



Réseau de Recherche et d'Echanges  
sur les Politiques Laitières

[www.repol.sn](http://www.repol.sn)



Série « Notes Méthodologiques »

# L'analyse des filières laitières

Guillaume DUTEURTRE\*, Papa Nuhine DIEYE\*, Mian Oudanang KOUSSOU\*\*

\*ISRA-BAME

\*\*Laboratoire de Farcha

Note méthodologique n° 01

Coordination : ISRA-BAME

Avec le concours de



GRET



Ce document présente une méthode d'analyse des filières. Elle propose une approche globale de l'analyse des filières agro-alimentaires en faisant référence la plupart du temps à des exemples pris dans le secteur laitier.

Dans la première partie, un certain nombre de définitions sont proposées, notamment les termes d'agent économique, de marché, de concurrence, de filière, d'économie informelle etc. La seconde partie expose une méthode d'analyse des filières qui repose sur 4 étapes :

- (i) *la délimitation de la filière* qui consiste à définir l'objet d'étude et à en tracer les principaux contours ;
- (ii) *la typologie des acteurs* qui a pour objectif de comprendre les stratégies des différents types d'acteurs de la filière ;
- (iii) *l'analyse comptable* qui étudie les différents niveaux de prix dans la filière, ainsi que les marges et les profits des acteurs commerciaux aux différents échelons des circuits ;
- (iv) *l'analyse de l'organisation de la filière* qui essaie de comprendre les relations entre acteurs et les règles qui régissent ces relations.

Les méthodes de collecte d'information correspondant à ces 4 étapes sont discutées: bibliographie, enquêtes préliminaires par entretiens ouverts, enquêtes systématiques auprès d'un échantillon d'acteurs, relevés des prix sur les marchés, étude des comptabilités d'acteurs, histoires de vies.

# 1 ère Partie

## Introduction à l'analyse des filières

Le présent document est une version actualisée et adaptée de : Duteurtre G., Koussou M. O., Leteuil H., 2000 : « Une méthode d'analyse des filières : synthèse de l'atelier de formation du 10 au 14 avril 2000 », rapport PRASAC / LRVZ / DPPASA, 46 p.

### A. Cadre général

Le cadre de réflexion choisi est le concept de filière. L'approche filière est une méthode d'analyse technico-économique des circuits commerciaux. Cette démarche réserve une place importante aux données de terrain. Son application au secteur agroalimentaire s'est révélée particulièrement féconde en Afrique subsaharienne.

L'intérêt de l'approche filière consiste à éclairer les zones d'ombre sur le circuit d'un produit, « de la fourche à la fourchette », c'est-à-dire de l'acte de production jusqu'à l'acte de consommation. Cette approche permet de mieux comprendre les stratégies des acteurs, les mécanismes de structuration des prix, d'identifier et de caractériser les contraintes au commerce d'un produit, afin de concevoir des actions pour lever ces contraintes.

Une telle démarche de diagnostic (ou de recherche-action) doit ensuite déboucher sur l'appui à l'émergence de nouvelles filières et sur la structuration des filières rémunératrices.

Ainsi, l'approche filière semble particulièrement appropriée pour proposer des actions destinées à favoriser l'augmentation des productions. Elle prétend par ce biais participer à la lutte contre la pauvreté et à la recherche de la sécurité alimentaire.

La mise en œuvre d'une étude de filière se fait en 3 temps :

- (i) La construction d'une question de recherche (et d'une problématique) ;
- (ii) La maîtrise d'une méthode d'investigation du terrain ;
- (iii) La description progressive de l'architecture de la filière.

NB : L'approche filière rejette la dichotomie entre « offre » et « demande » qui ne rend pas compte de la complexité des relations marchandes.

### B. Quelques définitions

Aborder le système économique suppose en premier lieu de s'appuyer sur quelques définitions de bases dont certaines sont mentionnées dans les lignes qui suivent.

#### Les agents économiques

En économie, les individus ou les groupes d'individus qui interviennent dans la production, l'échange, la transformation ou la consommation de produits sont appelés agents. Certains auteurs parlent aussi d'acteurs économiques, ce terme ayant une référence plus explicite à la socio-économie ou à la sociologie. Ces agents sont des personnes, des familles, des groupes de personnes constitués en association ou en entreprises, des administrations publiques etc.

Les agents réalisent des fonctions économiques : cultiver des céréales, transporter des animaux sur pied, transformer de l'arachide en huile et en tourteau, consommer des tomates, etc. Les fonctions économiques principales sont : produire pour vendre et acheter pour consommer. Ces 2 fonctions définissent l'essence même de la vie économique : les échanges de biens (marchandises) ou de services.

## Le marché

Au sens courant, le marché est un emplacement où se tient à intervalles plus ou moins réguliers une réunion d'acheteurs et de vendeurs échangeant des marchandises. On entend ici par marché la « place de marché » : ainsi apparaît le marché dans l'imagination : salons, foires, expositions, halles de marchandises, lieu où s'amoncellent fruits et légumes. Ces images correspondent à cette notion de marché au sens courant.

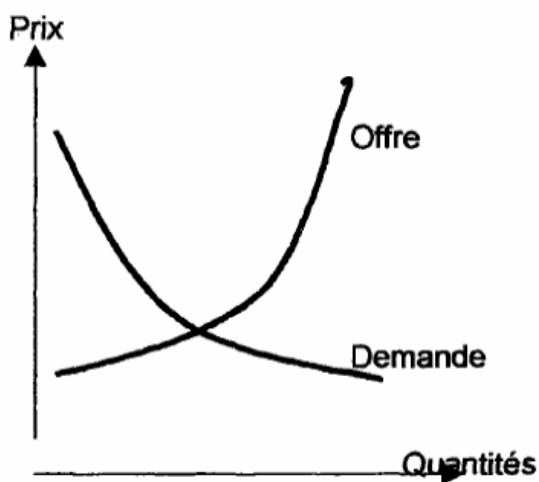
Mais ce sens ne recouvre pas la totalité des marchés aujourd'hui et les économistes utilisent le terme dans un autre sens. En économie, le marché est le lieu de rencontre (éventuellement abstrait) où les offres des vendeurs rencontrent les demandes des acheteurs qui s'ajustent à un certain prix. On dit que le marché est le lieu de confrontation des offreurs et des demandeurs d'un bien, service ou facteur de production parfaitement identifié, aboutissant à la formation d'un prix, et à la détermination du volume échangé.

