European Journal of Social Sciences
ISSN 1450-2267 Vol.28 No.3 (2012), pp. 391-400
© EuroJournals Publishing, Inc. 2012
http://www.europeanjournalofsocialsciences.com

Le Mécanisme de Fixation des Prix de la Tomate Sur les Marchés du District d'Abidjan (Côte d'Ivoire)

Ouakoubo Gaston Gnabro
Département d'Economie et Gestion
Agropastorale et Zootechnie. Université de Bouaké
Côte d'Ivoire; 27 BP 09 Abidjan 09
E-mail: gnabro1@yahoo.fr; gnabro.ouakoubo@gmail.com
Tel: +225 01 462 690/07 807 777

Résumé

Ce travail met en exergue les acteurs intervenant dans la filière de la tomate et explique les différents mécanismes de fixation des prix de vente de cette denrée de grande consommation. Il décrit la façon dont les prix de vente sont fixés à chaque niveau du processus de distribution de la tomate par les principaux acteurs concernés que sont les grossistes et les détaillants. IL fait ensuite une analyse économique et comptable qui a permis de déterminer les coûts et marges bénéficiaires des grossistes et des détaillants, aussi bien en période dite normale, que celle de pénurie.

Motsclés: Tomate, grossiste, détaillant, marché, fixation des prix, Abidjan

Abstract

This text, after having highlighted the actors involved in the chain of tomatoes, explains the different mechanisms for setting the selling price of this commodity for mass consumption. It describes how the selling prices are set at each level of the distribution process of the tomato by key stakeholders such as wholesalers and retailers. It then made an economic analysis and accounting as a result of which were determined costs and profit margins of wholesalers and retailers, as we stand now in a period called normal, sometimes in the so-called shortage.

Keywords: Tomato, wholesaler, retailer, market, pricing, Abidjan.

1. Introduction

La tomate (L*ycopercicum esculentum*) occupe une part essentielle dans la consommation alimentaire. Au plan mondial, la production de la tomate se classe en troisième position derrière la pomme de terre et la patate douce (Anonyme, 1978). A cause de sa valeur marchande, elle est impliquée par millions de tonnes dans les échanges commerciaux mondiaux. Selon Desmas (2005), environ quatre (4) millions de tonnes de tomates font l'objet de transaction commerciale chaque année.

En 2008, en Côte d'Ivoire, la production de la tomate est estimée à 28 798 tonnes avec une consommation de 1, 4 kg par habitant. Elle occupe la troisième place parmi les cultures maraîchères (Anonyme, 2010). En effet, deux facteurs importants que sont le temps et le prix interviennent dans les différentes spéculations et sur le marché qui est le lieu de l'offre et de la demande. Tous les agents

agricoles qui interviennent dans le processus de production et de commercialisation de la tomate "gagnent leur vie" à travers cette activité. C'est pourquoi Timmer et *al.* (1986), affirment que les récompenses de toute une année d'effort dépendent de ces deux variables, temps et prix. Ici, nous, nous intéressons au facteur prix qui constitue un élément important pour les acteurs économiques intervenant sur les marchés. Lorsque les prix sont bas cela encourage la consommation et décourage les producteurs. Mais lorsqu'ils sont élevés, les consommateurs réduisent leur achat tandis que les producteurs augmentent leur volume de production (Chaleard, 1996)

2. La Problématique et la Méthodologie

2.1. La Problématique

Dans le souci d'harmoniser les prix de vente de la tomate sur les marchés du district d'Abidjan, les producteurs, les revendeurs grossistes, et les détaillants s'engagent souvent dans des échanges afin de trouver un mécanisme de fixation des prix de vente de cette denrée. Compte tenu de l'omniprésence de la tomate dans les habitudes alimentaires de la population abidjanaise et dans les ménages, le mécanisme de fixation des prix de vente représente un enjeu notable. Les marchés étant indépendants les uns des autres, et par conséquent libres, quel est alors le mécanisme de fixation des prix de vente de la tomate sur les différents marchés ?

Afin de mieux comprendre les éléments explicatifs du système de fixation des prix et de définir les enjeux inhérents, nous allons faire une étude comparative fondée sur une recherche au niveau de certains marchés choisis dans le district d'Abidjan en Côte d'Ivoire.

