence avec ceux des autres marchés importants de la région. Les ventes sur ces marchés se font exclusivement en gros. Face à la diversité de l'offre, les revendeurs prennent le temps de choisir leur marchandise pour s'assurer de la qualité du fufou qu'ils vont acheter. Pour cela, ils prélèvent un échantillon au milieu du filet à la main. Le fufou est alors scruté attentivement. L'un des critères de qualité principal est la couleur blanche (plus le fufou est blanc, moins il est impur selon les consommateurs), d'où l'importance de l'empoussièrement et du séchage rapide pour éviter toute moisissure. L'autre critère primordial est l'hygrométrie, car plus le fufou est humide et plus il est difficile pour la ménagère de réussir son couscous ; mais ce caractère est moins important car il n'est pas rare de voir du fufou entrain de sécher sous les hangars des marchés de Yaoundé. Le paramètre de la négociation est le prix, qui se détermine en fonction de la nature du produit et de la quantité (le remplissage du filet). L'acheteur joue sur l'importance plus ou moins forte de l'offre sur le marché pour papillonner d'un vendeur à l'autre, sans montrer sa préférence pour une quelconque marchandise et en dénigrant la marchandise pour pouvoir l'acheter à un prix inférieur à la première offre. Mais ce dédain est limité pour éviter que le vendeur décide de ne pas lui céder la marchandise. Le fonds de roulement est important pour le revendeur car il détermine la quantité de sacs qu'il peut acheter, ce qui n'excède jamais les quatre à cinq sacs.

Une fois en possession de son fufou, le revendeur le conditionne dans des sacs (sacs de riz de 50 kg) sur lequel il appose un signe distinctif et retourne alors en ville grâce aux « OPEP » et aux cars d'agence, selon des tarifs qui sont établis par les transporteurs de ces lignes. Le revendeur arrive dans l'après-midi sur son marché d'affectation où il stocke la marchandise sous son hangar d'emplacement dans des casiers ou sous des bâches avant de la vendre en détail les jours qui suivent auprès des consommateurs en unité de mesure locale de détail : le seau de différente contenance.

### 3.1.3.3 Le ravitaillement des marchés urbains par les producteurs-grossistes

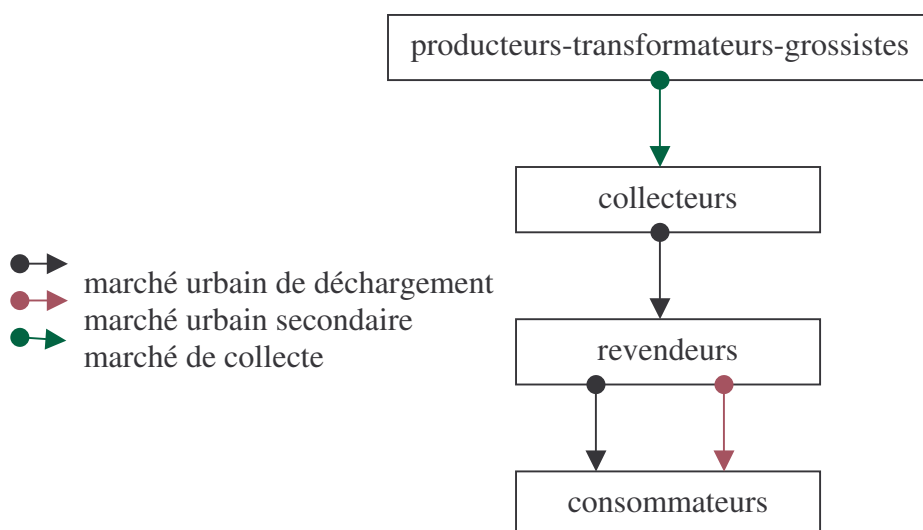


**Figure 38 : Circuit de commercialisation de ravitaillement en fufou par les producteurs-transformateurs-grossistes**

Ce type de ravitaillement est occasionnel pour les producteurs-transformateurs-grossistes et est fonction d'obligations de ces derniers sur Yaoundé (visite familiale, fournitures spécifiques, ...). La vente de leur modeste quantité (pas plus de 150 kg de fufou) leur permet de financer leur voyage. Ce circuit concerne des producteurs-transformateurs-grossistes et des revendeurs se trouvant sur les marchés de déchargement de la ville. Les principes de la négociation sont les mêmes que précédemment sur les marchés de collecte. Les facteurs qui sont à la base des prix sont aussi les mêmes que précédemment. Mais dans ce cas, les producteurs qui sont occasionnels sur ce marché ne maîtrisent pas les facteurs conjoncturels de la commercialisation du fufou, contrairement aux revendeurs. Les revendeurs, du fait de leur présence quotidienne sur les marchés, maîtrisent parfaitement ses paramètres. Les revendeurs essaient alors de baisser le prix de la marchandise en dénigrant la marchandise (quantité et/ou qualité) et en testant les capacités de négociation et surtout de maîtrise des indicateurs de marché par ces producteurs, qui sont les mêmes que ceux précédemment évoqués dans le cas du ravitaillement en manioc frais sans fidélisation (cf. paragraphe 3.1.1.5).

Ce circuit de commercialisation n'est pas important en volumes, en comparaison avec les circuits longs et les circuits courts impliquant des revendeurs. Ceci s'explique par le fait que les producteurs amenant les produits dans un marché pour les vendre aux *bayam sellam* doivent faire face à de nombreux frais de commercialisation : frais de transport, frais de location d'espace pour la vente des produits et frais de déchargement des produits dans le marché. Ces frais peuvent représenter de 30% à 65% de la valeur de la marchandise en fonction du lieu de provenance et de la période de l'année. Tandis que les *bayam sellam* n'ont à leur charge que la location de leur emplacement de vente, donc cet achat n'entraîne pas de charges supplémentaires.

### 3.1.3.4 Le ravitaillement des marchés urbains par les collecteurs des marchés de collecte

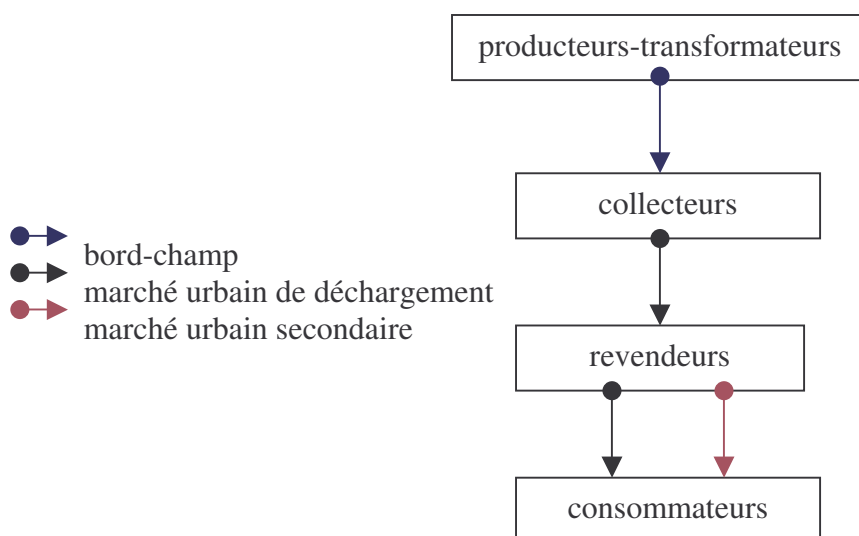


**Figure 39 : Circuit de commercialisation du fufou par des collecteurs via les marchés de collecte**

Les collecteurs partent des grands centres urbains et vont s’approvisionner sur les marchés de collecte auprès des producteurs-transformateurs qui viennent des environs. De même, face à la diversité de l’offre, ils prennent le temps de choisir leur marchandise pour s’assurer de sa qualité. Le paramètre de la négociation est le prix qui a comme indicateur la nature du produit et la quantité (le remplissage du filet). Ils jouent sur l’importance plus ou moins forte de l’offre sur le marché pour négocier le prix le plus bas possible auprès des producteurs-transformateurs. De plus, pour réduire le prix d’achat, ils essaient de dénigrer la marchandise et disent la « difficulté » qu’ils ont pour écouler la marchandise à des prix trop importants. Les quantités achetées par ces collecteurs sont de l’ordre de la dizaine de filets, en fonction de leurs moyens financiers (compris entre 50 000 Fcfa et 100 000 Fcfa). Ils ne passent pas de commande à l’avance à des producteurs pour conserver leur principal avantage : celui de la concurrence de l’offre.

Une fois la marchandise acquise, les collecteurs chargent le fufou dans des sacs en polyéthylène sur lesquels ils font des signes distinctifs à l’aide d’un marqueur pour qu’il n’y ait pas d’inversion de sacs entre propriétaires suite à la manutention. Puis, ils retournent en ville grâce aux « OPEP » et aux cars d’agence selon des tarifs fixés par les transporteurs. Les collecteurs arrivent dans la soirée sur les marchés de déchargement (principalement celui du Mfoundi) pour les revendre aux revendeurs. Ils peuvent faire crédit ou non à ces revendeurs. Mais si tel est le cas, le délai de remboursement est très court : de l’ordre d’un à deux jours. En effet, les collecteurs vont de deux à trois fois par semaine sur les marchés de collecte et ils ont donc besoin de liquidités pour s’approvisionner, car les producteurs-grossistes ne font pas de crédit.

### 3.1.3.5 Le ravitaillement des marchés urbains par les collecteurs des villages



**Figure 40 : Circuit de commercialisation du fufou par des collecteurs via les villages**

Ce circuit fait intervenir les mêmes opérateurs que précédemment, à la différence que le lieu de la première négociation est la concession du producteur et non le marché de collecte. Le collecteur peut être issu de la zone de production ou peut venir de l'agglomération de Yaoundé. Les volumes collectés sont variables et sont compris entre 300 et 1 200 kg de fufou par voyage. Ces quantités sont fonction des fonds qui sont à leur disposition. Ces acteurs connaissent les tarifs pratiqués sur ces zones du fait qu'ils y habitent ou y vont régulièrement.

Les collecteurs urbains négocient avec un ou deux transporteurs la location du véhicule à un prix plus avantageux. De plus, très souvent, ces collecteurs s'associent pour pouvoir louer un véhicule ensemble, ce qui diminue leurs dépenses de transport. D'où la négociation d'un contrat entre le collecteur et le transporteur, ce dernier ayant comme garanties les fréquences régulières des voyages de ces collecteurs sur la zone. Les zones prospectées sont des zones non couvertes par les marchés de collecte, donc allant au-delà de trente kilomètres de ces derniers. Les collecteurs explorent la région et se fixent dans un ou deux villages pour leur approvisionnement. Ils passent de maison en maison pour trouver la marchandise à commercialiser. Ils passent des commandes d'une semaine sur l'autre, pour que les producteurs aient le temps de faire rouir le manioc et de le faire sécher. Au moment de la négociation, chaque producteur fixe les quantités qu'il est à même de fournir. Les prix sont négociés et fixés au moment de la commande avec chaque producteur. L'unité de mesure locale est la cuvette (il peut exister différentes quantités de cuvette selon les zones). La qualité du fufou est, avec le prix pratiqué localement, le critère principal du choix de la zone. Par conséquent, le collecteur est intransigeant sur l'aspect qualitatif du fufou. En effet, s'il ne répond pas à ces critères il se donne le droit de refuser la marchandise ou de la payer à un prix renégocié à la baisse. Les prix varient selon les producteurs et aussi selon les saisons. Mais le différentiel de prix dans ces zones entre la saison sèche et la saison des pluies est moindre que celui de la vente en gros de cette même quantité sur les marchés urbains. Ceci révèle la position de *price makers* des collecteurs qui sont en position de monopsonne ou d'oligopsonne dans la localité. De plus, les producteurs ne se rendant que très rarement sur les marchés urbains, ils sont en déficit d'information (asymétrie d'information structurelle et conjoncturelle) et donc le collecteur est en position de force

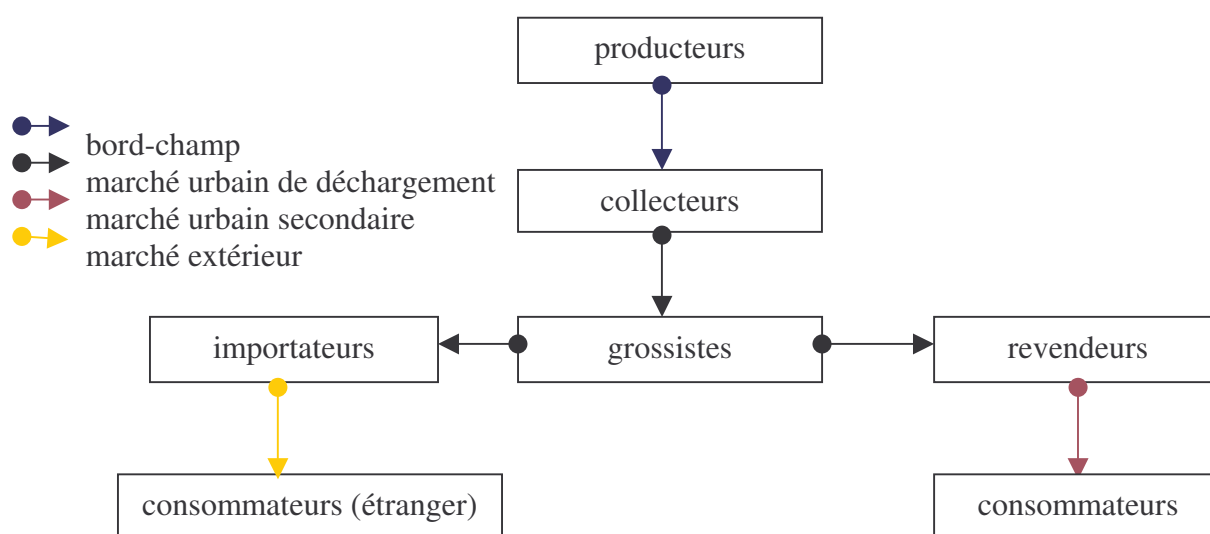


pour la fixation du prix final. Le règlement peut être fait en totalité au moment de la livraison chez le producteur, mais le plus souvent une avance allant du tiers à la moitié de la somme totale est faite au moment de la commande ; le restant sera réglé au moment de la livraison. Cette demande d'avance faite par le producteur-transformateur lui sert d'assurance en cas de désistement de l'acheteur, alors que le fufou est confectionné. Plus le producteur se trouve dans une zone enclavée et plus il demandera au collecteur de faire une avance pour se prémunir du risque de rétractation. Dans le cas de la fidélisation entre producteur-transformateur et collecteur, le paiement se fait au moment de la livraison, qui a lieu à la maison du producteur, le jour convenu de la commande. Les producteurs fidélisés à un collecteur ne voient pas l'obligation en général d'avoir une avance sur paiement ; si toutefois c'est le cas, elle n'excède pas la moitié de la valeur de la commande. Les collecteurs ont besoin de deux à trois jours pour aller dans la zone, prendre les commandes pour la semaine suivante et collecter la marchandise commandée. Par conséquent, leur fréquence de passage est hebdomadaire.

Une fois de retour sur leur marché de déchargement, ils négocient avec les revendeurs le prix de chaque filet. Cette négociation se fait comme dans les cas précédents, selon des critères qualitatifs et volumétriques. Mais ces collecteurs ont très souvent une stratégie de fidélisation, une fois la confiance établie avec des revendeurs. Ce type d'accord permet aussi au revendeur fidélisé de s'approvisionner à moindre frais, du fait de l'achat à crédit de la marchandise. Le paiement de la marchandise est ainsi différé au lendemain ou aux jours suivants pour les revendeurs issus du même marché d'ancrage (pratique du « lancement »). Cependant, la confiance qu'accordent les collecteurs envers certains revendeurs n'est pas irréfléchie comme on pourrait le croire. En effet, lorsqu'ils ne se trouvent pas sur les zones de production, ils restent sur les marchés de déchargement pour pouvoir vendre leur marchandise mais aussi pour en tirer de multiples informations (vitesse d'écoulement générale sur le marché, quantités et qualités présentes sur le marché, comparaison de la vitesse de vente des revendeurs et des uns par rapport aux autres, polémiques sur les remboursements). Tous ces indicateurs du marché sur les questions d'écoulement et de qualité sont analysés et sont transmis de manière indirecte aux producteurs via leurs exigences au moment des commandes. Mais ils se gardent bien de divulguer des informations relatives sur les prix de vente au niveau des marchés urbains, ils peuvent même pratiquer de la désinformation.

Dans le cas des collecteurs ruraux, ils ont des volumes moins importants que les collecteurs urbains : de l'ordre de 200 à 600 kg. Ceci s'explique par le fait qu'ils ne sont pas permanents sur les marchés urbains et doivent rentrer chez eux en fin de journée. Ces collecteurs arrivent à Yaoundé le soir et repartent le lendemain en fin d'après-midi. En cas de non vente de leurs produits, ils baissent les prix de leur marchandise pour récupérer au moins le capital investi dans l'achat et le transport du fufou. Si la marchandise se trouve être en quantité suffisante sur le marché, les revendeurs profitent de leur position pour acheter à moindre coût tout comme ils le font sur les marchés de collecte. Ils s'entendent entre eux pour négocier la marchandise. Ils s'isolent par groupe de trois-quatre pour se mettre d'accord sur les prix et viennent négocier en même temps mais en discutant comme s'il n'y avait pas d'entente entre eux. Ils avalisent bien sûr les réclamations de leurs collègues auprès des collecteurs. Contrairement au cas précédent, il n'y a pas de fidélisation car les collecteurs ruraux sont contraints par le temps et ne peuvent pas se permettre de pratiquer le « lancement ». En effet, les ventes de fufou se font moins vite que pour les bâtons de manioc. De plus, la marge par unité de mesure est moins importante donc les revendeurs rentrent moins rapidement dans leurs frais.

### 3.1.3.6 Le ravitaillement des marchés urbains avec intervention de grossistes



**Figure 41 : Circuit de commercialisation du fufou par des collecteurs relayés par des grossistes**

Ce circuit est simple dans son fonctionnement. Les collecteurs, qui sont des collecteurs ruraux, préfèrent se fidéliser avec des grossistes de Yaoundé pour ne pas avoir les déconvenues de leurs collègues qui vendent directement auprès des revendeurs. Ce principe de fonctionnement est exactement le même que celui des producteurs-grossistes avec les semi-grossistes pour le manioc frais.

La vente fidélisée à un opérateur qui a été prévenu auparavant de son arrivée a de nombreux avantages. Tout d'abord, le producteur ne perd pas de temps du fait de son assurance d'écoulement du produit. De plus, les frais d'emplacement sont à la charge de l'acheteur. Enfin, le risque pour le collecteur de se faire payer à un prix inférieur du prix du marché est amoindri. Si ceci se produit et que le collecteur l'apprend, il y aura perte de confiance dans cet acheteur et donc rupture du contrat tacite de livraison. S'il y a rupture du contrat, l'approvisionnement de ce grossiste sera donc plus difficile. Ce qui aura pour conséquence au niveau du grossiste, s'il veut garder son revenu mensuel stable, de dormir plus souvent sur le marché pour être le premier acheteur notamment pendant la période de pénurie, et donc une qualité de vie familiale moindre.

La seule différence entre ce circuit et celui du manioc frais réside dans le fait que le collecteur ne laisse pas de crédit (pas de délai de paiement) au grossiste à qui il a vendu sa marchandise. Le seul délai qui peut être accordé se limite à 10 heures du matin, au moment où les grossistes ont fini de vendre pour la journée. En effet, ces grossistes ont comme principaux clients les revendeurs se trouvant sur les autres marchés urbains où il n'y a pas de déchargement de fufou. Or ces derniers viennent s'approvisionner au marché du Mfoundi entre 7 h et 9 h du matin avant de repartir sur leur marché d'affiliation sur lesquels ils vendront le fufou au détail, selon les mêmes principes que les autres marchés de la place.

Les grossistes peuvent aussi vendre à des importateurs en provenance du Gabon qui ont détaché des associés sur place pour acheter du fufou en grande quantité. Ces achats peuvent s'étaler sur une grande période (un à deux mois) du fait de la capacité de conservation de ce produit. Les produits peuvent être acheminés soit par la voie terrestre avec des gros porteurs immatriculés au Gabon soit par la voie maritime, ce qui nécessite un affrètement vers le port de Douala. Les principes de négociation sont les mêmes que

ceux appliqués avec les autres revendeurs, sauf qu’il n’y a pas de crédit accordé par ces grossistes.



Figure 42 : Stockage de foufou en attente d’exportation vers le Gabon au niveau du marché Mfoundi (Yaoundé)

3.1.3.7 Synthèse sur les circuits de commercialisation du foufou de manioc

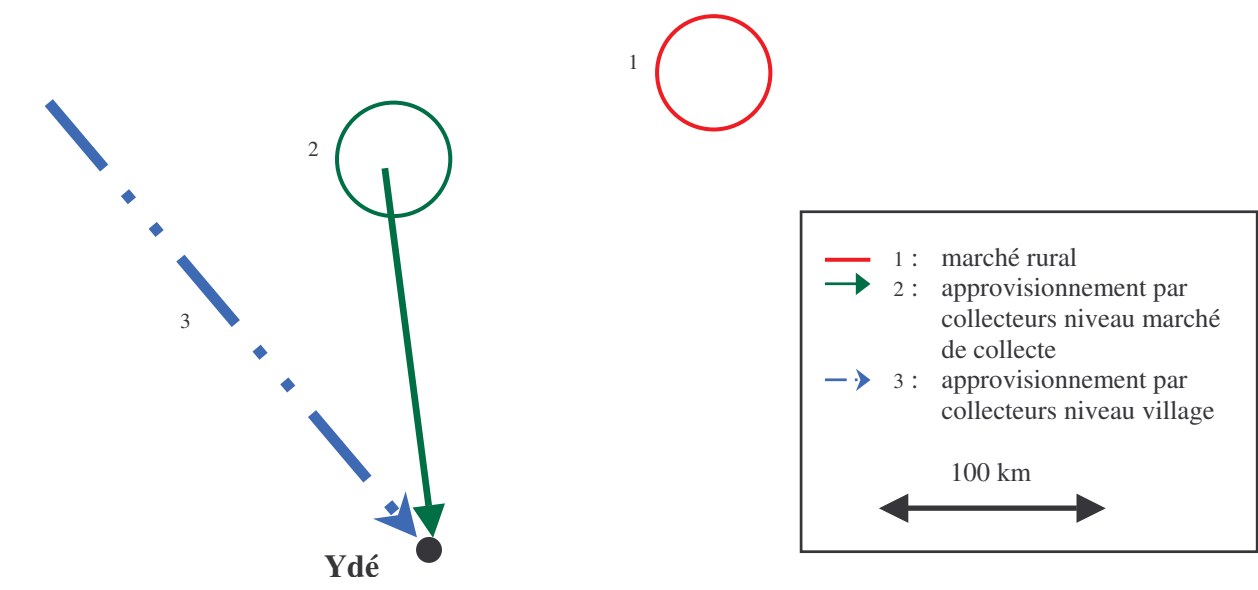


Figure 43 : Schématisation des circuits de commercialisation du foufou de manioc

LIEU	ACTEURS IMPLIQUES	CIRCUIT DE COMMERCIALISATION	TYPE DE TRANSACTION	DETERMINANTS
marchés ruraux	producteurs / consommateurs	1	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ très faible quantité</li> <li>▪ coût transport élevé par rapport au prix local</li> <li>▪ vente lente</li> </ul>

marchés de collecte	producteurs / collecteurs	2	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ fonds de roulement</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ oligopsone</li> </ul>
bord-champ	producteurs / collecteurs fidélisés	3	contrat à terme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité (forte fréquence)</li> <li>▪ fonds de roulement</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ accès au marché</li> <li>▪ oligopsone à monopsonne</li> </ul>
	producteurs / collecteurs non fidélisés			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité (faible fréquence)</li> <li>▪ fonds de roulement</li> <li>▪ accès au marché</li> <li>▪ avance pour zones les plus enclavées</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	collecteurs / revendeurs	2, 3	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ crédit à très court terme</li> <li>▪ lien social</li> <li>▪ prix courant</li> <li>▪ qualité</li> </ul>
	collecteurs / revendeurs	3	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ transport</li> <li>▪ vente fonction de l'approvisionnement</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	collecteurs / grossistes	2, 3	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantité importante</li> <li>▪ prix courant</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	grossistes / revendeurs	2, 3	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ forte demande</li> <li>▪ vente fonction de l'approvisionnement</li> </ul>

**Tableau 11 : Les différentes formes de transaction de la commercialisation du fufou de manioc et leurs déterminants**

D'après la classification de Jaffee, on constate dans le cas de la commercialisation du fufou de manioc qu'il existe trois différents types de transaction qui sont fonction du lieu et de la confiance entre les acteurs. Cependant, le circuit de commercialisation qui est le principal mode d'approvisionnement de Yaoundé est celui de l'approvisionnement par les collecteurs avec fidélisation à des vendeurs et des acheteurs (accord à terme puis accord de réciprocité marchande). Cette fidélisation des revendeurs révèle la saisonnalité de l'approvisionnement en fufou de manioc de qualité. Bien que la production et la commercialisation du fufou de manioc nécessitent une faible spécificité des actifs, l'offre en fufou de manioc par les producteurs est moindre pendant la saison des pluies du fait de l'incertitude climatique pour le séchage.

Les déterminants majeurs à la commercialisation du fufou de manioc sont donc les problèmes relatifs au transport (coût et état des routes), la qualité et l'incertitude climatique. Du fait qu'il n'y a pas de problème de périssabilité, les deux principales zones d'approvisionnement en fufou de manioc sont donc relativement éloignées de Yaoundé.

### 3.1.4 Circuits de commercialisation du macabo

#### 3.1.4.1 Vente directe à faible volume



Figure 44 : Circuit de vente directe du macabo en faible volume

Ce circuit est un circuit d'opportunisme à petit volume. Il consiste à vendre en bordure des axes routiers fréquemment utilisés par les particuliers et les agences de voyage : la vente directe. Les consommateurs dans ce cas de figure sont des urbains qui profitent de leurs déplacements pour se ravitailler. Les prix de base des négociations sont déterminés en fonction de la tête du client (ou plutôt de son type de moyen de transport). Il s'en suit une négociation de gré à gré entre l'acheteur-consommateur et le producteur. Les prix finaux restent cependant considérablement inférieurs aux prix sur les marchés urbains. Les quantités proposées pour les tubercules de macabo sont réduites : de l'ordre de la cuvette ou du seau de 15 litres, soit une vingtaine de kilogrammes pour des prix oscillant entre 1 000 et 2 000 Fcfa (soit de 500 à 1 000 Fcfa/kg). Les avantages pour le producteur résident dans le fait qu'il est dispensé de tous les frais relatifs à la commercialisation et de la perte de temps occasionnée par la commercialisation sur les marchés. L'inconvénient majeur de ce type de commercialisation est la difficulté d'écouler ; d'où les faibles quantités proposées par les producteurs. En cas de non vente, les producteurs sont obligés de le consommer.

### 3.1.4.2 Vente sur les marchés ruraux

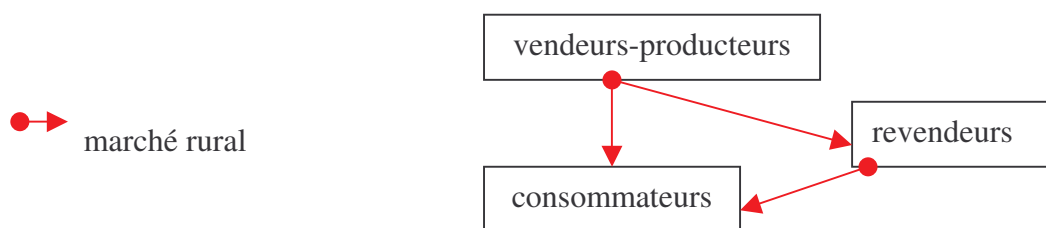


Figure 45 : Circuit de commercialisation du macabo sur les marchés ruraux

Ce circuit de commercialisation est très fréquent au niveau des villes secondaires des zones rurales (ex : Nguélémdouka). Ce sont des producteurs qui acheminent directement leur production de macabo sur le marché le plus proche de chez eux. Ils vendent au détail, sous forme de tas, aux consommateurs de ces villes ne possédant pas de champ vivrier. Les quantités individuelles apportées par les producteurs sont modestes : de l'ordre d'une vingtaine à une cinquantaine de kilogrammes. Pour les mêmes raisons que pour le manioc frais (cf. paragraphe 3.1.1.2), ils ne résident pas à plus d'une quinzaine de kilomètres de la ville. En cas de problème de vente ou de perte de temps trop importante (ils ne restent pas au-delà de 10 heures), ils peuvent décider de brader leur marchandise restante aux revendeurs ou aux consommateurs à des prix plus bas (en augmentant le volume des tas). En effet, il n'existe souvent sur ces marchés qu'une valeur unique pour les tas quelque soit la saison (ex : le tas de 100 Fcfa à Nguélémdouka). Mais la plupart du temps, ils décident de rentrer chez eux avec la marchandise restante afin de nourrir leur famille. Les négociations entre les acteurs portent sur le prix ou plutôt la taille des tas. Le prix au kilogramme est très variable d'un marché à l'autre, du fait des possibilités de débouchés pour les producteurs (nombre de consommateurs locaux, proximité d'une ville importante ou nombreux collecteurs sillonnant les routes) et selon la saison.

### 3.1.4.3 Vente directe à fort volume

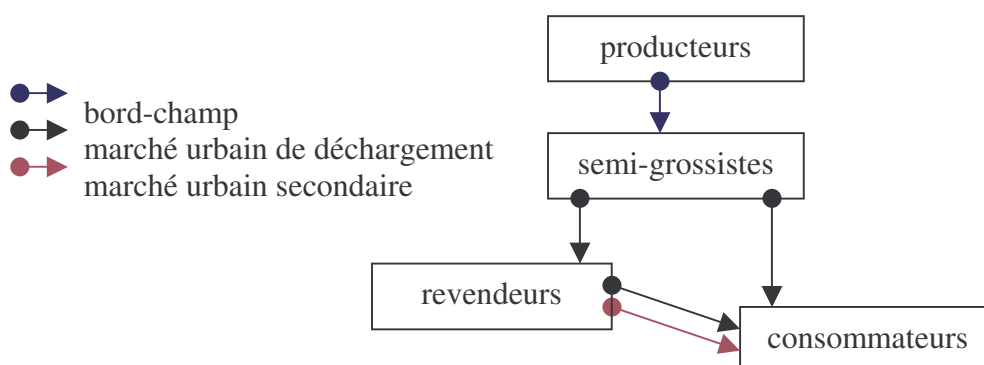


Figure 46 : Circuit de vente directe du macabo à fort volume

La vente directe à fort volume se fait occasionnellement au niveau des villages entre les producteurs et les semi-grossistes qui sont en réalité le plus souvent des revendeurs ou *bayam sellam* (comme pour le manioc frais, cf. paragraphe 3.1.1.3). Les volumes sont de l'ordre d'une dizaine à une trentaine de bacos doublés, soit de 550 kilogrammes à 1 650 kilogrammes. Ces quantités sont fonction des possibilités financières qui sont à disposition des semi-grossistes. La plupart du temps ces semi-grossistes se déplacent dans les zones d'approvisionnement après avoir observé une carence du ravitaillement au niveau des marchés urbains. Ils vont sur les zones de production importantes après s'être renseignés au niveau des marchés, soit ils ont un



lien de parenté direct avec une personne de la zone en qui ils ont entièrement confiance. Le semi-grossiste, une fois identifié les villages cibles, passe de maison en maison accompagné souvent par une personne du village pour lui indiquer les producteurs susceptibles de le satisfaire. Le semi-grossiste passe sa commande chez les producteurs en indiquant la nature du macabo qu'il désire (soit macabo blanc uniquement, soit mélange macabo blanc et macabo rouge), la date où il viendra chercher la marchandise (4-5 jours après la commande pour que les producteurs aient le temps de récolter et d'acheminer le macabo au niveau de la concession) et la quantité. Les prix sont fixes par période, aux alentours de 90 à 100 Fcfa/kg en période de pénurie, pour les transactions entre les locaux et comme le semi-grossiste a un lien de parenté ou s'est renseigné sur le prix de vente localement avant de partir sur la zone, il bénéficie de ce prix. Connaissant cette information, ainsi que le coût des transports, il peut estimer la quantité qu'il peut acheter en fonction des moyens financiers dont il dispose. Le semi-grossiste peut avoir une enveloppe comprise entre 60 000 à 200 000 Fcfa, d'où les volumes précédemment cités. Les tâches qui incombent au producteur sont la récolte du macabo et son acheminement du champ au village. Le semi-grossiste se charge pour sa part du chargement du macabo dans les bacos, aidé par des conditionneurs spécialisés se trouvant sur la zone, et de payer les producteurs au comptant la somme qui était convenue. Le transport entre la zone de production et la ville se fait successivement par des motocyclettes pour atteindre le chef lieu d'arrondissement (Akonolinga, Ayos), puis ils chargent leurs colis sur les cars d'agence ou dans une « OPEP » si les quantités sont réduites. Les avantages pour les producteurs sont qu'ils n'ont pas besoin de s'éloigner de leur lieu de résidence, que les volumes sont importants par rapport au marché local et que les frais de transport du village au lieu de commercialisation sont à la charge du semi-grossiste, ainsi que les risques y afférant.

Le semi-grossiste, pour récupérer le plus rapidement possible son capital, vend l'essentiel de sa marchandise en gros auprès des revendeurs et en détail auprès des consommateurs pour quelques bacos. Les charges de manutention et d'emplacement sont à la charge du semi-grossiste. Les paramètres de la négociation portent sur la nature du produit, la quantité, le prix et le délai de paiement. La quantité est déterminée par l'acheteur potentiel et elle est fonction de son fonds de roulement. Le prix qui est négocié est fonction de l'approvisionnement en macabo sur le marché existant au moment du départ du semi-grossiste du marché urbain (de dix jours à deux semaines). Les revendeurs ayant l'habitude des prix en gros sur les marchés en fonction des arrivages, les négociations sont rapides. La vente en gros se fait sans déconditionnement de la marchandise. Les acheteurs, pour choisir parmi l'ensemble des bacos présents, observent les formes des bosses faites par les tubercules sur le sac. Mais, le fait que la marchandise soit apportée par l'un de leur collègue est souvent un gage de sécurité sur la qualité pour les autres revendeurs. En effet, dans le cas contraire, la pression sociale et les réclamations de ces collègues sont réelles, ce qui risque de nuire à sa notoriété auprès de l'ensemble des acteurs du marché. Le paiement de la marchandise peut être différé de quelques jours pour les revendeurs issus du même marché d'ancrage donc le semi-grossiste accepte de faire un crédit à court terme (« lancement »).

### 3.1.4.4 Le ravitaillement des marchés urbains par les producteurs de manière sécurisée

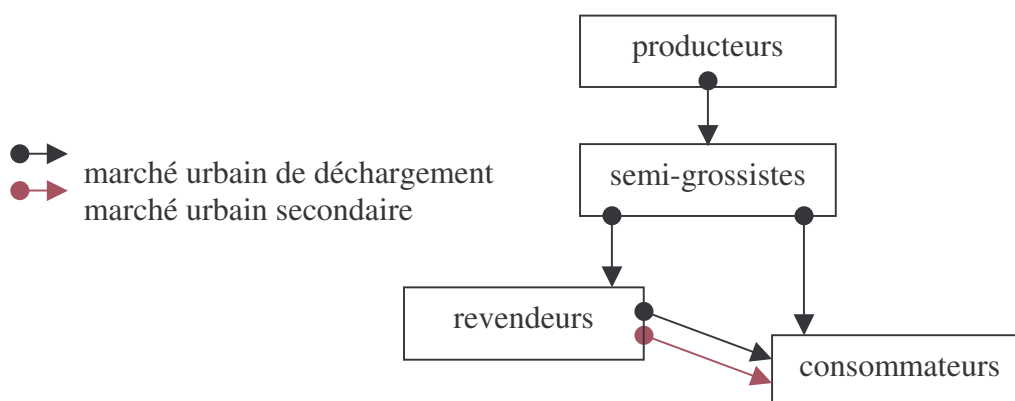


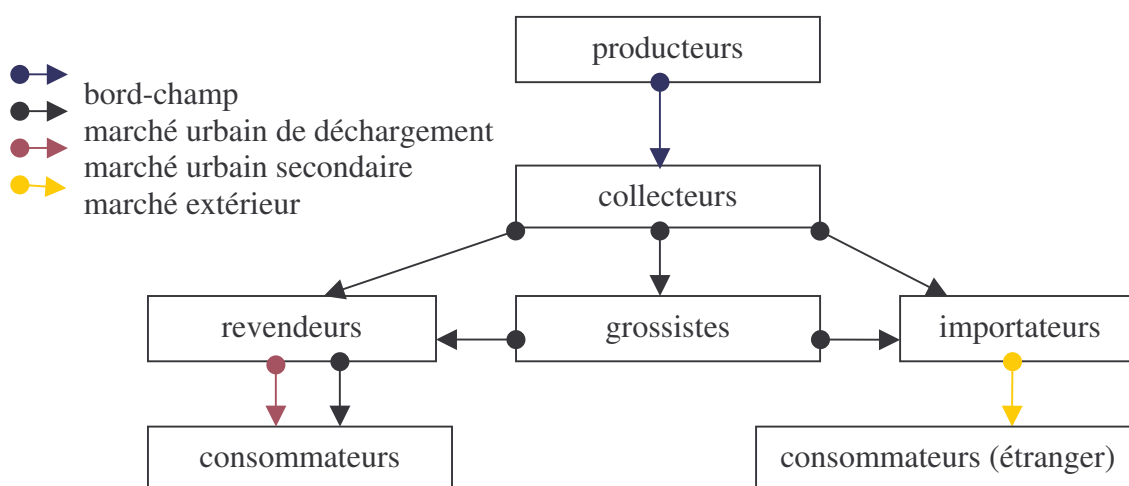
Figure 47 : Circuit de commercialisation du macabo de manière sécurisée par les producteurs

Ce circuit implique les mêmes acteurs que précédemment à la différence que la première transaction a lieu au niveau du marché de déchargement de la ville. Par conséquent, il ne s'agit plus de simples producteurs mais de producteurs-grossistes. Ils proposent sur le marché des quantités individuelles modestes : de 5 à 20 bacos de macabo soit en moyenne entre 300 et 1 000 kilogrammes. Ces quantités sont limitées par le coût du transport élevé et par les volumes pouvant être transportés par les « OPEP ». Leurs acheteurs sont dans ce cas de figure des semi-grossistes qui sont en fait des revendeurs la plupart du temps. Les prix d'achat sont fonction de l'approvisionnement du marché. Les avantages pour les producteurs sont que les volumes vendus sont importants par rapport au marché local. Leur aire de provenance est beaucoup plus vaste que celle pour le manioc, du fait de sa capacité de conservation (3 semaines à un mois). Les risques de la commercialisation dus au transport sont à la charge du producteur. Mais la fidélisation à un opérateur permet de limiter ces risques. Les avantages, les raisons et les conséquences de la rupture de cette relation, les mêmes que ceux pour la vente fidélisée pour le fufou de manioc, ont été décrits au paragraphe 3.1.6.3.

Cet accord fidélisé, qui est entretenu de manière commune par des présents faits de part et d'autre, est aussi une garantie de qualité du macabo pour le semi-grossiste. En effet, si la qualité n'est pas satisfaisante, le semi-grossiste risque de rompre l'accord, ce qui s'accompagnerait de la perte des nombreux avantages qu'en retire le producteur. Mais pour pouvoir écouler rapidement la marchandise et éviter le minimum de perte de macabo, le semi-grossiste s'associe avec quelques collègues revendeurs pour réunir l'argent nécessaire pour payer le producteur. Il n'y a pas de crédit dans ce cas de figure car généralement le producteur vient de relativement loin et ne revient pas régulièrement au niveau des marchés ; les villages des zones de production importante en macabo ne sont pas couvertes par des lignes « OPEP » comme le sont les villages « manioc » entourant la ville de Yaoundé. Le transport public consiste à emprunter des agences de voyage puis à prendre une moto-taxi d'où un problème de sécurité des transferts de fonds.

### 3.1.4.5 Le ravitaillement des marchés urbains par les collecteurs

Compte tenu des distances à parcourir pour atteindre les grands bassins de production, il y a la nécessité d'un minimum de moyens pour pouvoir commercialiser ce type de produit ; les collecteurs fonctionnent avec des fonds de roulement de l'ordre de 80 000 à 350 000 Fcfa. Le volume traité permet ainsi de rentabiliser les coûts fixes de transport. Par conséquent, le coût du transport, qui est une limite pour les petits producteurs, n'est plus une limite pour les collecteurs. En effet, en prenant par exemple la commercialisation de 100 bacos doublés pour une production globale de six tonnes, le producteur dépensera, à raison de 1 500 Fcfa par colis et de 3 000 Fcfa pour l'agent, 18 000 Fcfa de transport en un seul voyage soit une dépense totale de 180 000 Fcfa (commercialisation des bacos de 10 en 10, soit 10 voyages au total) et la perte de dix journées de travail pour la simple commercialisation du macabo. Les collecteurs ne dépenseront que 103 000 Fcfa en un voyage car ils se mettent d'accord avec le transporteur sur le prix de 100 000 Fcfa pour la location du camion de 6 tonnes. Différents circuits longs sont identifiables selon le type d'acteur qu'ils impliquent ou par les lieux des négociations entre les acteurs.