Pour un marché donné, les ventes peuvent s'effectuer en un même endroit ou en plusieurs endroits différents. Dans le cas du marché du lait caillé de N'Djamena, par exemple, un grand nombre d'échanges sont effectués par ventes directes à domicile, en plus des places de marchés de la ville.

Pour différencier le lieu « théorique » de la rencontre de l'offre et de la demande du lieu « réel » où se rencontrent effectivement les vendeurs et les acheteurs, on parle dans le second cas de « marchés physiques » ou de « places de marchés ». Par exemple, le marché hebdomadaire de bétail de Dabra est un marché physique.

A l'inverse, certains marchés n'ont pas de localisation matérielle : les transactions s'y opèrent par télex, téléphone ou informatique comme sur les marchés de matière première, du pétrole, les marchés monétaires, etc.

Dans la théorie économique, on considère dans la plupart des cas que plus le prix est bas, plus les acheteurs demandent une grande quantité de produits. On construit alors une « courbe de demande » (voir schéma). A l'inverse, les vendeurs offrent sur le marché d'autant plus de biens que le prix est élevé. On construit alors une courbe d'offre. L'équilibre théorique du marché se situe au point de rencontre entre les deux courbes.



*Le marché théorique*



*Une place de marché*

Le marché est donc une façon de confronter offre et demande afin de réaliser un échange de services, de produits, ou de capitaux : l'ajustement se fait par les prix. On parle d'économie de marché lorsque les échanges de marchandises ou de services se font pour l'essentiel par le marché. A l'inverse, une économie planifiée peut laisser un certain rôle au marché, mais celui-ci ne joue pas un rôle majeur dans l'orientation de la production et la détermination des prix.

## Institutions de marché

A la différence du postulat de la théorie néoclassique, l'ajustement des offres et des demandes par le marché ne se fait pas naturellement ni instantanément. Pour fonctionner, le marché a besoin d'un cadre réglementaire : législations fiscales, douanières, réglementations sanitaires, normes ou standards de qualité. D'autre part, les marchés physiques nécessitent des infrastructures : places de marchés, routes, unités de mesure communes, etc. C'est pourquoi l'économie de marché n'est pas une économie du « laissez-faire ».

On désigne par le terme d'institutions marchandes l'ensemble des règles qui permettent au marché de fonctionner.

## Les différents types de marchés

Les marchés des différents produits ne se ressemblent pas. Sur certains, le nombre d'acheteurs et de vendeurs est très important, sur d'autres, il n'y a que quelques vendeurs.

On définit différents types de marchés suivant le nombre de vendeurs et d'acheteurs :

<i>Demande / Offre</i>	Un vendeur	Quelques vendeurs	Nombreux vendeurs
Un acheteur			<b>Monopsonie</b>
Quelques acheteurs			
Nombreux acheteurs	<b>Monopole</b>	<b>Oligopole</b>	<b>Concurrence</b>

Ces différences dans la structure du marché induisent des comportements économiques extrêmement différents. Les prix, par exemple, ne se fixent pas au même niveau sur un marché relativement concurrentiel et sur un marché oligopolistique.

Si le monopole (caractérisé par la présence d'un seul vendeur) est une situation relativement exceptionnelle, l'oligopole est une situation très caractéristique du monde actuel.

## Parts de marchés

La part de marché d'une entreprise correspond à la part des quantités échangées sur un marché qui est vendue par cette entreprise.

## La concurrence

Le mot concurrence est utilisé dans 2 sens très différents l'un de l'autre. Au sens le plus général, il y a concurrence s'il y a compétition. On parle de concurrence entre plusieurs firmes ou entre plusieurs pays, sur un marché donné. Sur ce marché, les vendeurs sont appelés concurrents. Dans ce sens, une entreprise peut être compétitive (c'est-à-dire être capable de remporter des parts de marché) de différentes manières : en produisant moins cher, ou en produisant de meilleure qualité, ou en faisant plus de publicité, etc.

Au sens de la théorie économique, on parle souvent de concurrence pour définir une situation bien particulière : la concurrence pure et parfaite. Dans ce cas, une entreprise est compétitive si elle vend à un prix inférieur à celui de ses concurrents. On parle par exemple de marché de concurrence, ou de marché concurrentiel.

## La compétitivité

Dans l'usage courant, la compétitivité peut être définie sans ambiguïté comme la "*capacité à faire face à la concurrence*" (Brémont et Gélédan, 1990). Si on prend le mot concurrence selon son sens général, la compétitivité "*ne se mesure pas par un critère unique mais résulte de la conjonction d'un ensemble d'éléments pour lesquels l'entreprise se trouve en situation favorable face à ses concurrents: prix, qualité des produits, qualité du service après-vente, mais aussi capacité*

*d'adaptation aux mutations de la demande des consommateurs ou aux innovations des autres entreprises." On parle de compétitivité stratégique*

Mais l'économie néoclassique confère un autre sens au concept de concurrence. "*Au sens économique, les firmes en concurrence (...) poursuivent une politique paisible en s'ajustant de façon mécanique, et sans tenir compte de l'interdépendance de leurs décisions, à un prix de vente qui leur est communiqué de façon uniforme par un marché anonyme*" (Gabszewicz, 1994, p. 9). Dans cette définition, toute idée de compétition ou de combat est abandonnée. C'est le modèle de concurrence pure et parfaite, dans lequel les quantités offertes et demandées s'ajustent par le seul jeu des prix sur un marché.

Selon cette deuxième vision de la concurrence, la compétitivité peut être définie "*comme la capacité de présenter une offre sur un marché à un prix unitaire qui soit inférieur au prix d'équilibre*". On parle ainsi de la compétitivité en référence à la recherche du moindre coût (coûts de main d'oeuvre compétitifs, tarifs compétitifs).

## **Capitalisme**

Le capitalisme est un système économique qui peut être défini par 4 éléments fondamentaux :

- (i) la propriété des principaux moyens de production est privée ;
- (ii) la plupart des objets produits sont des « marchandises », c'est-à-dire des biens produits pour être vendus sur un marché ;
- (iii) les individus sont « libres » de vendre, d'acheter, de passer des contrats pour rechercher un profit maximum qui est la finalité essentielle de la production ;
- (iv) une fraction importante de la population vend sa force de travail contre une rémunération: ce sont des salariés.

La détention du capital est source de revenus.