2.2. La Méthodologie

Une pré-enquête a été réalisée du 5 au 25 août 2010 dans le district d'Abidjan en vue de sélectionner des communes pouvant constituer des échantillons. A l'issue de celle-ci, les communes du plateau et d'Adjamé ont été retenues pour le marché des grossistes et celles de Treichville et d'Abobo pour le marché des détaillants. Ces communes ont été choisies en fonction du volume de produits écoulés quotidiennement sur leurs marchés et de leur situation géographique. La technique d'échantillon aléatoire a été utilisée pour conduire l'enquête qui s'est déroulée du 15 septembre au 30 novembre 2010. Elle a consisté à choisir des commerçants grossistes et détaillants au hasard dans les marchés concernés afin de réaliser d'une part, des interviews et d'autre part, de poser des questions ouvertes aux différents interlocuteurs. Au total, 35 commerçants ont été choisis dont 10 grossistes et 25 détaillants.

L'objectif de ce travail est de chercher à comprendre dans une première approche, comment se fixent les prix de la tomate sur certains marchés du district d'Abidjan et dans une seconde approche à déterminer les différents coûts liés à l'ensemble du système. Toutefois, un accent sera mis sur les différents acteurs commerciaux immédiatement concernés. Il s'agit donc de faire une étude socioéconomique afin d'apporter une réponse à notre problématique. Pour cela, des enquêtes, des interviews et des échanges ont été menés sur les différents marchés auprès de la population cible qui est l'ensemble des grossistes et des détaillants.

3. L'organisation du Marché de la Tomate

De façon générale, sur chaque marché interviennent plusieurs agents agricoles. De la production à la consommation, chaque intervenant joue un rôle important dans l'organigramme. Les producteurs qui ne sont pas concernés par cette étude sont au début du processus de la commercialisation. Leur travail conditionne la suite des opérations économiques et commerciales sur les différents marchés du district d'Abidjan, par la redistribution de la tomate par les différents opérateurs concernés.

Ce sont les premiers fournisseurs de la chaîne. Cette fonction leur donne une position importante. Répartis sur l'ensemble du territoire, ils approvisionnent de manière générale et de façon

périodique les différents marchés qui leur sont accessibles. Basés le plus souvent dans les campagnes, dans les banlieues, ils expédient dans les grandes villes le surplus de leur production qui n'a pas été absorbé par les marchés ruraux.

3.1. Les Différents Agents Commerciaux: Les Pisteurs, les Grossistes et les Détaillants

3.1.1. Les Pisteurs

Ce sont des agents commerciaux qui vivent pour la plupart dans les zones rurales à proximité des lieux de production des denrées (Anonyme, 1978). Ils travaillent le plus souvent sous la base d'un contrat qui les lie entre un ou plusieurs grossistes collecteurs. Ils perçoivent des commissions sur les achats effectués pour le compte des grossistes avec qui ils ont signé un contrat. Ne possédant aucun fonds propre, ils reçoivent de l'argent liquide du grossiste pour acheter leurs marchandises. Un prix d'achat est conclu entre les deux parties dès le départ. Celui-ci est fixé par le grossiste. Cela se fait en général de façon orale et sur la base de la bonne foi et de la confiance. Il n'existe aucun moyen de contrôle. Les pisteurs peuvent alors acheter la tomate à un prix inférieur à celui fixé précédemment par le grossiste lorsque les situations qui se présentent à lui sont en sa faveur. Par exemple en situation de surproduction et quand les pistes d'acheminement de la marchandise sont en mauvais état.

3.1.2. Les Grossistes, les Collecteurs et les Sédentaires

Sont appelés grossistes collecteurs, les commerçants grossistes qui sont basés dans les centres urbains des villes productrices de la tomate. Ils disposent de magasins de stockage au sein desquels ils conservent pour un court temps leur tomate. Ils expédient quelques heures après leur marchandise à Abidjan. Cette opération se fait de façon répétitive afin d'éviter que la tomate périsse.

Quant aux grossistes sédentaires, ils sont installés sur les marchés du district d'Abidjan et en occurrence avec ceux du plateau et d'Adjamé. Ils sont approvisionnés périodiquement par des paysans vendeurs individuels, par des grossistes collecteurs et mêmes par certains pisteurs. Ce sont ces grossistes sédentaires qui approvisionnent les détaillants des autres marchés.