**Figure 48 : Circuit de commercialisation du macabo par des collecteurs relayés par des grossistes**

Ce circuit est similaire à celui de la vente directe à volume important. La différence réside dans le fait que le premier opérateur est un collecteur et non un semi-grossiste. Ce collecteur peut être issu de la zone de production ou peut venir de l'agglomération de Yaoundé. Les volumes collectés sont variables : de l'ordre d'une dizaine à une cinquantaine de bacos doublés de macabo soit de 550 kilogrammes à 3 000 kilogrammes par collecteur. Ces quantités sont fonction des fonds qui sont à leur disposition. Ces collecteurs connaissent les tarifs pratiqués sur ces zones du fait qu'ils y habitent ou y ont habité dans le passé tout en y retournant fréquemment. La différence avec la vente directe à volume important réside dans le fait qu'ils négocient le plus souvent avec un transporteur le prix de la location du véhicule à un prix plus avantageux que s'il utilisait les véhicules utilisés couramment en ces lieux. Les zones d'approvisionnement sont très souvent plus éloignées que dans le cas de la commercialisation via des semi-grossistes. Lorsqu'il s'agit de collecteurs urbains, ils restent sur les zones quelques semaines avant de retourner sur les marchés de déchargement. Ce délai leur permet de faire du porte à porte pour négocier avec chaque producteur de manière isolée. Les paramètres de la négociation sont la nature du produit, la quantité, le lieu de livraison, la date de livraison et surtout le prix. La nature du produit désiré est déterminée par le collecteur. La date de livraison est fixée par le

collecteur car il a déjà pris rendez-vous avec un transporteur. Le producteur estime la quantité qu'il peut livrer, qu'il peut récolter et acheminer à l'endroit convenu. Les prix sont négociés en fonction des informations que détiennent les deux parties. Mais dans ce cas, il y a une forte asymétrie d'information. En effet, la plupart du temps, les producteurs ne sont jamais allés sur les marchés urbains. Ils sont donc en déficit d'information (asymétrie d'information structurelle et conjoncturelle). Le collecteur est en position de force pour la fixation du prix final. Ce dernier est renseigné sur les prix qui sont pratiqués dans la région. Possédant cette information ainsi que le coût des transports, il peut estimer la quantité qu'il peut acheter en fonction des moyens financiers dont il dispose. Mais le déficit informationnel des producteurs de ces zones est beaucoup plus important que dans la filière manioc. Ceci s'explique par l'éloignement plus important de Yaoundé que l'on observe pour le macabo. Ce manque d'information est comparable à celui des producteurs de fufou de la province Est. Le transport se fait par camion lorsque les volumes commercialisés sont importants ou par l'intermédiaire des transports en commun que sont les moto-taxis, les « OPEP » et les cars d'agence de voyage. Les avantages pour les producteurs sont qu'ils n'ont pas besoin de s'éloigner de leur lieu de résidence, que les volumes sont importants par rapport au marché local et que les frais et les risques de transport ne sont pas à leur charge.

Dans le cas du collecteur urbain, il arrive sur ses zones de déchargement d'affiliation (Mvog-Mbi, Mimboman, Nkolndongo) et stocke la marchandise au niveau du marché avant de la vendre en gros aux revendeurs ou aux importateurs pendant la saison sèche. Le déchargement et les frais d'emplacement sont à la charge du collecteur. Les paramètres de la négociation portent sur la quantité, le prix de la marchandise et le délai de paiement. La quantité est déterminée par l'acheteur potentiel et elle est fonction de son fonds de roulement et de la quantité qu'il estime pouvoir écouler en détaillant. La quantité est généralement de l'ordre de 2 à 5 bacos (de 120 à 300 kg). Le prix qui est négocié est fonction de l'approvisionnement du macabo à cette période. Les revendeurs ayant l'habitude des prix en gros sur les marchés en fonction des arrivages les négociations sont relativement rapides. Le paiement de la marchandise peut être différé d'une semaine pour les revendeurs issus du même marché d'ancrage. Le collecteur-grossiste accepte de faire un crédit à court terme s'il fait confiance au revendeur.



**Figure 49 : Déchargement du macabo d'un collecteur apportant son produit via les agences de voyage sur le marché de gros de Mimboman**

Dans le cas des collecteurs ruraux, ils commercialisent des quantités moins importantes mais peuvent s'être associés avec d'autres collecteurs pour pouvoir affréter un camion. Ils décident alors soit de se fidéliser avec quelques grossistes, soit de négocier directement avec les revendeurs. Les différents modes de fonctionnement, les avantages et les inconvénients de ces deux types d'écoulement ont été détaillés précédemment. Il est à noter que souvent les collecteurs qui ont une exclusivité envers un grossiste envoient leurs colis par les agences sans la suivre. Une marque distinctive est apposée sur les bacos pour que le grossiste puisse les identifier. Le téléphone revêt une importance capitale pour ce type de réseau. En effet, un échange d'information s'opère via cet outil : le grossiste pouvant passer des commandes, le collecteur pouvant prendre un rendez-vous avec un transporteur ou pouvant prévenir le grossiste de l'arrivée imminente de marchandise.

### 3.1.4.6 Synthèse sur les circuits de commercialisation du macabo

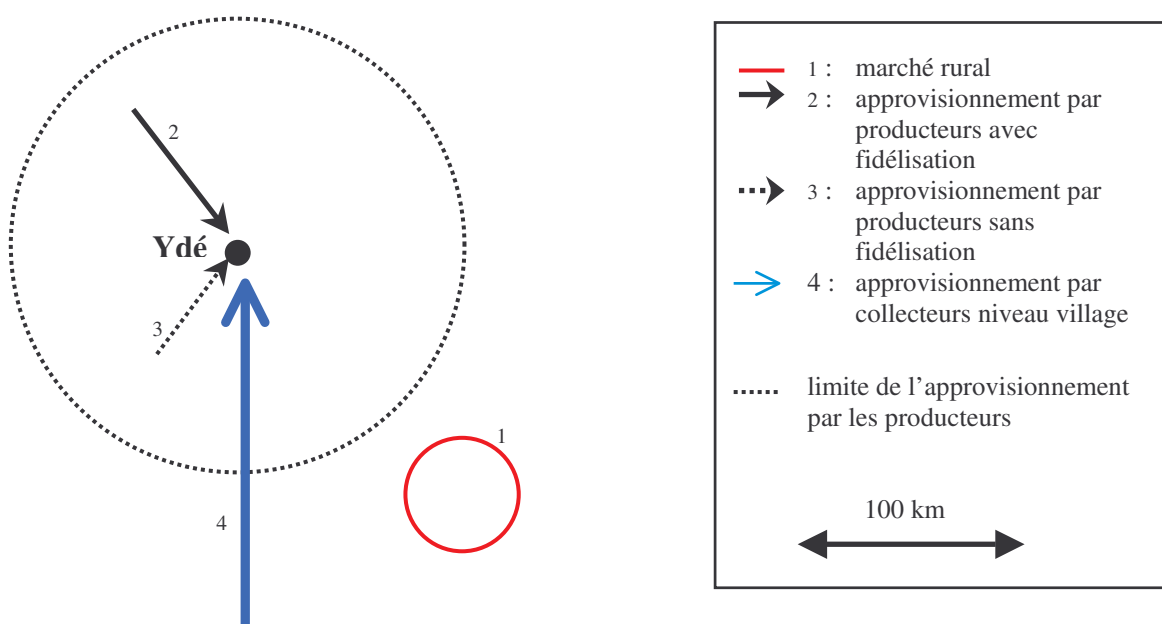


Figure 50 : Schématisation des circuits de commercialisation du macabo

LIEU	ACTEURS IMPLIQUES	CIRCUIT DE COMMERCIALISATION	TYPE DE TRANSACTION	DETERMINANTS
marchés ruraux	producteurs / consommateurs	1	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>très faible quantité</li> <li>coût transport élevé par rapport au prix local</li> <li>vente lente</li> </ul>

marchés urbains de déchargement	producteurs / semi-grossistes	2	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ forte demande</li> <li>▪ lien social</li> <li>▪ prix courant</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> <li>▪ transport</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	producteurs / revendeurs	3	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ forte demande</li> <li>▪ transport</li> <li>▪ vente fonction de l’approvisionnement</li> </ul>
bord-champ	producteurs / collecteurs ou semi-grossistes	4	contrat à terme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantité importante (faible fréquence)</li> <li>▪ offre forte et atomisée</li> <li>▪ fonds de roulement</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ accès au marché</li> <li>▪ oligopsone à monopsone</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	semi-grossistes ou collecteurs / revendeurs	2, 4	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ crédit à très court terme (« lancement »)</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ pression sociale</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	collecteurs / grossistes	4	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantité importante</li> <li>▪ prix courant</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> <li>▪ crédit court terme</li> </ul>
marchés urbains de déchargement	grossistes / revendeurs	4	marché spot	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ faible quantité</li> <li>▪ forte demande</li> <li>▪ vente fonction de l’approvisionnement</li> </ul>



marchés urbains de déchargement	grossistes / revendeurs	4	accord de réciprocité marchande	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ crédit à court terme</li> <li>▪ lien social</li> <li>▪ prix courant</li> <li>▪ qualité</li> <li>▪ gain de temps</li> </ul>
---------------------------------------	-------------------------	---	---------------------------------------	---

**Tableau 12 : Les différentes formes de transaction de la commercialisation du macabo et leurs déterminants**

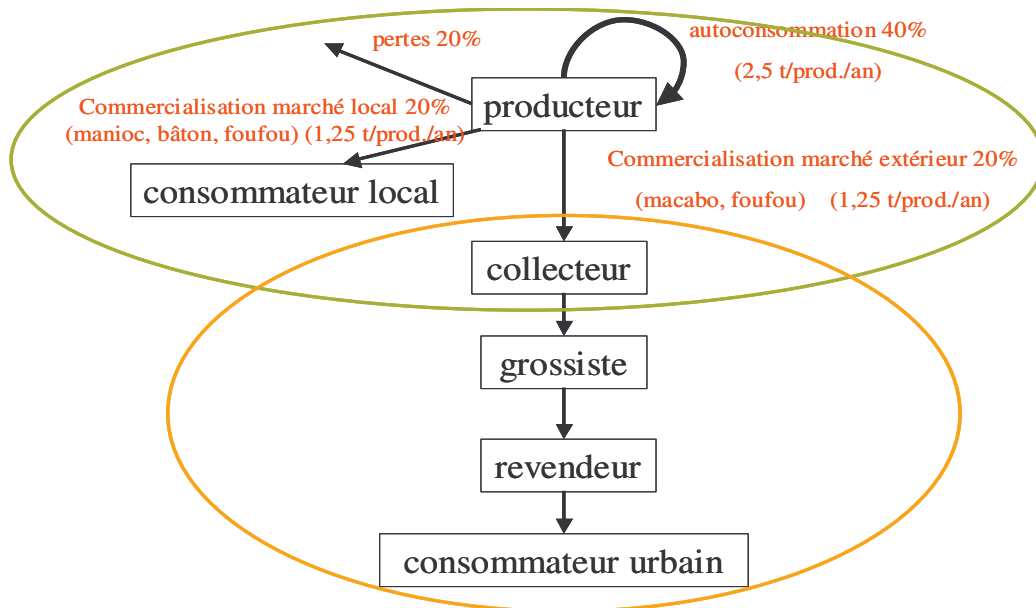
D'après la classification de Jaffee, on constate dans le cas de la commercialisation du macabo qu'il existe trois différents types de transaction qui sont fonction du lieu et de la confiance entre les acteurs. Cependant, le circuit de commercialisation qui est le principal mode d'approvisionnement de Yaoundé est celui de l'approvisionnement par les collecteurs, sans fidélisation à des vendeurs, suivi d'une vente fidélisée ou non des grossistes (accord à terme puis accord de réciprocité marchande ou marché spot). Cependant, on constate une très forte importance de la fidélisation pour l'ensemble des acteurs commerciaux sur les marchés de Yaoundé. Cette fidélisation révèle la saisonnalité de l'approvisionnement en macabo. Bien que la production et la commercialisation du macabo nécessitent une faible spécificité des actifs, l'offre en macabo par les producteurs est moindre d'avril à novembre du fait de l'arrivée à maturité de la plante et du risque de pourrissement pendant la saison des pluies.

Les déterminants majeurs à la commercialisation du macabo sont donc les problèmes relatifs au transport (coût et état des routes) et la qualité. Du fait qu'il n'y a pas de problème de périssabilité, la principale zone d'approvisionnement en macabo est donc relativement éloignées de Yaoundé en comparaison avec le cas du manioc.

### **Synthèse sur les circuits de commercialisation en manioc et macabo de Yaoundé**

#### ***Les zones enclavées :***

L'évacuation des produits vivriers tels que le manioc et le macabo de ces zones vers Yaoundé est coûteuse (de 25 à 50% de la valeur finale de la marchandise) et se fait majoritairement par des collecteurs. De plus, comme l'offre est très atomisée pour ces produits, les collecteurs sont en position d'oligopsonne et connaissent mieux les prix que les producteurs. Les collecteurs, s'approvisionnant à proximité des agglomérations provinciales, se basent sur les prix de gros de la zone qui sont fonction de la demande locale. Ces zones se caractérisent donc par une très forte asymétrie d'information entre ces agents. En effet, le déficit informationnel n'est pas seulement sur les prix qui sont pratiqués sur les marchés des grandes agglomérations comme Yaoundé, mais aussi sur les conditionnalités d'accès à ces marchés.



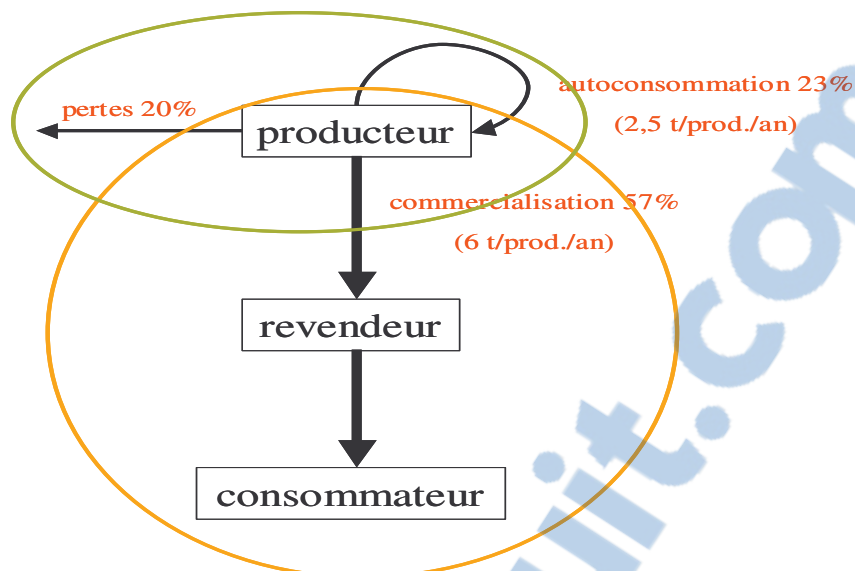
**Figure 51 : Circuit de commercialisation du manioc et du macabo au niveau de la zone de Nguélémendouka**

Le principaux circuits de consommation du manioc et du macabo dans ces zones sont l'autoconsommation, le marché local et la vente sur les marchés urbains via les collecteurs. Les produits collectés dans ces zones sont des produits peu périssables tels que le fufou de manioc et le macabo. Les transactions qui ont lieu pour les producteurs de ces zones sont des contrats à terme (forward market contract) qui se caractérisent par un accord oral entre le collecteur et le producteur sur le prix, la quantité et la qualité à une date fixée. Ces accords peuvent être fidélisés ou non. Les avantages de ce type d'accord sont de réduire l'incertitude de la qualité de l'offre pour le collecteur et l'incertitude de l'accès au marché pour le producteur. Dans certaines de ces zones, les producteurs pour sécuriser encore plus la transaction font des demandes d'avance sur le paiement final.

La fidélisation est fonction de l'importance qu'a la qualité du produit sur la vente auprès du consommateur final. Dans les filières étudiées, l'aspect qualitatif est important mais il l'est beaucoup plus pour les produits transformés que sont le fufou et le bâton de manioc. Par conséquent, le principal mode d'approvisionnement de Yaoundé en macabo est celui de l'approvisionnement, à partir de ces zones, par les collecteurs sans fidélisation à des producteurs suivi d'une vente fidélisée ou non à des grossistes (accord à terme puis accord de réciprocité marchande ou marché instantané). Tandis que pour le fufou de manioc, le principal mode d'approvisionnement de Yaoundé est celui de l'approvisionnement, à partir de ces zones, par les collecteurs avec fidélisation à des vendeurs et des acheteurs.

#### ***Les zones à proximité de Yaoundé :***

L'évacuation des produits vivriers tels que le manioc et le macabo de ces zones vers Yaoundé est moins coûteuse que précédemment (de 10 à 25% de la valeur finale de la marchandise) et se fait principalement par des producteurs-grossistes. Du fait de leur proximité, ces producteurs-grossistes vont régulièrement sur les marchés urbains avec de faibles quantités. Afin de compenser le manque d'informations conjoncturelles exogènes sur les marchés agricoles, les producteurs se renseignent sur les prix pratiqués et le délai d'écoulement de la marchandise auprès de leurs collègues qui reviennent des marchés de Yaoundé. La fréquence de l'information issue de ce réseau informationnel endogène est fonction de la distance temporelle qui sépare le village des grands centres urbains. Plus le village est proche de la ville, plus l'information circule fréquemment.



**Figure 52 : Circuit de commercialisation du manioc et du macabo au niveau de la zone de Ngoumou**

Dans ces zones, les principaux circuits de consommation du manioc et du macabo sont l'autoconsommation et la vente sur les marchés urbains. Les produits qui y sont commercialisés sont des produits très périssables tels que le manioc frais et le bâton de manioc. Les transactions qui ont lieu pour les producteurs de ces zones sont soit des transactions de type marché instantané (spot market purchase), soit des accords de réciprocité marchande (market reciprocity agreement). Le marché instantané, ou vente non fidélisée, se caractérise par une négociation sur le prix avec paiement au comptant. L'accord de réciprocité marchande, ou vente fidélisée, est un accord informel mais qui a une force contractuelle reposant sur la répétition des échanges et la confiance réciproque qui se construit dans le temps ; ce qui permet aux acteurs de minimiser leurs coûts de recherche (information, partenaire, crédit, qualité, temps). Ce type d'accord basé sur la confiance mutuelle peut être qualifié, dans certains cas pour la commercialisation des *bobolo*, de contrat lié entre facteur de production et commercialisation du produit (interlinked factor and market contract) du fait de la fourniture d'intrants nécessaires à la production des bâtons de manioc : les feuilles de marantacées. Ceci permet de réduire l'incertitude de la qualité de l'offre pour le revendeur et au producteur de répondre aux besoins du marché. Les raisons de la fidélisation ou non entre producteur et revendeur pour le manioc frais et le *bobolo* sont les mêmes que celles pour le fufou et le macabo. Le principal mode d'approvisionnement de Yaoundé en manioc est celui de l'approvisionnement par les producteurs-grossistes sans fidélisation à des revendeurs (marché instantané). Tandis que pour le bâton de manioc, le principal mode d'approvisionnement de Yaoundé est celui de l'approvisionnement par les producteurs-transformateurs-grossistes avec fidélisation à des revendeurs (accord de réciprocité marchande). Pour réduire les risques inhérents à la commercialisation du manioc et du bobolo, les producteurs choisissent de multiplier le nombre de transactions et/ou de se fidéliser à un revendeur (gain de temps et prix courant du marché pour le producteur ; crédit et qualité pour le revendeur).

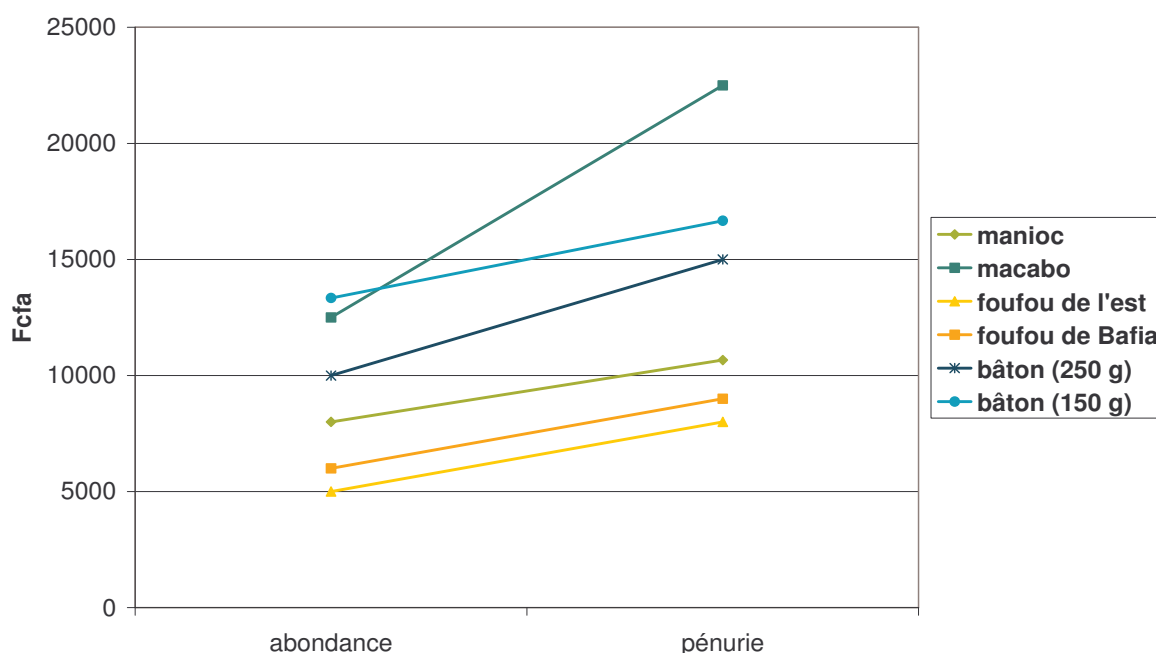
#### ***Accords sur les marchés urbains***

Comme il a été montré dans le cas précédant, les accords entre les commerçants sur les marchés urbains (collecteurs/grossistes ; grossistes/revendeurs) dans le cas des circuits longs sont soit des transactions de type marché instantané, soit des accords de réciprocité marchande ou vente fidélisée. Les raisons d'un type d'accord plutôt que d'un autre sont les mêmes qui ont été précisées au préalable. La seule différence réside dans le temps de crédit qui est un peu plus important que dans le cas des transactions de ce type entre producteurs et revendeurs.

### 3.2 LA FORMATION DES PRIX

L'analyse de la formation des prix permet d'identifier les prix et les coûts pour chaque agent. La valeur ajoutée pour chaque agent et la répartition entre les agents de la valeur ajoutée globale sont déduites à partir de ces données. Il est ainsi obtenu des indications sur les rapports d'influence des différents acteurs sur les prix au sein de la filière. Pour pouvoir comparer les résultats d'un produit à l'autre pour le manioc, les résultats des produits transformés que sont le fufou et les bâtons ont été ramenés sur la base de 100 kilogrammes de manioc frais. Les résultats du macabo ont aussi été exprimés sur la base de 100 kilogrammes de matière fraîche en partant du principe que manioc et macabo ont la même équivalence en valeur céréalière.

Cette analyse a été réalisée à partir de différents critères pour chaque filière mais en se basant sur les réseaux les plus importants de chacune d'entre elles pour s'éloigner le moins possible de la réalité et conserver des valeurs significatives pour comparer les différentes filières entre elles ainsi que les différents réseaux de chaque filière entre eux.



**Figure 53 : Prix à la consommation de 100 kg de racines et tubercules sur la ville de Yaoundé pour les différents produits étudiés en période d'abondance et de pénurie**

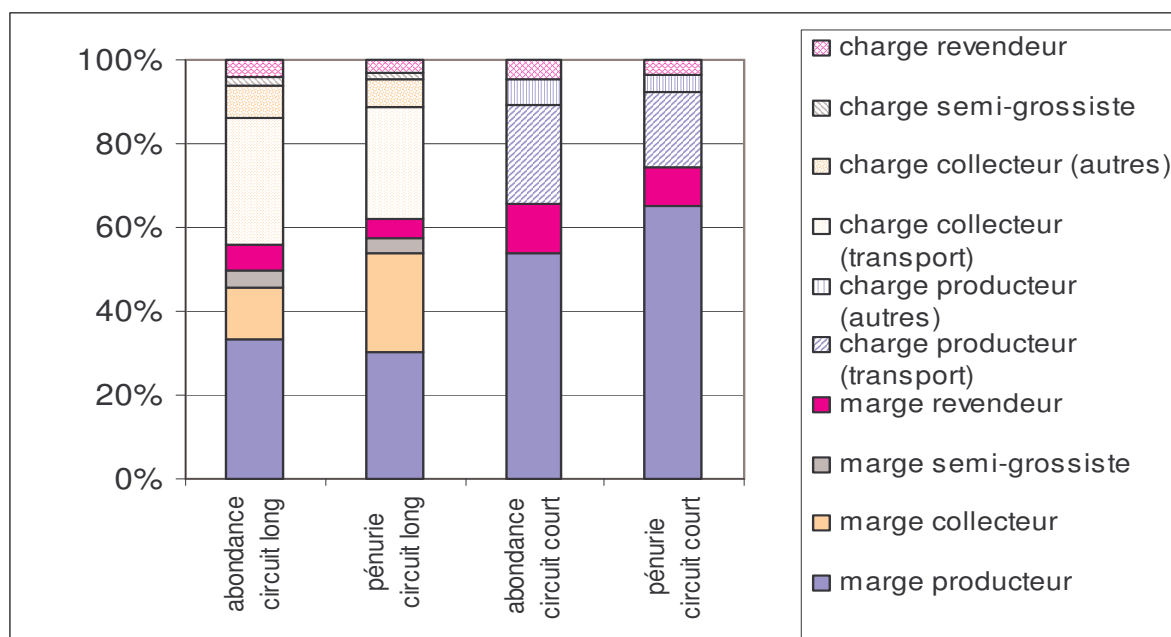
L'analyse des prix à la consommation qui englobe l'ensemble des marges et des coûts des agents impliqués dans la filière révèle que les filières étant les plus coûteuses pour le consommateur en période d'abondance sont les mêmes en période de pénurie. Sauf une exception, entre les bâtons de manioc de petit gabarit et le macabo, ceci s'explique par la très forte saisonnalité du macabo par rapport aux bâtons de manioc. Les variations de prix pour chacun de ces produits entre période d'abondance et période de pénurie sont respectivement de 80% pour le macabo, de 33% pour le manioc, de 25 à 50% pour le bâton et de 50 à 60% pour le fufou. Ces résultats nous montrent bien que les produits à la plus forte variabilité des prix à la consommation sont le macabo et le fufou de manioc qui sont les produits à la saisonnalité la plus marquée de tous ces produits.

### 3.2.1 Le manioc frais : circuit à faible portée

Les circuits étudiés pour la formation des prix du manioc frais sont ceux du ravitaillement par les producteurs sans fidélisation (circuit court) et du ravitaillement par les collecteurs (circuit long).

Lorsque les marges et les charges des différents acteurs sont comparées, aucun acteur ne semble orienté le prix à la consommation du manioc. Le prix semble issu de la confrontation offre/demande sur le marché. En effet, le circuit principal qui est celui du ravitaillement par les producteurs sans fidélisation montre la prédominance des bénéfices pour les producteurs de plus de la moitié de la valeur de la marchandise au niveau du consommateur (53% et 65% en période d'abondance ou de pénurie) soit entre 4 300 et 7 000 Fcfa pour 100 kg de manioc frais. Ces valeurs sont moindres dans le cas du ravitaillement par les collecteurs mais restent toujours importantes de l'ordre de 30% du prix à la consommation (2 600 à 3 200 Fcfa pour 100 kg de manioc frais). Pour les collecteurs, ils complètent la marge des producteurs pour être comparable à celle des producteurs-grossistes des circuits courts. Mais on constate dans les circuits longs que les charges relatives au transport sont beaucoup plus importantes passant de 20% en moyenne pour les circuits courts contre 28% en moyenne pour les circuits longs. Les charges couvertes par le collecteur représentent 36% du prix final. De plus, la part du prix revenant au collecteur passe de 12 à 24% (de 1 000 à 2 600 Fcfa/100 kg de manioc) en cas de pénurie de manioc sur le marché. Ceci est compréhensible face aux risques que prend cet opérateur pour pouvoir acheminer le produit sur le marché de Yaoundé. En comparaison, les producteurs et les collecteurs dans les circuits longs gagnent trois fois moins que ceux des circuits courts du manioc quelque soit la saison pour les mêmes quantités de produit. Il est à noter que les collecteurs décidant de partir en campagne pour aller chercher du manioc frais ne le font que si les indicateurs du marché (prix en gros, quantité sur les marchés, taille des tas) révèlent un manque de manioc sur leur marché d'affectation. Ceci leur permet de « minimiser les risques » selon leurs dires. Cependant, ils ne sont pas à l'abri d'un arrivage plus important de manioc au moment de leur retour en ville.

Les vendeurs en détail que sont les revendeurs et les semi-grossistes ont pour stratégie de conserver leurs marges bénéficiaires quelque soit la situation du marché. Ceci est possible par le fait que le manioc qui est un aliment de base de la population camerounaise a un prix modéré par rapport aux autres produits de base que peuvent être le plantain, le maïs ou le riz. Le prix du manioc frais varie entre 80 et 105 Fcfa/kg.



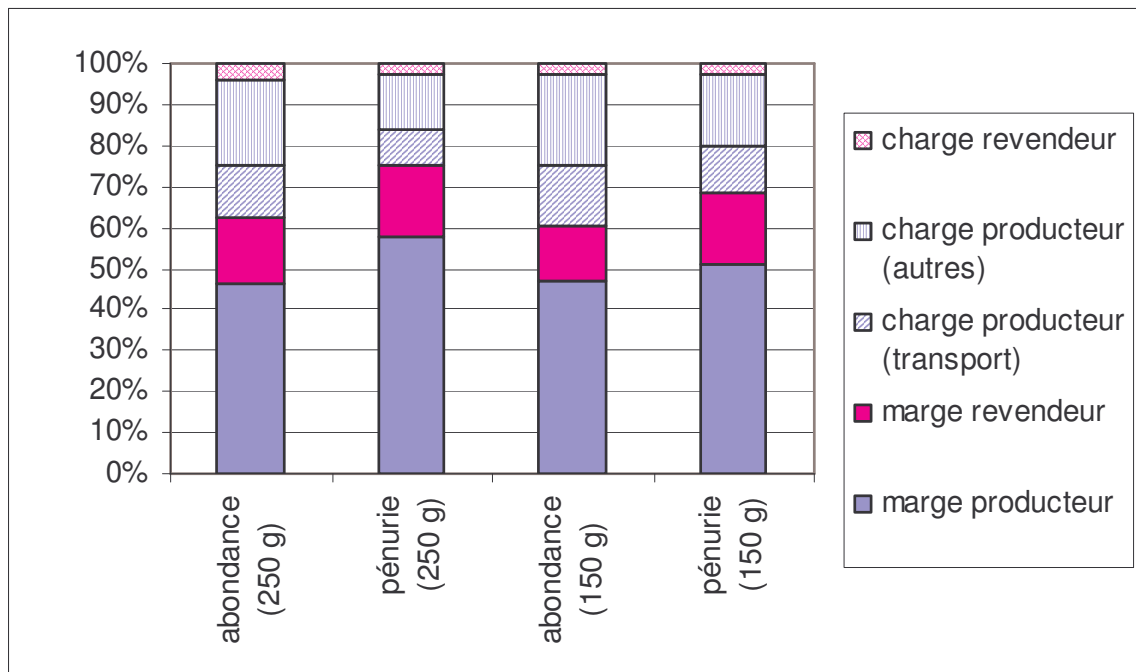
**Figure 54 : Répartition des marges et des charges pour les différents agents en période d'abondance ou de pénurie pour des circuits court et long de manioc frais**

### 3.2.2 Le bâton de manioc : un produit à forte rentabilité

Les circuits étudiés pour la formation des prix du bâton de manioc sont ceux du ravitaillement urbain par les producteurs pour les bâtons de 250 g et de 150 g (circuit court) et du ravitaillement urbain via les collecteurs (circuit long).

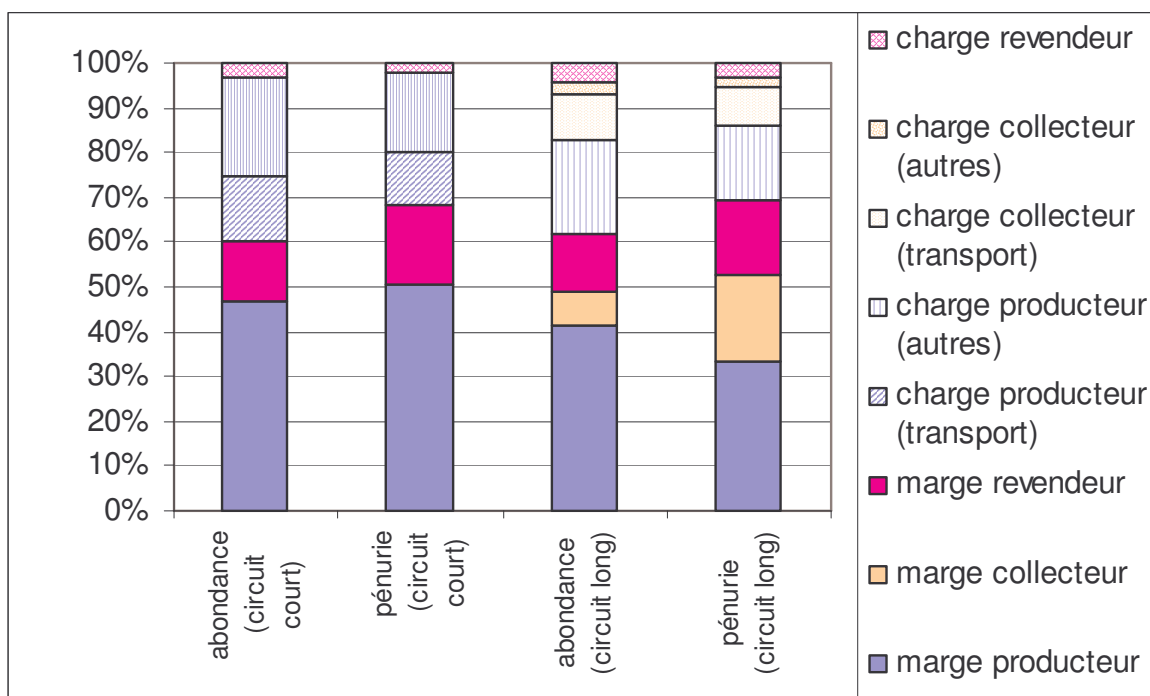
Lorsque les marges et les charges des différents acteurs sont comparées, aucun acteur ne semble orienté le prix à la consommation du bobolo. Le prix semble issu de la confrontation offre/demande sur le marché. En effet, le circuit principal qui est celui du circuit court montre la prédominance des bénéfices pour les producteurs de 46% à 58% du prix au consommateur en période d'abondance ou de pénurie soit entre 4 640 et 8 640 Fcfa pour 100 kg de manioc frais. Il est intéressant de constater que les revenus pour les producteurs-transformateurs-grossistes sont moins importants pour ceux confectionnant des bâtons de 250 g (4 640 Fcfa/100 kg de manioc) que ceux confectionnant des bâtons de 150 g (6 230 Fcfa/100 kg de manioc) et ce malgré les charges plus importantes de ces derniers du fait de dépenses plus importantes pour les feuilles de marantacées (3 360 contre 4 480 Fcfa). Mais cette tendance s'inverse en période de pénurie indiquant ainsi une plus grande variabilité de prix d'achat auprès du ravitailleur de bâton de type ewondo (+50% du prix d'achat pour les 250 g contre +20% du prix d'achat pour les 150 g).





**Figure 55 : Répartition des marges et des charges pour les différents agents en période d'abondance ou de pénurie pour des circuits courts de bâton de manioc**

Ces valeurs sont moindres dans les circuits longs mais restent toujours importantes entre 33% (période de pénurie) et 40% (période d'abondance) du prix à la consommation (5 500 Fcfa pour 100 kg de manioc frais). Pour les collecteurs dans les circuits longs, ils complètent la valeur ajoutée des producteurs pour être comparable à celle des producteurs-grossistes des circuits courts. Les charges couvertes par le collecteur ne représentent qu'environ 10% du prix final. De plus, la part du prix revenant au collecteur passe de 8 à 19% (de 1 000 à 3 250 Fcfa/100 kg de manioc) en cas de pénurie de manioc sur le marché. Par conséquent, le bénéfice de l'opérateur est fonction surtout de l'état du marché. En comparaison, les producteurs et les collecteurs dans les circuits longs gagnent de deux à trois fois moins que ceux des circuits courts du macabo quelque soit la saison pour les mêmes quantités de produit. Il est à noter que les collecteurs n'ont pas de stratégies particulière pour le ravitaillement des bâtons car cette activité est faite de manière régulière à raison d'une à deux fois par semaine. Mais certains ciblent les jours de dimanche, lundi et mardi car selon eux ce sont les jours où la quantité de bâtons est moindre sur les marchés urbains. Cependant, ceci est relatif car les bâtons pouvant se conserver pendant plusieurs jours le reste des invendus du samedi (jour du grand marché et donc des volumes les plus importants) peut être écoulé les jours suivants.



**Figure 56 : Répartition des marges et des charges pour les différents agents en période d'abondance ou de pénurie pour des circuits court et long de bâton de manioc**

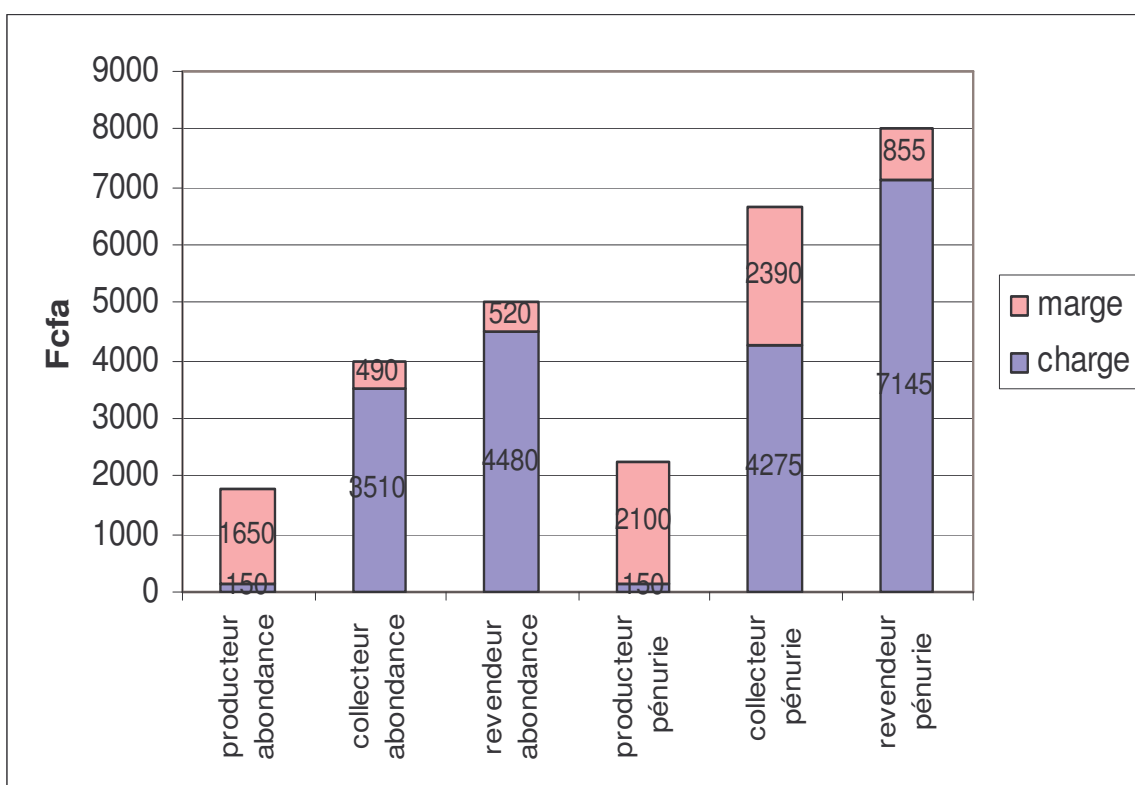
Les revendeurs ont pour stratégie de conserver leurs marges bénéficiaires quelle que soit la situation du marché. Ils vendent par conséquent de 7 à 15 Fcfa au-dessus du prix d'achat. Cependant, ils prennent une marge plus importante pendant les périodes de pénurie leur permettant ainsi de doubler leur bénéfice pour 100 kg de manioc frais (de 1 500 à 3 000 Fcfa) mais surtout de stabiliser leur revenu quotidien car les quantités vendues seront moindres qu'en période d'abondance. Cette augmentation du prix à la consommation est possible car le bâton de manioc est un aliment très prisé des Yaoundéens du fait des habitudes alimentaires des populations autochtones et de son caractère prêt à consommer. Par conséquent, les consommateurs n'estiment pas ce prix excessif par rapport au manioc frais en vertu du travail important que nécessite la confection des bâtons de manioc.