## **Capitalisme d'Etat**

Le capitalisme d'Etat (qui a caractérisé la plupart des pays d'Afrique subsaharienne de 1960 au milieu des années 80) peut être défini par 3 éléments fondamentaux :

- (i) de grandes unités économiques, « monopoles » et entreprises multinationales, contrôlent une part importante de la vie économique ;
- (ii) l'Etat est au service des monopoles
- (iii) les entreprises publiques sont victimes par rapport aux entreprises privées d'une sous-rémunération de leur capital du fait des choix de l'Etat qui limite souvent les prix payés par les industriels.

## **Les différentes échelles d'analyse en économie**

La microéconomie est la partie de l'analyse économique qui étudie le fonctionnement d'un système économique de marché en partant des comportements individuels. La microéconomie étudie les comportements individuels en matière de consommation, d'épargne, de production, d'investissement, d'offre de travail. La micro-économie étudie aussi le fonctionnement des marchés et la formation des prix.

La macroéconomie étudie le fonctionnement de l'économie en l'appréhendant d'emblée dans sa globalité. Elle raisonne sur des grandeurs globales (agrégats) résultant de l'activité des grands groupes d'agents économiques (ménages, entreprises, Etat). L'objectif de la macro-économie est d'expliquer, sous forme de modèles, le fonctionnement d'ensemble, à court et/ou à long terme, d'un système économique. L'analyse macroéconomique est fréquemment utilisée pour éclairer et guider la politique économique nationale (en particulier la politique monétaire).

La mésoéconomie désigne la partie de l'analyse économique intermédiaire entre la « micro » et la « macro » (meso = milieu). Elle appréhende les phénomènes économiques au niveau des 'secteurs et branches d'activités, des régions, des filières, des systèmes de production, etc. La mésoéconomie s'est beaucoup développée autour des approches système.

## L'économie informelle

La théorie économique s'est forgée principalement en Europe et aux Etats-Unis autour de l'étude de l'économie capitaliste et des économies industrielles. L'économie est de ce fait parfois incapable de rendre compte des réalités économiques des pays du Sud.

L'économie informelle ou souterraine (suivant les auteurs) est l'ensemble des activités qui ne donnent pas lieu à des déclarations fiscales. En fait, l'économie informelle représente la plus grosse part du secteur agro-alimentaire de certains pays du Sud, et notamment des pays d'Afrique subsaharienne.

Il s'agit donc pour les économistes d'aller au-delà de la séparation entre économie formelle et économie informelle. L'analyse filière est un outil qui peut permettre de comprendre le fonctionnement de l'économie informelle.

## L'approche filière

La filière est un mode de découpage et de représentation du système économique. Il s'agit d'un concept d'analyse et non pas d'un type d'organisation existant ou que l'on chercherait à promouvoir:

« *La filière est un système d'agents qui concourent à produire, transformer, distribuer et consommer un produit ou un type de produit* ». Ils assurent chacun, des fonctions individuelles ou collectives et entretiennent des relations entre eux et avec l'extérieur du système. Dans son acception économique, la filière prend en compte à la fois les enjeux techniques, comptables, spatiaux et organisationnels de ces fonctions et de ces relations.

L'analyse filière permet de repérer des relations de linéarité, de complémentarité et de cheminement entre différents stades de transformation au sein des systèmes.

Avant d'aborder dans le détail la méthode proposée, il convient de rappeler que toute démarche de diagnostic doit être fondée sur la construction d'une question de recherche.

## C. La construction d'une question de recherche

Une question de recherche doit d'abord être socialement posée. C'est-à-dire qu'elle doit résulter d'un débat social : questions à la radio, points de vues, informations événementielles, opinions politiques, etc.

En deuxième lieu, une question de recherche doit être replacée dans le contexte de la littérature disponible sur la question. Quel serait l'intérêt de traiter une question qui vient d'être abordée par un article scientifique ou par un rapport ? La plupart du temps, certaines publications peuvent fournir des éclairages intéressants sur une question sans pour autant apporter de réponse ou de solution définitive.

En troisième lieu, la question de recherche doit faire appel à des concepts théoriques et à une méthode scientifique. La problématique est la manière de formuler une question avec méthode et cohérence. Elle permet de dégager les principaux outils méthodologiques qui peuvent être mobilisés pour répondre à la question posée. La problématique fixe les limites du champ d'étude.

L'approche filière peut être utile pour construire une problématique. Mais elle n'a d'intérêt que si la question de départ porte sur les objets ou des problèmes abordés dans le cadre de l'analyse filière : formation des prix, amélioration de l'efficacité des circuits de commercialisation, amélioration de la qualité d'un produit, problèmes de réglementation des marchés, accès aux marchés des producteurs, etc.

# 2<sup>ème</sup> partie

## Méthode d'analyse des filières

La méthode proposée ici est « standard ». Elle doit être déclinée en fonction de la question de recherche posée : par exemple, si l'on s'intéresse à l'amélioration des conditions de transport d'une marchandise, on privilégiera l'approche comptable et l'approche spatiale. Si, d'un autre côté, l'étude vise à proposer des normes ou des réglementations relatives au commerce d'un produit, on insistera sur l'analyse des aspects organisationnels de la filière.

Dans un cas ou dans l'autre, des outils complémentaires pourront être mobilisés (matrice d'analyse des politiques, approche géographique, approche sociologique, etc.)

La méthode globale proposée s'articule en 4 phases : la délimitation de la filière, la typologie d'acteurs, l'analyse comptable, et l'analyse organisationnelle. Cette démarche est résumée dans le tableau ci-dessous :

**MÉTHODE D'ANALYSE DES FILIÈRE**

PHASES	OBJECTIFS	MÉTHODE DE COLLECTE DE L'INFORMATION
<b>1. Délimitation de la filière</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identification des acteurs et des fonctions</li> <li>• Estimation des prix et des quantités</li> <li>• Construction du graphe de la filière</li> <li>• Construction d'une carte des flux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliographie</li> <li>• Enquêtes préliminaires (entretiens ouverts)</li> </ul>
<b>2. Typologie des acteurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse des stratégies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enquêtes systématiques auprès d'un échantillon d'acteurs</li> </ul>
<b>3. Analyse comptable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse des revenus et des marges ; répartition de la valeur ajoutée et de l'accumulation de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevés des prix sur les marchés</li> <li>• Etude des comptabilités d'acteurs</li> </ul>
<b>4. Analyse de l'organisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compréhension des relations entre acteurs et des règles qui régissent ces relations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histoires de vies</li> <li>• Entretiens ouverts auprès de personnes ressources</li> </ul>

## A La délimitation de la filière

### 1. Définition d'une filière

Lorsque l'on s'interroge par exemple sur les voies d'approvisionnement d'une ville en un type d'aliment donné, on doit prendre en compte les différents stades de transaction entre production et consommation. Chacun des stades peut être soumis à des contraintes particulières de fonctionnement. La filière retrace d'abord la succession des opérations qui, partant en amont du produit, aboutit en aval, après plusieurs stades de transfert dans le temps, l'espace et la forme, à un produit fini au niveau du consommateur.