3.1.3. Les Détaillants

Ils sont plus nombreux que les autres agents commerciaux de la chaîne de distribution. Ils s'approvisionnent le plus souvent auprès des grossistes installés au Plateau ou à Adjamé. En général, chaque détaillant a son fournisseur. La marque de fidélité de la part des détaillants crée une certaine confiance entre les deux opérateurs. Le fournisseur vend sa tomate à crédit au détaillant. Cette situation est avantageuse pour les deux car le fournisseur en vendant à crédit évacue son stock de tomate. Pour le détaillant, les achats à crédit sont en quelque sorte une politique commerciale. Il cherche à se protéger contre certaines pertes au cas où il n'aurait pas vendu toute la marchandise, en cas de saturation du marché. Pour cela, il négocie à priori, le prix d'achat avec le grossiste afin d'obtenir un rabais.

3.2. L'approvisionnement Des Marchés de Grossistes du Plateau et d'Adjamé

Il existe de nombreux marchés de vente de gros des fruits et légumes dans le district d'Abidjan. Mais en considérant le volume de marchandises, la taille de l'attraction humaine, et la situation géographique, les marchés du plateau et d'Adjamé-Roxy sont sans aucun doute les deux centres de distribution de gros les plus importants. C'est sur ces deux grands marchés que se confrontent les plus gros offrants et demandeurs de diverses denrées avant de servir les autres marchés.

3.2.1. Le Marché du Plateau

Le marché du plateau a plusieurs objectifs fondamentaux : le premier, c'est de mettre à la disposition des grossistes de la tomate de type européen sollicitées non seulement par les expatriés mais également par certains hauts cadres ivoiriens. Le second, c'est de proposer aux cadres supérieurs qui travaillent au plateau et au port autonome d'Abidjan (PAA) de la tomate de meilleure qualité. Les deux variétés de

tomates demandées par les clients sont d'origine asiatique. Elles sont beaucoup appréciées par rapport à la tomate de petit calibre appelée communément tomate africaine. C'est donc un lieu où tous les fruits et légumes sont mis à la disposition des grossistes et détaillants. L'approvisionnement des grossistes se fait deux fois dans la semaine : le lundi et le jeudi. Pendant ces deux jours, la transaction à lieu entre 3 heures 30 mn et 6 heures du matin. En dehors de ces deux jours occupés par les grossistes, les autres jours de la semaine, on note par moment des arrivages de tomates en petites quantités sur le marché. Le marché du vivrier du plateau est approvisionné par plusieurs grossistes collecteurs. Ils viennent de diverses régions du territoire national. On peut citer pour mémoire : Yamoussoukro, Agnibilékrou, Gagnoa, Oumé, Sinfra, Divo, Toumodi, etc. Les transactions se font nuitamment entre les grossistes collecteurs et les grossistes sédentaires. Sur cette place on assiste à une juxtaposition des agents : grossistes, semi-grossistes et détaillants.

En période de surproduction, il y a en moyenne 24 arrivages par semaine soit 12 arrivages par jour de marché. Un camion de 5 tonnes charge en moyenne 350 cartons de tomate de 50 kg l'unité. Et celui de 10 tonnes 700 cartons. En période de pénurie, on note 12 arrivages par semaine, soit 6 livraisons par jour.

3.2.2. Le Marché d'Adjamé-Roxy

C'est un centre de distribution de gros spécialisé dans les fruits et légumes africains. Mais on y trouve aussi des légumes en provenance d'Europe. En occurrence les variétés de tomate *petomech et heinz*. Situé dans un quartier populaire, au cœur de la ville d'Abidjan, ce marché offre à la population abidjanaise diverses variétés de denrées. Chaque client y trouve son prix. La tomate est parmi les légumes les plus vendus. Ce marché est fréquenté par des clients de toutes les catégories socio professionnelles. D'autres marchés de gros et de détails se trouvent aux alentours du marché d'Ajamé-Roxy. A la différence du marché de gros du Plateau, celui d'Adjamé est approvisionné non seulement par des camions de 10 tonnes mais par les véhicules de transport en commun communément appelés « cars » qui desservent Abidjan en provenance des villes de la province. Il s'agit des véhicules de l'Union des Transporteurs de Bouaké (UTB), du Groupement des Transporteurs de l'Indénié (GTI), etc. Ces cars chargent en moyenne 10 cartons de 50 kg par voyage à cause du manque de place parce que la majorité des places sont occupées par les bagages des voyageurs. Certains producteurs et grossistes collecteurs ont choisi cette formule pour des raisons techniques ou de commodité. Les livraisons se font aux mêmes heures que celles du marché du Plateau ; la seule différence est qu'elles peuvent également se faire tous les jours et à tout moment de la journée. Il n'y a aucune réglementation, aucune norme en ce qui concerne l'ouverture du marché. Il est ouvert 24 heures sur 24 heures, même les dimanches. La vocation de ce marché est de satisfaire ses clients tous les jours de la semaine. C'est donc un marché populaire. Les détaillants sont sur tous les marchés d'Abidjan et représentent un nombre assez considérable dans le circuit de la vente de la tomate. Financièrement limités, ils s'arrangent avec les grossistes sédentaires urbains d'Abidjan pour obtenir des facilités de payement de leur marchandise.