### 3.2.3 Le fofou de manioc : des situations contrastées

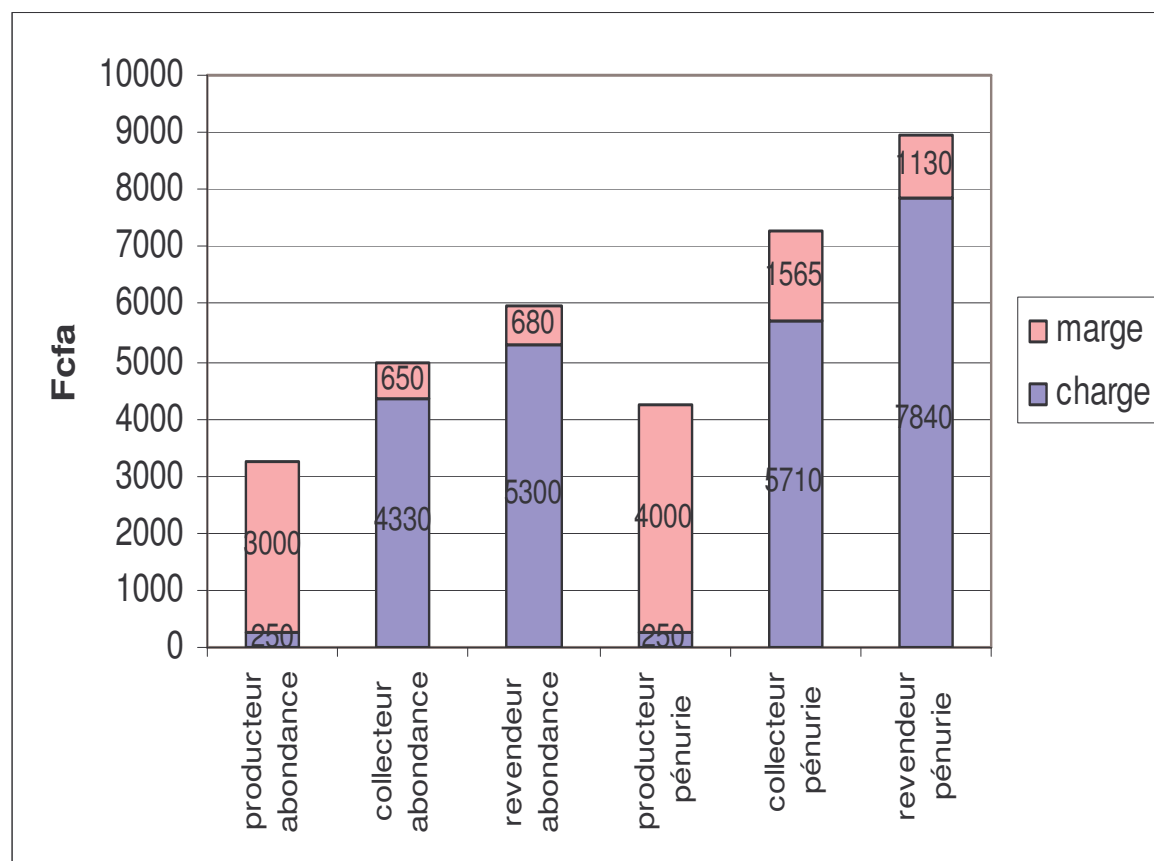
Les circuits étudiés pour la formation des prix du fofou de manioc sont ceux des circuits longs du ravitaillement urbain via les collecteurs. Des situations bien distinctes ont été analysées pour cette étude sur les prix en fonction des zones d'approvisionnement (Mbam vs. Est) et du lieu de collecte (bord champ vs. marché de collecte).

Les prix sont issus de la confrontation offre/demande sur le marché. Mais comme la très grande majorité du fofou vendu sur Yaoundé vient du Mbam du fait de sa plus grande proximité et surtout du meilleur état des routes en comparaison avec la province de l'Est, les prix à la consommation sur Yaoundé sont fonction des prix pratiqués par les producteurs sur cette principale zone d'approvisionnement. En effet, la proximité de la ville fait que ces producteurs-transformateurs sont au courant des tendances du marché urbain et la grande quantité des acheteurs venant se ravitailler sur la zone (revendeurs, collecteurs et collecteurs « expatriés ») permet à ces producteurs de cette zone d'orienter le prix en fonction des quantités sur la zone. Lorsque les produits et les charges des différents acteurs sont comparés pour la zone du Mbam, il semble donc que le prix à la consommation du fofou est fonction du prix d'achat sur les marchés de

collecte de la zone mbamoise. Mais ceci a des conséquences également sur le prix de vente du fofou de l'Est car ce dernier est indexé sur celui du fofou du Mbam. Il reste cependant à une valeur moindre du fait de sa moins bonne réputation. En effet, le circuit principal qui est celui du circuit long en provenance du Mbam montre la prédominance des bénéfices pour les producteurs de 45% à 60% du prix au consommateur en période d'abondance ou de pénurie soit entre 3 000 et 5 000 Fcfa pour 100 kg de manioc frais. Pour les achats bord champ, les prix varient selon les producteurs et aussi selon les saisons. Mais le différentiel de prix sur ces zones entre la saison sèche et la saison des pluies est moindre que celui de la vente en gros de cette même quantité sur les marchés urbains. Ceci révèle la possession de *price makers* des collecteurs qui sont en position de monopsonne ou d'oligopsonne dans la localité. De plus, les producteurs ne se rendant que très rarement sur les marchés urbains sont en déficit d'information (AI structurelle et conjoncturelle) et donc le collecteur est en position de force pour la fixation du prix final. Mais dans la comparaison du cas des villages du Mbam à celui des villages du Haut-Nyong, on constate un bénéfice inférieur pour les producteurs du Haut-Nyong de l'ordre de 50%. Bien que les coûts de transport soient plus importants à partir de cette zone, ils n'expliquent pas en totalité cette différence de prix au niveau des producteurs. La différence est surtout fonction du manque de demande localement faisant ainsi baisser les prix au niveau de ceux de la vente en gros auprès des revendeurs dans les villes à proximité. Or les collecteurs se renseignent sur les prix pratiqués au niveau de ces marchés avant d'aller négocier avec les producteurs de la zone. Par conséquent, plus on s'éloigne des centres urbains, plus les niveaux de vie sont bas, plus les prix des vivres sont bas et plus les coûts de l'approvisionnement des collecteurs sont bas. De plus, le collecteur fait jouer donc de manière inconsciente la faible demande des consommateurs localement contre la demande très forte des consommateurs de Yaoundé. Ces valeurs révèlent le déficit informationnel qu'ont les producteurs du Haut-Nyong vis-à-vis de ceux du Mbam.



**Figure 57 : Formation des prix du fofou en provenance de Nguélémdouka (Haut-Nyong) – circuit long avec collecte bord-champ (base 100 kg de manioc frais)**



**Figure 58 : Formation des prix du foufou en provenance du Mbam – circuit long avec collecte bord champ (base 100 kg de manioc frais)**

Il existe également une différence entre le fait de s’approvisionner au niveau des marchés de collecte et au niveau des villages plus éloignés de ces derniers. En effet, les collecteurs qui se ravitaillent à l’intérieur des zones rurales ont des charges de transport plus importantes du fait de l’éloignement de 400 à 800 Fcfa/100 kg de manioc frais de plus que les collecteurs des marchés de collecte. Mais les collecteurs au niveau bord champ ont des marges plus importantes que ceux des marchés de collecte de 170 à 320 Fcfa de plus pour 100 kg de manioc frais, soit sur une quantité de 20 filets de foufou de 42 – 45 kg, un bénéfice de 4 500 à 8 300 Fcfa en faveur du collecteur niveau bord champ par rapport au collecteur marché de collecte (26 à 35% de marge supplémentaire). Ceci s’explique par le fait que les collecteurs font des prix plus bas au niveau des villages qu’au niveau des marchés de collecte. Cette pratique est possible car il y a une demande beaucoup moins importante sur cette zone en comparaison avec les marchés de collecte, d’où un rapport de force en faveur du collecteur car même si le producteur connaît les tendances des prix sur le marché de Yaoundé si le prix est trop important aux yeux du collecteur il n’achètera pas la marchandise et ira voir un autre producteur. Le collecteur joue sur le déficit de la demande face à l’offre et sur l’atomisation de cette offre.

Dans tous les cas de figure, les revendeurs ont pour stratégie de conserver leurs marges bénéficiaires quelque soit la situation du marché. Ils vendent par conséquent le kilogramme de foufou 100 Fcfa de plus entre la période d’abondance et de pénurie. Parallèlement, leur prix d’achat en gros n’a augmenté que de 70 Fcfa. Par conséquent, ils prennent une marge plus importante pendant les périodes de pénurie leur permettant ainsi d’accroître de 60% leur bénéfice pour 100 kg de manioc frais mais surtout de stabiliser leur revenu quotidien car les quantités vendues seront moindres qu’en période d’abondance. Cette augmentation du prix à la consommation est possible car le foufou

de manioc est un aliment très prisé des yaoundéens du fait des habitudes alimentaires des populations autochtones et du coût plus élevé de la farine de maïs.

### **3.2.4 Le macabo : influence forte des collecteurs**

Les circuits étudiés pour la formation des prix du macabo sont ceux des circuits longs du ravitaillement urbain via les collecteurs.

L'analyse de la formation des prix à la consommation sur Yaoundé révèle la position dominante des collecteurs et surtout des grossistes sédentaires sur les autres agents de la filière (cf. annexes 15 et 16). En effet, le cumul des dépenses faites par les collecteurs (achat du macabo auprès des producteurs, transport et charges de marché) montre qu'elles ne représentent que 50% du prix final alors que pour les autres circuits longs des autres produits ces dépenses représentent de 60 à 80% du prix final. La seule exception à ce constat est le circuit long des collecteurs de fougou en provenance de l'Est pendant la période de pénurie où les proportions sont du même ordre de grandeur. Par conséquent, il y a comme dans ce cas de figure une forte asymétrie d'information entre le producteur et le collecteur. Ceci s'explique par la non connaissance par les producteurs du fonctionnement des marchés en aval d'où un déficit d'information et une position de force du collecteur pour la fixation du prix final. Mais le déficit informationnel des producteurs est beaucoup plus important que dans la filière manioc. Ceci s'explique par l'éloignement de plus en plus important de Yaoundé que l'on observe avec cette spécialisation dans la culture du macabo. Le réseau informationnel endogène mis en place par les producteurs ne permet pas de compenser le manque de moyen d'information conjoncturelle exogène qu'ils peuvent avoir (poste radio principalement).

Dans le principal circuit d'approvisionnement du macabo, le grossiste a une position dominante dans la formation du prix final. En effet, il représente de 15 à 18% du prix final tandis que les semi-grossistes et les grossistes qui se rencontrent dans la filière du manioc et du fougou ne représentent que 5% du prix final au maximum.

Dans tous les cas de figure, les revendeurs ont pour stratégie de conserver leurs marges bénéficiaires quelle que soit la situation du marché. Ils vendent par conséquent le kilogramme de macabo 100 Fcfa de plus entre la période d'abondance et de pénurie (comme pour le fougou). Parallèlement, leur prix d'achat en gros n'a augmenté que de 83 Fcfa/kg. Par conséquent, ils prennent une marge plus importante pendant les périodes de pénurie leur permettant ainsi d'accroître de 68% leur bénéfice pour 100 kg de macabo, mais surtout de stabiliser leur revenu car les quantités vendues seront moindres qu'en période d'abondance.

### 3.2.5 Répartition entre marges et charges des prix à la consommation

Les prix à la consommation pour les différents produits étudiés regroupent les marges et les charges des différents acteurs impliqués dans la commercialisation de ces denrées. Il faut s'intéresser en réalité au total des marges et des charges dans chaque circuit pour pouvoir les comparer entre eux.

Abondance	FOUFOU	MANIOC	BATON	MACABO
Marges (en Fcfa)	2660 - 4700	4450 - 5250	6230 - 8230	8770 - 9190
Charges (en Fcfa)	1280 - 2340	2750 - 3550	3770 - 5310	3310 - 3720
Part des charges (en %)	21 à 46	34 à 44	37 à 40	26 à 30

**Tableau 13 : Récapitulatif des marges et des charges (en Fcfa) estimées pour l'ensemble des produits étudiés en période d'abondance et de la part respective des charges dans le prix final**

Ce tableau nous montre qu'en période d'abondance les marges globales de l'ensemble des acteurs vont par tranche croissante pour les produits étudiés dans l'ordre suivant : le fougou, le manioc, le bâton et le macabo. Tandis que pour les coûts, il est à noter que le fonctionnement est le même à la différence que le macabo s'intercale entre le manioc et le bâton de manioc. Il en résulte que la part des coûts dans le cas du manioc, du fougou en provenance de l'Est et du bâton est similaire même s'ils ne sont pas de même nature. Les coûts sont beaucoup moins importants pour le macabo et le fougou en provenance du Mbam. Ceci s'explique par des coûts de transport beaucoup moins importants pour le fougou pour des distances comparables par rapport au manioc. Mais comme le fougou est le produit qui vient des régions les plus éloignées sa valeur ajoutée s'en trouve très restreinte dans le cas du fougou de l'Est (2 660 Fcfa) du fait des coûts de transport ce qui dénote avec celui du Mbam (4 700 Fcfa) beaucoup plus proche de Yaoundé.

Concernant le macabo, les coûts majoritaires sont dus au transport. Ces derniers sont comparables à ceux du manioc frais pour des distances similaires, mais plus importants que ceux pour les bâtons. Les coûts de transport du macabo sont plus importants que ceux du manioc car il provient majoritairement de zones plus éloignées que celles du manioc. La marge issue des circuits du macabo est beaucoup plus forte que celle des autres circuits. Il est à penser qu'elle est encore plus importante pour les circuits à proximité de Yaoundé.

Pour le manioc frais, la marge bénéficiaire est la plus faible par rapport aux autres produits sur des distances similaires ceci est fonction des coûts très importants de transport du manioc en comparaison avec les produits transformés que sont les bâtons et le fougou. En effet, les prix du transport des marchandises sont fonction de leur poids. Pour un même prix, il est possible de transporter soit 100 kg de manioc frais, soit l'équivalent de 200 à 300 kg de manioc frais sous forme de fougou ou de bâton. Il y a donc une forte réduction du prix du transport du fait de la transformation.

Le cas du bâton de manioc est quant à lui plus atypique. En effet, nous venons de préciser que les coûts de transport sont moindres que ceux du manioc alors que les données révèlent qu'il s'agit du circuit de commercialisation aux charges les plus



élevées. Ce paradoxe s'explique par les dépenses connexes au transport qui sont nécessaires à la confection des bâtons de manioc à savoir les feuilles de marantacées. En effet, dans notre cas de figure, le coût dû à ses feuilles a été estimé sur la valeur de leur achat sur Yaoundé car il s'agit du principal marché de vente des bâtons. Mais malgré ces « dépenses » supplémentaires, la marge bénéficiaire pour l'ensemble des agents de la filière est plus importante que celle pour le manioc ou pour le fufou en période d'abondance.

Pénurie	FOUFU	MANIOC	BATON	MACABO
Marges (en Fcfa)	5345 - 7450	6585 - 7920	11230 - 11560	18210 - 18270
Charges (en Fcfa)	1520 - 2655	2750 - 4080	3770 - 5310	4230 - 4280
Part des charges (en %)	17 à 33	25 à 38	25 à 32	19

**Tableau 14 : Récapitulatif des marges et des charges (en Fcfa) estimées pour l'ensemble des produits étudiés en période de pénurie et de la part respective des charges dans le prix final**

Ce tableau, montrant les marges et les charges pour l'ensemble des acteurs impliqués dans les circuits de commercialisation des produits étudiés pendant la période de pénurie, confirme ce qui a été exposé au préalable pendant la période d'abondance. Il faut remarquer que l'augmentation des charges est très faible par rapport à précédemment et donc le gain de la marge bénéficiaire suit l'augmentation des prix à la consommation de ces différentes denrées. Ceci se traduit par une diminution de la part des charges pour l'ensemble des produits. Il faut aussi remarquer que le fufou devient de plus en plus rentable en comparaison avec le manioc. En effet, le circuit du fufou en provenance de l'Est (300 km de Yaoundé) est tout aussi lucratif, si ce n'est plus, que celui du manioc du pays Bassa en provenance d'Eséka (100 km de Yaoundé).

## **4 STRATEGIES D'ADAPTATION DES ACTEURS FACE AUX CONTRAINTES DE COMMERCIALISATION DES FILIERES MANIOC/MACABO**

Selon la méthode des scores, l'identification et la hiérarchisation des principaux problèmes des producteurs révèlent que les principales limites à leur activité sont par ordre d'importance : les problèmes de production (difficulté de la défriche et de l'abattage, pertes dues aux parasites et ravageurs), les difficultés de transport aussi bien au niveau du village que vers les marchés urbains (pénibilité du transport champ-maison, état des routes pendant la saison des pluies) et des problèmes de transformation (manque de matériel, difficulté de la tâche) sur la zone de Ngoumou. Tandis qu'au niveau de Nguélémeidouka, les principales limites à l'activité des producteurs selon leurs dires sont par ordre d'importance : les problèmes relatifs à la production (difficulté de la défriche et de l'abattage, pertes dues aux parasites et ravageurs, manque de matériel), les difficultés de transport aussi bien au niveau du village que vers les marchés urbains (pénibilité du transport champ-maison, état des routes pendant la saison des pluies, manque de véhicules, coût du transport) et du manque de débouchés (manque d'acheteurs, fixation des prix par les acheteurs).

L'identification et la hiérarchisation, selon la méthode des scores, des principaux problèmes dans l'activité commerciale des collecteurs et des grossistes révèlent que les principales limites à leur activité sont par ordre d'importance : le manque de liquidité, les ennuis d'ordre social (maladie, deuil, ...), et le problème de l'approvisionnement en marchandise (instabilité des marchés, variation des prix de vente).

L'identification et la hiérarchisation, selon la méthode des scores, des principaux problèmes dans l'activité commerciale des revendeurs révèlent que les principales limites à leur activité sont par ordre d'importance : le manque de liquidité, les ennuis d'ordre social (maladie, deuil, ...), l'insécurité sur et en dehors des marchés (vol de marchandise, agression), le problème de l'approvisionnement en marchandise (instabilité des marchés, variation des prix d'achat) et enfin les conditions de travail (commercialisation à même le sol, difficulté face à l'ensoleillement).

#### **4.1 FACE AU PROBLEME DE PERISSABILITE, UNE SOLUTION : LA TRANSFORMATION ET LA CONSERVATION**

Les racines de manioc pourrissant dans les 2 à 3 jours qui suivent la récolte, les producteurs les plus éloignés des grands centres urbains, du fait de l'état des routes plus qu'improbable dans certaines régions, sont obligés, pour commercialiser leur manioc sans perte excessive, d'essayer de prolonger la durée de conservation de ce dernier. La solution trouvée par les producteurs est la transformation des racines et tubercules.

##### **4.1.1 Stockage et conservation du manioc**

Au Cameroun, la presque totalité de la production du manioc est assurée par des agriculteurs qui possèdent de petites exploitations où tous les travaux champêtres sont effectués manuellement. Il existe différentes techniques pour planter le manioc (sur un sol plat, en billons ou en buttes). Ces deux dernières variantes nécessitent plus de travail en ce qui concerne la préparation du champ, mais la formation de racines tubérisées en est facilitée. La récolte est également moins pénible et il en résulte moins de dégâts mécaniques sur les racines. Pour la récolte, les paysans déterrent les racines à l'aide d'une houe. Si le sol est suffisamment léger, ils peuvent les arracher à la main, ce qui peut entraîner des brisures de racines. Pendant la saison sèche, la récolte peut devenir très pénible là où les sols durcissent facilement.

Vu que toute blessure réduit la période de conservation des racines de manioc, des précautions doivent être prises lors de la manipulation des racines pendant la récolte pour éviter tout stress mécanique qui pourrait endommager les tissus de la racine. Il importe surtout que la racine conserve son pédoncule. Seules les racines intactes qui possèdent encore leur pédoncule peuvent être conservées. Toutes les autres doivent être utilisées ou transformées immédiatement. Pendant la récolte et le transport, il faut aussi éviter que les racines soient exposées trop longtemps aux rayons solaires directs.

L'aptitude au stockage est par conséquent fort limitée d'où la mise en place par les producteurs de manioc de procédés permettant de prolonger la durée de stockage. Cette détérioration physiologique peut cependant être inhibée pendant quelques semaines seulement par certaines techniques de stockage impliquant un trempage dans l'eau chaude ou une conservation dans des conditions anaérobies.

Après la récolte, le propriétaire de la marchandise cherche à réduire le temps jusqu'à l'utilisation (vente, transformation et consommation). Considérant les distances entre les zones de production et les principaux lieux de consommation, et l'état des routes, il est cependant très difficile, parfois, d'éviter des pertes substantielles. C'est

pourquoi il y a un intérêt majeur, du point de vue économique, à prolonger la période de conservation du manioc.

Des méthodes de conservation (silos-fosses, sciure humide, fongicide, réfrigération) peuvent porter la durée de conservation du manioc à une ou deux semaines environ. Dans tous les cas, les racines à stocker doivent être dépourvues de blessures, posséder leurs pédoncules et être bien propres.

Mais traditionnellement, le procédé de conservation le plus fréquent (et quasiment unique) au Cameroun est celui de la conservation sur pied au niveau du champ. Cette méthode consiste à laisser les racines de manioc dans le sol après maturité, elles peuvent ainsi se conserver plusieurs mois sans pourrir. Ce type de stockage permet par ailleurs d'adapter le rythme des récoltes à la consommation des producteurs. Cependant, cette méthode présente quelques inconvénients tels que la perte de saveur, le risque de lignification et le risque d'infestation et de dégradation par les ravageurs.

#### **4.1.2 Stockage et conservation du macabo**

La conservation des tubercules de macabo est délicate. Sans précautions spéciales et dans les conditions environnementales du Cameroun, la moitié de la récolte peut être perdue au bout d'une semaine à un mois. Tout comme le manioc, la récolte du macabo est exclusivement manuelle. Pendant la récolte, les tubercules doivent être disposés sous abri pour les préserver du soleil. Les blessures sont à éviter, car ces dégâts constituent des pertes résultant de l'accentuation de phénomènes physiologiques ou de l'infection par des agents pathogènes.

Il existe pour l'essentiel deux formes de stockage du macabo : le stockage au champ et le stockage hors champ.

Le stockage des tubercules de macabo au champ est toujours souterrain. Deux méthodes sont possibles :

- Les tubercules restent attachés au plant-mère et sont récoltés progressivement.
- Les tubercules sont récoltés et mis en tas - entourés de paille et recouverts de terre - dans une structure souterraine. Mais, des arrosages légers et fréquents de ces structures sont nécessaires pour les maintenir à un niveau d'humidité convenable. En raison du manque de possibilités d'inspection des tubercules stockés, il est cependant difficile de contrôler les conditions de stockage.

Pour le stockage hors champ, les tubercules sont disposés dans une enceinte protégée, mais exposés tout de même à une ventilation afin d'obtenir des conditions de température et d'humidité relative satisfaisantes. Il faut que les tubercules soient bien séchés avant le stockage afin d'éviter les risques de pourritures et de bourgeonnement. Différentes formes de stockage du macabo sont possibles :

- stockage des tubercules en vrac, à même le sol, où ils sont exposés à l'humidité et aux risques d'attaques de rongeurs,
- stockage dans de la sciure humides mais il est difficile dans certaines régions de pouvoir trouver suffisamment de sciure,
- stockage sur des étagères dans des sacs non hermétiquement fermés,
- stockage réfrigéré, mais son coût est élevé.

### 4.1.3 Transformation du manioc

Au sein de la filière manioc, la transformation est le processus qui consiste à faire passer le manioc frais de l'état de racine à celui de produits plus élaborés comme le bâton, le gari, le fofou, l'amidon, etc. La transformation du manioc est une opération très importante au Cameroun, d'après certaines estimations, 60% du manioc commercialisé (ou 30% de la production) sont transformés avant utilisation (Tentchou, 1999). Elle contribue à résoudre les problèmes liés à la haute périssabilité du manioc frais. Pour augmenter la durée de conservation, il faut réduire la teneur en eau, soit par séchage, soit par cuisson. L'autre intérêt de la transformation est lié à la nécessité de réduire la teneur souvent élevée en glucosides cyanogènes de la plupart des variétés pour les rendre consommables.

Il ne fait pas de doute qu'il y a aussi des facteurs d'ordre culinaire qui ont amené les gens à transformer les racines de manioc. C'est surtout ce dernier aspect qui est à l'origine de la diversification des produits issus du manioc. La gamme de ces produits alimentaires est en effet l'expression de la culture de chaque peuple, et il n'est pas surprenant que de nombreuses ethnies s'identifient à certains plats traditionnels. D'où une certaine spécialisation régionale dans la transformation du manioc.

La transformation donne une plus-value au manioc en diversifiant les produits consommés. Ce faisant, elle contribue à limiter les pertes post-récolte. De plus, elle a pour avantage de permettre de :

- conquérir plus efficacement les marchés ;
- augmenter la production par la promotion de nouveaux produits ;
- accroître les disponibilités alimentaires ;
- mieux valoriser la production du manioc ;
- introduire une activité complémentaire génératrice de revenu ;
- augmenter la durée de conservation ;
- créer des produits finis plus malléables et plus faciles à transporter ;
- réduire la teneur en glucosides cyanogènes ;
- réduire les coûts de transport des zones rurales vers les centres urbains en raison de la réduction de poids dans le cas des produits secs.

Les produits de manioc consommés au Cameroun sont pour une très grande part le fait de la transformation artisanale. Celle-ci se caractérise par l'absence d'équipements modernes, par des opérations longues et parfois pénibles et par une faible production par transformateur. De manière générale, la transformation traditionnelle englobe différentes activités, bien que le nombre des étapes et leur chronologie soient variables : éplucher ; réduire en petits morceaux (découper/écraser/broyer/trancher/râper) ; déshydrater (presser/décanner/sécher au soleil ou au feu) ; fermenter (à l'air ou sous l'eau) ; sédimenter ; tamiser ; cuire (faire bouillir/cuire à la vapeur/griller/torréfier).

Si les techniques de transformation selon les procédés traditionnels sont souvent assez élaborées, l'équipement utilisé représente dans la plupart des cas la technologie la plus simple qu'on puisse imaginer. Selon le procédé employé, le matériel et les appareils sont constitués par des couteaux et des coupe-coupe pour éplucher et couper, des

mortiers pour écraser, des râpes, des grosses pierres ou des presses archaïques, des moulins rudimentaires et des grands pots, casseroles et poêles.

La transformation du manioc est une activité relativement complexe. Elle englobe des tâches techniques comme l'épluchage, le pressage, etc. Pour cela elle requiert un minimum de savoir-faire. Cependant, les équipements utilisés sont la plupart du temps manuels et restent rudimentaires (couteaux, machettes, pillons en bois, sacs en toile ou en jute, marmite, ...). Ceci a pour conséquence une pénibilité des opérations (épluchage, pillage, ...) et une faible productivité.

La transformation implique des altérations physiologiques et biochimiques du manioc frais. Il intègre un certain nombre d'opérations de taille et d'importance variées. Leur ordre varie selon le produit fini désiré. En général, l'épluchage constitue la première opération. Les opérations de pressage et d'égouttage étant longues (1 à 3 jours), elles s'accompagnent généralement d'une fermentation au cours de laquelle le milieu devient propice au développement de micro-organismes et de quelques réactions enzymatiques. Tout ceci est indispensable pour conférer des caractéristiques de goût et d'odeur spécifiques aux produits.

Les bilans massiques diffèrent selon les produits. Le rendement brut de la transformation dépend du produit. Pour 100 kg de racines déterrées, on peut obtenir de 30 à 35 kg de fufou et de 50 à 60 kg de bâton (Tentchou, 1999) ce qui a été confirmé par nos pesées. Les pertes s'enregistrent à l'épluchage mais également au pressage, à l'égouttage et à la cuisson (perte d'eau). En général, quel que soit le produit, les deux premières opérations de transformation sont respectivement l'épluchage et le lavage. Ensuite le processus de transformation est fonction du produit voulu.

Concernant les produits issus de la transformation du manioc que nous avons retenus, le bâton s'obtient en lavant les racines épluchées. Elles sont alors trempées dans l'eau et fermentées pendant trois jours. Puis elles sont pressées et égouttées. La pâte obtenue après pillage est enveloppée dans des feuilles (le plus souvent sans tamisage au préalable) pour être cuite.

Pour obtenir le fufou, les racines sont tout d'abord épluchées et nettoyées. Puis, elles sont trempées dans l'eau pendant 3 à 4 jours (rouissage). Après fermentation, les racines sont mises dans un sac pour être égouttées par pression. Suite à ces opérations, la pâte fraîche est émietlée à la main en fines granules avant d'être mise à sécher sur des claies à l'air libre (tôles ou claies en osier). Il ne reste plus qu'à la moudre pour obtenir la farine de manioc.



**Figure 59 : Séchage de fufou de manioc sur des claies à l'air libre**



#### **4.1.4 Transformation du macabo**

Au Cameroun, le macabo est presque exclusivement consommé à l'état frais. À part le séchage de tubercules frais, aucune forme de transformation n'est connue sur ce continent. Pour l'utilisation finale, les tubercules séchés sont transformés en farine. Mais au Cameroun aucune forme de transformation du macabo de ce genre n'a été recensée à l'heure actuelle.

#### **4.1.5 Contraintes de la transformation**

Les méthodes traditionnelles de transformation sont souvent peu efficaces et demandent beaucoup de travail. L'épluchage est une opération pénible en raison de la forme irrégulière des racines des variétés locales. La transformation sur une petite échelle se révèle donc très peu rentable.

Certaines techniques de transformation du manioc demandent beaucoup d'intrants (bois, ...). Par conséquent, ces transformations ne peuvent se pratiquer que là où ces ressources sont suffisamment abondantes pour permettre une exploitation rentable. La fermentation aérobie se pratique surtout dans les zones de forêts où l'eau ne manque pas. Si ces ressources ne sont pas bien gérées, la transformation du manioc peut contribuer à leur épuisement (ex : les feuilles de marantacées dans la transformation du bobolo).

Pour les produits séchés émiettés, il faut suffisamment de soleil, ce qui est souvent une contrainte majeure en période pluvieuse. La conséquence d'un temps trop humide pendant le séchage est l'obtention de cossettes de moindre qualité à forte teneur en eau, d'où un fort risque de moisissure du produit. Les habitudes des opérateurs et des consommateurs peuvent cependant freiner le développement de cette pratique au profit d'un autre mode opératoire. Le prix de vente des produits séchés en gros est fonction entre autre du volume. Or la transformation du manioc sous forme de fufou rend le manioc plus tendre, plus friable que les cossettes et par conséquent lors du damage de la marchandise au moment de la vente le volume du sac est moins important. Or dans le système de commercialisation du manioc au Cameroun, où l'unité de vente est la contenance, le volume et la taille, et non le kilogramme, cette pratique s'accompagne d'une perte de pouvoir de négociation du grossiste sur l'acheteur et donc par un prix moins important. C'est la raison pour laquelle au niveau de la région de l'Est Cameroun (chaos importants sur les routes et émiettement plus important du fufou) apparaît des techniques de transformation sous forme de cossettes au détriment de celle du fufou.

La transformation artisanale est une transformation à petite échelle, non parce qu'elle produit peu mais parce qu'elle manque d'opportunité. Elle manque de débouchés pour sa production qui est certes modeste, mais qui sait répondre efficacement à des demandes ponctuelles. Mais, les demandes au niveau des zones enclavées ont un caractère tellement irrégulier qu'elles ne peuvent pas permettre aux paysans de planifier leur production. Les opérateurs impliqués dans la transformation traditionnelle dans les zones éloignées des grands centres urbains souffrent donc de l'absence d'acheteurs importants.

#### **4.1.6 Rentabilité de la transformation**

L'activité de transformation étant traditionnelle très peu de frais y sont engagés. Néanmoins, quelques éléments permettent de se faire une idée des coûts de transformation. Ceux qui paraissent les plus déterminants sont la durée du travail et le degré d'intégration de certaines techniques modernes dans le processus de transformation.



Des disparités non négligeables apparaissent selon que l'ensemble du processus de transformation est manuel ou qu'à un stade de la transformation l'utilisation d'une machine a eu lieu. Ceux qui n'ont recours à aucune machine dépensent surtout en temps. En dehors des frais inhérents à la transformation comme l'achat des feuilles pour confectionner les bâtons de manioc, du bois pour la cuisson, la charge la plus lourde est, comme pour les autres opérateurs, le transport des produits finis vers le marché.

#### **4.1.6.1 Pour les bâtons de manioc**

Pour estimer la rentabilité de ce type de transformation, deux cas de figures bien distincts vont être analysés. Dans le premier cas, nous nous situons à une cinquantaine de kilomètres de Yaoundé dans des zones pas très éloignées d'un axe routier secondaire menant sur les axes tels que Yaoundé – Douala, Yaoundé – Mbalmayo, Yaoundé – Ayos ou Yaoundé – Bafia. Les produits sont apportés par les producteurs eux-mêmes sur la capitale à raison de 300 à 600 bâtons de taille moyenne (250 g) par voyage et du fait de leur proximité de Yaoundé font régulièrement le trajet (2 à 3 fois par mois soit une trentaine de voyages par an pour commercialiser les bâtons de manioc). Ces quantités de manioc transformées équivalent respectivement à 4 et 8 bacos de manioc de 35 – 40 kg.

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PÉNURIE
<b>Revenu net (RN)</b>	<b>5 600 Fcfa</b>	<b>11 600 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>37</b>	<b>77</b>
<b>h,j</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>400</b>	<b>829</b>

**Tableau 15 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 150 kilogrammes de manioc sous forme de bobolo moyen sur Yaoundé**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PÉNURIE
<b>RN</b>	<b>4 950 Fcfa</b>	<b>8 950 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>33</b>	<b>60</b>
<b>h,j</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>990</b>	<b>1790</b>

**Tableau 16 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 150 kilogrammes de manioc sous forme de manioc frais sur Yaoundé**

Dans le deuxième cas, nous nous situons à 150 - 200 kilomètres de Yaoundé dans des zones pas très éloignées d'un axe routier principal menant sur les axes tels que Yaoundé – Mbalmayo et Yaoundé – Ayos. Les produits sont apportés par les producteurs eux-mêmes sur la capitale à raison de 1 000 à 1 500 bâtons de petite taille (150 g) par voyage et du fait de leur proximité relative de Yaoundé font régulièrement le trajet (2 à 3 fois par mois soit une trentaine de voyages par an pour commercialiser les bâtons de manioc). Ces quantités de manioc transformées représentent une quantité de 8 à 12 bacos de manioc de 35 – 40 kg.

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PÉNURIE
<b>RN</b>	<b>20 560 Fcfa</b>	<b>28 560 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>57</b>	<b>79</b>
<b>h,j</b>	<b>33,5</b>	<b>33,5</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>614</b>	<b>853</b>

**Tableau 17 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 360 kilogrammes de manioc sous forme de bobolo petit sur Yaoundé**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PÉNURIE
<b>RN</b>	<b>9 125 Fcfa</b>	<b>19 125 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>24</b>	<b>51</b>
<b>h,j</b>	<b>11</b>	<b>11</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>830</b>	<b>1739</b>

**Tableau 18 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 360 kilogrammes de manioc sous forme de manioc frais sur Yaoundé**

Comme nous l'avons dit précédemment, il n'y a pas de relation directe entre l'approvisionnement en racines de manioc et en bâtons de manioc. En effet, la majorité de l'approvisionnement en bâtons se fait par des producteurs-transformateurs-grossistes qui ne vendent donc pas de manioc du fait de leur spécialisation dans ce type de transformation. Donc dans un tel type de configuration, s'il y a abondance de racines de manioc, il peut y avoir aussi bien abondance ou pénurie de bâtons sur le marché. Par conséquent, il n'y a qu'un seul cas de figure où la rentabilité de la transformation n'a pas lieu. Il s'agit du cas pour les bâtons de 250 g où il y a pénurie de manioc frais et abondance de bâtons sur le marché (perte de 23 Fcfa par kilogramme de manioc). Mais dans tous les autres cas, la transformation du manioc en bobolo est rentable allant de 4 à 44 Fcfa pour les bâtons de type « ewondo » et de 6 à 55 Fcfa pour les bâtons de type « eton ».

#### **4.1.6.2 Pour le fofou de manioc**

Comme précédemment nous allons prendre deux cas de figure afin d'estimer la rentabilité de la transformation du manioc frais en fofou. Tout d'abord, nous nous situons dans la région Est du Cameroun à près de 300 km de Yaoundé avec une centaine de kilomètres de piste (zones d'Abong Mbang – Nguélémdouka). Les produits sont apportés le plus souvent par des collecteurs se trouvant sur place mais peuvent très bien être acheminés par les producteurs eux-mêmes sur la capitale à raison de deux grands sacs de fofou de 75 kg par voyage. Du fait de leur éloignement de Yaoundé et du temps plus important pour ce type de transformation (surtout pendant la saison des pluies avec un temps de séchage rallongé), ils ne peuvent guère apporter plus que cette quantité et doivent donc faire plus régulièrement le trajet (sans parler des aléas de la route pendant la saison pluvieuse). Cette quantité de manioc transformé équivaut à 12 bacos de manioc de 35 – 40 kg.

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PÉNURIE
<b>RN</b>	<b>6 850 Fcfa</b>	<b>15 850 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>15</b>	<b>35</b>
<b>h,j</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>428</b>	<b>990</b>

**Tableau 19 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 450 kilogrammes de manioc sous forme de fofou sur Yaoundé**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PÉNURIE
<b>RN</b>	<b>8 350 Fcfa</b>	<b>14 350 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>19</b>	<b>32</b>
<b>h,j</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>596</b>	<b>1025</b>

**Tableau 20 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 450 kilogrammes de manioc sous forme de manioc frais sur Yaoundé**

Dans le deuxième cas de figure nous nous situons à une centaine de kilomètres de Yaoundé au niveau du Mbam (Balamba, Ombessa, ...). Tout comme précédemment, les produits sont apportés le plus souvent par des collecteurs se trouvant sur place ou venant de Yaoundé mais peuvent très bien être acheminés par les producteurs eux-mêmes sur la capitale à raison de deux filets de fofou de 42-45 kg par voyage. Du fait de la proximité de Yaoundé, ils peuvent faire le trajet à raison de deux voyages par semaine. Cette quantité de manioc transformé équivaut à 7 bacos de manioc de 35–40 kg.

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PÉNURIE
<b>RN</b>	<b>6 400 Fcfa</b>	<b>11 400 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>24</b>	<b>42</b>
<b>h,j</b>	<b>10</b>	<b>12</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>640</b>	<b>950</b>

**Tableau 21 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 270 kilogrammes de manioc sous forme de fofou sur Yaoundé**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PÉNURIE
<b>RN</b>	<b>6 040 Fcfa</b>	<b>13 040 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>23</b>	<b>48</b>
<b>h,j</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>755</b>	<b>1630</b>

**Tableau 22 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 270 kilogrammes de manioc sous forme de manioc frais sur Yaoundé**

Comme nous l'avons dit précédemment au moment de l'approvisionnement, il n'y a pas de relation directe entre l'approvisionnement en racines de manioc et en fufou de manioc. En effet, la majorité de l'approvisionnement en fufou se fait par des collecteurs provenant de zones éloignées de Yaoundé et qui ne vendent donc pas de manioc du fait de la spécialisation de ces zones dans ce type de transformation et des risques importants qu'il y aurait à commercialiser des racines de manioc à partir de ces zones. Donc dans un tel type de configuration, s'il y a abondance de racines de manioc, il peut y avoir aussi bien abondance ou pénurie de fufou sur le marché. Mais dans le cas où il y a commercialisation de manioc frais à partir de ces zones, la moitié des cas de figure montre la non rentabilité de la transformation du manioc en fufou. Cependant, ces résultats sont à nuancer car le risque de perte en manioc n'a pas été pris en compte dans cette comparaison. Ceci renforce encore plus la rentabilité de la transformation du manioc en fufou pour les régions enclavées et éloignées des grands centres urbains. Par conséquent, la commercialisation du manioc sous forme de fufou à partir de ces zones dans les conditions de transport actuelles apparaît comme une stratégie anti-risque. De plus, pour les agents qui sont en charge de la commercialisation, il y a nécessité de dépenser de l'argent avant d'en bénéficier. Or dans le cas du fufou le capital investi dans le transport du fufou est moindre que dans le cas du manioc d'où une limitation supplémentaire des risques par ces acteurs.