La filière est définie comme l'ensemble des agents économiques qui contribuent directement à la production puis à la transformation et à l'acheminement jusqu'au marché 'de réalisation d'un même produit.

## **2. Schéma théorique de la délimitation de la filière**

Cette phase consiste à fournir une définition précise des produits retenus, et à délimiter la hauteur de la filière, son épaisseur, sa délimitation géographique et spatiale. Elle est stratégique dans la mesure où on risque de passer à côté de la réalité si dès le départ on exclut un espace explicatif.

### **- La définition du produit et ses caractéristiques propres**

A quel type de produit on s'intéresse ? Fruits en général ou mangues seulement ?

Quelles sont ses caractéristiques : périssabilité, son statut dans l'alimentation, la durée du cycle de production, ses substituts dans la consommation, son aptitude technologique, les coefficients techniques et la maîtrise du produit.

### **- Sa hauteur**

Il s'agit de prendre en compte les activités ou fonctions dont il faut faire cas (fonctions commerciales, techniques.. ) : production, commercialisation, distribution, consommation

### **- Sa largeur**

Les différents sous-systèmes qui sont inscrits dans la filière que l'on veut prendre en compte (sous-système artisanal, industriel, fermier, ...)

### **- Son épaisseur**

On ne peut comprendre le comportement d'un opérateur que si l'on prend en considération l'ensemble de ses activités. Bien souvent, les acteurs impliqués dans une filière donnée interviennent aussi dans d'autres filières. Par exemple, des producteurs de céréales peuvent réaliser des activités d'élevage ; des commerçants laitiers peuvent être impliqués dans des commerces de boissons, etc.

Les méthodes mises en oeuvre pour délimiter la filière reposent généralement sur une collecte de données à partir de :

- la bibliographie ;
- statistiques (officielles, professionnelles)
- enquêtes auprès des services gouvernementaux, organisations professionnelles, personnes ressources ;
- enquêtes préliminaires auprès des opérateurs.

## **3. Enquêtes préliminaires**

Les enquêtes préliminaires auprès des opérateurs permettent, à travers des questions très concrètes, de cerner le comportement des acteurs et d'en déduire des hypothèses sur leurs principales stratégies. Elles portent essentiellement sur la structure des entrées et des sorties de produits de chaque opérateur :

- nature du partenaire ;
- lieu de transaction ;
- époque et régularité ;
- quantité de produit ;
- qualité de produit.

Le traitement de l'enquête aboutit à des résultats :

- quantitatifs (flux) qui permettent de créer les statistiques
- qualitatifs : compréhension du fonctionnement des types d'opérateurs.

## 4. Le repérage des fonctions

Entre les producteurs et les consommateurs se succède toute une série d'opérations qui permettent aux produits analysés de changer de lieu et d'avoir une forme consommable répondant à la demande en quantité et en qualité. On distingue ainsi les fonctions de collecte, de transport, de stockage, de transformation, de commercialisation et de distribution d'un produit transformé. Chacune de ces fonctions en un lieu et en un temps donné, est assurée par une technique et des outils déterminés qui ont leur performance et leurs contraintes propres. Par exemple le transport en avion, en bateau en voiture, à pied ou à dos de chameau ne sont pas économiquement de même nature.

La connaissance de ces techniques par fonction, des contraintes et des performances permet de préparer le passage de l'analyse vers l'acteur et de mieux comprendre l'environnement qui détermine les stratégies qu'il va mettre en oeuvre.

### Les fonctions techniques

Elles consistent à faire passer le produit d'un « état » à un autre à travers une opération technique.

Etat du produit	Opération
Blé	Céréaliculture
Farine	Meunerie
Pain	Boulangerie
Animaux finis	Engraissement
Carcasse	Abattage
Pièces de vente	Découpe
Steack	Tranchage
Steack-frites	Cuisson

### Les fonctions commerciales

Les intermédiaires sont repérés par les fonctions qu'ils effectuent entre la production et la consommation : opérations d'achat, de vente, transport, stockage, ... On définit généralement les différents acteurs présents dans les filières vivrières africaines comme suit :

- *les détaillants* sont les opérateurs qui vendent directement au consommateur final du produit;
- *les grossistes* sont les intermédiaires entre les producteurs et les détaillants. Certains peuvent être spécialisés dans des fonctions de collecte et revendre les produits à des grossistes qui les revendent aux détaillants. On peut avoir superposition des fonctions de grossiste et détaillant, ou même de producteur et grossiste voire détaillant;
- *les transporteurs* assurent un service de transport. Ils peuvent être eux-mêmes impliqués dans des opérations d'achat et de vente.
- *Les courtiers* sont des intermédiaires réalisant des services de tri, mise en liaison grossistes-producteurs, etc.

## 5. Les prix et les quantités

### Estimation des quantités

Les données chiffrées sur les quantités traitées à chaque étape de la filière permettent de relativiser la production et la commercialisation. Une attention particulière sera accordée aux :

- *unités de mesure* (surtout pour les produits liquides ou semi-liquides) au stade de transformation. Exemple : 100 kg de bovin vif = 55 kg de carcasse = 40 kg de viande  
Voir le rôle des coefficients de conversion en équivalents-laits et des rendements
- *à la cohérence des données*  
 $Production + Import = Consommations + Export + stock.$

## Relevé des prix

Il s'agit de relever les prix entre producteur et consommateur. Les prix d'achat et de revente par chaque intermédiaire doivent être évalués.

Les relevés de prix sur les marchés africains comportent de nombreuses difficultés.

Quelques recommandations pour la collecte des données sur les prix

- La nécessité de coupler les relevés d'une pesée (tout relevé de prix doit pouvoir être rapporté à une quantité vendue). Les unités traditionnelles utilisées ne sont pas toujours homogènes

Exemple : Si en juin le prix d'un tas de tomate est de 100 et qu'il est de 200 en septembre, rien ne permet de conclure sur l'évolution du prix. Tout relevé doit donc être accompagné d'une pesée. Les pesées peuvent être très perturbantes pour les commerçants et cette opération implique un tact tout particulier de l'enquêteur.