4. La Fixation des Prix de la Tomate sur les Marchés du District d'Abidjan

Contrairement aux produits d'exportation tels que le café, le cacao, etc. dont le prix d'achat au producteur est fixé par l'Etat, la fixation des prix des autres cultures fait l'objet de transactions. D'une façon générale, le prix d'un produit est fixé ou déterminé par la confrontation de l'offre et de la demande sur le marché sans toutefois rentrer dans les grandes théories macro et micro économiques. C'est un prix du marché ou d'équilibre (Phélizon, 1985). Cette façon de déterminer le prix d'un produit n'est valable que lorsque l'offre est équivalente à la demande et que le marché se trouve dans une situation de concurrence pure et parfaite. Cette condition est souvent l'expression des marchés des pays développés mais elle est biaisée dans les pays non développés et en voie de développement. Sur les différents marchés du territoire national en général et sur ceux du district d'Abidjan en particulier, la

fixation du prix de vente d'un légume pose d'énormes problèmes. Les prix se fixent à trois niveaux de la chaîne de vente. Il y a le prix bord champ, le prix de gros et le prix de détail.

4.1. La Fixation du Prix Bord Champ

C'est le premier prix fixé sur le lieu de production. Il résulte de l'accord entre le fournisseur et le pisteur représentant du grossiste. Le pisteur n'est pas habilité à fixer le prix d'achat de la tomate. C'est son employeur, le grossiste qui lui indique à priori le prix auquel il souhaiterait acheter sa marchandise. Ce prix est discuté entre le pisteur et le producteur qui finissent en général par s'accorder sur un prix pour lequel chaque partie gagne. C'est le prix dit : « *gagnant gagnant* ». Le grossiste tient souvent compte de certains facteurs avant de déterminer le prix bord champ qu'il propose au producteur par le truchement du collecteur. Il s'agit notamment de l'état de la piste d'accès au lieu de production, de son coût de revient qui inclut tous les frais inhérents à l'opération d'achat. Dans ces frais, il comptabilise les frais de route. Ce sont des charges variables liées à chaque opération qui s'effectue entre le lieu de production et Abidjan.

En général, le collecteur achète le carton de 50 kg de tomate à 250 F CFA bord champ lorsque l'on se trouve dans une période dite normale où il y a de la tomate sur le marché. En période de pénurie, le prix d'achat d'un carton de 50 kg est de 700 F CFA. Mais, quelquefois, il obtient un rabais sur le prix d'achat de 2 ou 3 cartons. Au lieu de 250 ou 700 F CFA le kg, il les achète à 175 ou 675 F CFA. En effet, si la quantité de la tomate achetée est importante, le producteur peut lui offrir un carton de tomate sans toutefois toucher au prix.