De plus, selon des estimations faites entre la transformation de fufou et de bâton à partir d'une région proche de Yaoundé (cf. annexe 21), il apparaît plus rentable, en période d'abondance de fufou sur Yaoundé, de faire des bâtons de manioc que du fufou de manioc. Mais pendant la saison des pluies (pénurie de fufou), on constate qu'il peut être plus avantageux de faire du fufou que des bâtons de manioc si sur le marché il y a abondance de bâtons. Mais en réalité, comme la moyenne du revenu net par kilogramme de manioc frais entre période de pénurie et période d'abondance pour le bâton de manioc (62 Fcfa) est comparable avec celle pour le fufou pendant la saison des pluies (69 Fcfa), il pourrait apparaître plus rentable de faire du fufou car il demande moins de temps de transformation. Cependant, dans le cas des bâtons, les transformateurs s'affranchissent de la contrainte extérieure qui est celle des conditions climatiques et donc les volumes transformés par ménage sont plus importants et donc les rentrées monétaires également. Par conséquent, le choix de transformation du manioc en bâton plutôt qu'en fufou au niveau de la zone de Ngoumou se comprend aisément sur le plan économique en plus des habitudes alimentaires des populations de cette région.

## **4.2 FACE AU PROBLEME DE FINANCEMENT DES ACTIVITES COMMERCIALES : LES ASSOCIATIONS FINANCIERES ENDOGENES ET L'ENTRAIDE**

Parmi les problèmes qui affectent la commercialisation des produits de manioc et de macabo, le problème de fonds de roulement est déterminant. Il s'agit du premier problème que cite l'ensemble des commerçants pour la pratique de leur activité commerciale.

### **4.2.1 De l'aide à la solidarité**

Grossistes et détaillants n'ont pas eu recours aux mêmes sources de financement pour démarrer leur activité. De manière générale, les grossistes sont plus nombreux à avoir mobilisé leurs économies personnelles, les détaillants par contre ont davantage

bénéficié des aides d'origines diverses (d'un membre de la famille ou de leur conjoint). Mais ces acteurs ont une faible propension à recourir au crédit.

L'importance du recours à l'aide chez les détaillants est liée au fait que le commerce de détail des vivres frais est largement dominé par les femmes. L'importance de l'aide des conjoints ou de la famille pour permettre aux femmes d'initier une activité rentable peut s'expliquer par leur rôle dans l'amortissement en cas de crise pour les ménages et par l'importance que la société accorde au commerce vivrier.

Après les menaces qui ont pesé sur l'aide pendant les premières années de crise où élites et aînés se sont repliés sur leurs familles nucléaires en raison de la diminution de leurs revenus, elle a repris de la vigueur une fois que les chefs de ménage ont pu s'adapter au nouveau contexte socio-économique. Il n'y a pas de solidarité imposée par le groupe mais une solidarité inhérente au groupe. Rien n'oblige en effet, l'individu à venir en aide à un parent ou à un ami en difficulté ou dans le besoin. Il y a davantage souci et volonté de promotion collective. C'est au niveau communautaire, notamment dans le cadre des tontines, que tous concourent à la prise en charge collective de l'individu et à la promotion sociale.

Un transfert des charges a lieu entre l'individu (parent, ami, conjoint) et le groupe de tontine (communauté). Le parrain du nouvel adhérent joue le rôle de caution à l'égard de la communauté. Il est garant de la crédibilité de cet affilié par rapport au groupe. L'entrepreneur oriente son protégé vers la tontine pour répartir les risques et éviter ce que Janin (1995) appelle « une trop rapide désaccumulation ».

La solidarité, base de la reproduction des sociétés africaines, naît au sein de la famille nucléaire et se relâche au fur et à mesure que le cercle familial s'agrandit avant d'être reprise par la communauté au niveau méso-social (quartier, village, région). En milieu urbain, le melting pot et la recomposition au niveau du marché prennent le relais. La solidarité se forge dans ce cas de figure à partir d'un objet ou d'une situation autour desquels les uns et les autres ont un intérêt commun. On peut parler d'action promotionnelle ou formatrice. Quand les aînés se mettent d'accord pour « lancer » un jeune débutant, ils n'attendent rien de lui sinon qu'il réussisse. Tout au plus, fabriquerait-on un concurrent dangereux et tenace dans la commercialisation des produits vivriers. Rien en effet ne garantit qu'il restera membre de l'association et partenaire loyal de ses aînés une fois qu'il aura acquis son autonomie financière. Au fond, ce ne sont pas les conséquences matérielles attendues d'un fléchissement des solidarités, d'un manquement communautaire, qui incitent un individu ou un groupe d'individus à soutenir ses proches, mais le souci de rayonnement de la communauté.

#### **4.2.2 Organisations endogènes d'aide au financement des activités socio-économiques des acteurs : solidarité communautaire**

Les associations financières endogènes au Cameroun sont très dynamiques et très nombreuses. En effet, entre 1985 et 1986, près de la moitié de la population du Cameroun participait à au moins une tontine (Sandretto, Tiani, 1993). Leur succès s'explique par les carences actuelles du système financier formel, par leur organisation efficace et leur capacité d'adaptation très rapide par rapport aux modifications de l'environnement économique.

Les associations financières endogènes s'organisent selon un schéma complexe où le social et l'économique s'imbriquent pour former un système à la fois flexible dans l'offre des services, et rigoureux dans la gestion et le contrôle de son fonctionnement. Les associations financières répondent à la fois aux besoins économiques, aux besoins

des dépenses sociales (éducation, funérailles), et aux besoins d'assurance sociale (maladie, naissance, décès).

#### **4.2.2.1 Les caractéristiques des associations financières endogènes**

Les associations financières endogènes sont structurées sur des bases communes clairement déterminées dans le règlement : pour chaque service financier proposé, des montants minimum et maximum de cotisation, de dépôts, de prêt ou de dépense. Les membres désignent un groupe de responsables pour assurer le bon fonctionnement de l'association et le respect du règlement. Les associations financières, devant couvrir les besoins financiers très diversifiés des ménages (activités professionnelles et obligations sociales), proposent trois types de services financiers spécifiques : les caisses de secours pour l'assurance sociale, les tontines pour l'épargne de précaution sociale et les caisses d'épargne pour l'épargne à caractère social et l'investissement.

##### **4.2.2.1.1 Les caisses de secours**

Les caisses de secours sont destinées à protéger ou soutenir les membres de l'association ou des personnes de leur entourage familial lors de certaines circonstances bien définies à l'avance dans les règlements de l'association et selon un barème prévu dans le règlement intérieur de l'association. Elles jouent le rôle d'assurance sociale, de sécurité sociale. Le financement des caisses de secours est assuré par les membres des associations eux-mêmes. Les contributions s'effectuent sur une base annuelle (de janvier à décembre) et sont fixées à l'avance contrairement aux tontines et caisses d'épargne. Les contributions annuelles varient en fonction des zones puisqu'elles s'élèvent de 12 000 à 36 000 Fcfa sur Yaoundé, de 12 000 à 18 000 Fcfa sur la zone de Ngoumou et de 3 000 à 6 000 Fcfa sur la zone de Nguélémdouka. En fin de cycle, si la caisse de secours n'est pas totalement dépensée, il peut y avoir redistribution du solde aux membres mais généralement une partie est conservée pour la continuité de fonctionnement de la caisse en cas de nécessité en début d'année (au début d'un nouveau cycle).

Elles couvrent ainsi financièrement les décès, les maladies et les naissances qui surviennent chez un membre ou dans sa famille. Mais, certaines dépenses importantes, telles que les mariages, entraînent une participation exceptionnelle des membres via un système de cotisation à main levée avec un barème préétabli.

Les funérailles sont ainsi prises en charge par la caisse. Les associations distinguent leurs membres et leur famille pour les rétributions. Les donations suite à un décès sont les plus importantes de toutes et sont plus importantes pour un membre de l'association que pour le restant de la famille. Les aides financières en cas de maladie sont destinées à l'achat de médicaments, aux frais de consultation auprès du centre de santé de la ville ou du guérisseur traditionnel. Elles sont moins importantes que celles des décès mais elles n'en constituent pas moins un soutien non négligeable pour les frais de santé. Les naissances sont les événements les moins subventionnés par les caisses de prévoyance, encore moins que les maladies. Les frais de transport qui sont nécessaires pour assister aux funérailles dans les villages d'origine des membres urbains d'association sont pris en charge par des caisses obligatoires d'épargne des associations : les caisses transport. Ces dernières existent au niveau des villes et non en milieu rural.

##### **4.2.2.1.2 Les tontines**

La tontine, épargne de précaution sociale, est une association de personnes qui, unies par des liens familiaux, d'amitié, de profession, de clan ou de région, se retrouvent à des intervalles plus ou moins variables afin de mettre en commun leur épargne en vue



de la solution des problèmes particuliers ou collectifs. Les tontines sont des épargnes de précaution sociale car elles permettent de mettre une partie de l'épargne accumulée à l'abri des convoitises et des obligations sociales.

Cette définition est proche de celle donnée par Bouman (1977) qui explique que « les tontines sont des associations regroupant des membres d'un clan, d'une famille, des voisins ou des particuliers, qui décident de mettre en commun des biens ou des services au bénéfice de tout un chacun, et cela à tour de rôle ».

D'après Soedjede (1990), ce sont des épargnes endogènes qui existent sous trois catégories : tontine mutuelle, tontine commerciale, ou tontine financière. Les tontines mutuelles, qui recevront l'appellation d'associations rotatives d'épargne et de crédit (Arec) par Bouman, sont des fonds d'épargne rotative généralement à cotisation fixe dont les levées bénéficient à chacun des sociétaires selon une certaine périodicité avec un ordre préétabli, mais révisable. Dans certaines tontines, le montant des cotisations n'est pas fixe mais est fonction de la capacité à contribuer de chaque membre. Dans ce cas, chacun reçoit en proportion de ce qu'il a donné. Il annonce donc dès le début du cycle, le maximum qu'il souhaite recevoir.

#### *4.2.2.1.3 Les caisses d'épargne*

Les caisses d'épargne sont des épargnes d'investissement à objet social. Elles permettent de faire face à des dépenses importantes imprévues ou à des investissements grâce à leur système de prêt. Ces caisses d'épargne sont distinctes des tontines et des caisses de secours. À partir du moment où les membres se sont acquittés du financement des caisses obligatoires (caisses de secours, de transport), ils peuvent décider de mettre de côté le montant qu'ils souhaitent pour se constituer une épargne. La caisse d'épargne sert à octroyer des crédits à ses membres à partir des fonds collectés. Mais des personnes extérieures peuvent aussi demander des autorisations d'emprunt à condition d'avoir un membre de l'association qui se porte garant. Les conditions de crédits sont variables d'une caisse à l'autre mais il s'agit généralement de crédits de court terme (maximum 3 mois, le plus souvent 1 mois) et les emprunts sont accordés en général à hauteur des contributions versées par le demandeur. En cas de demande d'emprunt supérieure au montant total versé par le demandeur, l'emprunteur doit avoir un garant membre de l'association. Si, au cours d'une réunion, l'offre en crédits est supérieure à la demande, l'argent est conservé à la maison ou placé dans un compte de l'association à la banque.

Il existe de grandes variations de contributions qui traduisent leur diversité et leur flexibilité. Mais les prêts alloués aux membres de l'association plafonnent à des montants relativement modestes. Le taux d'intérêt appliqué varie entre 5 et 10 % par mois. Le montant total annuel dégagé par les intérêts est en général réparti entre les épargnants au prorata de leurs épargnes.

Afin de faire respecter la discipline dans ces associations financières, des amendes pénalisent les membres pour les retards de paiement et même l'absentéisme aux réunions. En cas de non remboursement des emprunts auprès de la caisse d'épargne, la plupart des directeurs des associations financières précisent que les biens des débiteurs sont alors confisqués. De plus, ces derniers en cas de non remboursement risquent de ne pas recevoir l'aide de l'association en cas de bonheur/malheur sur laquelle ils comptent via la caisse de secours.

Parfois les membres de ces associations financières font en plus de la caisse d'épargne ordinaire, d'autres caisses d'épargne pour des occasions très précises. Ce type d'épargne concerne des épargnes à objet social car elles permettent de mettre une partie

de l'épargne accumulée à l'abri des imprévus et des convoitises de la vie courante. La plus importante est la caisse scolaire dont la cassation a lieu en septembre. Elle permet ainsi d'obtenir en grande partie l'argent nécessaire pour l'inscription des enfants à l'école et pour l'achat des fournitures scolaires. Mais il est à noter que dans ce type de caisse les dépôts sont libres et aucun emprunt ne peut être réalisé sous le couvert de ces caisses.

#### **4.2.2.2 Raisons du succès et de la pérennisation des associations financières endogènes**

Les systèmes financiers endogènes sont assez diversifiés pour assurer non seulement le soutien d'activités professionnelles, mais aussi pour répartir les risques. Ils sont suffisamment flexibles pour gérer les revenus de montants et de fréquences variables de ses membres. Il est adapté aux différents niveaux de revenus des ménages. Il assure aussi de nombreuses prestations sociales afin de prévenir et limiter les effets sur les cotisations des membres des nombreux cas de besoins sociaux (naissances, maladie, funérailles, etc.). Le fonctionnement des associations fait appel aux valeurs de confiance, de solidarité et de prévoyance.

##### **4.2.2.2.1 Adaptation face aux besoins et aux contraintes des ménages**

Chaque association regroupe plusieurs services financiers (caisses de secours, tontines et caisses d'épargne), mais elle les adapte en fonction des besoins de ses membres. Ces ajustements sont très souvent établis sur la base du revenu des membres (revenus élevés ou revenus faibles) ou sur des critères propres à l'association (association de quartier ou regroupement par type d'activité). Les associations financières ont une structure très rigoureuse qui inclut très souvent les trois services financiers. La diversification des prestations de services permettent aux associations de répondre aux exigences des ménages : la répartition des risques et la couverture de leurs besoins sociaux et financiers.

Dans le contexte actuel d'incertitude et de pauvreté, les ménages adoptent une stratégie de minimisation des risques. L'organisation des associations financières permet aux membres de répartir les risques de faillite de chaque association et les risques de défaillance de chaque membre. De plus, l'accumulation de ressources financières basée sur l'épargne régulière et soutenue nécessite un choix de sous-consommation par les acteurs. L'objectif d'accumulation à court terme est tempéré par un objectif de sécurité de revenus à long terme.

Les personnes en milieu urbain s'inscrivent en général dans plusieurs associations à la fois. Ce système de participations multiples permet à chaque membre de se prémunir financièrement contre d'éventuels risques de liquidation et de multiplier les possibilités d'emprunts ou de recouvrement. Concernant les détaillants, très souvent ils adhèrent à une association financière et à différentes simples tontines ou en s'inscrivant plusieurs fois dans la même tontine. Le système de participations multiples est aussi rendu possible pour les ménages les plus pauvres par des cotisations de montants parfois très faibles et surtout variables. La possibilité de cotiser des sommes variables constitue la grande originalité du fonctionnement des associations financières. Si les associations financières ont des cotisations fixes et déterminées à l'avance concernant les caisses de sécurité sociale, elles permettent aux membres de varier leurs cotisations dans les autres services proposés. Ce système est ainsi adapté aux contraintes des ménages.

Tandis qu'en milieu rural, où les liens entre les individus sont plus anciens et donc plus importants, les personnes n'adhèrent généralement qu'à une seule véritable association (40% des personnes rencontrées sur la zone de Ngoumou et 80% des

personnes rencontrées sur la zone de Nguélémdouka) sinon elles adhèrent en plus à une association familiale ou une association issue d'un groupe de travail (30% des personnes rencontrées sur la zone de Ngoumou), ces dernières ne regroupent pas plus d'une dizaine de personnes.

Mais, les associations financières sont avant tout destinées à répondre à une couverture des besoins nombreux et variés des ménages. Comme dans le cas de la répartition des risques, les besoins sociaux et financiers des ménages sont couverts parmi l'ensemble des associations et entre les services financiers de chaque association. En effet, certaines dépenses sociales telles que le décès d'un membre, le décès d'un parent, la naissance ou la maladie obéissent à un règlement et des cotisations précises. De plus, ces associations financières endogènes donnent la possibilité à de nombreuses femmes de trouver une source de financement pour leurs activités, ce qui fait dire à l'économiste Gérard Tchouassi :

*« Face aux divers problèmes économiques, familiaux et amicaux urgents qu'elles doivent résoudre promptement et relativement aux revenus faibles, modestes et précaires dont elles disposent [...], elles se rendent compte que la seule façon d'épargner, de se priver d'une partie régulière de leur revenu à titre temporaire, c'est d'adopter une habitude d'épargne, c'est d'adhérer au moins à un système financier endogène, lequel les soumettrait à une contrainte d'épargne ».*

#### **4.2.2.2.2 Assurances internes des associations pour leur durabilité**

Au fur et à mesure, les associations financières se sont adaptées aux exigences de leurs membres et ont acquis la capacité à pouvoir répondre aux multiples besoins sociaux et financiers. L'effet d'apprentissage revêt une grande importance dans la mise en place de l'organisation des associations. Les conséquences de la crise ont aggravé l'environnement des associations financières. Les escroqueries, les défaillances des membres et la faillite de certaines associations se sont multipliées et tout cela a entraîné la mise en place progressive de procédures de contrôle social et financier. Ces procédures ont permis d'assurer l'intégrité et la sauvegarde des associations.

##### **1. Liens sociaux et pression sociale**

Les associations financières sont avant tout des associations de proximité. Il n'existe pas d'association où les membres ne sont pas liés entre eux par au moins une affinité commune. Elles se caractérisent par leur regroupement par affinités sociales et par leur forte intégration sociale.

Le bon fonctionnement des associations réside dans la confiance des membres les uns envers les autres d'où la nécessité d'une connaissance mutuelle. La participation au système financier suppose des contacts réguliers et approfondis des adhérents dans le cadre des réunions périodiques. Au cours de ces dernières, ils discutent de leurs projets ou de leurs problèmes respectifs. Autrement dit le groupe connaît à peu près la situation de chaque individu et peut donc évaluer le réel niveau de difficultés d'une personne en cas de défaillance à l'association. La confiance acquise au sein du groupe n'est pas définitive, elle se cultive tous les jours. Une défaillance volontaire à la tontine d'un des membres peut le conduire, lui et sa famille, à être marginalisé par le groupe.

En milieu urbain, une multitude de critères peuvent être à la base de la création des associations financières endogènes, mais elles peuvent être catégorisées en trois grands types :

- associations de lieu de résidence, type membres d'un quartier (associations inter-ethniques)

- associations de région d'origine, type association de ressortissants du même village, du même district voire de la même région (associations intra-ethniques)
- associations d'activité commune, type associations à caractère religieux, professionnel ou culturel (associations inter-ethniques)

Par conséquent, en ville, le critère ethnique permet de reconstituer les communautés immigrées. L'origine géographique permet de renforcer la cohésion des membres issus d'un même lieu de naissance et de mieux gérer les déplacements au village d'origine lors de funérailles. Et le critère socioprofessionnel permet aux membres d'atteindre des objectifs comparables et d'homogénéiser le profil des membres. Mais, la majorité des associations auxquelles adhèrent les commerçants sont de type inter-ethnique. Ainsi ils se défont des contraintes et du poids de la famille traditionnelle et peuvent ainsi dénoncer un problème en ayant recours à la justice. En effet, à la faveur de la loi N° O53 du 19 décembre 1990 sur la liberté des associations au Cameroun la grande majorité des associations financières endogènes s'est légalisée.

En milieu rural, l'âge constitue un critère important puisqu'il y a des associations de jeunes issus de groupes d'entraide pour les travaux champêtres d'où une force de travail plus importante que le groupe de leurs aînés. Il faut remarquer qu'en milieu rural la solidarité communautaire est très importante. En effet, les producteurs unis dans des groupes d'initiative commune le sont également dans des organisations financières endogènes, d'où une association sur le plan financier et sur la force de travail (entraide entre les producteurs). Cette association l'est également pour les non membres de GIC. Mais sur les deux zones étudiées, deux cas de figure ont été identifiés. Tout d'abord, dans la zone de Ngoumou, la formation des GIC est indépendante des associations financières qui existaient au préalable. En effet, les membres des GIC n'appartiennent pas tous à une association financière supérieure regroupant plus d'une centaine de personnes. Mais tous les GIC ont créé des associations financières inhérentes à leur GIC d'où un renforcement des liens entre les membres du GIC. Tandis qu'à Nguélémdouka, les GIC sont issus d'organisations financières de grande taille d'où la mise en place de GIC de très grande taille. Il y a donc une solidarité moins importante dans cette zone que la précédente car les travaux champêtres ne se font pas avec la totalité des membres mais seulement avec quelques membres d'où la mise en place de sous-groupe à l'intérieur des GIC. Cette stratégie existait au préalable dans les groupes d'entraide. Il n'y a pas donc pas dans cette zone de vision stratégique des GIC en tant que telle dans la zone de Nguélémdouka à part celle d'attirer des financements des bailleurs de fonds. Alors qu'à Ngoumou, la stratégie initiale mise en place est basée plus sur la démultiplication de l'information concernant les techniques culturales via les encadreurs agricoles. Cette étape étant réalisée et bien intégrée, les GIC se sont organisés pour des stratégies de transformation commune. Cela permet en cas d'arrivée d'un acheteur sur la zone de trouver le produit escompté et ainsi de pouvoir passer un contrat de confiance avec les producteurs. Mais les GIC de cette zone non pas encore de vision stratégique de commercialisation en commun vers des marchés extérieurs à la zone de production (vente individuelle de bâton sur Yaoundé).

## 2. Structuration forte

Chaque association est structurée autour d'un président chargé du respect du règlement, d'un secrétaire responsable des archives et d'un trésorier responsable des comptes. Cette organisation a permis d'introduire et de faire respecter un certain nombre de mesures préventives et répressives destinées à assurer le bon fonctionnement du système : le parrainage, le droit de saisie des biens, le régime des amendes et les

intérêts. Bien que situées dans l'informel, beaucoup d'associations se déclarent auprès d'une administration locale afin de pouvoir recourir à la loi en cas de problème avec l'un des membres.

Les associations réclament le plus souvent la signature d'un garant pour appuyer les demandes d'inscription des candidats qui doivent bien entendu être capables de participer financièrement à l'association. La plupart des règlements stipulent qu'en cas de non-paiement, les biens des personnes concernées seront confisqués. Le régime des amendes est très bien légiféré et il alimente un compte à part dans la comptabilité. Les délais de remboursement des emprunts sont convenus à l'avance et le droit de confiscation des biens, ainsi que la garantie d'un autre membre, assurent contre les risques de non-paiement.

#### **4.2.2.3 Des IMF se comportant comme des associations endogènes**

La naissance des Mutuelles Communautaires de Croissance (MC<sup>2</sup>) a indiqué la voie de la bancarisation des tontines pour en faire un véritable outil de développement au Cameroun. Les MC<sup>2</sup> sont en fait des micro-banques qui bénéficient de l'appui technique et financier de l'ONG Appropriate Development for African Foundation (ADAF), de l'Afriland First bank et de la Société Africaine d'Assurance et de Réassurances (SAAR). La particularité des MC<sup>2</sup> est d'associer aux techniques modernes de gestion des institutions financières les valeurs socioculturelles de pratiques tontinières. Les MC<sup>2</sup> apparaissent ainsi comme des structures tontinières aux pratiques hybrides. Banque internationale de droit privé camerounais, l'Afriland First Bank joue le rôle d'auditeur des MC<sup>2</sup> auprès des autres institutions financières. Elle assure le transfert des fonds des MC<sup>2</sup>, en reçoit les dépôts et facilite l'articulation entre les MC<sup>2</sup> et le système bancaire national et international, la sécurisation des avoirs financiers des MC<sup>2</sup> et le contrôle des opérations.

Mais malgré cette forme organisationnelle d'institut de microfinance, il y a un faible intérêt des institutions de la microfinance à répondre favorablement aux demandes de crédits aux exploitants familiaux de produits agricoles périssables. Les principales raisons à cette situation sont le coût élevé du traitement administratif des dossiers, la perception élevée du risque associé, l'absence de garanties et l'asymétrie de l'information (informations non disponibles ou peu fiables à la fois sur la viabilité du projet emprunteur et sur son promoteur ou gestionnaire).

Une meilleure connaissance de la filière des racines et tubercules par les institutions de microfinance permettrait de mieux asseoir une bonne politique de crédit et d'épargne (la demande, calendrier de production, compte d'exploitation, flux de trésorerie). Il pourrait aussi être mis en place la création d'un espace de négociation dans lequel les producteurs s'organiseraient pour négocier avec les structures de microfinance : sur la création d'un crédit de campagne adapté aux conditions des racines et tubercules, et l'implantation de ces structures dans un certain nombre de sites dans chaque bassin de production, de façon à être le plus proche possible des producteurs.

### **4.3 FACE AUX PROBLEMES D'APPROVISIONNEMENT DES MARCHES : COORDINATION DES ACTEURS ET STRATEGIES DE VENTE**

Comme il a été précisé au préalable environ 20% des commerçants enquêtés ont un problème d'approvisionnement en produits. Ceci s'observe sur les marchés dans les bousculades qui accompagnent très souvent le déchargement des véhicules ramenant les vivres. Mais le défaut d'approvisionnement, qu'il soit saisonnier ou ponctuel, a pour



conséquence une instabilité des prix à la consommation ce qui peut avoir des effets temporaires sur la sécurité alimentaire des ménages urbains et notamment des plus pauvres d'entre eux.

### **4.3.1 Stratégies d'adaptation des producteurs**

Les stratégies d'adaptation des producteurs face aux problèmes d'approvisionnement des marchés peuvent être issues d'initiative commune mais le plus souvent elles sont à caractère individuel. Deux grands types de stratégie ont été identifiées : la vente groupée et la fidélisation à un acheteur.

#### **4.3.1.1 Coordination horizontale**

Au cours des entretiens effectués sur les marchés, aucun cas de stratégie commerciale en commun des producteurs n'a été rencontré. Tandis que les stratégies de production (champs communautaires, entraide) et de transformation (entraide) sont courantes, que les producteurs fassent ou non partie d'un GIC.

Cependant, des initiatives de commercialisation en commun de producteurs existent concernant la filière manioc. En effet, la rencontre avec des responsables de l'organisation non gouvernementale Organisme de Développement, d'Étude, de formation et de Conseils (ODECO) nous a permis de prendre connaissance du cas de la commercialisation collective de bâtons de manioc du GIC Nnem Mbock de Ngalli II. Ce groupe a son siège dans le village de Ngalli II situé à 28 km de Yaoundé.

Le groupe Nnem Mbock comporte un bureau exécutif, un comité de solidarité (même fonctionnement qu'une caisse secours) et un comité de commercialisation. Ce comité de commercialisation est composé de trois femmes élues pour deux ans et chargées de commercialiser les produits du groupe. Les produits vendus de manière groupée de ce GIC sont essentiellement les bâtons de manioc. Les autres denrées sont commercialisées de manière individuelle car la production n'est pas importante.

Traditionnellement, les femmes vendent individuellement leurs produits au marché de Nkometou se trouvant à 8 km du village, particulièrement le dimanche qui est le grand jour de marché. Chaque producteur prépare ses produits. Pour réduire les coûts de transport, les producteurs peuvent s'organiser pour se rendre ensemble au marché afin de remplir un car ou une pick-up (250 Fcfa/filet de 100 bâtons) au lieu de se rendre seule sur le marché en moto (500 Fcfa/filet de 100 bâtons).

Mais face aux difficultés rencontrées par certains membres (saturation du marché local pour le manioc frais avec chute des prix, maintien d'un prix important du transport, manque de liquidité), le GIC a décidé de mettre en place un champ collectif de manioc avec commercialisation collective des produits issus de ce champ. De plus, pour commercialiser son produit sur le marché, le producteur doit avancer de l'argent que ce soit pour acheter le matériel nécessaire pour sa confection (feuilles de marantacées pour les bâtons) ou son conditionnement (sacs, filets, bacos), pour transporter les produits et louer un espace de vente sur le marché. Les bâtons de manioc vendus collectivement sont réalisés à partir du manioc provenant du champ communautaire du groupe et non des champs individuels des membres. Toutes les opérations de la production à la transformation du produit sont réalisées de manière rotative par l'ensemble des producteurs. Les bâtons sont vendus à Yaoundé (marché de Mfoundi). Le GIC a identifié des transporteurs avec lesquels a été signé un contrat de transport selon lequel le transport coûte 300 Fcfa/filet de 100 bâtons en car ou « OPEP » de Ngalli 2 à Yaoundé (au lieu du prix de 350-400 Fcfa normalement) et la quantité minimum transportée est de 10 filets pour l'« OPEP » et 30 filets pour le car Hiace.



Avant d'aller vendre leurs produits sur ce marché, les membres ont prospecté le marché, pris contact avec quelques acheteurs sur place. A l'issue de ces négociations et ont noué des relations avec cinq acheteurs de bâtons de manioc. C'est sur la base de leur entente verbale que les femmes livrent les bâtons le lundi et le jeudi. Elles sont payées en espèce immédiatement après vérification de la livraison (comptage).

L'avantage de vendre à des acheteurs préalablement identifiés est une durée d'attente pour vendre la marchandise ne dépassant pas une heure, juste le temps de vérification des quantités et du paiement. Les négociations sont faites à l'avance ce qui fait que le jour convenu le comité de commercialisation fait tout simplement la livraison. Tandis que la vente aux revendeurs sans accord préalable a de nombreuses contraintes. En effet, dans ce cas de figure, le temps pour les négociations est souvent long et très souvent du fait de leur manque d'avoirs elles ne paient pas tout de suite. Il faut parfois attendre 2 à 3 heures, le temps qu'elles aient vendu la quantité de bâtons nécessaire pour régler le livreur. Cependant, la vente avec négociation à l'avance a comme désavantage la vente à un prix fixé sans tenir compte des conditions du marché du jour de livraison. Or le prix fixé est sur les bases d'une situation d'abondance de bâtons sur le marché. Donc il y a un manque à gagner en comparaison avec la vente avec négociation (perte de 700 Fcfa par filet de 100 bâtons).

Au retour du marché, l'argent est mis dans la caisse du GIC. Une partie (10%) servira comme fond de roulement pour le fonctionnement du GIC. Le reste est mis de côté dans une caisse dans laquelle les membres peuvent retirer l'argent, au prorata des jours travaillés dans le champ communautaire, pour financer leurs activités de production et de commercialisation individuelles.

La fonction de « compte courant » mise en place par le GIC a permis de résoudre le problème des besoins financiers des membres pour commercialiser leurs produits individuellement. Mais le problème de surproduction demeure : les femmes ne peuvent faire face au manque de débouchés pour le manioc frais sur le marché d'où la vente individuelle des producteurs du manioc sous forme de bâtons.

#### ***4.3.1.2 Fidélisation producteur-acheteur***

Cette fidélisation peut se faire soit au niveau de la zone de production, du village avec des collecteurs soit au niveau des marchés urbains avec des revendeurs ou des grossistes.

##### ***4.3.1.2.1 Fidélisation producteur-collecteur***

La fidélisation entre producteur et collecteur se caractérise par une fixation des prix d'achat dont la variation saisonnière est moins importante que celle des prix de vente. Les prix sont variables en fonction des possibilités de commercialisation des producteurs directement sur les marchés urbains et en fonction des informations dont il dispose. Par exemple, la Fédération des unions de GIC de la Méfou et Akono (FUGIMA) de Ngoumou, dont les membres commercialisent leurs bâtons de manière individuelle, à la fréquence d'une à deux semaines, s'était fidélisée avec un collecteur qui était l'intermédiaire d'un importateur de bâtons sur la France à raison d'une vente à 50 Fcfa par bâton de 250 g soit le prix le plus courant auquel ils vendent leurs bâtons sur Yaoundé. Tandis que le prix d'achat des collecteurs auprès des producteurs ne venant que rarement sur les marchés urbains de Yaoundé ne sont que de 25 Fcfa par bâton. Or avec un tel prix les membres de la FUGIMA préfèrent aller vendre directement leur marchandise sur Yaoundé.

Les collecteurs passent des commandes pour que les producteurs aient le temps de faire rouir le manioc et de le transformer. La qualité est avec le prix pratiqué localement le caractère principal du choix de la zone. Par conséquent, le collecteur est intransigeant sur l'aspect qualitatif du produit et en cas de déficience le collecteur risque de rompre le « contrat » passé avec son fournisseur. Selon les quantités escomptées de produits transformés, le collecteur fidélisé peut passer par un ou plusieurs producteurs. Si les quantités sont importantes, le collecteur a pour stratégie de se fidéliser avec des producteurs organisés en association. Ainsi, il s'assure d'une bonne qualité du produit sous l'effet de la pression du groupe sur l'ensemble des producteurs. La vente à crédit peut aussi avoir lieu mais ne peut s'instaurer qu'après des commandes fréquentes et régulières le temps que la confiance s'instaure pour les producteurs. De plus, avec ce type de négociation des contrats oraux sont passés entre le collecteur et les producteurs qui fixent le prix à l'unité et la nature du produit. Les paramètres des transactions tels que le lieu de la livraison, la date de livraison et la quantité sont réajustables d'une commande sur l'autre (le lieu par les producteurs ; la quantité par le collecteur ; la date par le collecteur). Mais de tels accords sont surtout possibles à proximité des grandes agglomérations car en cas de rétractation de l'acheteur sur sa commande la présence d'un marché à fort débouché joue le rôle d'assurance. Le règlement peut être fait en totalité au moment de la livraison chez le producteur, ou une avance peut être faite au moment de la commande dont la valeur va du tiers à la moitié de la somme totale, le restant sera réglé au moment de la livraison. Cette demande d'avance faite par le producteur-transformateur lui sert d'assurance en cas de désistement de l'acheteur alors que le produit est confectionné. Plus le producteur se trouve dans une zone enclavée et plus il demandera au collecteur de faire une avance pour se prémunir du risque de rétractation.

Dans le cas des racines de manioc, le collecteur fidélisé n'habitant pas la zone de production passe sa commande par téléphone à un intermédiaire se trouvant sur la zone en lui indiquant la nature du manioc qu'il désire, la date où il viendra chercher la marchandise et la quantité. Dans ce cas de figure, le passage par un intermédiaire est nécessaire car ce type d'achat n'est pas régulier mais conjoncturel. Le collecteur arrive sur la zone la veille de la livraison afin de confirmer sa commande auprès des producteurs (pas de récolte si pas de confirmation de la commande d'où pas de perte de marchandise possible).

Les avantages pour les producteurs sont qu'ils n'ont pas besoin de s'éloigner de leur lieu de résidence, que les volumes sont consistants par rapport au marché local et que les frais de transport du village au lieu de commercialisation sont à la charge du semi-grossiste et donc les risques y afférant. Tandis que la fidélisation permet aux collecteurs de s'assurer d'une très bonne qualité de marchandise sous le coup de la menace. De plus, la vente à prix fixé a pour principal inconvénient pour le producteur de ne pas tenir compte des conditions du marché du jour de livraison. Or le prix fixé est sur les bases d'une situation d'abondance de produit sur le marché. Donc il y a un manque à gagner pour les producteurs en comparaison avec la vente négociée sur les marchés urbains de Yaoundé.

#### *4.3.1.2.2 Fidélisation avec des commerçants sur les marchés urbains*

La vente avec fidélisation entre producteurs-grossistes et commerçants basés sur les marchés urbains est différente de celle avec les collecteurs. En effet, dans le précédant cas, la fidélisation était synonyme de prix fixé. Tandis que dans ce cas, la fidélisation rime avec vente à crédit. Ce lien est d'autant plus fort qu'il existe un lien direct entre les acteurs en dehors de cette simple transaction (parenté, origine,

déplacement sur la zone de production). En effet, dans le cas des enquêtes au niveau de Ngoumou, 42,5% des producteurs reconnaissent avoir une relation fidélisée avec un revendeur de bâtons sur les marchés de Mvog-Mbi ou de Mokolo.

Les prix d'achat dépendent de l'approvisionnement du marché et peuvent être très variables sur une courte période pour les produits les plus périssables (bâtons et manioc) tandis que pour le macabo les variations de prix qui sont importantes (du simple au double) sont saisonnières. La vente fidélisée à un opérateur a de nombreux avantages. Tout d'abord, les volumes vendus par les producteurs sont consistants par rapport à leur marché local. De plus, le producteur ne perd pas de temps du fait de son assurance d'écoulement du produit. Enfin, le risque de se faire payer à un prix inférieur du prix du marché est amoindri. Si un tel cas de figure arrive et que le producteur l'apprend, il y aura perte de confiance dans cet acheteur et donc rupture du contrat tacite de livraison avec ce dernier. En cas de rupture de contrat, l'approvisionnement de ce revendeur sera donc plus difficile. Ce qui aura pour conséquence au niveau du revendeur, s'il veut garder son revenu mensuel stable, de se lever plus tôt pour avoir de la marchandise et donc une qualité de vie familiale moindre. Cependant, l'ensemble des risques de la commercialisation dus au transport est à la charge des producteurs. Les problèmes de transport (état des routes, état des véhicules) peuvent retarder l'acheminement des produits par les producteurs d'où un risque de perte de marchandise et de perte de sa valeur.

Cet accord fidélisé, qui est entretenu de manière commune par des présents faits de part et d'autre, est aussi une garantie de sécurité pour le commerçant du fait de la qualité du produit. Dans le cas contraire, il risque en effet de rompre l'accord ce qui s'accompagnerait de la perte des nombreux avantages qu'en retire le producteur. Ce type d'accord permet aussi au commerçant fidélisé de s'approvisionner à moindre frais du fait de l'achat à crédit de la marchandise. Le commerçant paye le producteur-grossiste après avoir vendu les quantités nécessaires pour s'acquitter de la somme due au producteur. Et si le commerçant n'a pas réussi à vendre assez de marchandise au moment du départ du producteur, il règlera le restant dans un délai de quelques jours. De plus, dans le cas des bâtons, avec ce type d'accord, le producteur-grossiste peut aussi envoyer sa marchandise sans l'accompagner sur le marché. Pour cela, il demande au chauffeur de livrer le colis à ce commerçant. Le délai de paiement de la marchandise est le même que précédemment. L'argent sera transmis par l'intermédiaire d'un autre producteur du village venu sur le marché ou du chauffeur qui a transporté la marchandise. Généralement dans le cas du macabo, il n'y a pas le même type de crédit (possibilité de départ sans la totalité de l'argent) que celui fait avec la vente du manioc. Ceci s'explique par le fait que le producteur vient de relativement loin et ne revient pas régulièrement au niveau des marchés et que les villages des zones de production importante en macabo ne sont pas couvertes par des lignes « OPEP » comme le sont les villages « manioc » entourant la ville de Yaoundé. Le transport public consiste à emprunter des agences de voyage puis à prendre une moto-taxi d'où un problème de sécurité des transferts de fonds. Par conséquent, le producteur peut rester deux à trois jours sur Yaoundé le temps d'être payé en totalité et sera logé dans ce cas de figure chez une parenté ou le commerçant.

#### **4.3.2 Stratégies d'adaptation des commerçants**

Les solutions endogènes face aux problèmes de liquidité et de sécurité sociale auxquels font face les commerçants ont été exposées précédemment. Cette partie s'intéresse plus particulièrement aux stratégies mises en place par les commerçants face aux problèmes d'approvisionnement des marchés et aux instabilités qu'ils impliquent.

### **4.3.2.1 Entente entre collecteurs et transporteurs**

L'insuffisance des moyens de transport confère au transporteur un rôle stratégique dans l'approvisionnement de la ville. Les transporteurs ont tendance à desservir de préférence les marchés d'accès facile ou situés à l'une des entrées de la ville (Mvog-Mbi, Essos, Mokolo). Cette préférence constitue une première catégorie de contraintes que les vendeurs des autres marchés de la ville doivent gérer.

Quelques transporteurs se sont spécialisés sur des tronçons difficiles et leur effectif réduit par rapport à la demande les place en position de pouvoir par rapport aux collecteurs bord-champ. Les relations entre le collecteur et le transporteur apparaissent comme un préalable à l'efficacité du système d'approvisionnement alimentaire des villes.

#### **4.3.2.1.1 Les stratégies collectives des collecteurs par rapport aux transporteurs**

Des facteurs tels que l'insuffisance des moyens de transport, la spécialisation des collecteurs sur certaines filières et sur certains circuits d'approvisionnement et surtout la faiblesse du capital et du fonds de roulement d'où de faibles quantités commercialisées ont pour conséquence l'harmonisation des stratégies des collecteurs concernant le transport des marchandises des lieux de collecte vers les marchés urbains.

Toutes ces raisons ont comme conséquence la mise en place de co-location de véhicule (ou groupage) dont le paiement se fait soit par colis, soit selon un forfait qui est établi par le transporteur en fonction du lieu de collecte (rentre en ligne de compte la distance et l'état de la route). Le choix du transporteur par les collecteurs se fait en fonction du tonnage du véhicule et du prix demandé. Le plus souvent les forfaits sont établis avec les gros porteurs (camionnettes, camions) tandis que les paiements au colis se font pour les véhicules de charge utile moins importante (minibus, pick-up). Il est à noter qu'au moment de la négociation les transporteurs fixent le nombre maximum de sacs qu'ils peuvent acheminer, tous les sacs supplémentaires seront payés au colis à un prix où l'économie d'échelle n'est plus intéressante pour le collecteur.