- Pour les prix au détail, le moins perturbant est l'achat du produit, le relevé du prix d'achat et la pesée en dehors du marché. Cette méthode est coûteuse.
- Pour les prix de gros et lorsque les transactions ont lieu au champ ou au domicile du producteur, on doit s'entendre avec le commerçant pour convenir de l'accompagner sur le lieu d'achat et obtenir leurs déclarations sur le prix avec le producteur.

- La fréquence des relevés. Elle doit tenir compte des variations temporelles. Si les prix varient fortement d'un moment à l'autre de la journée, on prendra bien soin de procéder aux relevés à heures fixes, pour permettre les comparaisons, si possible l'heure de plus grande fréquentation du marché.

- Pour les prix officiels, il faut vérifier que c'est le prix effectivement perçu par le producteur.

Une étude sur les prix, sur les modalités de leurs formations ainsi que sur leurs évolutions peut permettre de dévoiler l'état de l'offre ou de la demande, les modes de négociation entre acteurs (influence sur la formation du prix).

## 6. Construction du graphe de filière et de la carte des flux

Il s'agit de visualiser la chaîne d'intermédiaires entre production et consommation. Le graphe de filière représente l'ensemble des intermédiaires entre production et consommation et leurs liaisons. Les flèches dans le graphe de filière désignent des opérations de transfert de propriété des produits. Dans le cas d'autoconsommation, la flèche est une boucle.

Sur la carte des flux, on localise les lieux de transaction, en gros et au détail, ainsi que les infrastructures de stockage, de transformation et les voies de communication. On trace les flux de produits entre ces différents espaces.

Pour obtenir les informations sur les flux et l'organisation de la filière, on procède généralement de la façon suivante : on commence par une enquête auprès de ménages et on interroge les ménages sur le mode d'acquisition du produit (autoproduction/achat, lieux d'autoproduction et de l'achat).

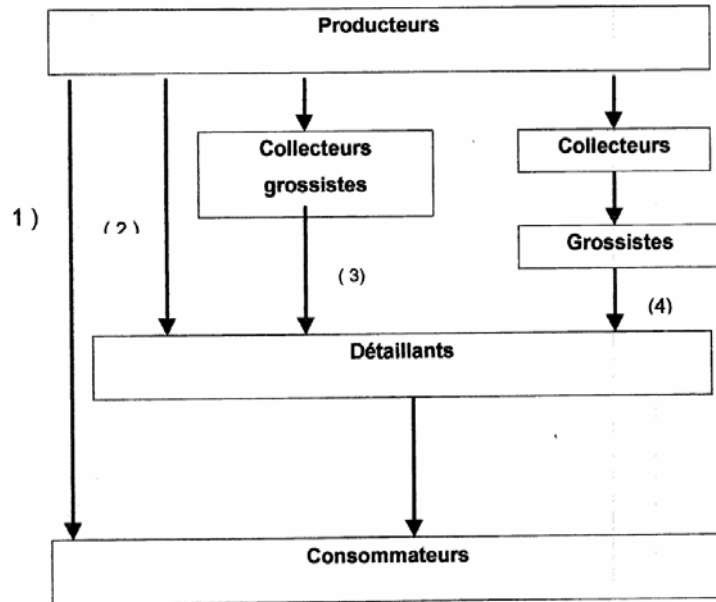
Sur les lieux d'achat à la consommation (généralement, marchés de détail), on interroge les commerçants sur les lieux d'achat et la nature des fournisseurs (producteurs, grossistes, détaillants) ; et ainsi de suite jusqu'au lieu de production. On doit aussi identifier les fournisseurs d'intrants et de services (transport, crédit, ...) aux producteurs. On vérifie les déclarations des opérateurs en les suivant dans leurs transactions. On peut aussi partir des lieux de production, si ceux-ci sont bien repérés, et suivre le produit jusqu'au consommateur final. Dans ce cas, on est amené à ne pas prendre en compte les produits importés.

On peut également partir des marchés de détail si ceux-ci sont bien identifiés. On interroge les commerçants sur la nature de leurs fournisseurs et de leurs clients pour reconstituer la chaîne d'approvisionnement.

Attention : il est parfois utile de convertir les quantités de produits laitiers en équivalents-laits.