4.2. La Fixation du Prix de Gros

La fixation du prix de gros n'est pas l'objet d'une consultation entre les différents grossistes du marché de Plateau ou d'Adjamé. Le prix pratiqué n'est ni issu de la volonté du gouvernement ivoirien, ni issu d'une quelconque formation ou organisation syndicale mais par la volonté personnelle des seuls grossistes. Chaque grossiste fixe ses prix librement en fonction de ses aspirations, de ses coûts et de ses marges bénéficiaires qu'il s'est fixées. Toutefois, les grossistes tiennent compte des périodes de surproduction et de pénurie pour fixer les prix. Ces prix représentent les deuxièmes de l'organigramme sur l'ensemble de la filière. A ce niveau de la chaîne de distribution, on a les grossistes et les détaillants. Ces derniers viennent s'approvisionner sur les deux marchés de gros pour aller dans les différents quartiers d'Abidjan vendre au détail leur tomate. Les prix varient suivant les saisons et selon les horaires de livraison (Togui, 1997). Ils varient également au cours d'une même journée. Entre 4 heures et 6 heures du matin, les clients qui achètent en gros se présentent aux grossistes. Ils sont autorisés à vérifier et à trier les cartons de tomate afin de faire librement leur choix. Le grossiste fixe ensuite le prix en tenant compte de la fraicheur et de la qualité des tomates. Entre 6 heures et 7 heures les grossistes pratiquent de nouveaux prix. Pendant cette plage horaire, les clients détaillants ont moins de chance de trouver de la tomate de bonne qualité et non avariée. Ce sont le plus souvent des cartons contenant de la tomate trop mûre, qui ont été pressés au cours du transport. Si le grossiste a déjà atteint son seuil de rentabilité avec les ventes nocturnes, le prix qu'il fixe est bas. C'est le prix de fin de stock. En période normale où il n'y a ni surproduction, ni pénurie, le grossiste vend 1 kg de tomate à 400 F CFA aux détaillants. Et, en période de pénurie, il le vend à 800 F CFA. Ces différents prix sont des prix indicatifs ou de référence car sur les marchés ivoiriens en général, et sur ceux du district d'Abidjan en particulier, le marchandage des prix est entré dans les habitudes du consommateur et du vendeur. A chaque achat ou vente, il y a toujours un premier prix qui est marchandé et un second prix auquel l'acheteur acquiert la marchandise. Ce dernier est le résultat de la négociation de l'acheteur détaillant auprès du vendeur grossiste pour obtenir réduction sur achat en ce qui le concerne par marchandage.

4.3. La Fixation du Prix de Détail

Les vendeurs détaillants sont plus nombreux que les précédents dans le circuit de la commercialisation de la tomate. On les retrouve un peu partout, pas forcement sur les marchés communaux du district d'Abidjan mais également dans les sous quartiers, dans les bidons villes, etc. Ils sont les derniers maillons de la chaîne de distribution de la tomate. Il existe deux types de détaillants. On a d'une part, ceux qui commercialisent la tomate en toute saison, qui vivent donc de cette activité, et d'autre part, ceux qui vendent la tomate de façon occasionnelle. Ces derniers profitent de l'abondance de la tomate sur le marché pour s'insérer dans le circuit pendant une période bien déterminée. Comme les grossistes, pour fixer les prix de détail, les détaillants tiennent compte de certains facteurs tant naturels que socio-économiques de la période.

On peut citer entre autres, la rareté du produit pour des raisons climatiques, les difficultés d'approvisionnement pour manque de moyen de locomotion, le changement climatique qui affecte sévèrement les produits en accélérant leur pourrissement en cas de canicule, et avant la livraison des grossistes à Abidjan, etc. Les détaillants comptabilisent également toutes les charges liées à chaque opération et les charges de structure. Ainsi, ils fixent les différents prix aux clients. Il y a deux sortes de prix. Les prix au kilogramme et les prix de tas.

La période normale de production de la tomate se situe entre début avril et fin novembre. Au cours de cette période qui dure environ 7 à 8 mois, les prix de la tomate se fixent comme suit : le prix d'un kilogramme de tomate se situe entre 700 et 800 F CFA. Pour fixer le prix d'un tas de tomate, le détaillant tient compte de la grosseur des fruits. Un tas de quatre grosses tomates est vendu à 200 F CFA et trois tas du même calibre sont vendus à 500 F CFA. Pour les tomates de petit calibre, le tas de quatre tomates est vendu à 100 F CFA ; trois tas de quatre tomates cédés à 250 F CFA et six tas de quatre tomates vendus à 500 F CFA. La période de pénurie se situe entre décembre et mars. Le prix du kilogramme de tomate oscille entre 800 et 1000 F CFA. Un tas de quatre grosses tomates est vendu à 300 F CFA et deux tas de quatre tomates sont vendus à 500 F CFA. Les différents aléas commerciaux qui interviennent de façon récurrente et dont tient compte chaque opérateur dans la prise de décision afin de définir sa marge bénéficiaire sont la matrice de tous les calculs comptables. Ceux-ci font l'objet d'une analyse économique et comptable.