Les acteurs se mettent d'accord au préalable sur les quantités, le point de collecte, le marché de destination et une date théorique. En effet, les collecteurs réguliers qui se sont fidélisés sur une zone d'approvisionnement connaissent approximativement le temps nécessaire pour la collecte ou pour le ramassage de la marchandise. Une fois la collecte terminée (cas du fougou) ou la veille (cas du manioc), le collecteur appelle le transporteur pour qu'il se rende au lieu de ramassage convenu. Pour la collecte ponctuelle à plus grand volume (cas du macabo et du fougou), les collecteurs ont fixé une période à laquelle ils estiment avoir fini, puis une fois terminée la collecte ils appellent le transporteur pour qu'il puisse venir chercher la marchandise. Ils peuvent se permettre d'attendre quelques jours pour ces produits du fait de leur plus longue conservation.

Les collecteurs font généralement une avance sur la prestation de l'ordre de la moitié au 2/3 de la somme convenue ceci servant de garantie pour les deux parties. Cette avance est faite surtout dans le cas des gros porteurs. Elle permet ainsi au transporteur de faire face aux charges de carburant et aux tracasseries policières. Pour ce qui est des petits porteurs (maximum une tonne et demi de marchandise) le paiement se fait à destination. Les garanties pour le transporteur sont dans ce cas de figure les fréquences de leurs voyages sur la zone (ex : petits collecteurs de fougou au niveau des villages du Mbam).

#### **4.3.2.1.2 Les stratégies individuelles des collecteurs à l'égard des transporteurs**

Mais les limites de ces stratégies collectives (entente avec un ou plusieurs collecteurs, échange d'information, compatibilité de l'action collective) poussent les collecteurs à privilégier des logiques individualistes.

Les collecteurs sont des acteurs essentiellement individualistes dans leurs stratégies d'accumulation. Leur logique et leur stratégie dans la gestion du transport indiquent une certaine méfiance à l'égard du groupe dès que l'action collective est incompatible avec leurs stratégies personnelles. Par conséquent, la co-location des véhicules de transport est une pratique marginale par rapport à la location individuelle. Le recours plus fréquent au car de transport public confirme cette volonté d'individualisation. En revanche, le prix de cette autonomie est une plus grande dépendance vis-à-vis du transporteur. Les accords entre ces partenaires sont verbaux, donc basés sur la confiance. C'est dans une logique de sécurisation de la disponibilité du moyen de transport que les collecteurs ont des contacts avec plusieurs chauffeurs (de l'ordre de cinq à huit en général). Cette pratique n'est pas fonction forcément de l'importance du volume d'activité. Cependant, le volume d'activité détermine dans cette individualisation le type de véhicule choisi. C'est pour cela que les collecteurs à faible capital (50 000 à 120 000 Fcfa) font plutôt appel aux petits porteurs que sont les « OPEP », les motocyclettes et les cars des agences de voyage.

#### **4.3.2.2 Coordination entre grossistes**

L'approvisionnement irrégulier de la ville de Yaoundé s'accompagne d'une instabilité au niveau des prix sur les marchés de gros et de détail. Sur les douze grossistes rencontrés, neuf d'entre eux ont précisé au cours de la méthode par les scores que l'instabilité des prix est un problème pour leurs activités. Pour sept d'entre eux, ce problème est plus important au moment de l'abondance de l'offre. Au cours de l'entretien, un approfondissement a été réalisé auprès de ces grossistes pour connaître quelles sont selon eux les causes de cette instabilité. Les différentes raisons invoquées à cette instabilité des prix sont les prix de vente (5 cas), les prix d'achat (2 cas) et les quantités à l'approvisionnement (2 cas). Or, pour contrecarrer cette instabilité des prix, les grossistes reconnaissent se mettre d'accord sur les prix de vente des produits au niveau des détaillants et non sur les prix d'achat au niveau des collecteurs. Ce type d'accord est d'autant plus facile à mettre en place que les grossistes se trouvent tous au même niveau dans le marché. Mais ces accords verbaux sont lâches comme le précise cette réflexion d'un grossiste de macabo sur les pratiques de l'une de ses collègues : « Elle vend le baco trop bas. Elle casse le marché. ». En effet, la forte instabilité des prix en période d'abondance est souvent expliquée par l'augmentation des risques de pertes pendant cette période et donc des comportements de « bradage » des prix par les grossistes (Moustier, 1995). Il est à noter que ce type d'accord sur les prix de vente est également mis en place par les revendeurs de fufufu en fonction des tendances du marché. Ces accords sont faciles à réaliser du fait de la proximité des acteurs et de leur entraide au niveau des tontines.

#### **4.3.2.3 Fidélisation grossiste-revendeur**

Pour quelques revendeurs le capital initial a été fictif (2 cas sur 36 revendeurs étudiés). En effet, ils ont eu recours, en l'absence de revenu et de soutien familial, à un crédit sous forme de marchandise auprès des grossistes avec lesquels ils ont été mis en relation par une connaissance travaillant déjà avec ce fournisseur (la connaissance



servant ainsi de garant moral auprès du grossiste). Par conséquent, pour démarrer la vente au détail, il n'est pas nécessaire d'avoir de l'argent pour constituer le capital de démarrage. Il faut surtout avoir des bonnes relations avec les grossistes. Donc, ce n'est pas le capital financier qui est important, mais le capital social. Les relations avec les fournisseurs sont une question de bonne foi, de confiance et de respect des engagements. Tous les revendeurs interrogés qui travaillent ou ont travaillé avec un grossiste ou un semi-grossiste particulier ont bénéficié de crédit de la part de ce dernier. La généralisation de la pratique du crédit surtout dans les filières fofou de manioc et macabo peut s'expliquer par la logique de minimisation des risques de la part des grossistes. Le grossiste accorde des échéances de paiement pour ainsi conserver sa clientèle. En effet, ils précisent que les revendeurs sont les commerçants qui sont les plus vulnérables du fait de leur manque de moyens financiers comme le révèle la diminution des revendeurs pour le macabo et le fofou pendant la période de pénurie. Cette phrase l'indique bien : *« Si je fais le crédit aux bayam, c'est parce que ce sont mes clientes, mes « employeurs ». Et comme certains peuvent être bloqués un jour, il faut bien les aider de cette manière. »*. Pour d'autres, le crédit permet d'éviter une immobilisation du capital, *« il faut que l'argent travaille »*, et une détérioration de ce dernier avec celle du produit.

Les échéances de paiement sont variables selon les produits. Pour le manioc et le bâton de manioc, les délais de paiement vont de la journée à trois - quatre jours. Pour le fofou, ce délai va de la journée à une semaine et pour le macabo il est d'une semaine ou deux. Les délais de paiement s'adaptent donc à la nature du produit et à sa périssabilité. Ces échéances de paiement sont assez raisonnables et laissent le temps aux revendeurs d'écouler les marchandises. Ce crédit permet aux revendeurs de disposer de liquidités pouvant lui permettre d'investir dans la diversification de ses activités, en fonction de la situation du marché, ou de subvenir aux charges sociales les plus pressantes (santé, remboursement dans les groupes de tontine). En effet, il n'est pas rare de voir les revendeurs de macabo et de fofou (produits à la saisonnalité la plus marquée parmi les produits choisis) vendre d'autres produits pendant la période de pénurie. Pour les revendeurs de macabo, il s'agit surtout soit de produits saisonniers (safou, cerise, ...), soit de produits s'écoulant rapidement (manioc). Pour les revendeurs de fofou, ils se diversifient surtout dans la vente de produits secs (concombre, maïs, haricot, ...) pouvant se conserver longtemps ce qui minimise leurs pertes. Ce système de crédit pour les produits tels que le manioc et le bâton permet d'amortir l'impact des variations de l'offre et de la demande sur la trésorerie des revendeurs. La disponibilité même momentanée d'une petite trésorerie permet au revendeur d'affronter les variations erratiques de prix qui se traduisent généralement par une succession de pertes et de profits.

Malgré l'importance des rapports sociaux entre grossistes et revendeurs, il peut arriver que le revendeur choisisse de rompre définitivement ou momentanément la collaboration avec son fournisseur du fait d'un prix élevé proposé par le grossiste par rapport au prix du marché ou une mauvaise qualité de la marchandise proposée par le grossiste. Cependant, ces fidélisations grossiste-revendeur constituent une barrière à l'entrée des individus marginaux sans lien privilégié avec les protagonistes du marché. Elles expliquent le retrait de certains revendeurs du marché en période de pénurie : situation de baisse de l'offre et donc d'augmentation des prix à l'achat. En effet, le nombre d'emplacements réservés pour les revendeurs de fofou vacants est important sous les hangars des marchés pendant cette période de l'année.

Sans capital, ni fonds de roulement consistant, le revendeur doit faire preuve d'ingéniosité et d'habileté pour générer une marge bénéficiaire qui lui permette de faire face à ses obligations sociales et éviter les litiges et la rupture avec le grossiste



créancier. Leurs rapports sociaux avec le consommateur final vont de pair avec les techniques de vente.

#### **4.3.2.4 Logiques et stratégies de vente des revendeurs**

Les revendeurs doivent adopter les règles et les normes du marché pour se maintenir en activité (vendre en tas, en seau, faire le cadeau, et cotiser à la tontine). L'unité de vente du manioc frais et du macabo au détail est le tas. Pour le fufou de manioc, la vente en détail se fait avec des petits seaux. Tandis que la vente des bâtons se fait à l'unité (cf. unité de mesure locale dans la partie approvisionnement).



**Figures 60 et 61 : Tas de manioc (à gauche) et de macabo (à droite) sur les marchés de Yaoundé**

Pour ces détaillantes, la miniaturisation des unités de vente est une pratique usuelle dont la généralisation s'explique par une certaine rationalité. Cette pratique persiste car elle satisfait aussi bien le revendeur que le consommateur. Les explications et les justifications de cette pratique peuvent être classées en trois catégories. Il s'agit de :

- satisfaire la demande des clients les plus démunis qui n'achètent plus pour stocker, mais s'approvisionnent au jour le jour ;
- vendre plus vite en répondant à la demande de toutes les couches sociales, à toutes les catégories de revenus et à tous les niveaux de pouvoir d'achat ;
- maintenir les marges bénéficiaires aussi bien en situation d'abondance que de pénurie.

Le fonds de roulement des revendeurs est très faible. Il atteint rarement 30 000 Fcfa. Très souvent, ils utilisent l'argent de la ration alimentaire pour faire du commerce et augmenter le disponible pour nourrir la famille en espérant dégager un bénéfice qui permettra de cotiser à la tontine.

La contenance des mesures locales (seaux et sacs) de la vente en gros varie en fonction de la disposition dans le sac ou dans le seau. Ainsi s'explique la vigilance de ces revendeurs lors des opérations d'achat car cela aura une influence directe sur leur bénéfice ou non de la journée. L'essentiel de leur marge provient d'un jeu subtil dans la façon de constituer le tas de macabo ou de manioc. Elles jouent de la qualité du produit (état de fraîcheur), du nombre de pièces à vendre (augmentation en cas d'abondance et diminution en cas de pénurie) et du volume (petit tas ou gros tas, petit seau ou gros seau). Les prix indiqués à la distribution peuvent rester stables quelque soit le niveau de l'inflation, mais ce qui change, c'est le volume acheté.

Les détaillants manient le geste et la parole qui rassurent et réconfortent (les personnes âgées étant hélées de manière respectueuse « la mère » ainsi que les jeunes « mon beau, ma belle »). De plus, ils observent si les regards des potentiels acheteurs se posent sur leurs produits pour pouvoir les appeler. Au moment de l'achat, le consommateur réclame auprès du revendeur un cadeau. Le revendeur s'exécute et fait le cadeau. Cette pratique est généralisée car tous les revendeurs mettent toujours de côté les plus petits tubercules ou racines à cet effet. Concernant le fufou de manioc, le cadeau se fait par poignée de main qui peut être plus ou moins grande selon les quantités achetées par le client. Selon les estimations réalisées sur les marchés, les dons représentent pour le fufou de 5 à 10% de la quantité de la marchandise. Pour les bâtons, l'offrande se fait à l'unité mais n'est fait qu'auprès des gros acheteurs, que sont les vendeuses de poisson braisé sur les bords des routes ou les tenants de petite gargote, prenant les bâtons par dizaine. Il ne s'agit pas pour l'acheteur de compenser une perte ni pour le revendeur de combler le trop perçu. En effet, le cadeau exprime une relation sociale entre le revendeur et le client. Il est révélateur de la considération que ces partenaires ont l'un pour l'autre. Il a un caractère symbolique, mais remplit une fonction psychologique irremplaçable dans la fidélisation de la clientèle. Le « chantage inconscient » de dernier achat en cas de frustration de l'acheteur suite à l'absence de cadeau est pris très au sérieux par les revendeurs.

#### **4.3.2.5 Fidélisation revendeur-consommateur : les « assos »**

Un asso, diminutif d'associé, est une personne avec qui on développe des relations commerciales plus ou moins régulières. Pour tous les protagonistes des marchés, un asso est une personne à qui l'on vend et/ou l'on achète plus ou moins régulièrement des produits. Par conséquent, ce terme désigne soit un acheteur, soit un vendeur. Dans les marchés, un vendeur peut interpeller un client sous le nom d'asso, et ce dernier peut en faire de même. Il peut être utilisé par les vendeurs pour attirer l'acheteur potentiel, sans pour autant le connaître. Le terme peut être utilisé en tant qu'argument dans la négociation d'un prix, pour flatter l'interlocuteur.

Par conséquent, cette fidélisation revendeur-consommateur établit une sorte de contrat implicite, qui engage les deux parties à, d'une part s'approvisionner régulièrement auprès du commerçant et lui fournir ainsi un débouché, et d'autre part, à favoriser le consommateur par la fourniture de produits de meilleure qualité à des prix plus ou moins avantageux. En effet, les revendeurs de bobolo mettent de côté leurs meilleurs bâtons pour les vendre à leurs assos qui sont généralement des tenantes de petites gargotes ou des vendeuses de nourriture préparée sur le bord des routes (braiseuses de poissons). Et dans le cas où le produit n'est pas d'une bonne qualité, le revendeur lui indique une de ses collègues qui a eu la chance d'avoir un produit de qualité.

Selon des entretiens rapides auprès des assos des revendeurs rencontrés au moment des transactions, cette fidélisation a pour objectif de leur offrir une sécurisation de l'approvisionnement en terme de quantités, de qualité ainsi que des possibilités de crédit. Ce dernier cas n'a été rencontré qu'une seule fois sur la quinzaine de petits entretiens qui ont été réalisés auprès des consommateurs assos, il s'agissait en fait d'un vendeur-transformateur de bâtons de manioc qui venait s'approvisionner auprès d'un revendeur de manioc frais (exclusivité) avec un paiement d'une semaine sur l'autre en attendant que le transformateur-vendeur ait eu le temps de confectionner puis de vendre les bâtons de manioc sur les marchés de quartier. Cependant, pour certains assos, cette exclusivité n'est due qu'à la simple honnêteté ou convivialité du revendeur. De plus, la totalité des revendeurs reconnaissent avoir plusieurs assos. Mais la relation de confiance

qui se lie avec ces assos n'a rien à voir avec des considérations d'appartenance culturelle et ethnique mais selon des conventions marchandes de reconnaissance mutuelle entre l'acheteur et le vendeur (Temple et Dury, 2003).

Pour que le contrat avec l'asso soit effectif, il faut toujours lui acheter son produit. Mais dans la réalité, les consommateurs interrogés ont reconnu que cette obligation de régularité est relative et qu'ils leur arrivent de changer de fournisseur voir même d'asso. Selon une étude (Dury, 1999), environ une ménagère sur quatre a une asso pour le bâton de manioc et pour la racine de manioc, tandis que 15% des consommateurs ont un asso pour le macabo.

### **Intérêt de la mise en place d'un SIM pour les filières manioc et macabo ?**

Pour limiter les coûts de transaction et améliorer les allocations des ressources, le PNDRT a décidé de mettre en place un SIM afin de réduire les asymétries d'information entre les différents acteurs, surtout au niveau des zones enclavées. Le but de cette initiative est de contribuer, par le développement du secteur R&T, à l'amélioration de la sécurité alimentaire et des niveaux de revenus des pauvres des zones rurales. Le déficit informationnel constitue un handicap à la commercialisation des filières racines et tubercules surtout au niveau des zones enclavées. Souvent isolé, loin des circuits et n'ayant aucune information ni sur les prix, ni sur la demande, le producteur se trouve lésé dans sa discussion avec le collecteur. Il se trouve en position de *price taker*. De plus, les producteurs de ces zones se rendant sur les marchés urbains et n'y étant jamais allés au préalable sont en déficit d'information (asymétries d'information structurelle et conjoncturelle) et donc l'acheteur est en position de force au moment de la négociation du prix.

Pour permettre aux producteurs de ces « zones oubliées » d'améliorer leurs revenus et donc leurs conditions de vie, il faut que les informations diffusées puissent permettre de réduire le « gap » entre offre et demande de ces régions. Deux solutions sont possibles soit la demande s'accroît sur place du fait d'une augmentation du nombre de collecteurs soit les producteurs se rendent sur les marchés à forte demande : les marchés urbains. Dans le premier cas, il faudrait en réalité que le nombre de collecteurs spécialisés dans les R&T augmentent sur l'ensemble du territoire. Mais face aux risques importants que prennent ces collecteurs (individualisation), ceci n'est envisageable que si leurs coûts diminuent. Mais comme leur principal risque réside dans le transport (état des routes et des véhicules, tracasseries policières), il est peu probable que la diffusion des informations choisies ait une influence sur la limitation des risques de cette catégorie d'acteurs sans intervention de l'Etat. Dans le second cas, les risques seraient pris par les producteurs. Or face aux coûts importants que nécessite la commercialisation des R&T, la seule solution possible pour les producteurs est de faire des économies d'échelle passant par une commercialisation groupée. Mais la faible coordination horizontale des acteurs et le manque de compétences des OP au Cameroun sont des freins à ce type d'initiative. Par conséquent, pour que le PNDRT atteignent ses objectifs, il est nécessaire avant tout autre chose de renforcer les capacités d'organisation des petits producteurs de R&T, pour bâtir des organisations de paysans fortes et pour planifier et gérer efficacement le développement du secteur d'une manière intégrée, ouverte et durable.

Les informations sur les seuls prix au niveau des marchés ruraux ou urbains ne seront pas d'un grand intérêt sur les produits les plus périssables que sont le manioc et le bâton de manioc du fait des variations résiduelles ou irrégulières que les prix peuvent avoir en fonction de l'offre très variable d'une journée sur l'autre. De plus, les systèmes de communication informels mis en place par les acteurs pour le manioc frais et les bâtons de manioc sont très efficaces. Cependant, l'information des demandes pour l'exportation des *bobolo* pourraient permettre à certains groupes organisés de producteurs ou de transformateurs d'avoir de nouveaux débouchés. De plus, pour conquérir de tels marchés, l'aspect qualitatif est primordial. Par conséquent, ce genre d'information aurait un effet insitatif sur la qualité des produits. Pour les produits ayant des indices de saisonnalité plus tendanciels comme le macabo ou le fougou de manioc, des informations hebdomadaires sur les prix pourraient être intéressantes au niveau des producteurs sur leurs choix de vendre sur des marchés éloignés (centres urbains ou exportation) de la zone de production. Ceci est d'autant plus facile que leur conservation est plus importante, donc moins de risque de pertes au cours du voyage.

Mais d'autres types d'information sont nécessaires pour la bonne réalisation d'un tel choix. En effet, les producteurs ont besoin d'informations sur les coûts de transport des marchandises, les conditions (taxes et frais divers) d'accès au marché et surtout, pour les producteurs n'étant jamais allé sur de tels types de marché, des noms et des coordonnées de commerçants, acheteurs potentiels sur un marché d'approvisionnement donné. Ces dernières informations pourraient permettre aux agriculteurs de prospecter les marchés à distance. Des annuaires sont prévus mais ne seront disponibles apparemment que sous format électronique. Or en milieu rural, l'accès à l'information par cette voie est encore très limité. En effet la fourniture irrégulière ou inexistante d'électricité et le manque du développement des infrastructures dans certains des grands bassins de production de racines et tubercules sont des obstacles majeurs à l'usage de l'internet.

Les informations sur les itinéraires techniques de production devraient être fournies par les agents vulgarisateurs de zone présents sur les zones. La transmission de ce type d'information relève plus de la formation et, donc, l'apprentissage de manière visuelle et empirique est beaucoup plus efficace dans les zones rurales. Or dans la vision du PNDRT, le SIM devra être pris en charge à terme par une interprofession d'où la proposition d'informations sur les prix des intrants. Mais dans les zones de notre étude, les systèmes de culture de manioc et de macabo sont basés sur l'abattis-brûlis. Pour augmenter leur production, les agriculteurs ont une stratégie d'extensification plutôt que d'intensification (meilleure productivité, pas de pénurie de terres). Par conséquent, il est peu envisageable qu'à court terme les producteurs investissent dans les intrants.

Afin de transmettre en temps réel des informations de marché fiables et pertinentes, le PNDRT a décidé de mettre en place un SIM : souple, décentralisé et interactif, durable et à faible coût utilisant des réseaux de téléphonie mobile ; qui combine l'appui au commerce et au marché ; et qui serve de lien entre les paysans et les institutions de marché formelles.

Pour décentraliser l'information, l'ONRT a décidé d'implanter des points d'information commerciale agricole (PICA). Les PICA seront implantés à l'intérieur des marchés importants et actifs ciblés. Ces PICA locaux seront gérés par des conseillers commerciaux en partenariat avec les organisations locales (producteurs, transformateurs, commerçants, transporteurs, etc.), ou alors par les organisations locales elles-mêmes. Les conseillers commerciaux auront pour rôle de collecter mais aussi de diffuser des informations de marché, et d'assister les opérateurs économiques présents pour mieux commercialiser leurs produits.

Mais au cours de l'étude, il ressort un manque de compétences des OP au Cameroun et de coordination entre ces entités. Par conséquent, le développement d'une interprofession qui est nécessaire pour la pérennité d'un tel système se basant sur des PICA est peu probable à court terme (délai de 3 à 5 ans). De plus, le financement du SIM après la période de financement du projet par les bailleurs de fonds devrait être assuré par les retombées financières issues de l'utilisation massive de la téléphonie mobile. Or pour les mêmes raisons, il est logique d'émettre des doutes sur l'internalisation du SIM par les producteurs.

De plus, face aux problèmes d'incomplétude de marché (état des routes notamment), la mise en place initiale des PICA dans les principaux marchés du pays, donc les zones pas forcément les plus enclavées, ne risque-t-elle pas d'accentuer les différences entre les zones et entre les producteurs. En effet, les producteurs des zones les plus enclavées sont ceux qui ont les réseaux de couverture de télécommunication les plus faibles. Les producteurs les plus vulnérables n'ont pas de radio et donc encore moins de téléphone portable.



## CONCLUSION

Cette étude sur la commercialisation du manioc et du macabo s'intéressait aux modes et modalités de l'approvisionnement des produits que sont le manioc frais, le bâton de manioc, le fougou de manioc et le macabo sur les marchés de Yaoundé. Ces filières, non encadrées par l'Etat, ont des réseaux d'approvisionnement qui n'impliquent que des acteurs privés (producteurs, collecteurs, grossistes, revendeurs). Il y a une similitude dans la commercialisation des produits qui ont des temps de conservation analogue. C'est pour cela que le manioc frais et le bobolo, qui sont des produits plus rapidement périssables que le fougou et le macabo, ont des zones d'approvisionnement proches de Yaoundé avec des circuits majoritairement courts (producteurs-grossistes et revendeurs). De plus, ces zones se spécialisent dans ce type de production (ex : le pays Bassa pour les racines de manioc et la zone de Ngoumou ou de Batchenga pour les bâtons de manioc). Pour le fougou et le macabo, il y a également des zones d'approvisionnement bien déterminées même si pour le macabo cette spécialisation au niveau de la réserve du Dja (Nyong et Mfoumou ; Haut-Nyong) est en cours de réalisation. Ces zones d'approvisionnement sont plus éloignées de Yaoundé que les précédentes. En plus des opportunités de marché, ceci s'explique par leur plus longue période de conservation, par les habitudes alimentaires locales pour le fougou et par l'amélioration du réseau routier (ex : réfection de la route Yaoundé-Ayos en 2005). Du fait de l'éloignement des zones de production, l'approvisionnement de Yaoundé en fougou de manioc et en macabo se fait majoritairement par des circuits longs nécessitant donc des intermédiaires (collecteurs, grossistes) entre le producteur et le détaillant.

La commercialisation du manioc et du macabo a quelques contraintes. Elles sont de différents ordres : durée de commercialisation possible surtout pour le manioc, problèmes financiers des différents agents, problèmes d'approvisionnement des marchés dû principalement aux déficiences du transport (réseau routier et moyens de transport défectueux) ou manque d'information de certains acteurs.

Avec le développement progressif de la demande urbaine, l'ouverture des zones rurales sur l'extérieur et l'augmentation des besoins monétaires des populations, le développement des cultures de manioc et de macabo qui s'en est suivi les a fait passer du statut de cultures vivrières à celui de cultures commerciales. Pourtant leur production reste encore majoritairement familiale, avec des techniques traditionnelles sans recours ni aux intrants ni au crédit. La vente résulte alors d'un compromis entre deux objectifs contradictoires que sont la sécurité alimentaire de la famille et l'augmentation des revenus monétaires. Face aux rudes conditions de production, un système de petits crédits de campagne pour l'acquisition de matériels neufs et pour payer la main d'œuvre de défrichage et d'abattage des arbres pourrait alléger la pénibilité du travail. Mais pour les grandes zones de production, les problèmes cruciaux de la production du manioc ne sont pas ceux liés à l'augmentation des rendements ou à l'amélioration des techniques culturales. Les vrais problèmes se posent plutôt après la récolte au moment où il faut décider de la destination du produit.

Dans un contexte de forte demande et de désengagement de l'Etat, les collecteurs constituent donc la réponse au manque de structure commerciale. Intermédiaires obligés pour une grande partie des producteurs, les collecteurs profitent de la formation des prix en milieu rural qui dépend non pas du travail fourni ou des coûts de production mais de besoins précis (achats d'objets manufacturés, de vivres importés, cérémonies, scolarité). Ces prix sont en outre très variables selon les lieux. Cependant, ils doivent assurer de nombreuses charges (transport, taxes diverses, ...) sans compter les pertes dues au



mauvais état des pistes empruntées. De plus, ces collecteurs tiennent une place importante dans le secteur commercial car les relations qui ont été établies avec les producteurs permettent une certaine régularisation de l'offre et contribuent à ouvrir économiquement parlant des zones enclavées qu'ils sont les seuls à parcourir.

Ces filières ne souffrent donc non pas de l'incapacité des petits producteurs et transformateurs à accroître leur production mais de l'absence d'opportunité de le faire. Si bien que les techniques traditionnelles de production et de transformation, pour rudimentaires qu'elles paraissent, ne posent pas véritablement de problème. En fait, face à l'étroitesse des marchés dans les zones de production éloignées des grands centres urbains, la plupart des producteurs et des transformateurs qui vivent majoritairement dans l'arrière-pays, ne voient pas la nécessité d'augmenter leur rendement ou d'adopter les variétés améliorées.

Il ne s'agit donc pas directement d'un problème de production, mais de ces liens avec les autres maillons de la filière (transport, commercialisation) qui ont un rôle incitatif sur la production. Deux solutions sont envisageables soit d'acheminer la production en ville pour la commercialisation, ce qui impose d'améliorer les conditions de transport, soit pour le manioc de transformer la production sur place ce qui implique la mise en place de facilités de transformation.

Rien ne semble encourager le maillon essentiel qu'est le transport, que ce soit sur le plan institutionnel où des prélèvements de divers ordres sont importants ou dans son environnement. En raison du mauvais état des véhicules et des routes, des prélèvements policiers et du poids élevé des produits de manioc et de macabo, particulièrement les racines et tubercules frais et les bâtons de manioc, les coûts de transport sont très élevés. En fait, il se pose à la commercialisation de ces produits un important problème de moyens : moyens pour acquérir des quantités plus importantes de produits ; moyens pour renouveler le parc automobile ; moyens pour aménager les voies d'accès aux zones de production ; et moyens pour créer des structures de stockage et de conditionnement.

Les actions à entreprendre pourraient être envisagées dans l'amélioration des routes, l'allègement des prélèvements effectués dans le cadre des contrôles routiers, les facilités d'octroi de crédit et le renouvellement du parc de véhicules. L'amélioration du réseau routier est une opération très onéreuse et relève généralement de la compétence de l'Etat. Elle ne peut donc se faire que si ce dernier le juge prioritaire et en fonction du niveau d'endettement du pays. L'allègement des prélèvements excessifs opérés au détriment des transporteurs peut trouver un début de solution dans la suppression des barrages de police. Seuls fonctionneraient les postes de péage. Ici aussi, une telle mesure relève directement de l'autorité de l'Etat qui par une simple décision, réglerait le problème.

Pour résoudre le problème crucial d'acheminement de la production vers les centres de consommation, le développement des institutions de microfinance pourrait permettre d'accorder des crédits à court terme aux principaux acteurs de la commercialisation soit pour renforcer leurs fonds de roulement, soit pour acquérir des moyens personnels de transport des produits. Dans le cas des fonds de roulement, les acteurs ont développé de nombreuses stratégies d'adaptation à cette contrainte majeure allant de l'adhésion à des structures financières endogènes ou à la fidélisation verticale entre acteurs (fixation des prix, facilités de paiement ou crédit). Deux interventions d'échelle différente sont envisageables au niveau des marchés ruraux et du ravitaillement des grands centres urbains. Il serait envisageable de mettre à la disposition des agriculteurs des « pousse » qui pourraient être remorqués par des vélos via des crédits d'équipement. Ceci aurait l'avantage de régler le problème de transport

des producteurs éloignés de plus de 15 kilomètres des marchés de collecte et des marchés secondaires. Mais aussi d'alléger le transport de la production à tête d'homme pour l'ensemble des producteurs. Ces crédits devant être remboursés sur les revenus des ventes, l'appartenance à un GIC pourrait servir de caution auprès des organismes financiers. Il serait aussi envisageable de permettre aux agriculteurs de planifier la commercialisation par eux-mêmes des produits issus du manioc et du macabo via la location de véhicule par l'obtention de crédits. Il serait alors nécessaire que le groupe de producteurs ait un compte bancaire ou qu'il passe par une structure solvable qui en assure la caution.

Face au problème de périssabilité du manioc, les producteurs les plus éloignés des grands centres urbains sont obligés pour commercialiser leur manioc sans perte excessive de prolonger la durée de conservation de ce dernier du fait de l'état des routes plus qu'improbable dans certaines régions. La solution trouvée par les producteurs est la transformation des racines et tubercules. Cette transformation artisanale est une transformation à petite échelle non pas tant parce qu'elle produit peu, mais parce qu'elle manque d'opportunités. Elle manque de débouchés pour sa production qui est certes modeste mais qui sait répondre efficacement à des demandes ponctuelles. Mais les demandes extérieures ayant un caractère tellement irrégulier qu'elles ne peuvent pas permettre aux agriculteurs de planifier leur production. Les opérateurs impliqués dans la transformation traditionnelle souffrent dans les zones éloignées des grands centres urbains de l'absence d'acheteurs importants.

Donc en reliant la transformation à un marché, elle peut constituer un déclic pour la petite production paysanne. En effet, il suffit de comparer les cas de Ngoumou et de Nguélémdouka pour s'en rendre compte. Dans le cas de Ngoumou, les producteurs commercialisent en moyenne selon nos estimations 6 100 kg de manioc et de macabo dont 4 800 kg de manioc sous forme de bâtons de manioc. Tandis que dans le cas de Nguélémdouka, les producteurs ne commercialisent en moyenne que 2 300 kg de manioc et de macabo dont 960 kg sous forme de fufou. Deux possibilités sont envisageables dans le cas de la transformation : la formation des agriculteurs, qui ne le sont pas encore, aux techniques élémentaires de transformation, accompagnée de facilités pour les aider à acquérir des petites machines adaptées à leurs besoins et à leurs capacités de gestion, et le développement d'unités de transformation modernes qui pourrait permettre aux producteurs d'avoir un débouché sûr avec l'assurance d'un revenu fixe et régulier, des achats de quantités importantes quelle que soit la qualité du manioc et inciterait ainsi à l'augmentation des productions individuelles. De plus, cette contractualisation de l'agriculture favoriserait la professionnalisation des acteurs de la filière. Ceci aura pour conséquence une amélioration de la qualité des produits transformés au niveau du marché.

En outre, il serait intéressant d'améliorer les techniques existantes de transformation en utilisant des nouveaux équipements dans le but d'améliorer la productivité. Mais face au faible potentiel d'investissement des unités de transformation, la solution peut se trouver du côté des associations des petites unités de transformation. En effet, l'organisation en groupements présenterait plusieurs avantages : cotisation pour l'achat de matériel commun (faible coût par individu) ; diminution des heures de travail et élimination de certaines étapes pénibles de la transformation.

Enfin, le déficit informationnel constitue un handicap à la commercialisation des filières racines et tubercules surtout au niveau des zones enclavées. Souvent isolé, loin des circuits et n'ayant aucune information ni sur les prix, ni sur la demande, ni sur les

modalités d'accès aux marchés, le producteur se trouve lésé dans sa discussion avec le collecteur. De plus, les producteurs de ces zones se rendant sur les marchés urbains et n'y étant jamais allés au préalable sont en déficit d'information et donc l'acheteur est en position de force au moment de la négociation du prix. Mais pour que les producteurs voient leur pouvoir de négociation renforcé, il est nécessaire avant tout que les producteurs aient une plus grande accessibilité au marché d'où une plus forte demande. Par conséquent, il apparaît que le SIM servirait plus d'accompagnement au développement des producteurs que comme élément moteur initial.



## Bibliographie

Bell, A., Mück, O. et Schuler, B. (2000). *Les richesses du sol. Les plantes à racines et tubercules en Afrique : une contribution au développement des technologies de récolte et d'après récolte*. Allemagne : DES, ZEL et GTZ.

Bourgeois, R., Herrera, D. (1998). *Filières et dialogue pour l'action : La méthode CADIAC*. Montpellier : coll. Repères (CIRAD), 176 p.

Bowbrick, P. (1988). Are price reporting systems of any use? *British Food Journal*, 90 : 2, p. 65-69.

Bredeloup, S. (1989). *Négociants au long cours : rôle moteur du commerce dans une région de Côte d'Ivoire en déclin*. Paris : L'Harmattan, 318 p.

Delmas, P. (2006). Renforcer les « institutions de marché ». *Grain de sel*, 33, décembre 2005-février 2006, p. 25-26.

Direction de la Statistique et de la Comptabilité Nationale (2000). La consommation alimentaire au Cameroun en 1996. Données de l'enquête camerounaise auprès des ménages (ECAM). 283 p.

Dury, S., Bricas, N., Bikoi, A. (1999). *La consommation alimentaire à Douala et Yaoundé*. Rapport final ATP Cameroun Approvisionnement des villes. CIRAD, 60 p.

Dury, S. (2001). Analyse économique de l'alimentation des ménages dans les villes de la zone forestière du Cameroun. Méthodes et résultats préliminaires du projet Urbanfood. CIRAD, IITA, Yaoundé.

Dury, S. (2002). Highlights from urban demand studies. IITA/CIRAD, Document de travail.

Dury, S., Medou, J-C., Foudjem Tita, D., Nolte, C. (2003). Analyse du marché des racines et tubercules pour la consommation alimentaires au Cameroun. Communication au Symposium Foodafric, NRI-IMPM-MINREST, Yaoundé.

Egg, J., Galtier, F., Grégoire, E. (1996). Systèmes d'information formels et informels - La régulation des marchés céréaliers au Sahel. *Cahiers des Sciences Humaines*, 32 : 4, p. 845-868.

Fabre, P. (1994). *Note de méthodologie générale sur l'analyse de filière*. Document de formation pour la planification agricole n°35, Service de Soutien aux Politiques Agricoles, Division de l'Assistance aux Politiques. Rome : FAO.

Faivre Dupaigne, B. (2007). *Evaluation économique des politiques sur le secteur agro-alimentaire*. Cours Ecodev/IRC/CNEARC.

Foundjem Tita, D., Isseri, F., Dury, S., Temple, L., Robiglio, V. (2002). *Method for the quantification and spatialisation of urban supply flows : the case of fresh cassava roots in Yaoundé. Transporters survey – Final report*. Strategic Initiative on Urban and Peri-Urban Agriculture SIUPA Project in Yaoundé. Activity 8.

Fraval, P. (2000). *Eléments pour l'analyse économique des filières agricoles en Afrique sub-saharienne*. Paris : Ministère des Affaires étrangères. DGCID, 98 p.

Galtier, F. (2002a). Eclatement et incomplétude de la théorie des marchés. *Economies et Sociétés*, Série "Systèmes agroalimentaires", A.G., n°25, 9-10, p. 1655-1671.

Galtier, F. (2002b). *Information, institutions et efficacité des marchés - Trois filières céréalières d'Afrique de l'Ouest analysées comme des systèmes de communication*. Thèse de doctorat en « Economie du développement agricole et rural » Montpellier : ENSAM, 641 p.

Galtier, F., Bousquet, F., Antona, M., Bommel, P. (2002). *Les marchés comme systèmes de communication, une évaluation de la performance de différentes institutions de marché à l'aide de simulations informatiques*. Communication au colloque « Les systèmes agro-alimentaires localisés » (SYAL), Montpellier, 16-18 décembre 2002.

Galtier, F., Egg, J. (1998). *From price reporting systems to variable geometry oriented market information services*. Proc. Agri.Markets Beyond Liberalisation, Wageningen, 23-26 September 1998, 57th EAAE Seminar, 20 p.

Galtier, F., Egg, J. (2003). Le paradoxe des systèmes d'information de marché (Sim) : Une clef de lecture issue de l'économie institutionnelle et de la théorie de la communication. *Economies et Sociétés*, Série F "Développement". 41 : 7-8, p. 1227-1260.

Griffon, M. (1994). Analyse de filière et analyse de compétitivité. In : *Economie des politiques agricoles dans les pays en développement*. Paris : Revue Française d'Economie, p. 155-175.

Hugon, P. (1992). *La méso-économie institutionnelle et l'agriculture africaine : le cas de la filière coton*. CERED/LAREA, p. 193-210.

Institut nationale de la statistique (2006). *Annuaire statistique du Cameroun 2004*. Yaoundé : Rép. du Cameroun, 532 p.

Iyebi Mandjek, O., Moustier, P., Olinga Olinga, M. (2001). L'approvisionnement de la ville de Yaoundé en produits vivriers : l'organisation au cœur des ajustements. Document de projet ATP-CIRAD/INC, 21 p.

Jaffee, S. M. (1992). *How private enterprise organized agricultural markets in Kenya*. Policy research working papers, WPS 823. Washington : The World Bank, 49 p.

Janin, P. (1995). *Les économies de plantations bamiléké et bété du Cameroun confrontées aux chocs extérieurs*. Paris, thèse de doctorat de l'Université de Paris V.

Morvan, Y. (1985). Analyse de la filière et économie industrielle. In : *ADEFI. L'analyse de filière*. s.l. : Economica.

Moustier, P. et al. (1995). *Filières maraîchères à Brazzaville*. Montpellier, CIRAD.

Moustier, P. Leplaideur, A. (1999). *Cadre d'analyse des acteurs du commerce vivrier africain*. Série Urbanisation, alimentation et filières vivrières, document n°4. Montpellier : CIRAD, 42 p.

Présentation du Projet de recherche en partenariat n°3 (2005). Caractéristiques du projet, 19 p.



Programme national de développement des racines et tubercules (PNDRT) (2006a). *Etude sur l'observatoire des racines et tubercules – Rapport de première phase*. MINADER/BDPA, 143 p.

Programme national de développement des racines et tubercules (PNDRT) (2006b). *Diagnostic sommaire de la filière des racines et tubercules au Cameroun – Rapport général*. MINADER, 56 p.

Programme national de développement des racines et tubercules (PNDRT) (2003). Analyse de la demande et des marchés et propositions pour améliorer l'efficacité de la commercialisation des racines et tubercules et augmenter le revenu des producteurs. MINADER, 44 p.

Programme national de développement des racines et tubercules (PNDRT) (2005). Rapport de l'atelier national de validation de l'étude de base des racines et tubercules. MINADER, 103 p.

Programme national de développement des racines et tubercules (PNDRT) (2007). *Etude sur l'observatoire des racines et tubercules – Rapport final (version provisoire)*. MINADER/BDPA, 137 p.

Sandretto, R., Tiani Keou, F. (1993). La faillite du système bancaire africain. Autopsie d'un désastre. L'exemple camerounais. *Informations et Commentaires*, 83 : 15-22.