## 7. Exemples de graphes

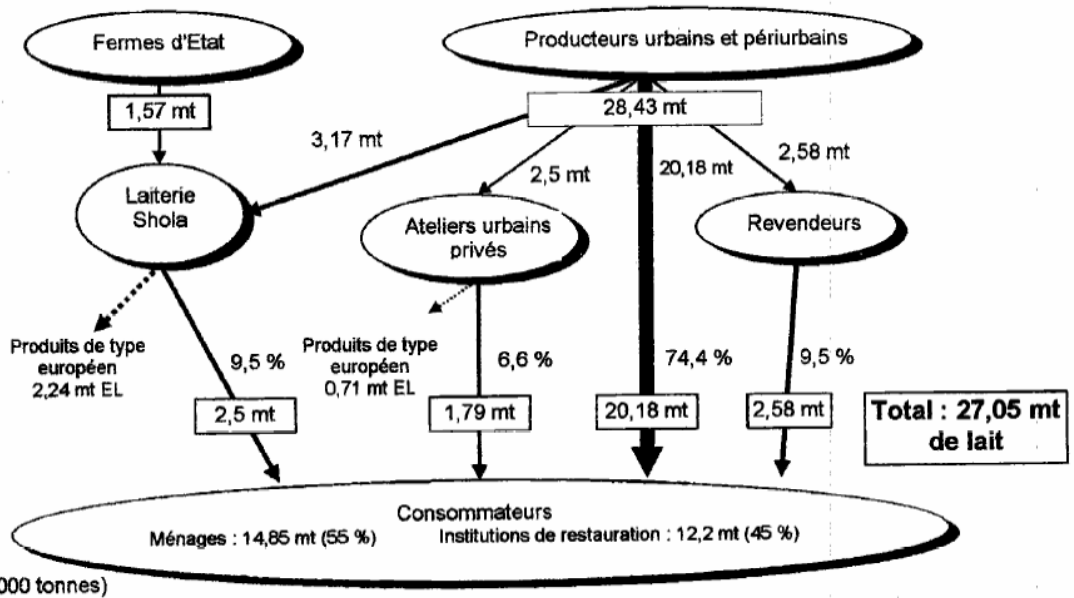
Exemple-type d'un graphe de filière



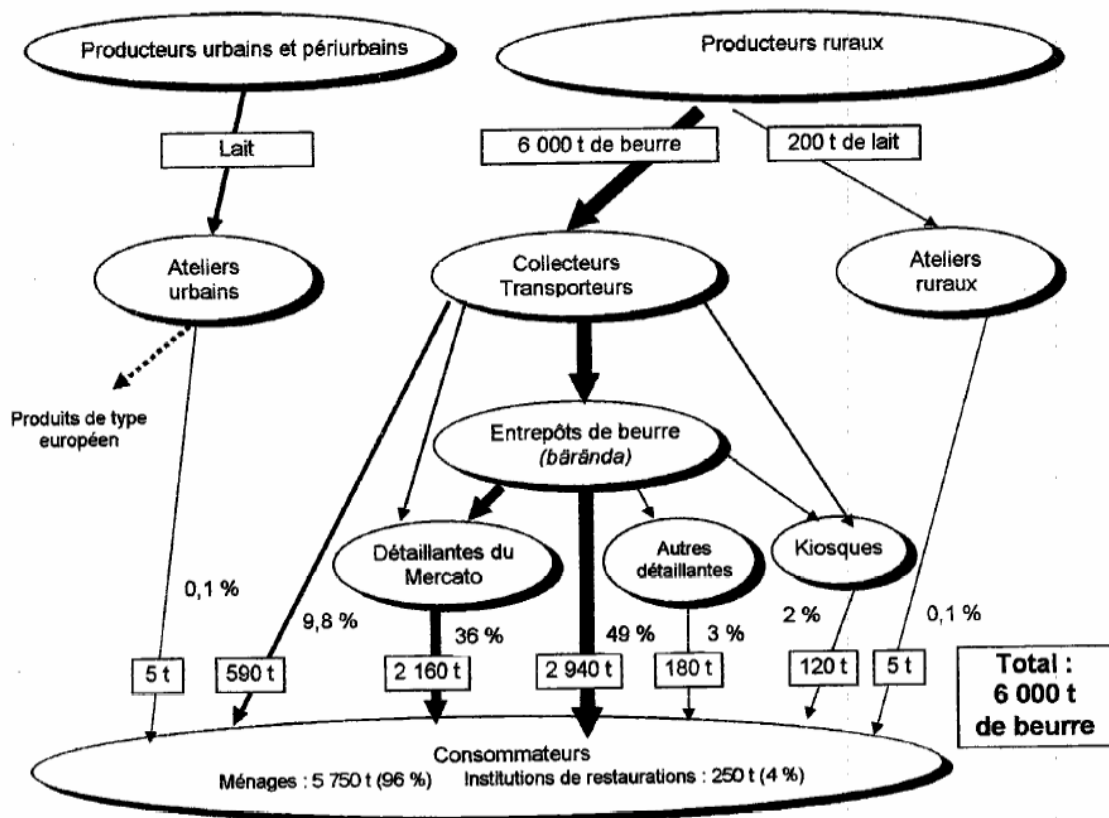
( 1 ) et ( 2 ) circuits courts

( 3 ) circuits régionaux

La filière d'approvisionnement en lait liquide d'Addis-Abeba



## La filière d'approvisionnement en Beurre de cuisine (*kebe*) d'Addis-Abeba



Source : DUTEURTRE (1998)

## B. Typologie des acteurs

Au sein d'une filière opèrent des agents (avec une ou plusieurs fonctions) qui interagissent entre eux pour le fonctionnement du système. Ces agents ou acteurs ont leurs objectifs propres qui peuvent diverger ou freiner la réalisation des objectifs des autres. Pour réaliser leurs objectifs, les acteurs élaborent des stratégies. C'est lorsque que le système fonctionne de manière optimale que chaque acteur peut réaliser ses propres objectifs.

L'étude des stratégies des acteurs au sein de la filière permet d'identifier les noeuds de blocage, les relations de pouvoirs et les freins au bon fonctionnement du marché. Connaître les stratégies des acteurs, c'est connaître leurs finalités, anticiper sur les tendances, repérer les centres de commandes et les modes de régulation et comprendre les différences de performances au sein d'une filière.

### 1. Construction d'une typologie

#### Enquêtes préliminaires

Elles doivent permettre d'opérer le découpage de la zone d'étude le plus représentatif de la réalité et de sa diversité (niveau de vie, densité, accès à la formation..) soulignant les différents circuits et les phénomènes particuliers sur certaines zones (zone de transit, zone de transformation, zone de recyclage, zone de commercialisation, ...).

Ces enquêtes doivent aboutir à un échantillonnage, mais elles sont surtout le moyen de formuler des hypothèses sur les stratégies des différents types d'acteurs.

## Echantillonnage

Il s'agit d'identifier les acteurs qui seront enquêtés et qui sont les plus représentatifs de la diversité. L'échantillonnage se construit à partir d'une bonne connaissance du milieu et doit être l'aboutissement du travail préliminaire d'investigation. Le nombre d'enquêtes est variable et dépend du champs d'étude, du temps et des moyens disponibles.

Les échantillons doivent être codifiés selon des critères simples et faciles à identifier.

## Construction du questionnaire d'enquêtes

Le questionnaire dépend de la problématique et des questions auxquelles on veut répondre.

Quelques précautions et gardes fous :

- prévoir la tendance à la minoration des chiffres relatifs aux performances, aux quantités, aux rendements et aux bénéfices. Il faut faire quelques enquêtes tests et identifier la marge qu'il faudra éventuellement pondérer sur les enquêtes ;

- prévoir et construire le questionnaire de manière à éviter les réticences sur certaines questions, par exemple :

- o l'origine du lait et les détails concernant les troupeaux ;
- o les quantités achetées, vendues, les prix et les marges ;
- o les problèmes liés à la qualité et les traitements effectués.

Les données déclaratives et qualitatives sont utilisées pour élaborer les critères pour la typologie

## 2. Exemple : typologie des colporteurs laitiers à Casablanca

Cet exemple est tiré de LETEUIL (1999)

Typologie des colporteurs

Type	Rayon (km)	Zone, quartiers de vente	Quantité (litres/jour)	Prix d'achat (dh/l)	Prix de vente (dh/l)
Colporteurs T1	5	3 et 4	100	2.80 / 3.30	3.00 / 3.75
Colporteurs T2	20	1, 2, 3 et 4	1000	2.80 / 3.50	3.50 / 4.00
Itinérants	35	3 et 4	1000	2.50	3.00 / 3.50
Spéculateurs	50	1, 3 et 4	1500	3.50 / 3.80	4.00 / 5.00
Transformateurs	5/15	3 et 4	120	2.80 / 3.00	3.20 / 4.00
Créneaux	10	1, 3 et 4	100 à 2000	3.00 / 3.50	4.50 / 5.00

Les colporteurs T1 (30%) drainent le lait invendu de leur village. Ils sont souvent des éleveurs eux-mêmes ou des membres de familles d'éleveurs. Ils opèrent sur des quantités de l'ordre de 100 litres et utilisent des mobylettes comme moyens de transport. Ils ont une clientèle fidèle dans les quartiers populaires qui leurs achètent des petites quantités (10 à 20 litres).