5. L'analyse Économique et Commerciale

5.1. La Détermination des Coûts et de la Marge Bénéficiaire

Afin de déterminer les coûts et les marges bénéficiaires du grossiste et du détaillant, des études comptables ont été réalisées en considérant les périodes de production.

5.1.1. Chez le Grossiste

Etude de Cas n° 1 : Situation Normale

Au marché de gros de Plateau, M. X1 a pour principale activité l'achat et la revente de la tomate en gros. Les renseignements relatifs à son commerce au cours de la première semaine d'août 2010 se présentent comme suit : achat de 2 tonnes de tomates au prix de 250 F CFA le kg, les frais accessoires sur achat s'élèvent à 80 000 F CFA, les frais de location de véhicule de transport sont de 50 000 F CFA et les frais de conditionnement sont estimés à 6 000 F CFA. Il a vendu toute sa tomate à ses différents clients détaillants au prix unitaire de 400 F CFA le kg (Tableau I).

Tableau I: Détail d'achat et de vente de la tomate en situation normale au marché de vente de gros du plateau

Libellé	Montant (F CFA)	
Vente de tomates (2000 X 400):		800 000
Achat de tomates (2000 X 250):	500 000	
Frais accessoires sur achat:	80 000	

Tableau I: Détail d'achat et de vente de la tomate en situation normale au marché de vente de gros du plateau - continued

Coût d'achat des tomates vendues:	**580 000**	
Frais de location de véhicule:	50 000	
Frais de conditionnement:	6 000	
Coût de revient des tomates:	**636 000**	
		- 636 000
Marge bénéficiaire (résultat net)		**164 000**

Etude de Cas n° 2 : Situation de Pénurie

La situation de pénurie 4ème semaine du mois d'août 2010 s'est présentée comme suit:

- Achat de tomates : 2000 kg à 650F CFA le kg
- Frais accessoires sur achat : 95 000 F[1]
- Frais de location de véhicule de transport de marchandises : 50 000 F
- Frais d'emballage (conditionnement) des tomates : 6 000 F[2]

Tableau II:Détail d'achat et de vente de la tomate en situation de pénurie au marché de vente de gros du plateau

Libellé	**Montant (F CFA)**	
Vente de tomates (2000 X 800):		1 600 000
Achat de tomates (2000 X 650):	1 300 000	
Frais accessoires sur achat:	95 000	
Coût d'achat des tomates vendues:	**1 395 000**	
Frais de location de véhicule:	50 000	
Frais de conditionnement:	6 000	
Coût de revient des tomates:	**1 451 000**	
		-1 451 000
Marge bénéficiaire (résultat net)		**149 000**

3.1.2. Chez le Détaillant

Etude de Cas n°1: Situation Normale

Au cours de la première semaine d'août 2010, Madame X2 vendeuse de tomates au marché d'Abobo a acheté au marché de gros de Plateau 4 cartons de tomates pesant chacun 50 kg à 400 F CFA le kg. Les frais accessoires sur achat ont été de 3 900 F CFA. Elle a vendu ses tomates à 700 F CFA le kg sur une période de trois jours (Tableau III).

Tableau III: Détail d'achat et de vente de la tomate en situation normale au marché de vente de détail d'Abobo

Libellé	**Montant (F CFA)**	
Vente de tomates (200 X 700):		140 000
Achat de tomates (200 X 400):	80 000	
Frais accessoires sur achat (2500+900+500) :	3 900	
Coût d'achat des tomates vendues:	**83 900**	
		- 83 900
Marge bénéficiaire (résultat net)		**56 100**

Etude de Cas n° 2 : Situation de Pénurie

En situation de pénurie (4ème semaine du mois d'août 2010), madame X2 a acheté la même quantité de tomate, soit 4 cartons de 50 kg chacun au prix unitaire de 800 F CFA le kg. Les frais accessoires sur

[1] Cette somme est composée comme suit : frais de carburant : 53 000 ; frais de pisteur 20 000 ; frais de route 20 000 ; frais du bagagiste 2000.

[2] Cette somme correspond à l'achat des cartons vides (40 cartons x 150 = 6000 F)

achat se sont élevés à 4 200 F CFA. Elle a vendu ses tomates à 1000 F CFA le kg sur une période de quatre jours (Tableau IV). Le compte ci-dessous donne le détail des calculs.