Santoir, C. et Bopda, A. (1995). *Atlas régional Sud-Cameroun*. Rép. Du Cameroun-MINREST-INC-ORSTOM. Paris, France. 53 p.

Shepherd, A. (1997). *Les services d'information sur les marchés : Théorie et pratique*. Rome : FAO, 64 p.

Soedjede, D. A. (1990). L'épargne et le crédit non structuré au Togo. In *La tontine*, Ed. AUPELF-UREF, John Libbey Eurotext, Paris, p. 203-237.

Temple, L., Dury, S. (2003). *Instabilité du prix des produits vivriers et sécurité alimentaire urbaine au Cameroun*. Série Urbanisation, alimentation et filières vivrières, document n°6. Montpellier : CIRAD, 19 p.

Tentchou, J. (1999). *Étude diagnostique de la filière manioc au Cameroun*. FIDA/MINADER, 92 p.

Tentchou, J. (2000). Étude de marché des produits dérivés du manioc : bâtons, amidon, fufou, cossettes, feuilles, farine panifiable, tourteaux, gari. Rapport final. GTZ

Tricoche, B. (2006). *L'écosystème forestier tropical humide face aux opportunités de l'économie de marché : Le cas du village de Mvan dans le Centre Cameroun*. Diplôme d'Agronomie Tropicale du CNEARC. Montpellier : CNEARC. 92 p.

Union internationale des télécommunications (2004). *Indicateurs des télécommunications africaines 2004*. UIT, 55 p.

Warnier, J.P. (1993). *L'esprit d'entreprise au Cameroun*. Paris, Karthala, 307 p.

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : Évolution des prix des céréales, du macabo et du manioc entre 1994 et 2006 .....	4
Figure 2 : Evolution des importations en céréales au Cameroun de 1980 à 2005 .....	5
Figure 3 : Localisation des zones d'étude du projet REPARAC sur le manioc et le macabo .....	8
Figure 4 : Zones d'approvisionnement de Yaoundé en manioc frais (---) et en bâton de manioc (- -) .....	36
Figure 5 : Zones d'approvisionnement de Yaoundé en fufou/cossette de manioc .....	37
Figures 6 et 7 : Fufou vendu au détail au niveau des marchés de Yaoundé en provenance de Bafia (à gauche) et de l'Est (à droite).....	37
Figure 8 : Zone d'approvisionnement de Yaoundé en macabo (---) et la principale zone de production (—) .....	38
Figure 9 : Circulation des flux des marchés ruraux aux marchés urbains .....	39
Figure 10 : Réseau routier desservant la ville de Yaoundé .....	41
Figure 11 : Représentation du climat de la région Centre-Sud du Cameroun .....	42
Figure 12 : Variation de la disponibilité du manioc et du macabo sur les marchés de Yaoundé .....	43
Figure 13 : Distance temporelle en saison sèche de l'approvisionnement de Yaoundé .....	44
Figure 14 : Distance temporelle en saison de pluie de l'approvisionnement de Yaoundé .....	44
Figure 15 : Indice de saisonnalité des prix du manioc frais sur Yaoundé sur la période 1994- 2007 .....	45
Figure 16 : Indice de saisonnalité des prix du fufou de manioc sur Yaoundé sur la période 1994-2007 .....	45
Figure 17 : Indice de saisonnalité des prix du macabo sur Yaoundé sur la période 1994-2007 .....	46
Figure 18 : Véhicule de type « hiace » apportant du manioc frais sur le marché de Mvog-Mbi .....	48
Figure 19 : Circuit de commercialisation de vente directe à faible volume .....	55
Figure 20 : Circuit de commercialisation du manioc frais sur les marchés ruraux .....	56
Figure 21 : Circuit de commercialisation de vente directe du manioc frais à fort volume .....	57
Figure 22 : Circuit de commercialisation du manioc frais de ravitaillement sécurisé par les producteurs .....	58
Figure 23 : Circuit de commercialisation du manioc frais de ravitaillement par les producteurs non fidélisé .....	60
Figures 24 et 25 : Arrivage de vivres frais sur les marchés de Yaoundé par des « OPEP » avec choix de la marchandise par les revendeurs puis négociation entre producteur et revendeurs .....	61
Figure 26 : Circuit de commercialisation du manioc frais par des collecteurs .....	61
Figure 27 : Schématisation des circuits de commercialisation du manioc frais .....	63
Figure 28 : Circuit de commercialisation du bobolo sur les marchés ruraux .....	65
Figure 29 : Circuit de commercialisation du bobolo par les producteurs : vente de gré à gré .....	66
Figure 30 : Circuit de commercialisation du bobolo par les producteurs : fidélisation .....	67
Figure 31 : Circuit de commercialisation de bobolo par les transformateurs .....	67
Figure 32 : Circuit de commercialisation du bobolo par les collecteurs opportunistes .....	68
Figure 33 : Circuit de commercialisation du bobolo par les collecteurs prévisionnistes .....	69
Figure 34 : Circuit d'exportation du bobolo .....	70
Figure 35 : Schématisation des circuits de commercialisation du bobolo .....	71
Figure 36 : Circuit de commercialisation du fufou pour les marchés ruraux .....	74
Figure 37 : Circuit de commercialisation en fufou par les revendeurs .....	75
Figure 38 : Circuit de commercialisation de ravitaillement en fufou par les producteurs- transformateurs-grossistes .....	76
Figure 39 : Circuit de commercialisation du fufou par des collecteurs via les marchés de collecte .....	77
Figure 40 : Circuit de commercialisation du fufou par des collecteurs via les villages .....	78
Figure 41 : Circuit de commercialisation du fufou par des collecteurs relayés par des grossistes .....	80
Figure 42 : Stockage de fufou en attente d'exportation vers le Gabon au niveau du marché Mfoundi (Yaoundé) .....	81
Figure 43 : Schématisation des circuits de commercialisation du fufou de manioc .....	81
Figure 44 : Circuit de vente directe du macabo en faible volume .....	83
Figure 45 : Circuit de commercialisation du macabo sur les marchés ruraux .....	84

Figure 46 : Circuit de vente directe du macabo à fort volume .....	84
Figure 47 : Circuit de commercialisation du macabo de manière sécurisée par les producteurs .....	86
Figure 48 : Circuit de commercialisation du macabo par des collecteurs relayés par des grossistes .....	87
Figure 49 : Déchargement du macabo d'un collecteur apportant son produit via les agences de voyage sur le marché de gros de Mimboman.....	88
Figure 50 : Schématisation des circuits de commercialisation du macabo .....	89
Figure 51 : Circuit de commercialisation du manioc et du macabo au niveau de la zone de Nguélémdouka.....	92
Figure 52 : Circuit de commercialisation du manioc et du macabo au niveau de la zone de Ngoumou.....	93
Figure 53 : Prix à la consommation de 100 kg de racines et tubercules sur la ville de Yaoundé pour les différents produits étudiés en période d'abondance et de pénurie .....	94
Figure 54 : Répartition des marges et des charges pour les différents agents en période d'abondance ou de pénurie pour des circuits court et long de manioc frais.....	96
Figure 55 : Répartition des marges et des charges pour les différents agents en période d'abondance ou de pénurie pour des circuits courts de bâton de manioc .....	97
Figure 56 : Répartition des marges et des charges pour les différents agents en période d'abondance ou de pénurie pour des circuits court et long de bâton de manioc .....	98
Figure 57 : Formation des prix du fofou en provenance de Nguélémdouka (Haut-Nyong) – circuit long avec collecte bord-champ (base 100 kg de manioc frais) .....	99
Figure 58 : Formation des prix du fofou en provenance du Mbam – circuit long avec collecte bord champ (base 100 kg de manioc frais).....	100
Figure 59 : Séchage de fofou de manioc sur des claies à l'air libre .....	107
Figures 60 et 61 : Tas de manioc (à gauche) et de macabo (à droite) sur les marchés de Yaoundé ....	127

## TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Racines et Tubercules : volumes consommés en 2002 au Cameroun (Estimation à partir des données ECAM96).....	4
Tableau 2 : Présentation des différents agents impliqués dans les filières manioc/macabo avec leurs rôles respectifs.....	24
Tableau 3 : Systèmes de production présents au niveau de la zone de Nguélémdouka .....	29
Tableau 4 : Systèmes de production présents au niveau de la zone de Ngoumou .....	31
Tableau 5 : Circuit de collecte des marchés de déchargement de Yaoundé.....	40
Tableau 6 : Type de véhicules et capacités de ces véhicules (personnes et manioc frais) approvisionnant la ville de Yaoundé.....	48
Tableau 7 : Récapitulatif des principales unités de mesure locale utilisées et leur contenance moyenne .....	49
Tableau 8 : Les différentes formes d'organisation de la commercialisation au niveau des producteurs.....	54
Tableau 9 : Les différentes formes de transaction de la commercialisation du manioc frais et leurs déterminants .....	64
Tableau 10 : Les différentes formes de transaction de la commercialisation du bâton de manioc et leurs déterminants .....	73
Tableau 11 : Les différentes formes de transaction de la commercialisation du fufou de manioc et leurs déterminants .....	82
Tableau 12 : Les différentes formes de transaction de la commercialisation du macabo et leurs déterminants .....	91
Tableau 13 : Récapitulatif des marges et des charges (en Fcfa) estimées pour l'ensemble des produits étudiés en période d'abondance et de la part respective des charges dans le prix final ...	102
Tableau 14 : Récapitulatif des marges et des charges (en Fcfa) estimées pour l'ensemble des produits étudiés en période de pénurie et de la part respective des charges dans le prix final.....	103
Tableau 15 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 150 kilogrammes de manioc sous forme de bobolo moyen sur Yaoundé...	109
Tableau 16 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 150 kilogrammes de manioc sous forme de manioc frais sur Yaoundé.....	109
Tableau 17 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 360 kilogrammes de manioc sous forme de bobolo petit sur Yaoundé .....	110
Tableau 18 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 360 kilogrammes de manioc sous forme de manioc frais sur Yaoundé.....	110
Tableau 19 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 450 kilogrammes de manioc sous forme de fufou sur Yaoundé.....	111
Tableau 20 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 450 kilogrammes de manioc sous forme de manioc frais sur Yaoundé.....	111
Tableau 21 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 270 kilogrammes de manioc sous forme de fufou sur Yaoundé.....	111
Tableau 22 : Estimation du revenu net et de son équivalent en kilogramme de manioc de la commercialisation de 270 kilogrammes de manioc sous forme de manioc frais sur Yaoundé.....	111

## **ANNEXES**

**ANNEXE 1 : Chronogramme des activités**

**ANNEXE 2 : Tableau d'analyse fonctionnelle**

**ANNEXE 3 : Approche organisationnelle et circulation de l'information dans les filières manioc et macabo au Cameroun – Grille d'enquête au niveau des producteurs de Ngoumou et Nguélémdouka**

**ANNEXE 4 : Approche organisationnelle et circulation de l'information dans les filières manioc et macabo au Cameroun – Grille d'enquête au niveau des transporteurs**

**ANNEXE 5 : Approche organisationnelle et circulation de l'information dans les filières manioc et macabo au Cameroun – Grille d'enquête au niveau des intermédiaires**

**ANNEXE 6 : Formation du prix du manioc frais et répartition des marges et charges par acteur – circuit court à proximité de Yaoundé (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 7 : Formation du prix du manioc frais et répartition des marges et charges par acteur – circuit long à proximité de Yaoundé (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 8 : Formation du prix des bâtons de manioc et répartition des marges et charges par acteur – circuit court Ngoumou (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 9 : Formation du prix des bâtons de manioc et répartition des marges et charges par acteur – circuit court Obala et Okala (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 10 : Formation du prix des bâtons de manioc et répartition des marges et charges par acteur – circuit long Obala (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 11 : Formation du prix du fufou et répartition des marges et charges par acteur – circuit court Nguélémdouka (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 12 : Formation du prix du fufou et répartition des marges et charges par acteur – circuit long Nguélémdouka (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 13 : Formation du prix du fufou et répartition des marges et charges par acteur – circuit long marché de collecte Mbam (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 14 : Formation du prix du fufou et répartition des marges et charges par acteur – circuit long bord champ Mbam (base 100 kg de manioc frais)**

**ANNEXE 15 : Formation du prix du macabo et répartition des marges et charges par acteur – collecteur habitant sur la zone de production (base 100 kg)**

**ANNEXE 16 : Formation du prix du macabo et répartition des marges et charges par acteur – collecteur grossiste extérieur à la zone de production (base 100 kg)**

**ANNEXE 17 : Comparaison de la vente de bobolo de 250 g avec la vente de manioc frais provenant d'une cinquantaine de kilomètres de Yaoundé**

**ANNEXE 18 : Comparaison de la vente de bobolo de 150 g avec la vente de manioc frais provenant de 150 à 200 kilomètres de Yaoundé**

**ANNEXE 19 : Comparaison de la vente de fufou de manioc avec la vente de manioc frais provenant de l'Est Cameroun (300 kilomètres de Yaoundé)**

**ANNEXE 20 : Comparaison de la vente de fufou de manioc avec la vente de manioc frais provenant du Mbam (150 kilomètres de Yaoundé)**

**ANNEXE 21 : Comparaison théorique de la vente de fufou de manioc avec la vente de bâton de manioc provenant de Ngoumou (50 kilomètres de Yaoundé)**

**ANNEXE 22 : Rôle du manioc dans le goître endémique**



## ANNEXE 1 : Chronogramme des activités

[illegible]

## ANNEXE 1 (suite) : Chronogramme des activités

[illegible]

## ANNEXE 2 : Tableau d'analyse fonctionnelle

STADE	FONCTION	AGENT	PRODUIT	AGENTS INDIRECTS
Production	Culture du manioc et du macabo	Paysans Paysans détaillants Paysans grossistes	Manioc et macabo bord champ Manioc et macabo livrés ville d'arrondissement Manioc et macabo livrés grande ville (Yaoundé)	Organismes financiers ONG Services de l'état (chefs de poste agricole)
Commercialisation	Commercialisation de gros	Grossistes Grossistes collecteurs Paysans grossistes	Manioc et macabo frais Bâtons de manioc Foufou de manioc	Chargeurs de sacs pour le macabo Arracheurs de manioc et de macabo Transporteurs Propriétaires de véhicule Agences de voyage Chargeurs/déchargeurs
		Semi-grossistes	Manioc et macabo frais Foufou de manioc	Pousseurs Régisseurs des marchés et gardiens
	Commercialisation de détail	Détaillants collecteurs Détaillants Sous-détaillants	Manioc et macabo frais Bâtons de manioc Foufou de manioc	Pousseurs Transporteurs inter-urbains Régisseurs des marchés et gardiens
Transformation du manioc	Transformation en bâton	Producteurs transformateurs (mb de GIC ou non) Transformateurs détaillants Ménages	Bâtons de manioc	Fournisseurs de moulins à moteur
	Transformation en foufou (couscous)	Producteurs transformateurs	Foufou de manioc	Transformateurs en farine au niveau des marchés

### **ANNEXE 3 : Approche organisationnelle et circulation de l'information dans les filières manioc et macabo au Cameroun – Grille d'enquête au niveau des producteurs de Ngoumou et Nguéléme**

## 1 INFORMATIONS GENERALES

Date enquête	
Village	
Arrondissement / Commune / District	
Département	
Province	

## 1.1 IDENTIFICATION DE L'ENQUETE

Nom / Prénom	
Sexe ( <i>1. Masculin ; 2. Féminin</i> )	<input type="checkbox"/>
Age	
Contact (téléphone)	<input type="text"/>
Statut matrimonial ( <i>1. Célibataire ; 2. Marié ; 3. Divorcé ; 4. Veuf</i> )	<input type="checkbox"/>
Ethnie	
Village d'origine (arrondissement)	
L'exploitant a-t-il vécu pendant une période hors du village ? ( <i>1.oui 2. non</i> )	<input type="checkbox"/>
Si oui, quelle est la période passée hors du village, où et activités pratiquées ?	

## 1.2 COMPOSITION DE LA FORCE DE TRAVAIL DE L'EXPLOITATION

Groupe d'âge	Masculin		Féminin	
	Nombre	Dont nombre actifs agricoles	Nombre	Dont nombre actifs agricoles
0 - 14ans				
15 - 20 ans				
21 - 50ans				
> 50ans				

### 1.3 PRODUCTIONS VEGETALES : INFORMATION AU NIVEAU DES CHAMPS (ANNEE DE REFERENCE.2005-2006)

Type de champ (vivriers associés, vivriers purs, pérenne) et période d'implantation	Superficie du champ	Cultures présentes dans chaque champ	Importance relative de chaque culture dans le champ
		C1 :	
		C2 :	
		C3 :	
		C4 :	
		C5 :	
		C6 :	
		C7 :	
		C1 :	
		C2 :	
		C3 :	
		C4 :	
		C5 :	
		C6 :	
		C7 :	
		C1 :	
		C2 :	
		C3 :	
		C4 :	
		C5 :	
		C6 :	
		C7 :	
		C1 :	
		C2 :	
		C3 :	
		C4 :	
		C5 :	
		C6 :	
		C7 :	
		C1 :	
		C2 :	
		C3 :	
		C4 :	
		C5 :	
		C6 :	
		C7 :	

## 1.4 PRODUCTION DE MANIOC ET DE MACABO

Nature du produit	Production (en UML et/ou kg)	Pertes post-récoltes (en UML et/ou kg et/ou proportion)	Auto-consommation (en UML et/ou kg)	Part commercialisée (en UML et/ou kg et/ou proportion)

Est-ce qu'il y a eu des évolutions importantes de la production de manioc et de macabo ?  
Quand ? Pourquoi ?



## 1.5 SOURCES DE REVENUS AUTRES QUE MANIOC ET MACABO ET DE DEPENSES

Quelles sont vos principales sources de revenus monétaires et quelle est la contribution de chacune d'elles par rapport au revenu monétaire annuel total ? (*année de référence : 2006*)

Type de revenu	Source de revenus ? (1=Oui ; 2=Non)	Période de vente	Montant sur l'année 2006 (ou à défaut proportion)
Vente des produits agricoles autres que R&T (par produit)			
Vente des produits issus de l'élevage			
Vente des produits cynégétiques			
Vente des produits issus de la pisciculture			
Vente des produits issus de la pêche			
Activités non agricoles (préciser) <i>Ex. : pension de retraite</i>			
Autres (préciser)			

Est-ce qu'il y a eu des évolutions importantes de sources de revenus ? Quand ? Pourquoi ?

## **2 COMMERCIALISATION DU MANIOC ET MACABO ET ORGANISATION DE CETTE COMMERCIALISATION**

### **2.1 DETERMINATION DE L'ARCHITECTURE DU RESEAU DE COMMUNICATION**

**À qui vendez-vous ?**

**Comment avez-vous rencontré ces acheteurs ? Entretenez-vous des relations régulières avec ces acheteurs ? Si oui, depuis combien de temps avec chaque personne ?**

**Pourquoi vendez-vous à ces personnes ?** (transactions associées : crédit, prestation de service, ... ; dons et attentions ; raisons sociales et coutumes)

**Quel type de relation entretenez-vous avec chaque acheteur ?** (exclusivité, fidélisation, groupe ethnique, contrat...)

**Est-ce qu'il y a d'autres acheteurs potentiels et combien ?**

**Quels ont été les évolutions et les changements de pratiques concernant les acheteurs envers vous ? Quand ont-elles eu lieu ? Et pourquoi ?**

**Quels sont les lieux des transactions et le degré de confidentialité des transactions ?** (pour toutes les formes de produit issues du manioc et du macabo)

**Y a-t-il eu l'intervention d'intermédiaires dans la réalisation des transactions** (démultiplication des contacts entre acheteurs et vendeurs) ?

**Comment et où avez-vous rencontré ces intermédiaires ?**

## 2.2 PARAMETRES DE NEGOCIATION

Quels sont les paramètres de la négociation (nature du produit, quantité, prix, délai de livraison, délai de paiement et lieu de livraison) ?

[illegible]

## 2.3 REGLES DES NEGOCIATIONS CONCERNANT LES PARAMETRES DE LA TRANSACTION

Quelles sont les règles portant sur le déroulement des transactions : règles précisant si les paramètres sont négociables par les acteurs ou fixés par ailleurs (par la coutume, ...) ? Si le paramètre est négociable, quelles sont les règles de cette négociation ? (qui est habilité à faire la première proposition, à faire des contre-propositions ou encore à accepter/refuser les propositions émises)

- Nature du produit
- Lieux
- Quantités
- Prix
- Modalité de paiement
- Modalités de livraison

Si intervention d'un intermédiaire, quelles sont les règles régissant le degré d'autonomie des intermédiaires ?

## 3 STRATEGIES D'ADAPTATION FACE AUX RISQUES

- connaissance des filières manioc et macabo en aval (connaissances des différents débouchés, prix, qualité, ...) et moyens de connaissance (nature et sources d'information) :

**Quels sont les éléments de vos prises de décision sur la production de manioc et de macabo (*allocations des ressources*) et quels sont vos moyens de connaissance (*accès à l'information*) ? (*produire plus ou moins, changer de variété, transformer...*)**

**Quels sont les éléments de vos prises de décision sur la transaction de manioc et de macabo et quels sont vos moyens de connaissance (*accès à l'information*) ? Comment décidez-vous de la date à laquelle vous aller vendre, de la nature du produit vendue, de la quantité vendue, et du prix « acceptable » ?**

- quelles sont les variétés de manioc et de macabo que vous produisez (classement) et raisons de ces choix ?

### Pour le manioc

Nom de variété (classement de la plus produite à la moins produite) et type	Type d'utilisation	Raisons de ce choix : agronomique, transformation, gustative, demande, ...

### Pour le macabo

Nom de variété (classement de la plus produite à la moins produite) et type	Type d'utilisation	Raisons de ce choix : agronomique, transformation, gustative, demande, ...

- association avec d'autres agents directs ou indirects, modalités de cette association et intérêts :
  - le travail des champs

- le financement (tontine, ouverture de compte, ...) et fonctionnement de ces associations (nb de cotisants, type de caisses, montant des dépôts et périodicité, taux d'intérêt et durée, ...)
- les opérations post-récoltes : la transformation, le stockage et l'écoulement de la production

Appartenez-vous à une ou plusieurs organisations ? 1=Oui ; 2=Non

Nom de l'organisation	Statut juridique <sup>1</sup>	Effectif création	Effectif actuel	Fonction occupée <sup>2</sup>	Motif de création	Services rendus par l'organisation

<sup>1</sup> : Statut juridique 1=Association (de quartier ou de village) ; 2=GIE ; 3=GIC ; 4=Fédération  
5=syndicat ; 6=autre

<sup>2</sup> : Fonction occupée (1. Président ; 2. Secrétaire ; 3. Membre ; 4 Autre)

- communication avec l'extérieur : achat de portable, radio (laquelle) / télé, magazine agricole (La voix du paysan), moyens de transport, régularité des voyages en ville ou échange avec ce genre de personne, ... (temps et dépenses associées)

Utilisation de la radio pour les activités agricoles (écoute de quelles radios et à quelles heures ?)

Utilisation du téléphone portable pour les activités agricoles



- difficultés dans son activité de production et de commercialisation et solutions apportées par le producteur

Classement des contraintes rencontrées dans son activité : de production, de stockage, de transformation et de commercialisation (à hiérarchiser de la plus importante à la plus faible pour les 5 plus grandes)

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Quelles sont les solutions que vous avez envisagées ou pratiquées face à ces contraintes ?

- dépenses impliquées de la récolte à la réalisation de la transaction (coût de la récolte ; coût du transport ; des outils ; de la transformation ; de la communication et de l'abonnement ; du conditionnement ; du salariat, ...) (*année 2006*)

# **ANNEXE 4 : Approche organisationnelle et circulation de l'information dans les filières manioc et macabo au Cameroun – Grille d'enquête au niveau des transporteurs**

## **1 INFORMATIONS GENERALES**

Date enquête	
Village	
Arrondissement / Commune / District	
Département	
Province	

### **1.1 IDENTIFICATION DE L'ENQUETE**

Nom / Prénom	
Sexe (1. Masculin ; 2. Féminin)	<input type="checkbox"/>
Age	
Contact (téléphone)	<input type="text"/>
Statut matrimonial (1. Célibataire ; 2. Marié ; 3. Divorcé ; 4. Veuf)	<input type="checkbox"/>
Ethnie	
Village d'origine (arrondissement)	
Quelle est la taille de votre famille ?	
Depuis combien de temps exercez-vous cette activité ?	
Avez-vous un permis de conduire ? (1. oui ; 2. non)	<input type="checkbox"/>
Si oui, de quelle catégorie ?	
Vous utilisez le véhicule en tant que : 1. propriétaire ; 2. chauffeur	<input type="checkbox"/>
Etes vous membre d'un syndicat ou d'une association de chauffeur ? (1. oui ; 2. non)	<input type="checkbox"/>
Si oui laquelle ?	
Type de transporteur : 1. transporteur ; 2. transporteur-vendeur 3. transporteur-producteur ; 4. producteur-transporteur-vendeur	<input type="checkbox"/>

### **1.2 IDENTIFICATION DU VEHICULE**

## **2 COMMERCIALISATION DU MANIOC ET MACABO ET ORGANISATION DE CETTE COMMERCIALISATION**

### **2.1 DETERMINATION DE L'ARCHITECTURE DU RESEAU DE COMMUNICATION**

**Qui transportez-vous ?** (faire une typologie des acteurs en fonction de la fréquence et du type d'agent car nombre de transaction trop important)

**Comment avez-vous rencontré ces clients ? Entretenez-vous des relations régulières avec ces clients ? Si oui, depuis combien de temps avec chaque personne ?**

**Pourquoi travaillez-vous avec ces personnes ?** (transactions associées : crédit, prestation de service, ... ; dons et attentions ; raisons sociales et coutumes)

**Quel type de relation entretenez-vous avec chaque client (ou catégorie de client) ?** (exclusivité, fidélisation, groupe ethnique, contrat...)

**Est-ce qu'il y a d'autres clients potentiels et combien ?**

**Quels ont été les évolutions et les changements de pratiques concernant les clients envers vous ? Quand ont-elles eu lieu ? Et pourquoi ?**

**Quels sont les lieux des transactions et le degré de confidentialité des transactions ?** (pour toutes les formes de produit issues du manioc et du macabo)

**Y a-t-il eu l'intervention d'intermédiaires dans la réalisation des transactions** (démultiplication des contacts entre acheteurs et vendeurs) ?

**Comment et où avez-vous rencontré ces intermédiaires ?**

## 2.2 PARAMETRES DE NEGOCIATION

Quels sont les paramètres de la négociation (nature du produit, quantité, prix, délai de livraison, délai de paiement et lieu de livraison) ?

[illegible]

## **2.3 REGLES DES NEGOCIATIONS CONCERNANT LES PARAMETRES DE LA TRANSACTION**

Quelles sont les règles portant sur le déroulement des transactions : règles précisant si les paramètres sont négociables par les acteurs ou fixés par ailleurs (par la coutume, ...) ? Si le paramètre est négociable, quelles sont les règles de cette négociation ? (qui est habilité à faire la première proposition, à faire des contre-propositions ou encore à accepter/refuser les propositions émises) voir si on fait par paramètre ou par négociation ?

- Nature du produit
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Lieux
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Quantités
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Prix
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Modalité de paiement
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Modalités de livraison

**Si intervention d'un intermédiaire, quelles sont les règles régissant le degré d'autonomie des intermédiaires ?**

### 3 STRATEGIES D'ADAPTATION FACE AUX RISQUES

Evolution de son activité de transporteur (évolution des destinations et des types de produit transportés, des prix pratiqués, de l'état des routes en général, ...)

Quelle part représente le transport du manioc et du macabo dans votre activité (rapport avec les autres produits agricoles et non agricoles) ? évolution également

Comment faites-vous le choix entre différentes destinations (état de la route, type de produit transporté, moins de contrôle routier...) ?

En cas de panne pendant la livraison, comment règle-t-on le problème ? (à la fois pour la marchandise et au niveau financier)

Existe-il à votre niveau une organisation appropriée de transporteurs ?

☐ Oui ☐ Non

Si oui laquelle ?

☐ GIC ☐ Association ☐ Autres(à préciser)

Appartenez vous à l'une d'elle ?

☐ Oui ☐ Non

Si oui laquelle ?

Si non pourquoi ?

Respectez-vous la charge utile de votre véhicule ?

☐ Oui ☐ Non

Si non pourquoi ?

Avez vous des contacts avec les autres acteurs de la filière ?

☐ Oui ☐ Non

Si oui lesquels ?

☐ Commerçants ☐ Transporteurs ☐ Producteurs ☐ Transformateurs ☐ Autres(à préciser)

A quelles occasions vous rencontrez vous ?

Comment les contactez-vous (régularité des contacts) ou comment vous contactent-ils ?

Quels sont les problèmes/contraintes majeurs que vous rencontrez dans l'exercice de votre activité de transport ?

Quelles solutions adoptez-vous pour faire face à ces problèmes ?

Quels sont vos frais au cours des déplacements ? (consommation d'essence A/R, frais aux postes de contrôle, chargement/déchargement, location du véhicule...)



## ANNEXE 5 : Approche organisationnelle et circulation de l'information dans les filières manioc et macabo au Cameroun – Grille d'enquête au niveau des intermédiaires

### 1 INFORMATIONS GENERALES

Date enquête	
Marché	

#### 1.1 IDENTIFICATION DE L'ENQUETE

Nom / Prénom	
Sexe (1. Masculin ; 2. Féminin)	<input type="checkbox"/>
Age	
Contact (téléphone)	<input type="text"/>
Statut matrimonial (1. Célibataire ; 2. Marié ; 3. Divorcé ; 4. Veuf)	<input type="checkbox"/>
Ethnie	
Village d'origine (arrondissement)	
Depuis combien de temps exercez-vous cette activité ?	

#### 1.2 GENERALITES SUR L'ACTIVITE

- produits concernés par l'activité commerciale ou de transformation (et époques)
- activité commerciale ou de transformation :
  - ancienneté dans l'activité
  - historique
  - infrastructure disponible pour la transformation, la vente ou le transport
- autre(s) activité(s)

### 1.3 COMMERCIALISATION ET ORGANISATION DE LA COMMERCIALISATION

- détermination de l'architecture du réseau de communication :
  - les règles qui cadrent le choix des partenaires commerciaux (exclusivité, fidélisation, groupe ethnique, origine géographique...) : **à qui vendez-vous (achetez-vous) et pourquoi à ces personnes ?**
  - le degré de confidentialité des transactions.
  - démultiplication des contacts entre acheteurs et vendeurs via l'intervention d'intermédiaires dans la réalisation de la transaction.
- les paramètres de la négociation (nature du produit, quantité, prix, délai de livraison, délai de paiement et lieu de livraison). *Cf page suivante*
- règles des négociations concernant les paramètres de la transaction.
  - les règles portant sur le déroulement des transactions : règles précisant si les paramètres sont négociables par les acteurs ou fixés par ailleurs (par la coutume, ...). Si le paramètre est négociable, quelles sont les règles de cette négociation ? (qui est habilité à faire la première proposition, à faire des contre-propositions ou encore à accepter/refuser les propositions émises).
  - si intervention d'un intermédiaire, quelles sont les règles régissant le degré d'autonomie des intermédiaires ?

### 1.3.1 Relations avec les fournisseurs

[illegible]

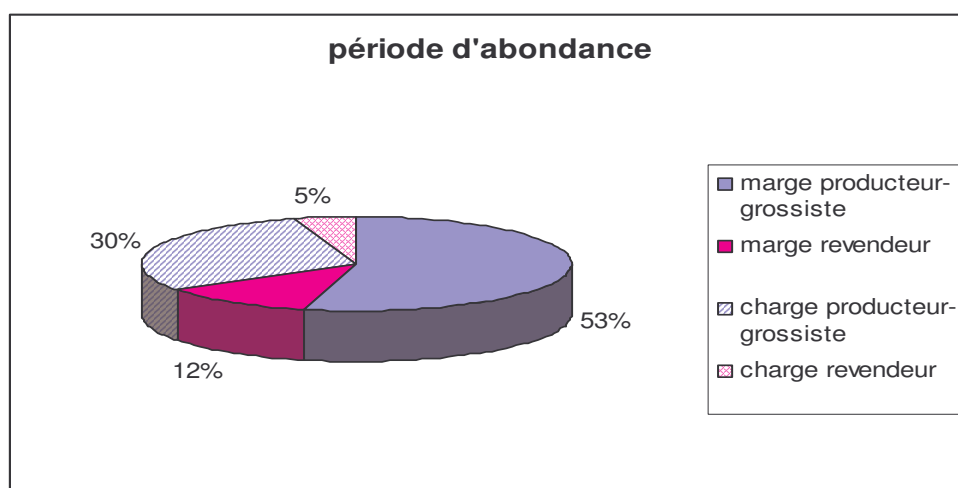
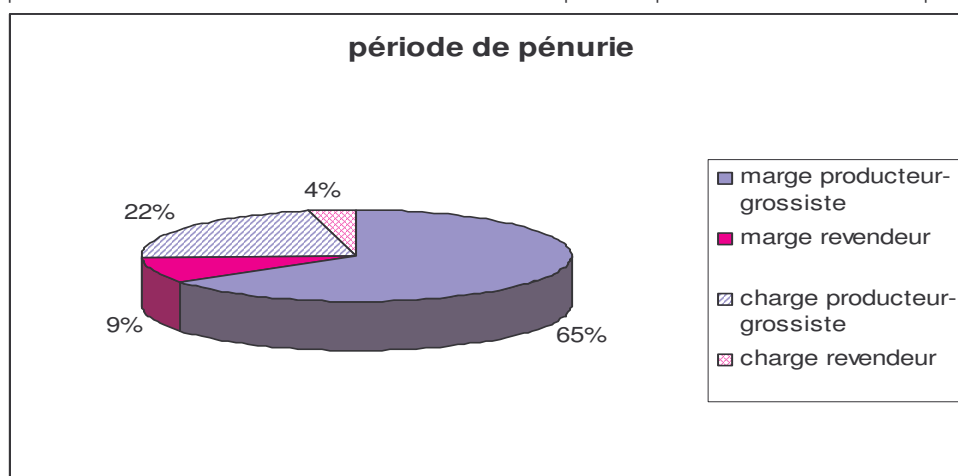
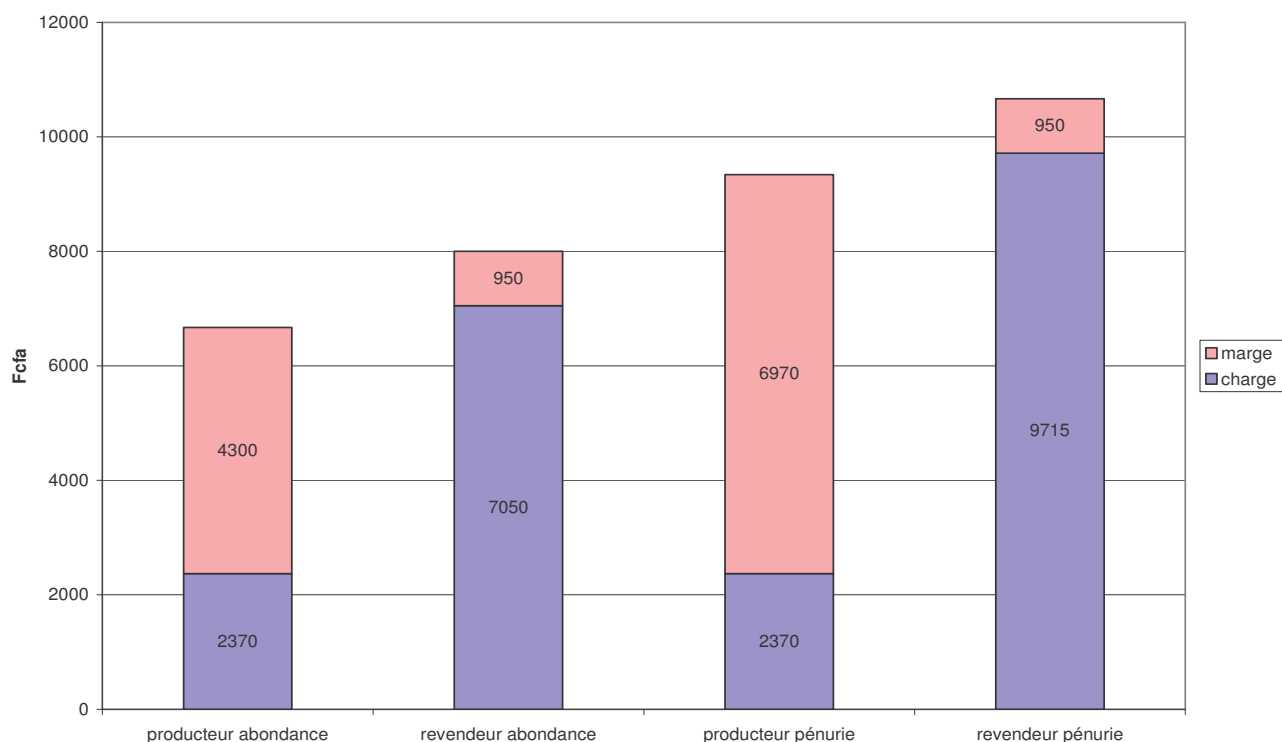
### 1.3.2 Relations avec les acheteurs

[illegible]

## 2 STRATEGIES D'ADAPTATION FACE AUX RISQUES

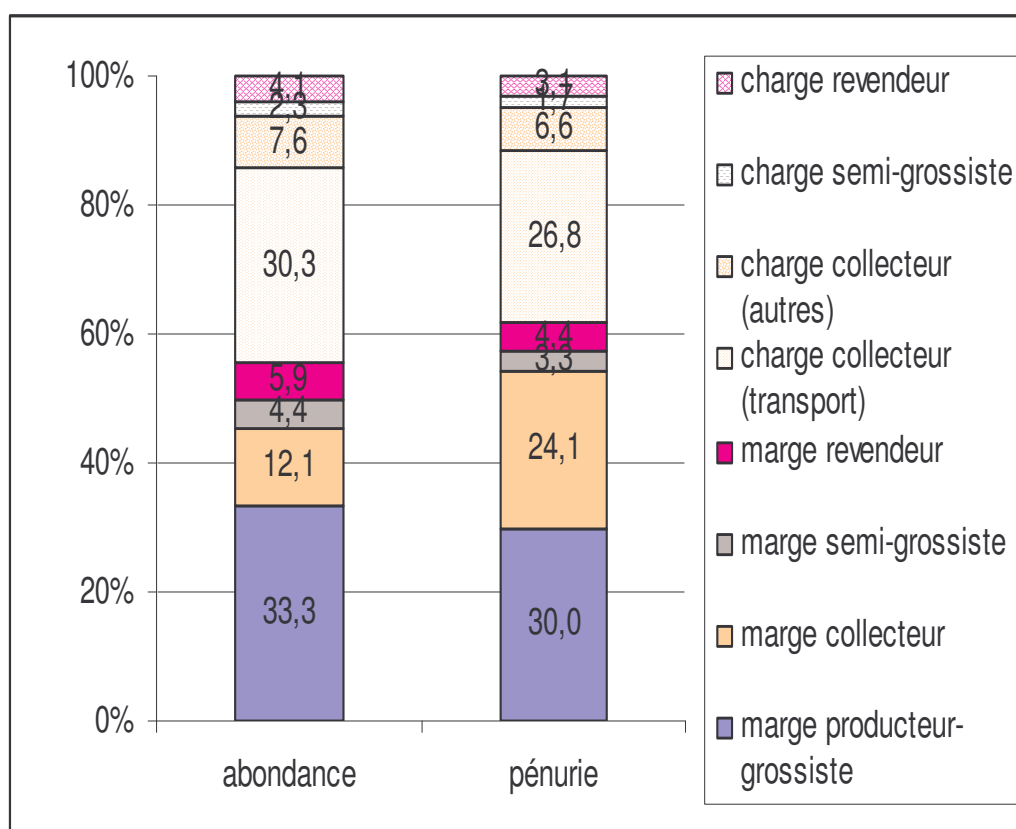
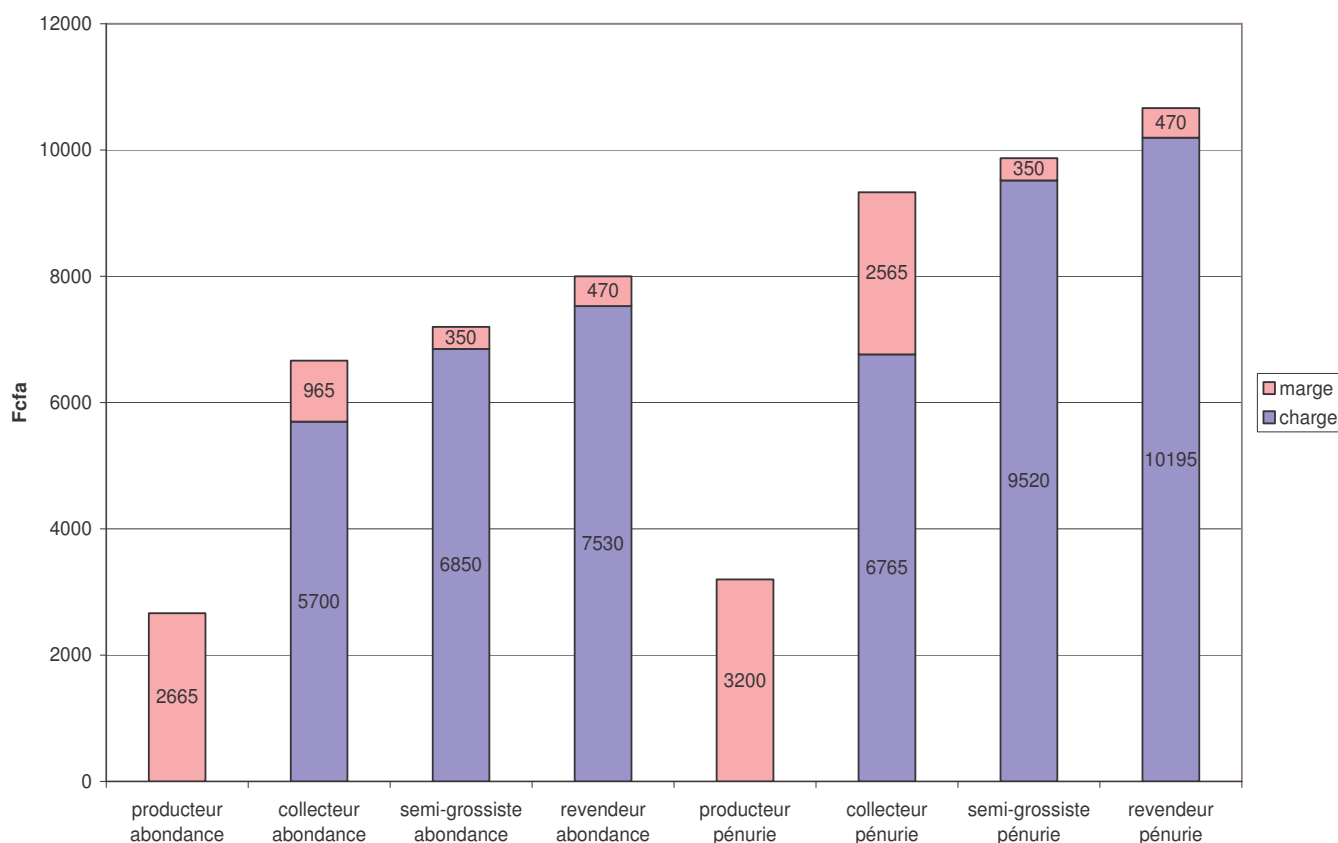
- connaissance des filières manioc et macabo en aval (connaissances des différents débouchés, prix, qualité, ...) et moyens de connaissance (nature et sources d'information) : **Quelles sont les éléments de vos prises de décision sur le manioc et le macabo et quels sont vos moyens de connaissance (accès à l'information) ?**
- association avec d'autres agents directs ou indirects et modalités de cette association concernant : le travail (associé(s) ou non), le financement (tontine, ouverture de compte, ...) et fonctionnement de ces associations (nb de cotisants, type de caisses, montant des dépôts et périodicité, taux d'intérêt et durée, ...), la transformation, le stockage, l'écoulement de la production
- informations sur les méthodes de stockage et de transformation (comment, avec qui, où et intérêt ?)
- nature et sources d'information sur les filières manioc et macabo (production, débouchés, prix, qualité, ...)
- communication avec l'extérieur : achat de portable, moyens de transport, régularité des voyages au village ou échange avec les personnes de ces zones, ...
- historique de la commercialisation (adaptation face aux pb identifiés, nb de concurrents en hausse ou en baisse, raisons de l'abandon de l'activité)
- connaissance de la concurrence (zones d'approvisionnement, pratiques, prix, ...)
- difficultés dans son activité de commercialisation (à hiérarchiser de la plus importante à la plus faible pour les 5 plus grandes) et solutions apportées par l'intermédiaire
- dépenses impliquées pour la réalisation de la transaction (coût du transport ; de la transformation ; de la communication et de l'abonnement ; du conditionnement ; du salariat ; du loyer de l'entrepôt...)