Les colporteurs T2 (15%) opèrent de la même manière que les T1 mais avec des trucks ou des voitures. Ils jouent le même rôle que les ramasseurs et assurent parfois la collecte pour les industriels en période de haute lactation. Ils ont une clientèle fidèle et plus diversifiée que les colporteurs T1.

Les itinérants (5%) sont très actifs en haute lactation et très mobiles. Ils pratiquent des prix assez bas.

Les spéculateurs (20%) sont très bien informés. La plupart sont munis de lactodensimètres. Ils cherchent les productions éloignées et négligées par les industriels. Ils achètent le lait à des prix élevés, leurs stratégies étant de faire du volume. Ils n'ont pas de problème pour écouler leurs marchandises du fait de leur réseau et de leur capacité mobile.

Les transformateurs (25%) proposent également du *leben* les jeudi et vendredi pour faire le *sekouk*.

Les créneaux (5%) sont le dernier type de colporteur. Leurs clients sont les *mahalabates* « de luxe » et celles désireuses de se lancer dans la qualité. Ils apportent la garantie d'un lait à haute teneur en matière grasse et une hygiène au dessus de la moyenne et la provenance régulière en lait.

## C. Analyse comptable de la filière

L'analyse comptable de la filière comprend l'étude des prix des produits, des coûts dans la filière, des comptes des agents et des comptes de la filière.

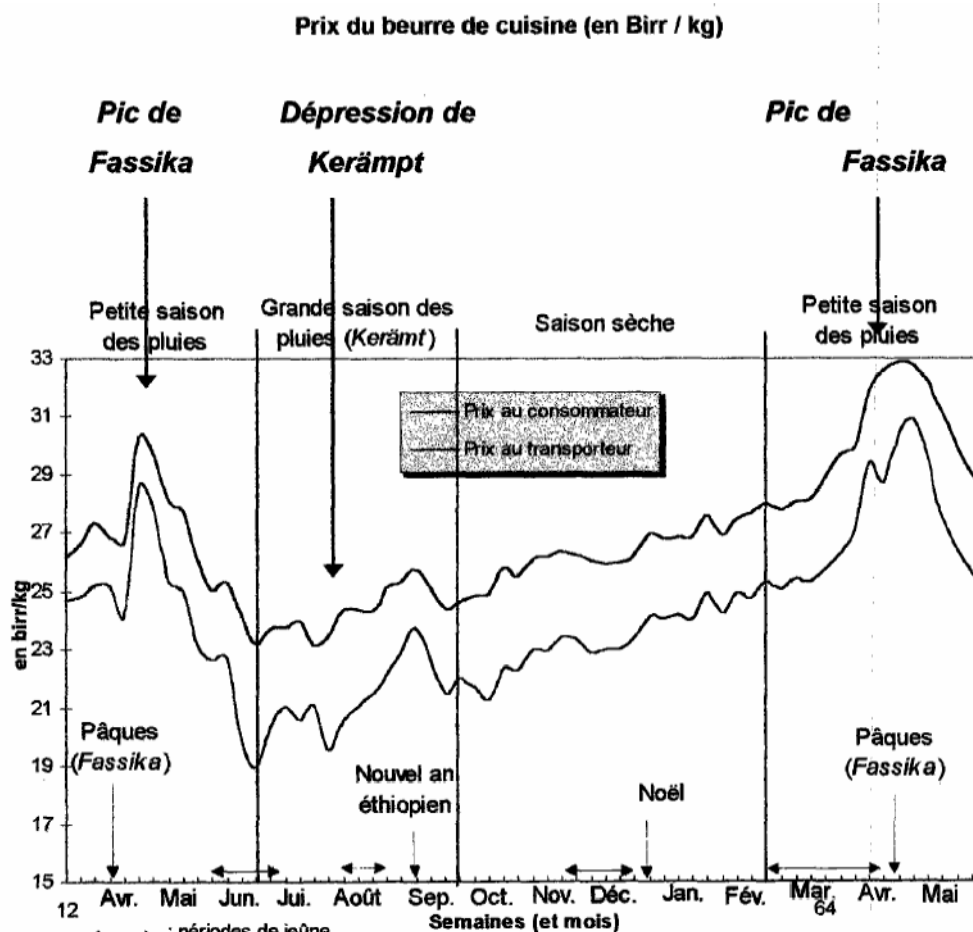
### 1. L'étude des prix des produits

On distingue, suivant le niveau de la filière auquel on se place :

- les prix au producteur (marchés de collecte) ;
- les prix de gros ou de demi-gros (prix payés par les commerçants) ;
- les prix au consommateur (marchés de détail).

Il est souvent utile d'étudier la saisonnalité des prix. Pour cela, on relève les prix de manière périodique (toutes les semaines ou tous les mois) sur un échantillon de marchés représentatifs.

Exemple : suivis sur une année du prix du beurre de cuisine sur le marché d'Addis-Abeba



## 2. Les comptes des agents : coûts, marges et excédents

Les comptes des agents peuvent être abordés par des enquêtes auprès d'un échantillon d'acteurs représentatifs. On cherchera à accéder aux livres de comptes des acteurs lorsque cela est possible.

### Les coûts (charges)

Les coûts ou charges directes comprennent :

- 1) les Consommations intermédiaires (CI) ;
- 2) les Salaires et charges sociales (S) ;
- 3) les impôts et les taxes.

$$CD=CI+S+I.$$

On peut aussi être amené à calculer les coûts indirects : assurances (A) et frais financiers (FF). En particulier, les frais relatifs aux tontines ou au remboursement des crédits sont à prendre en compte.

Dans les filières que l'on rencontre en Afrique (dites "informelles"), les agents commerciaux peuvent ne pas tenir de comptabilité détaillée. On se borne donc souvent à prendre en compte les coûts directs.