## ANNEXE 6 : Formation du prix du manioc frais et répartition des marges et charges par acteur – circuit court à proximité de Yaoundé (base 100 kg de manioc frais)

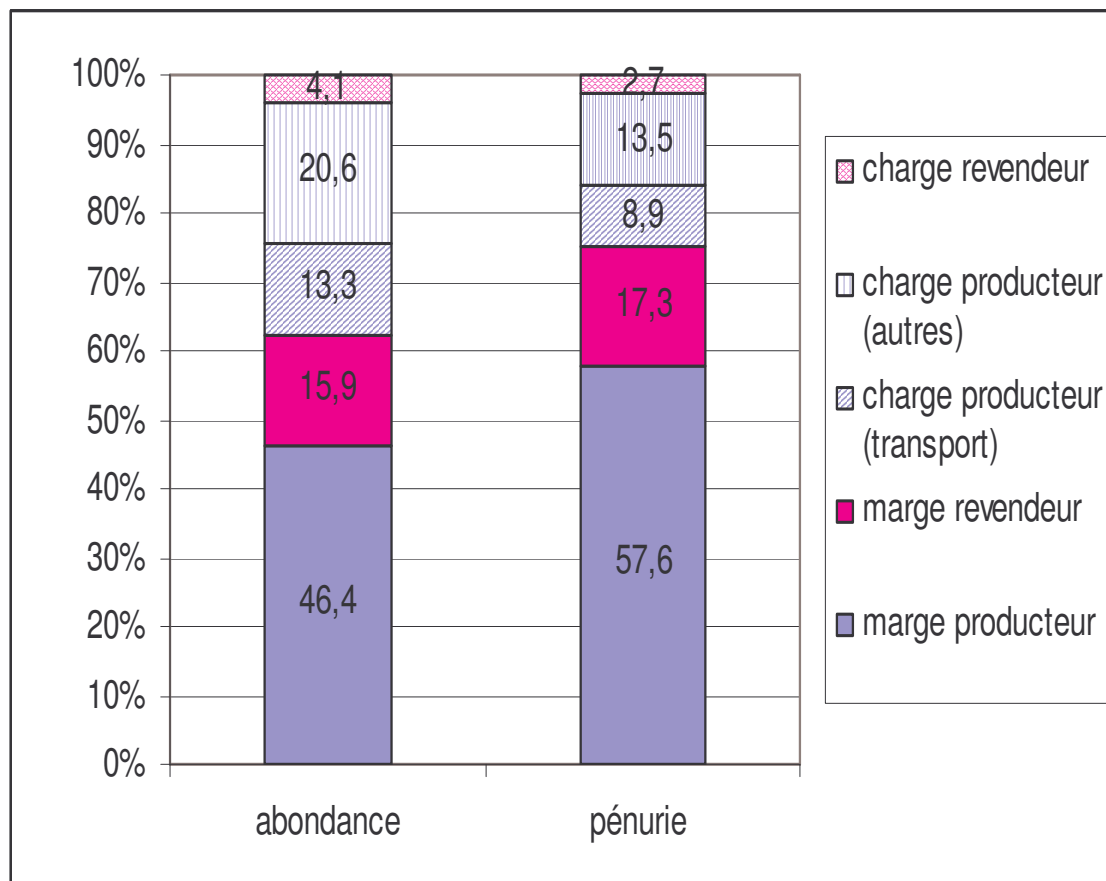
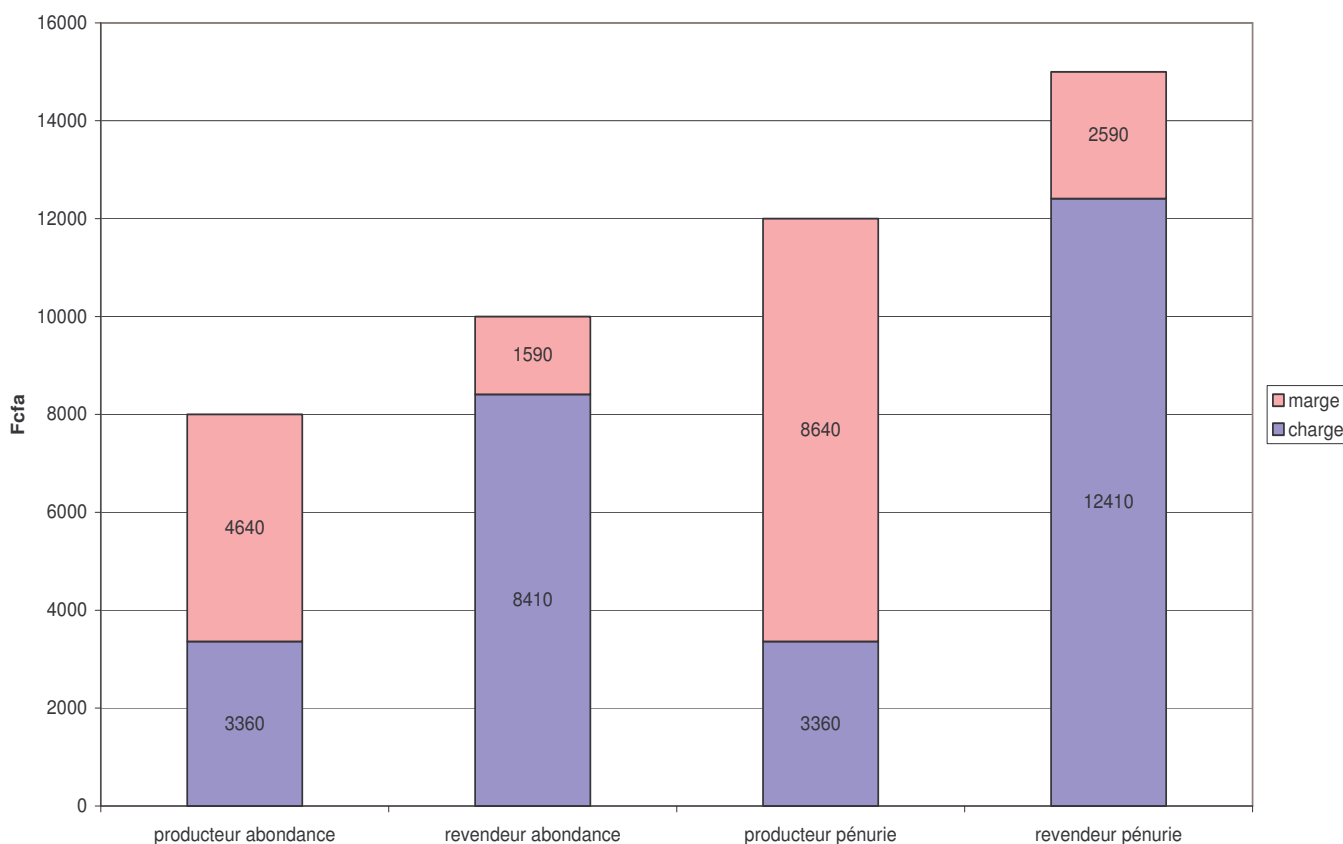




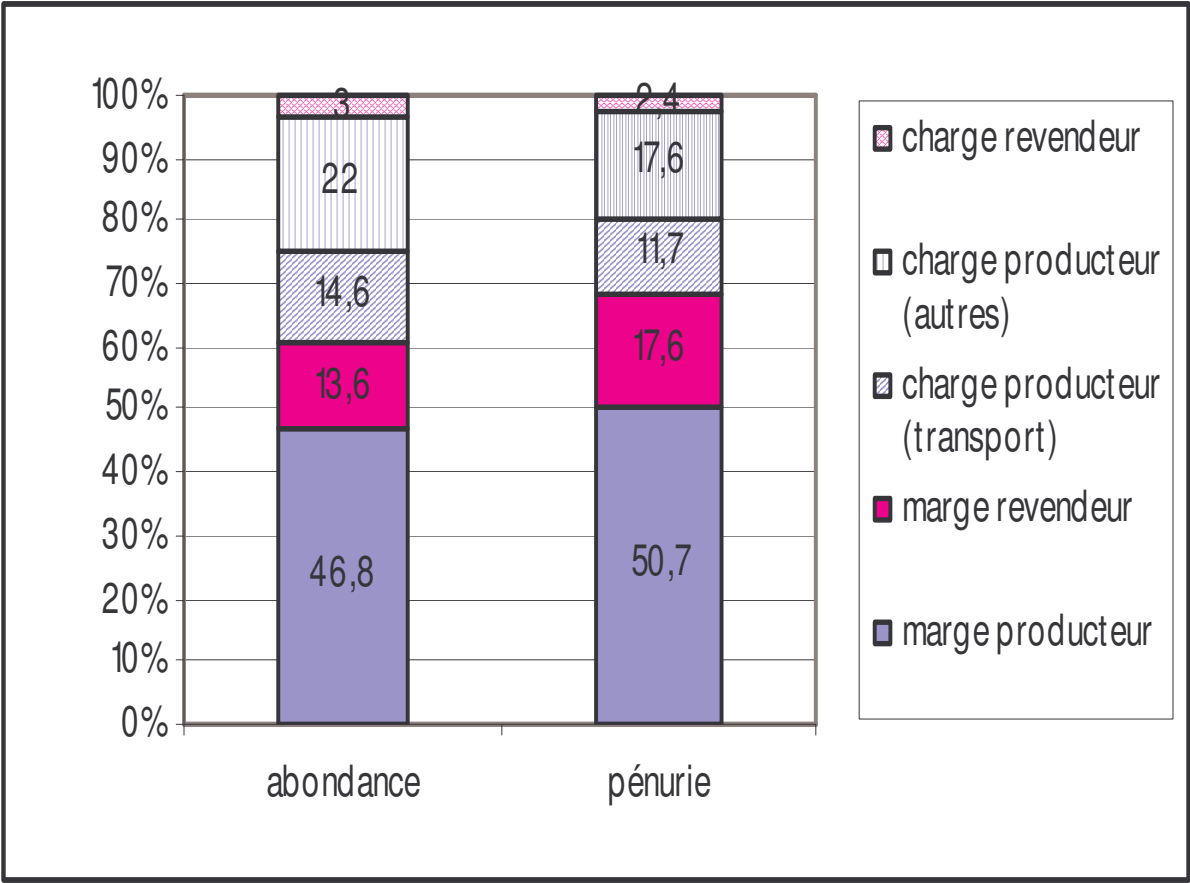
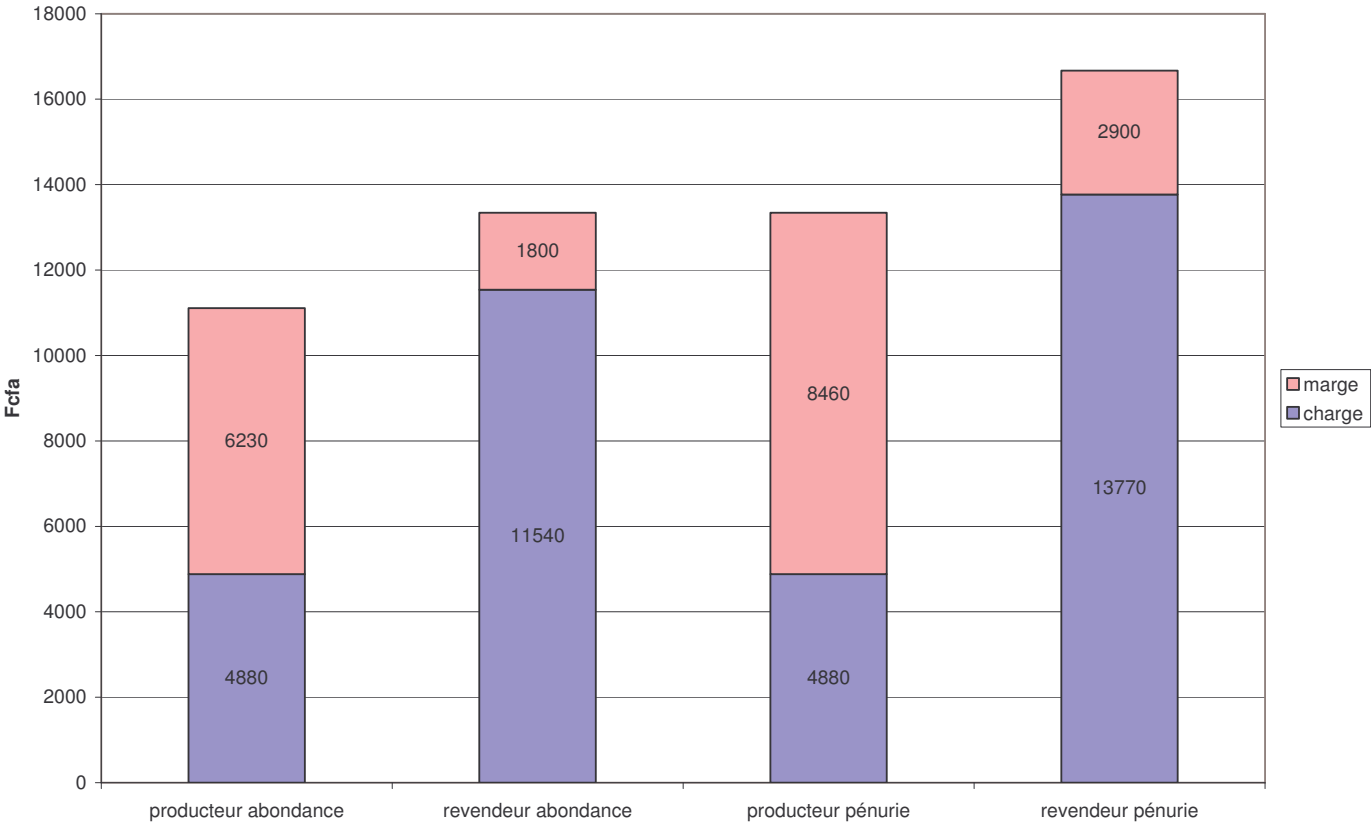
# **ANNEXE 7 : Formation du prix du manioc frais et répartition des marges et charges par acteur – circuit long à proximité de Yaoundé (base 100 kg de manioc frais)**



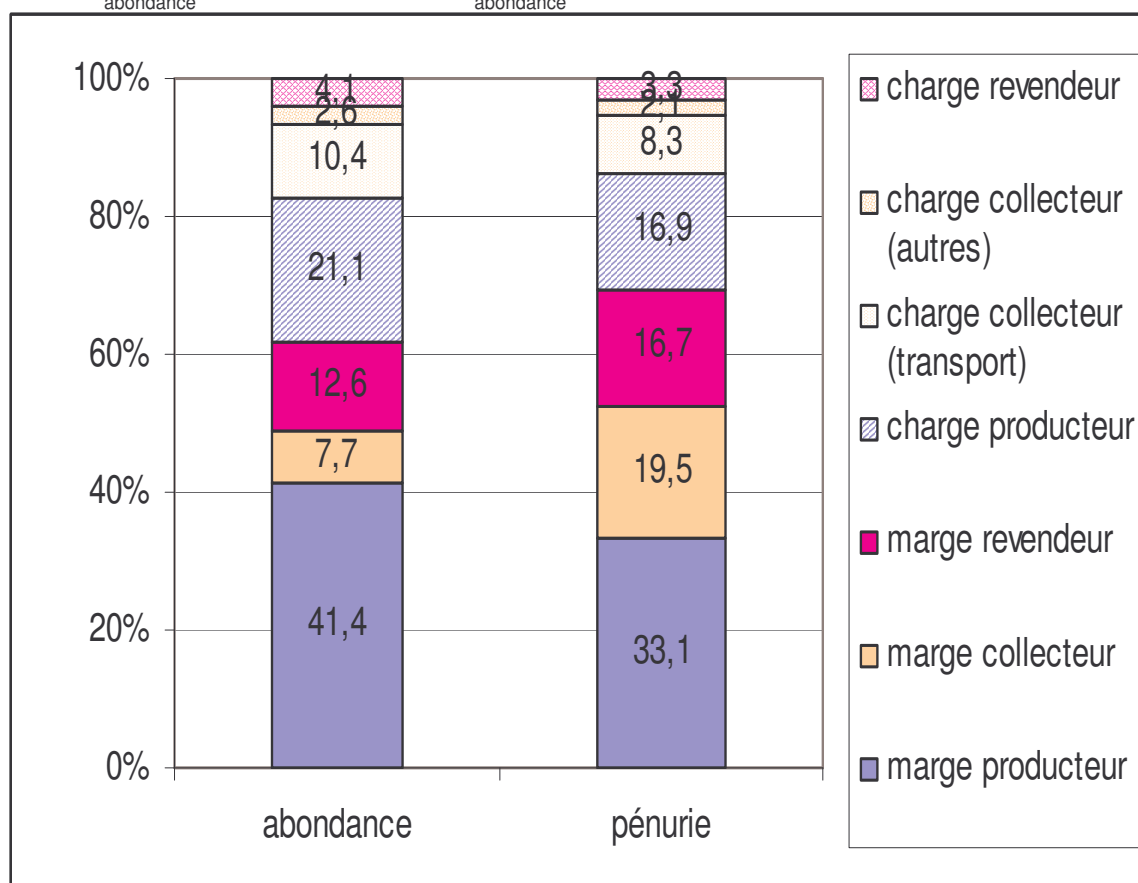
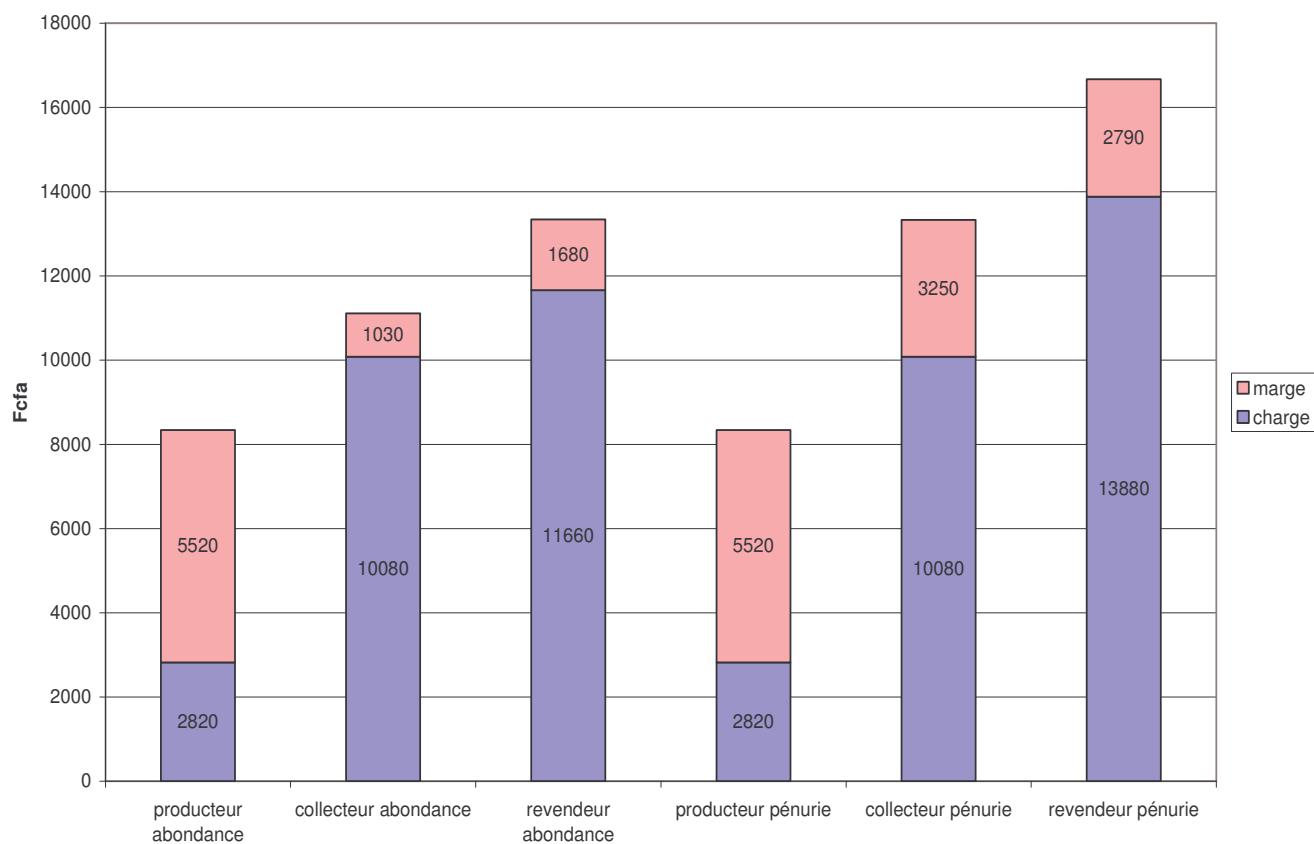
## ANNEXE 8 : Formation du prix des bâtons de manioc et répartition des marges et charges par acteur – circuit court Ngoumou (base 100 kg de manioc frais)



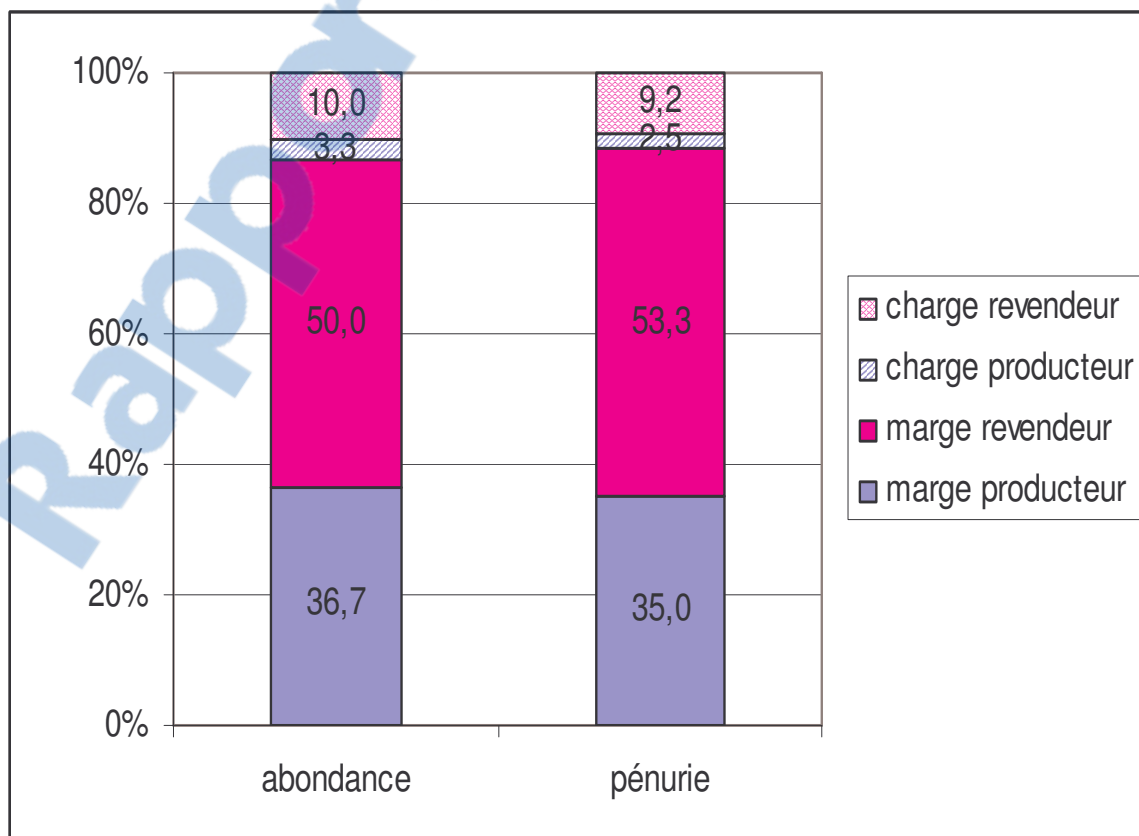
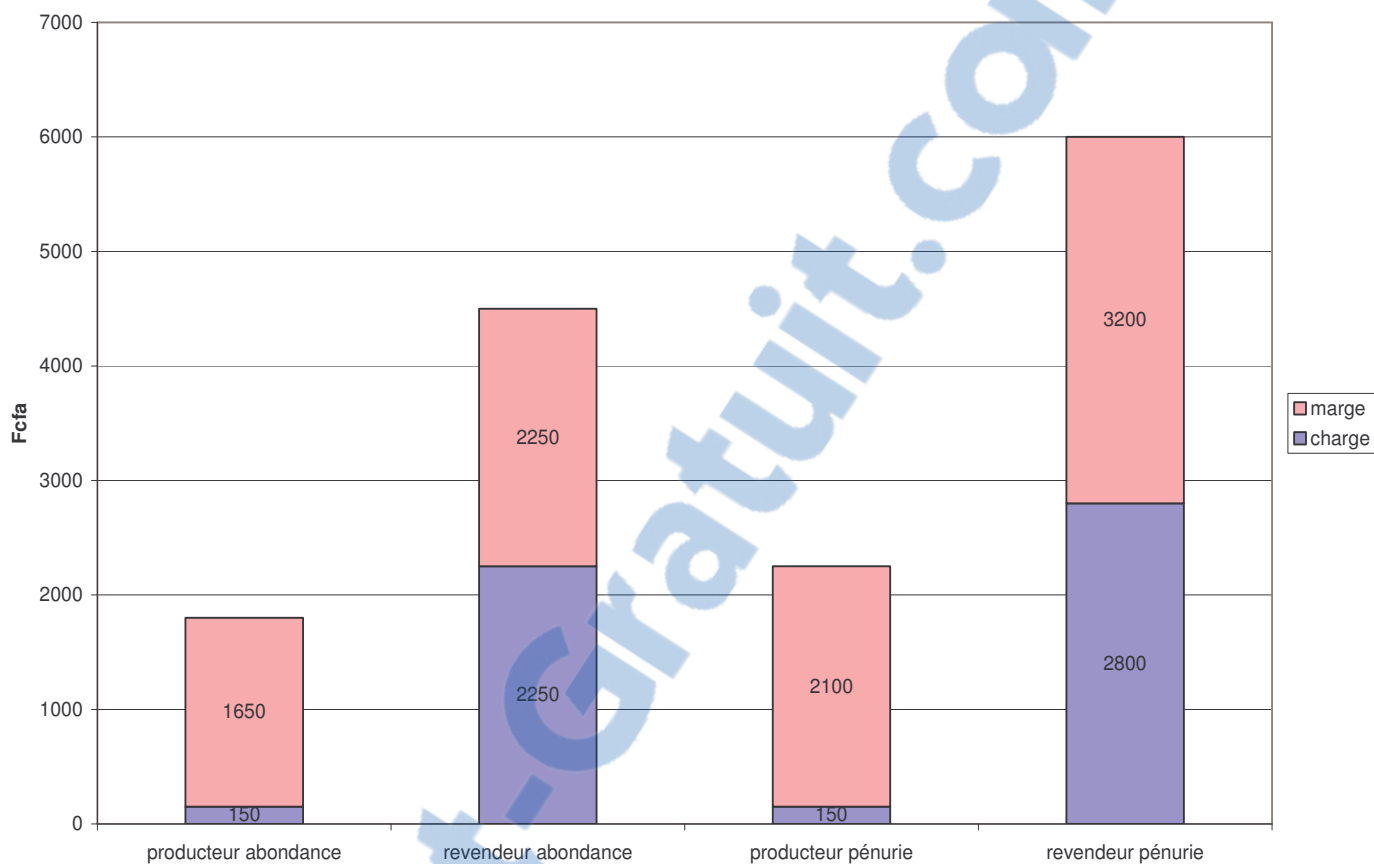
# **ANNEXE 9 : Formation du prix des bâtons de manioc et répartition des marges et charges par acteur – circuit court Obala et Okala (base 100 kg de manioc frais)**



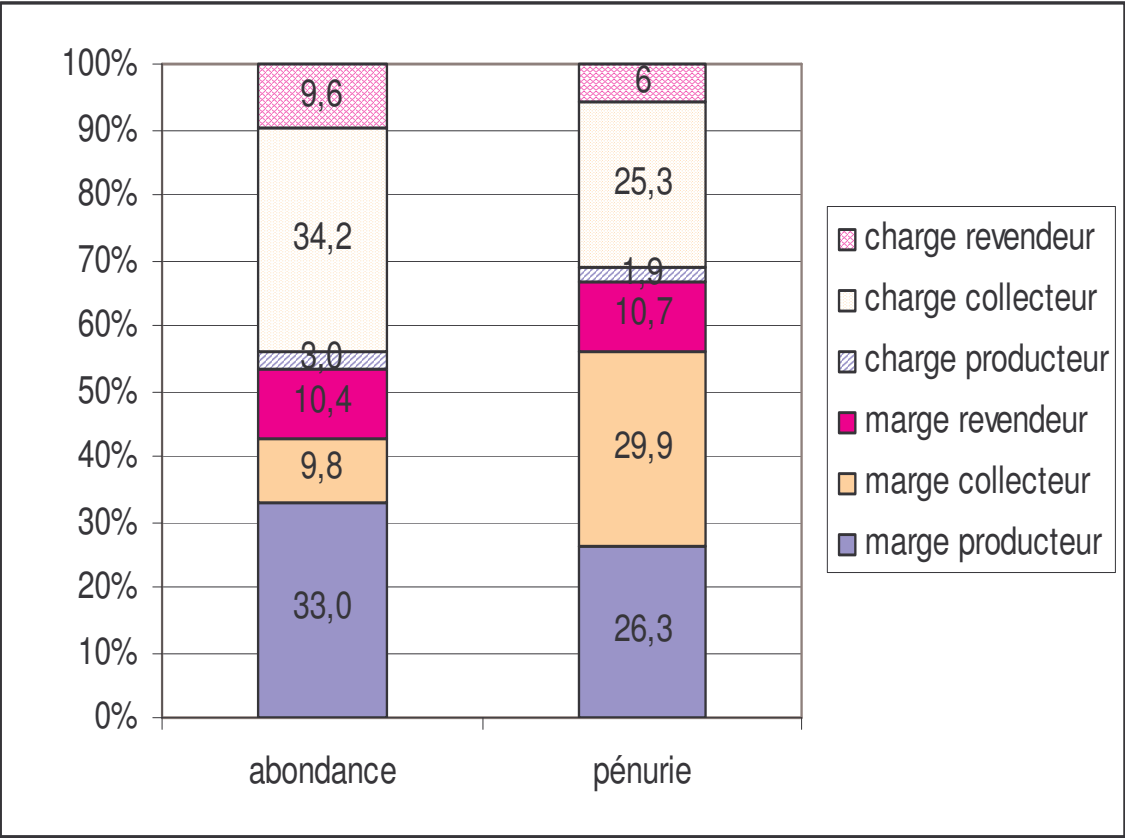
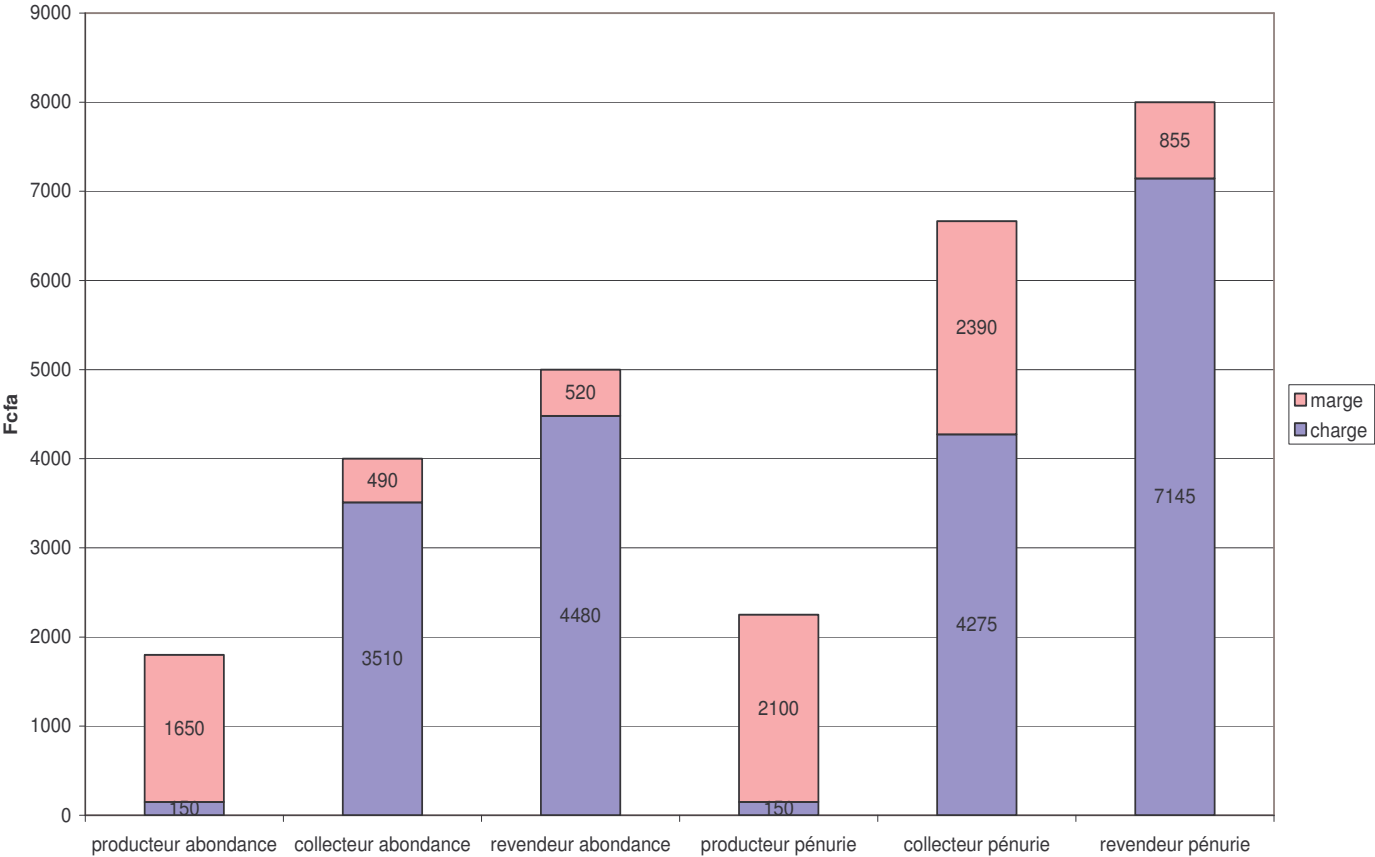
## ANNEXE 10 : Formation du prix des bâtons de manioc et répartition des marges et charges par acteur – circuit long Obala (base 100 kg de manioc frais)



# **ANNEXE 11 : Formation du prix du fufou et répartition des marges et charges par acteur – circuit court Nguélémendouka (base 100 kg de manioc frais)**