### Les marges et excédents

On définit la Marge Brute comme la différence entre le prix de vente et le prix d'achat :

$$MB = P_{vente} - P_{achat}.$$

L'excédent (ou profit) d'un acteur est égale à la marge moins les coûts. On définit l'Excédent brut (EB) comme la différence entre la marge brute et les charges directes (ou coûts directs) (CD):

$$EB= MB-CD.$$

L'excédent brut sert à montrer si une activité est très rémunératrice ou non.

Il peut arriver qu'on ait une marge brute élevée, mais que l'excédent brut soit très faible ou négatif (lorsque les charges sont élevées). Donc ce n'est pas parce que les marges commerciales sont élevées que les commerçants s'enrichissent.

Attention à l'unité de mesure choisie : doit-on calculer un excédent brut par kg de produit vendu ou transformé ? Ou bien un excédent brut par semaine ou par mois ? Dans le cas des produits transformés, doit-on calculer les coûts par kg ou litre de produit transformé ? Ou bien par kg de produit fini ?

En résumé :

$$Excédents (ou profits) = Produits des ventes - Charges (ou coûts)$$

### La rentabilité des acteurs

L'étude des comptes des acteurs permet d'aborder les niveaux de rentabilité des diverses activités dans la filière. Ces niveaux de rentabilités sont liés aux savoir-faire, aux techniques utilisées, aux pouvoirs de marché et aux niveaux de prix, mais aussi aux revenus complémentaires obtenus dans d'autres activités que celle qui concerne la filière étudiée. Par exemple, il est rare que les commerçants soient spécialisés dans l'achat ou la vente d'un seul produit. En fonction des saisons où des opportunités, ils s'orientent vers les activités qu'ils jugent les plus rémunératrices en fonction de leur situation.



### 3. Les comptes de la filière

Les comptes de filière permettent de :

- suggérer des voies de diminution du prix final au consommateur ;
- évaluer la distribution des revenus dans la filière ;
- évaluer l'importance de la valeur ajoutée nationale de la filière.

Pour cela, on étudie la formation des prix, des coûts et des marges aux différents niveaux de la filière.

- coûts de production (et excédents de production) ;
- coûts de transformation (et excédents des transformateurs) ;
- coûts de transport (et excédents des transporteurs) ;
- coûts de commercialisation et de stockage (et excédents des commerçants).

L'étude de la répartition des excédents aux différents échelons de la filière permet d'étudier les principaux lieux d'accumulation de capital et de création de richesse.

On peut être amené à calculer la valeur ajoutée totale de la filière :

$$VA = \text{Produits des ventes} - \text{Consommations intermédiaires}$$

### D. L'organisation de la filière

L'étude de l'organisation des acteurs consiste à analyser la nature des relations entre individus au sein de la filière et les règles qui régissent ces relations. On parle de formes institutionnelles pour désigner les structures sociales dans lesquelles s'insèrent les relations et les règles économiques. En comparant les activités économiques au déroulement d'un jeu, on parle d'organisations pour désigner les acteurs du jeu (par exemple les familles, réseaux, entreprises, associations, coopératives), et d'institutions pour désigner les règles du jeu (par exemple les contrats, réglementations, conventions, relations de pouvoir).

La figure ci-dessous présente une typologie des organisations et des institutions susceptibles d'être étudiées dans des filières vivrières en Afrique :

#### Organisations : acteurs du jeu

1. Les types d'entreprises
2. Les associations et groupements
3. Les formes d'intégration
4. Les réseaux d'acteurs

#### Institutions : règles du jeu

1. Structure des marchés
2. Contrats oraux ou écrits
3. Relations de pouvoir
4. Réglementations publiques
5. Conventions de qualité
6. Relations de pouvoir

Les **entretiens ouverts**, et les **histoires de vies** sont des techniques utiles pour étudier ces formes institutionnelles. On retiendra notamment :

## **1. Les types d'entreprises (Cf. typologie paragraphe B)**

Taille  
Technologie  
Stratégies  
Modalités d'exercice du pouvoir

## **2. Les associations ou groupements**

Objectifs  
Statut juridique  
Budget

## **3. Formes d'intégration verticale / horizontales**

Filières intégrées / consortiums / trusts

## **4. Réseaux d'acteurs**

En Afrique, les échanges commerciaux sont souvent fondés sur des réseaux d'acteurs qui ont une base ethnique, familiale, linguistique ou religieuse : réseaux de commerçants tchadiens en RCA, grands commerçants Haoussa au Nigeria, commerçants Mourides au Sénégal, etc.

Ces réseaux permettent notamment l'établissement de la confiance et l'échange d'informations entre partenaires de la transaction.

## **5. Contrats**

Les contrats sont extrêmement variés. Ils peuvent prendre des formes orales ou écrites, pérennes ou éphémères. Ils peuvent concerner :

- l'approvisionnement en intrants ou l'accès aux ressources ;
- l'approvisionnement en matière première (cas du lait à Kolda) ;
- la commercialisation des produits finis ;
- les pratiques (codes de bonnes pratiques ou normes privées, standards).

## **6. Réglementations publiques**

Il est important de prendre en compte les réglementations publiques pour comprendre les stratégies des acteurs économiques. En particulier, Il s'agit de :

- la législation fiscale ;
- la réglementation douanière ;
- la réglementation sanitaire.

Les conditions d'application de ces réglementations doivent aussi être étudiées. En effet, les pratiques des services publics peuvent différer des règles définies dans les textes. La compréhension de ces pratiques est parfois complexe.

# Bibliographie

BREMONT J. et GELEDAN A., 1990 : « Dictionnaire économique et social », 5<sup>ème</sup> édition, Hatier, Paris, 420 p.

DUTEURTRE G., 1998 : « Compétitivité prix et hors-prix sur le marché des produits laitiers d'Addis-Abeba (Ethiopie) : la production fermière face 2 ses nouveaux concurrents, thèse d'agro-économie de l'ENSA Montpellier, 352 p.

GRIFFON M. (Ed.) : « Economie des filières en régions chaudes : formation des prix et échanges agricoles », actes du Xème séminaire d'économie et de sociologie, 11-15 septembre 1989, Montpellier, CIRAD, 887 p.

LETEUIL H., 1999 : « La filière laitière à Casablanca », Mémoire ESAT 2 CNEARC, Montpellier

MEYER G. et DUTEURTRE G., 1998 : « Equivalents lait et rendements en produits laitiers : modes de calcul et utilisation », *Revue d'Elevage et de Médecine Vétérinaire des pays tropicaux.*, vol 51, n°3, p. 247-257.