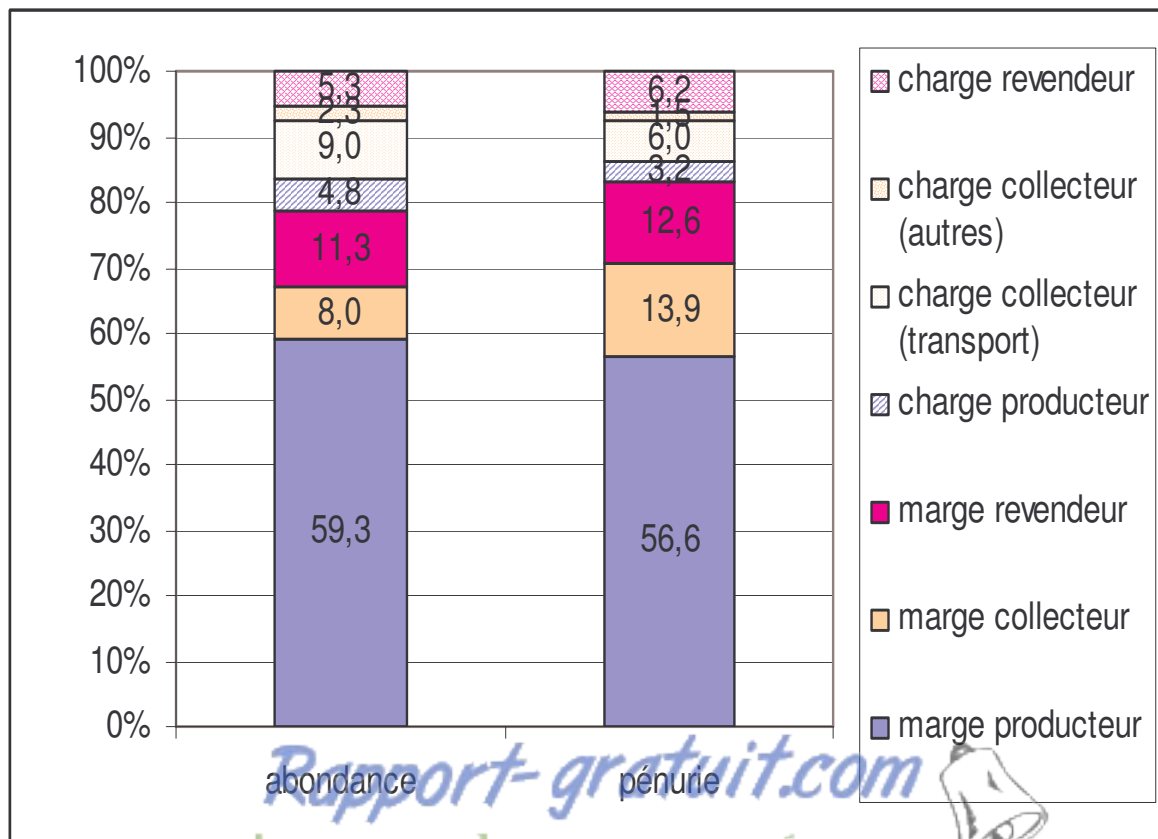
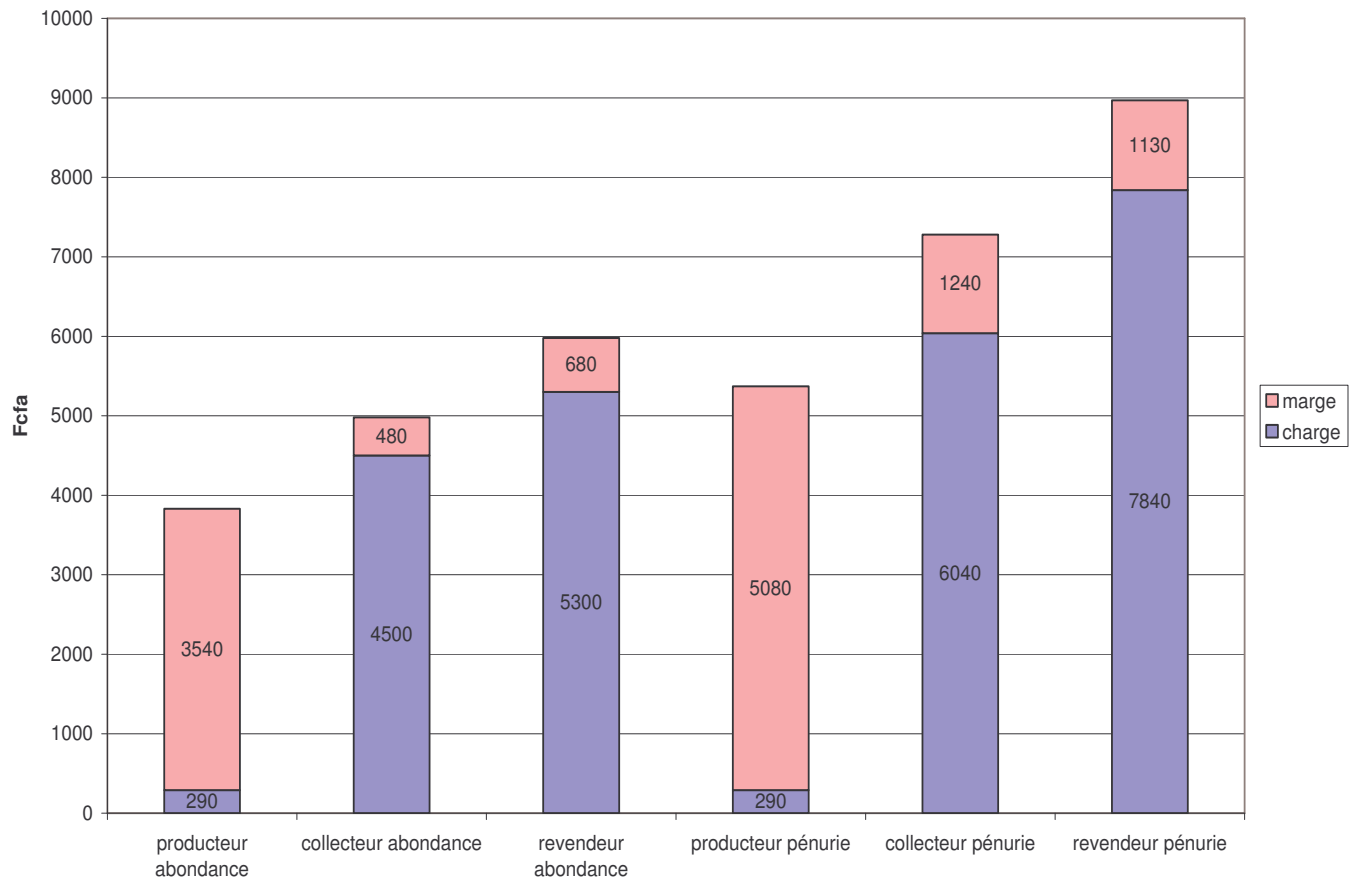


# **ANNEXE 12 : Formation du prix du fufou et répartition des marges et charges par acteur – circuit long Nguélémondouka (base 100 kg de manioc frais)**

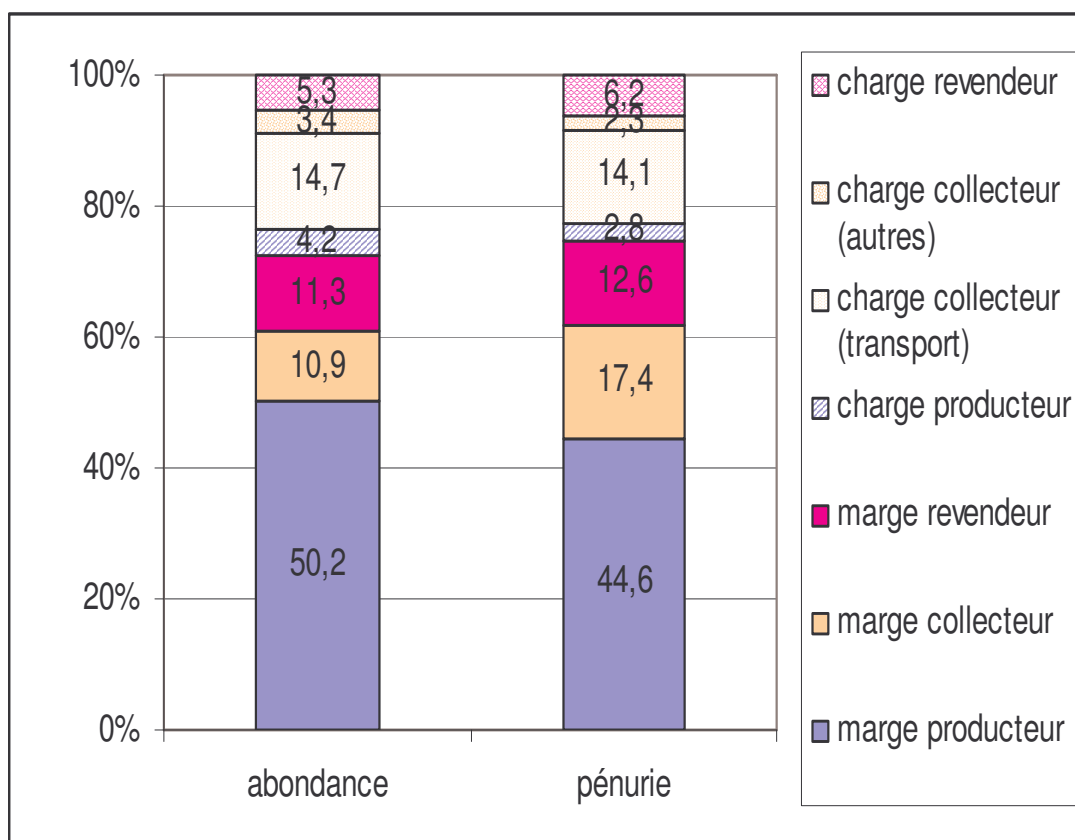
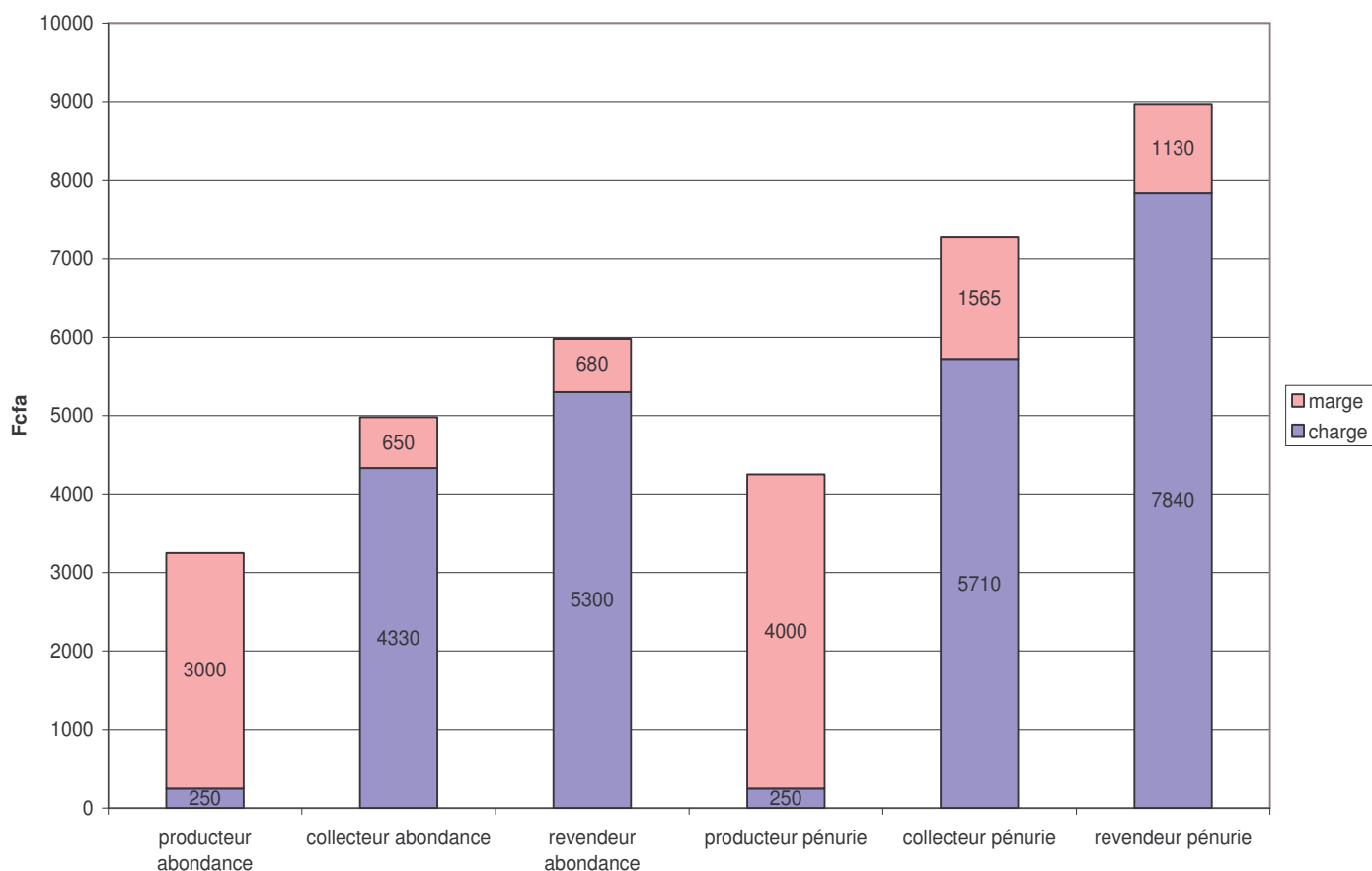




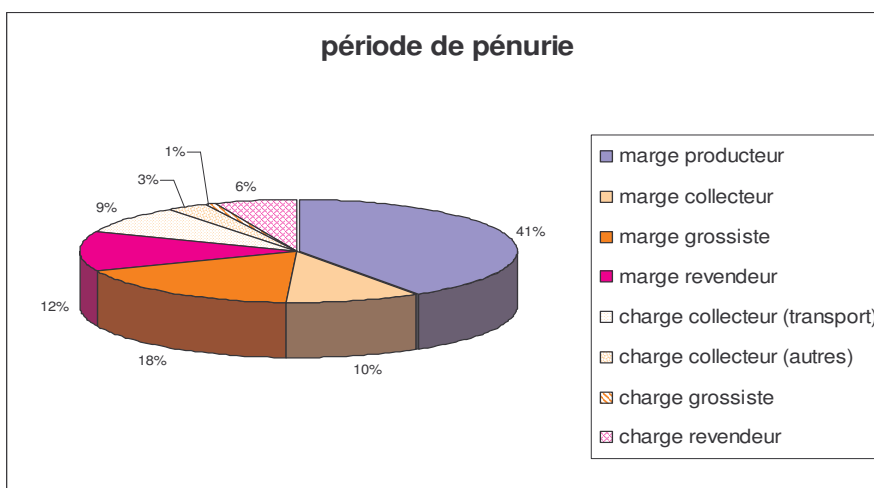
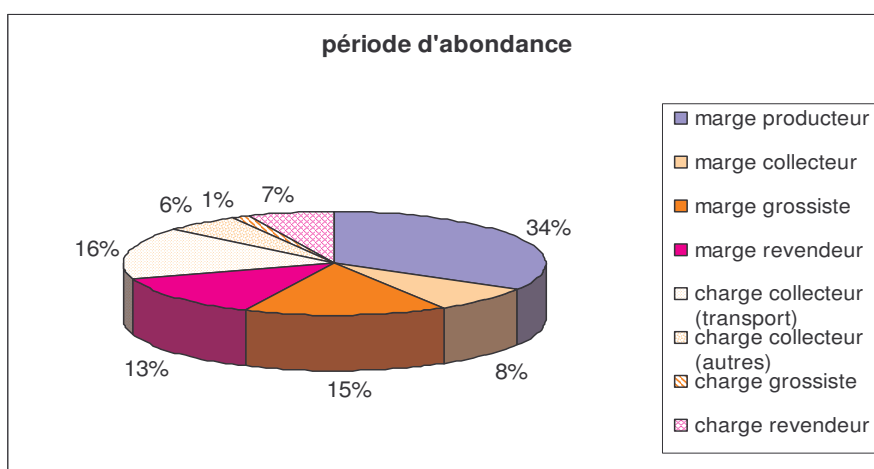
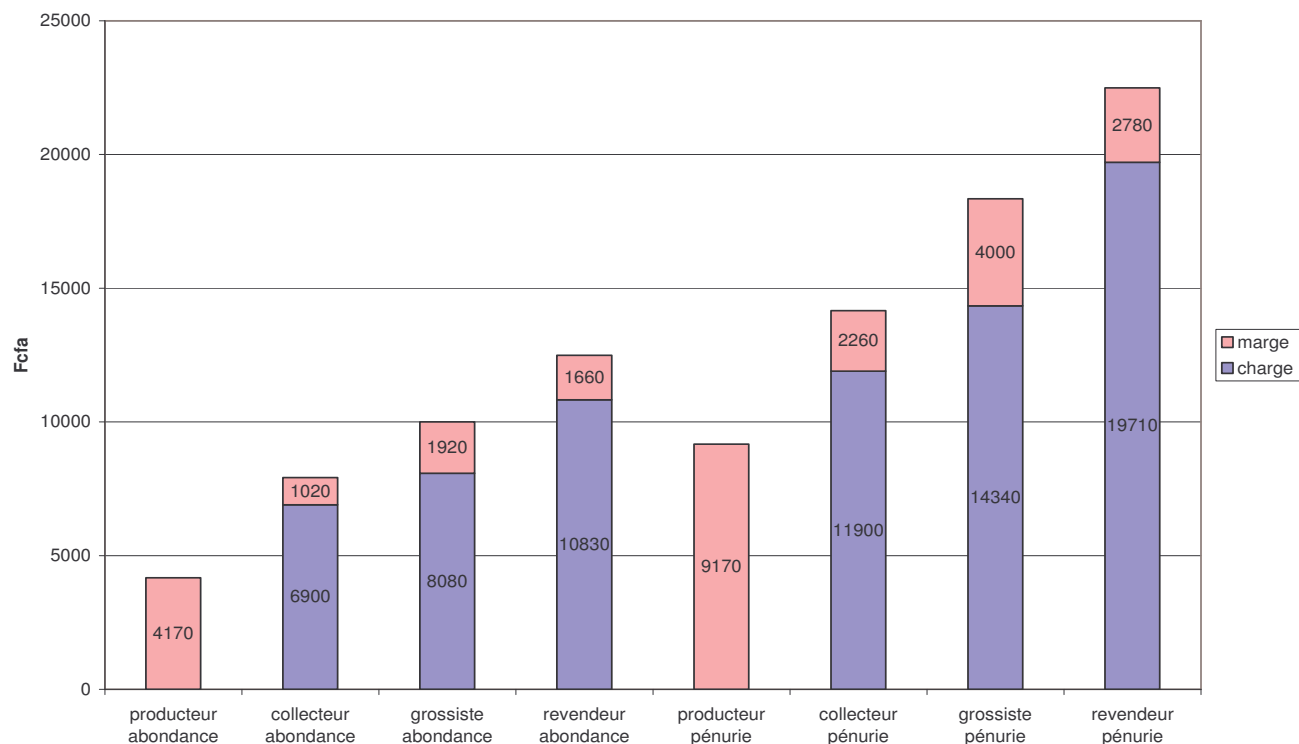
### ANNEXE 13 : Formation du prix du fofou et répartition des marges et charges par acteur – circuit long marché de collecte Mbam (base 100 kg de manioc frais)



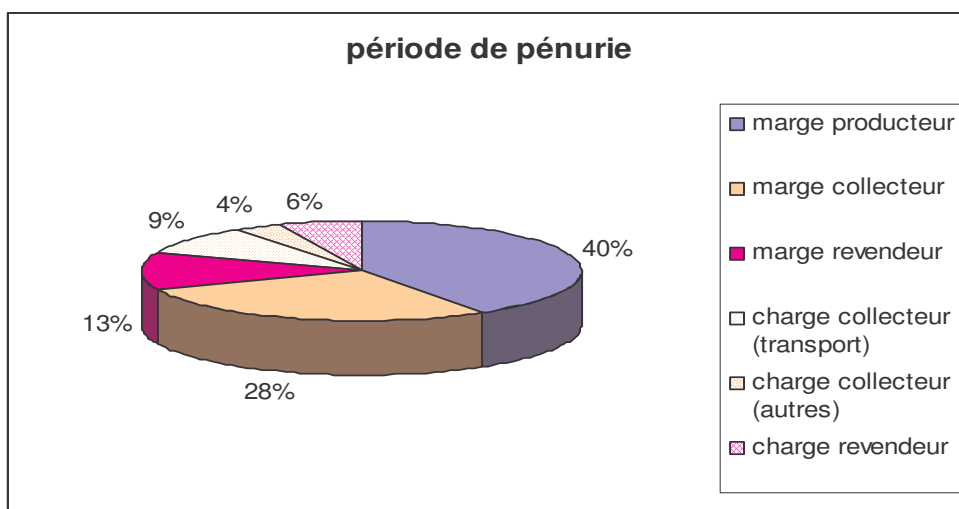
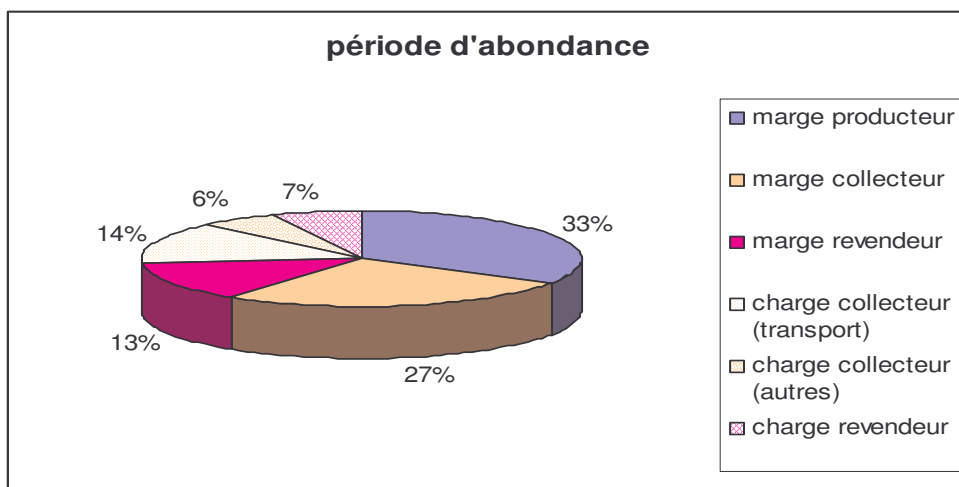
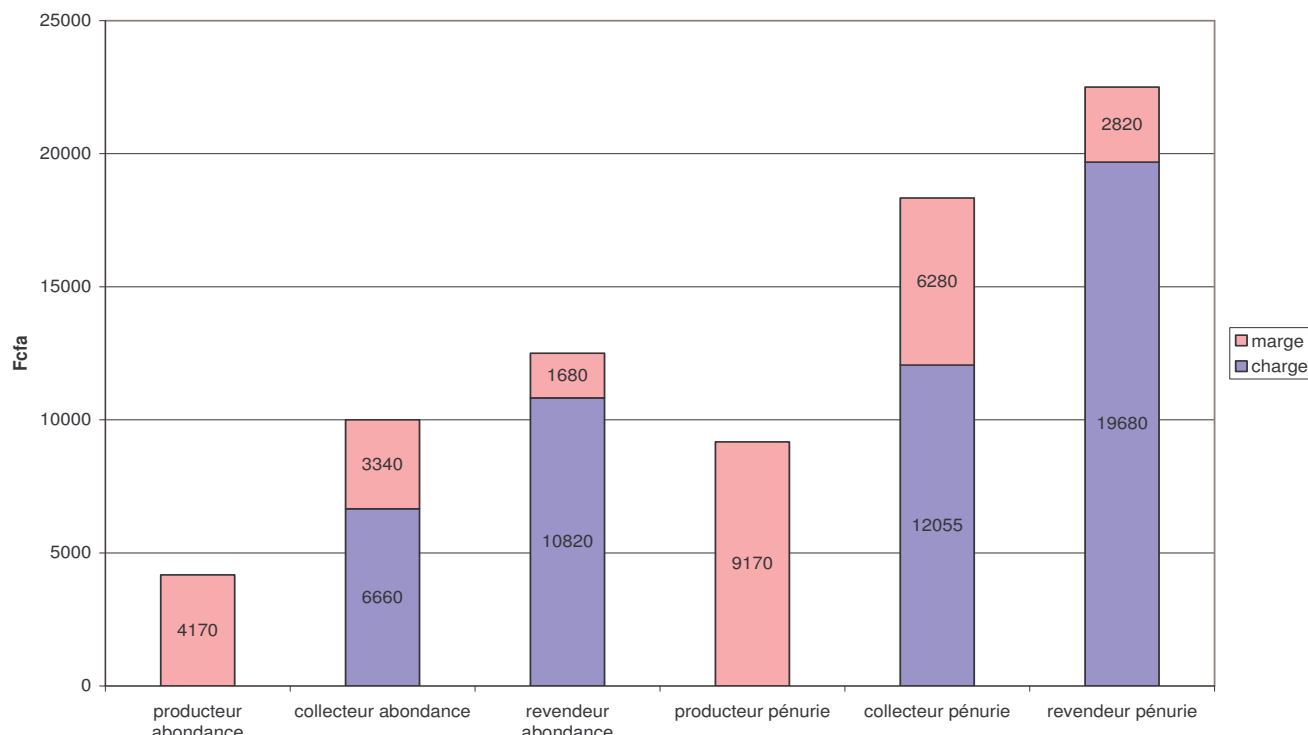
# **ANNEXE 14 : Formation du prix du fufou et répartition des marges et charges par acteur – circuit long bord champ Mbam (base 100 kg de manioc frais)**



## ANNEXE 15 : Formation du prix du macabo et répartition des marges et charges par acteur – collecteur habitant sur la zone de production (base 100 kg)



## ANNEXE 16 : Formation du prix du macabo et répartition des marges et charges par acteur – collecteur grossiste extérieur à la zone de production (base 100 kg)



**ANNEXE 17 : Comparaison de la vente de bobolo de 250 g avec la  
vente de manioc frais provenant d'une cinquantaine de kilomètres de  
Yaoundé**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 300 bâtons</b>	<b>12 000 Fcfa</b>	<b>18 000 Fcfa</b>
Prix unitaire	40 Fcfa	60 Fcfa
<b>Charges pour 300 bâtons</b>	<b>6 400 Fcfa</b>	<b>6 400 Fcfa</b>
Transport de l'agent	2 000 Fcfa	2 000 Fcfa
Transport de la marchandise	1 000 Fcfa	1 000 Fcfa
Feuilles pour bâton	2 400 Fcfa	2 400 Fcfa
Déchargement marchandise	100 Fcfa	100 Fcfa
Droit de marché	100 Fcfa	100 Fcfa
Alimentation de l'agent	500 Fcfa	500 Fcfa
Amortissements de matériel*	300 Fcfa	300 Fcfa
<b>Revenu net (RN)</b>	<b>5 600 Fcfa</b>	<b>11 600 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>37</b>	<b>77</b>
<b>h,j</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>400</b>	<b>829</b>

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 4 bacos</b>	<b>10 000 Fcfa</b>	<b>14 000 Fcfa</b>
Prix unitaire	2 500 Fcfa	3 500 Fcfa
<b>Charges pour 4 bacos</b>	<b>5 050 Fcfa</b>	<b>5 050 Fcfa</b>
Transport de l'agent	2 000 Fcfa	2 000 Fcfa
Transport de la marchandise	2 000 Fcfa	2 000 Fcfa
Déchargement marchandise	200 Fcfa	200 Fcfa
Droit de marché	200 Fcfa	200 Fcfa
Alimentation de l'agent	500 Fcfa	500 Fcfa
Amortissements de matériel*	150 Fcfa	150 Fcfa
<b>RN</b>	<b>4 950 Fcfa</b>	<b>8 950 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>33</b>	<b>60</b>
<b>h,j</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>990</b>	<b>1790</b>

**ANNEXE 18 : Comparaison de la vente de bobolo de 150 g avec la vente de manioc frais provenant de 150 à 200 kilomètres de Yaoundé**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 1200 bâtons</b>	<b>40 000 Fcfa</b>	<b>48 000 Fcfa</b>
Prix unitaire	33 Fcfa	40 Fcfa
<b>Charges pour 1200 bâtons</b>	<b>19 440 Fcfa</b>	<b>19 440 Fcfa</b>
Transport de l'agent	4 000 Fcfa	4 000 Fcfa
Transport de la marchandise	4 000 Fcfa	4 000 Fcfa
Feuilles pour bâton	9 600 Fcfa	9 600 Fcfa
Déchargement marchandise	400 Fcfa	400 Fcfa
Droit de marché	400 Fcfa	400 Fcfa
Alimentation de l'agent	500 Fcfa	500 Fcfa
Amortissements de matériel*	540 Fcfa	540 Fcfa
<b>RN</b>	<b>20 560 Fcfa</b>	<b>28 560 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>57</b>	<b>79</b>
<b>h,j</b>	<b>33,5</b>	<b>33,5</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>614</b>	<b>853</b>

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 10 bacos</b>	<b>25 000 Fcfa</b>	<b>35 000 Fcfa</b>
Prix unitaire	2 500 Fcfa	3 500 Fcfa
<b>Charges pour 10 bacos</b>	<b>15 875 Fcfa</b>	<b>15 875 Fcfa</b>
Transport de l'agent	4 000 Fcfa	4 000 Fcfa
Transport de la marchandise	10 000 Fcfa	10 000 Fcfa
Déchargement marchandise	500 Fcfa	500 Fcfa
Droit de marché	500 Fcfa	500 Fcfa
Alimentation de l'agent	500 Fcfa	500 Fcfa
Amortissements de matériel*	375 Fcfa	375 Fcfa
<b>RN</b>	<b>9 125 Fcfa</b>	<b>19 125 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>24</b>	<b>51</b>
<b>h,j</b>	<b>11</b>	<b>11</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>830</b>	<b>1739</b>

**ANNEXE 19 : Comparaison de la vente de fufou de manioc avec la  
vente de manioc frais provenant de l’Est Cameroun (300 kilomètres de  
Yaoundé)**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 150 kg de fufu</b>	<b>20 000 Fcfa</b>	<b>30 000 Fcfa</b>
Prix unitaire	10 000 Fcfa	15 000 Fcfa
<b>Charges pour 150 kg de fufu</b>	<b>13 150 Fcfa</b>	<b>14 150 Fcfa</b>
Transport de l’agent	7 000 Fcfa	7 000 Fcfa
Transport de la marchandise	4 000 Fcfa	5 000 Fcfa
Déchargement marchandise	200 Fcfa	200 Fcfa
Droit de marché	200 Fcfa	200 Fcfa
Alimentation de l’agent	1 000 Fcfa	1 000 Fcfa
Amortissements de matériel*	750 Fcfa	750 Fcfa
<b>RN</b>	<b>6 850 Fcfa</b>	<b>15 850 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>15</b>	<b>35</b>
<b>h,j</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>428</b>	<b>990</b>

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 12 bacos</b>	<b>30 000 Fcfa</b>	<b>42 000 Fcfa</b>
Prix unitaire	2 500 Fcfa	3 500 Fcfa
<b>Charges pour 12 bacos</b>	<b>21 650 Fcfa</b>	<b>27 650 Fcfa</b>
Transport de l’agent	7 000 Fcfa	7 000 Fcfa
Transport de la marchandise	12 000 Fcfa	18 000 Fcfa
Déchargement marchandise	600 Fcfa	600 Fcfa
Droit de marché	600 Fcfa	600 Fcfa
Alimentation de l’agent	1000 Fcfa	1000 Fcfa
Amortissements de matériel*	450 Fcfa	450 Fcfa
<b>RN</b>	<b>8 350 Fcfa</b>	<b>14 350 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>19</b>	<b>32</b>
<b>h,j</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>596</b>	<b>1025</b>



**ANNEXE 20 : Comparaison de la vente de fufou de manioc avec la  
vente de manioc frais provenant du Mbam (150 kilomètres de  
Yaoundé)**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 90 kg de fufu</b>	<b>13 000 Fcfa</b>	<b>19 000 Fcfa</b>
Prix unitaire	6 500 Fcfa	9 500 Fcfa
<b>Charges pour 90 kg de fufu</b>	<b>6 600 Fcfa</b>	<b>7 600 Fcfa</b>
Transport de l'agent	3 000 Fcfa	3 000 Fcfa
Transport de la marchandise	2 000 Fcfa	3 000 Fcfa
Déchargement marchandise	200 Fcfa	200 Fcfa
Droit de marché	200 Fcfa	200 Fcfa
Alimentation de l'agent	500 Fcfa	500 Fcfa
Amortissements de matériel*	700 Fcfa	700 Fcfa
<b>RN</b>	<b>6 400 Fcfa</b>	<b>11 400 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>24</b>	<b>42</b>
<b>h,j</b>	<b>10</b>	<b>12</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>640</b>	<b>950</b>

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 7 bacos</b>	<b>17 500 Fcfa</b>	<b>24 500 Fcfa</b>
Prix unitaire	2 500 Fcfa	3 500 Fcfa
<b>Charges pour 7 bacos</b>	<b>11 460 Fcfa</b>	<b>11 460 Fcfa</b>
Transport de l'agent	3 000 Fcfa	3 000 Fcfa
Transport de la marchandise	7 000 Fcfa	7 000 Fcfa
Déchargement marchandise	350 Fcfa	350 Fcfa
Droit de marché	350 Fcfa	350 Fcfa
Alimentation de l'agent	500 Fcfa	500 Fcfa
Amortissements de matériel*	260 Fcfa	260 Fcfa
<b>RN</b>	<b>6 040 Fcfa</b>	<b>13 040 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>23</b>	<b>48</b>
<b>h,j</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>755</b>	<b>1630</b>

**ANNEXE 21 : Comparaison théorique de la vente de fufou de manioc  
avec la vente de bâton de manioc provenant de Ngoumou (50  
kilomètres de Yaoundé)**

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 90 kg de fufu</b>	<b>13 000 Fcfa</b>	<b>19 000 Fcfa</b>
Prix unitaire	6 500 Fcfa	9 500 Fcfa
<b>Charges pour 90 kg de fufu</b>	<b>4 600 Fcfa</b>	<b>4 600 Fcfa</b>
Transport de l'agent	2 000 Fcfa	2 000 Fcfa
Transport de la marchandise	1 000 Fcfa	1 000 Fcfa
Déchargement marchandise	200 Fcfa	200 Fcfa
Droit de marché	200 Fcfa	200 Fcfa
Alimentation de l'agent	500 Fcfa	500 Fcfa
Amortissements de matériel*	700 Fcfa	700 Fcfa
<b>RN</b>	<b>8 400 Fcfa</b>	<b>14 400 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>40</b>	<b>69</b>
<b>h,j</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>840</b>	<b>1440</b>

PERIODE DE VENTE	ABONDANCE	PENURIE
<b>Recettes pour 420 bâtons</b>	<b>16 800 Fcfa</b>	<b>25 200 Fcfa</b>
Prix unitaire	40 Fcfa	60 Fcfa
<b>Charges pour 420 bâtons</b>	<b>7 960 Fcfa</b>	<b>7 960 Fcfa</b>
Transport de l'agent	2 000 Fcfa	2 000 Fcfa
Transport de la marchandise	1 500 Fcfa	1 500 Fcfa
Feuilles pour bâton	3 360 Fcfa	3 360 Fcfa
Déchargement marchandise	150 Fcfa	150 Fcfa
Droit de marché	150 Fcfa	150 Fcfa
Alimentation de l'agent	500 Fcfa	500 Fcfa
Amortissements de matériel*	300 Fcfa	300 Fcfa
<b>RN</b>	<b>8 840 Fcfa</b>	<b>17 240 Fcfa</b>
<b>RN/kg manioc frais</b>	<b>42</b>	<b>82</b>
<b>h,j</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>RN/h,j</b>	<b>442</b>	<b>862</b>

## ANNEXE 22 : Rôle du manioc dans le goître endémique

L'Est Cameroun est considéré comme une zone à forte prévalence en goître endémique.

La cause principale du goître endémique est la carence alimentaire en iode. Mais, des substances goitrigènes contenues dans certains aliments ont également un rôle dans l'étiologie du goître endémique : c'est le cas du manioc. Des études réalisées en Afrique Centrale, dont l'Est Cameroun, ont en effet révélé un lien entre consommation de manioc et fréquence du goître chez la population. (Delange *et al.*, 2001 ; Jambon *et al.*, 1978)

Le caractère goitrigène du manioc provient du fait qu'il comprend des glucosides cyanogéniques : la linamarine et la lotaustraline. Ces composés sont hydrolysés en cyanure (HCN) par la linamarase, enzyme qui apparaît quand les cellules des racines de manioc sont rompues. Le cyanure est ensuite détecté, par la rhodanase, dans l'organisme en thiocyanate, composé soufre ayant des propriétés goitrigènes. En effet, le thiocyanate inhibe la fixation de l'iode par la thyroïde provoquant un déficit en hormones thyroïdiennes (T3 et T4). Les conséquences sur le plan clinique de cette inhibition sont un risque d'augmentation de la mortalité périnatale, un retard de la croissance physique et mentale (crétinisme) et l'hypertrophie de la thyroïde (goître).

Une étude a été effectuée en 1978 dans la région de Bertoua afin d'estimer les teneurs en iode et en acide cyanhydrique dans quelques aliments à base de manioc pour voir si le manioc consommé en quantité importante par les populations pouvait être un facteur goitrigène. Les résultats de cette étude sont retranscrits ci-dessous.

TENEUR		IODE	ACIDE CYANHYDRIQUE
Origine de l'aliment	En µg/g	(2 à 18 dosages/aliment) rapporté à la matière sèche médiane (amplitude)	(18 dosages /aliment) rapporté au poids frais X ± SX (amplitude)
Racine de manioc	Racine fraîche	0,030 (0,020 – 0,040)	49 ± 5 (24 – 113)
	Racine cuite à l'eau	0,028 (0,026 - 0,030)	22 ± 4 (7 – 80)
	Manioc en cossettes	0,028 (0,026 – 0,028)	7 ± 1 (3 – 8)
	Foufou	0,020 (0,018 – 0,028)	5 ± 1 (3 – 8)
Feuilles de manioc	Feuilles fraîches	0,120 (0,030 – 0,140)	391 ± 18 (204 – 516)
	Kpem	0,090 (0,060 – 0,100)	17 ± 1 (8 – 26)
	Sauce gluante au gbé	0,080 (0,060 – 0,090)	17 ± 1 (9 – 27)

source : Jambon *et al.*, 1978

**Tableau : Teneurs moyennes en iode et HCN de quelques parties comestibles de manioc**

Les aliments à base de feuilles de manioc sont plus riches en iode et en cyanure que ceux à base de racines. Suivant le procédé technologique utilisé pour préparer la racine de manioc, la teneur en cyanure varie. Elle est plus faible après cuisson à l'eau, elle diminue fortement lorsque le manioc est coupé en morceaux (cossettes) ou quand la racine est rouie, broyée, séchée et réduite en farine avant cuisson pour la préparation du foufou.

Les mets à base de manioc les plus fréquemment consommés dans cette région, fufou et kpem, sont ceux qui ont été les mieux détoxifiés en cyanure (ex : dans le cas du fufou, élimination de 90% du cyanure présent dans la racine) par les méthodes traditionnelles de transformation. Ces dernières visent à faire diminuer la toxicité du manioc soit en détruisant la linamarase (cuisson), soit en favorisant la libération du cyanure (rouissage, broyage, fermentation), puis son élimination (séchage, cuisson) car l'acide cyanhydrique (HCN), composé volatil, s'évapore rapidement dans l'air à des températures supérieures à 28°C et se dissout facilement dans l'eau.

Il semble bien que dans cette région du Cameroun l'on puisse avancer l'étiologie très probable d'une carence iodée exogène aggravée par la consommation d'aliments goitrigènes (en l'occurrence le manioc). Au vu des résultats sur les teneurs en HCN du manioc selon des procédés traditionnels de transformation, il apparaît nécessaire d'encourager la pratique du rouissage, malgré ses inconvénients nutritionnels montrés par Favier et al. (1971), d'encourager la culture de variétés de manioc moins amères et d'une manière générale, la diversification des cultures vivrières.

### **Bibliographie :**

Delange, P. et al., 2001. La thyroïde des concepts à la pratique clinique. Ed. Elsevier Masson, p. 357

Favier, J.C., Chevassus-Agnes S. et Gallon G., 1971. La technologie traditionnelle du manioc au Cameroun. Influence sur la valeur nutritive. Ann. Nutr. Alim., 25, p. 1-59.

Jambon, B., Le François, P., Vernerey, M., Guéguen, R. et Couillot, M.F., 1978. Teneurs en iode et en acide cyanhydrique de quelques aliments consommés dans une zone d'endémie goitreuse (Est Cameroun). Afrique Médecine, 17, (159), p. 251-253.





## RESUME

Les racines et tubercules, dont le manioc et le macabo sont les plus consommés au Cameroun, constituent la base de l'alimentation des ménages ruraux et des populations urbaines. Face à la croissance démographique et au taux d'urbanisation de plus en plus important, les agriculteurs devront augmenter la part de leur production vouée à la commercialisation.

Dans ce contexte, cette étude participe à la phase initiale d'un projet de recherche ayant pour objectif d'améliorer l'approvisionnement des centres urbains du sud Cameroun en produits vivriers et d'améliorer le revenu des exploitations familiales agricoles.

Cette étude se base sur la situation des marchés urbains de Yaoundé, des bassins de production de Ngoumou et de Nguélémdouka. Ces zones ont été choisies pour favoriser l'analyse comparative en terme d'accès au marché. L'étude identifie les différentes formes d'organisation et de coordination au sein des filières manioc et macabo, ainsi que leurs déterminants. Elle montre aussi comment ces mécanismes permettent de gérer les risques des différents acteurs. Elle discute enfin de l'utilité de la mise en place d'un système d'information sur les marchés pour ces produits.

Les réseaux de commercialisation du manioc et du macabo se caractérisent par leur grande diversité. Ils sont fonction de la nature du produit et de l'emplacement géographique. Le macabo et le fofou de manioc, moins périssables, sont davantage produits dans les régions isolées et leur commercialisation nécessite des intermédiaires. C'est l'inverse pour les denrées plus périssables que sont les racines de manioc et les bâtons de manioc. Plus les zones sont enclavées et plus l'asymétrie d'information est importante.

Pour limiter les risques, la fidélisation est quasiment généralisée. Ces coordinations verticales se font entre individus et non entre groupes d'individus. A l'opposé de ces stratégies individualistes, une solidarité communautaire permet de répondre aux besoins de financement des activités socio-économiques des acteurs.

La commercialisation est très atomisée et l'organisation de ces filières est insuffisante pour permettre une réponse adéquate de la production à la demande urbaine. Le renforcement de la capacité des acteurs à mettre en œuvre des dynamiques d'action collective et à élaborer des compromis devient crucial. Ce renforcement passe par la formation des organisations professionnelles, une meilleure circulation de l'information et le développement de dispositifs de concertation. La mise en place seulement d'un système d'information des marchés ne permettra pas de répondre à cette insuffisance.

**Mots clés :** Cameroun, manioc, macabo, commercialisation, filière, coordination, risque, SIM