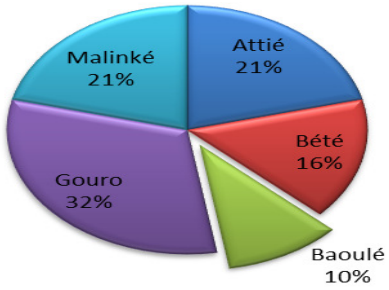
Tableau IV: Détail d'achat et de vente de la tomate en situation de pénurie au marché de vente de détail d'Abobo

Libellé	**Montant (F CFA)**	
Vente de tomates (200 X 1000):		200 000
Achat de tomates (200 X 800):	160 000	
Frais accessoires sur achat (2500+1200+500)	4 200	
Coût d'achat des tomates vendues:	**164 200**	
		-164 200
Marge bénéficiaire (résultat net)		**35 800**

5.1.3. L'étude Sociodémographique des Commerçants

Sur un échantillon de 10 grossistes obtenus après enquête, 7 sont nationaux dont 1 femme et 3 d'origine étrangère. L'échantillon des vendeurs de détail a regroupé un certain nombre de commerçants qui ont bien voulu décliner leur identité et leur appartenance ethnique. Il s'agit des ivoiriens et des étrangers. Sur un effectif de 25 commerçants de détail, 19 sont des nationaux et 6 des non nationaux. Les 19 sont toutes de sexe féminin (Figure 1).

Figure 1: Répartition des détaillants d'origine ivoirienne selon l'ethnie

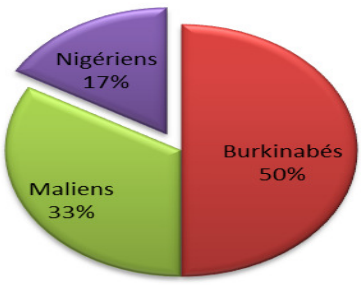


Les taux obtenus après calcul et inscrits sur la figure 1 sont à titre informatif et indicatif. Les détaillantes Gouros sont largement supérieures. Les Bétés et les Baoulés sont représentés sur le marché des détaillants à des taux inférieurs à 20%. Les Malinkés communément appelés Dioula ou commerçants sont nettement au-dessus de 20% en parité avec les Attiés, peuples du sud dont les terres et les conditions climatiques sont favorables à la production de la tomate.

Les Burkinabés occupent la moitié du commerce de détail (figure 2).

Ils sont suivis par les maliens qui représentent quand même une part importante du marché de détail. Les nigériens sont beaucoup plus intéressés par la vente des matériaux de construction des bâtiments ; en occurrence, les tôles, le bois et les accessoires.

Figure 2: Répartition des détaillants d'origine étrangère



5.1.4. L'analyse des Résultats Obtenus

Dans le cadre de ce travail, l'étude réalisée a concerné uniquement le district d'Abidjan. C'est un échantillon représentatif important au niveau national. Cependant, il reste limité bien qu'il donne une appréciation des prix de vente de la tomate de façon générale. Chaque jour, les marchés sont approvisionnés en légumes qui font l'objet de transactions entre producteurs, grossistes, détaillants et consommateurs. La tomate choisie pour cette étude est une denrée qui se commercialise bien en dépit des entraves auxquelles sont confrontés quotidiennement les différents agents économiques. En situation dite normale, le grossiste obtient une marge bénéficiaire de 164 000 F CFA en vendant sa tomate seulement en quelques heures. En période de pénurie, il fait une marge bénéficiaire de 149 000 F CFA, soit une différence de 15000 F CFA qui est un manque à gagner.

En situation normale, le détaillant a fait une marge bénéficiaire de 56 100 F CFA en trois jours de vente. En situation de pénurie, il a réalisé une marge bénéficiaire de 35 800 F CFA en quatre jours soit une différence de 20 300 F CFA. Il est à noter que quelque soit la situation qui apparait, les commerçants s'arrangent toujours pour fixer les prix de leur denrée de telle sorte à couvrir tous les coûts de revient et faire des bénéfices. Cela se fait à chaque niveau de la distribution.

Cette étude révèle que la majorité des grossistes et des détaillants sont de nationalité ivoirienne. Les étrangers viennent en dernière position. Cependant, on note une forte population étrangère sur les marchés. Les étrangers sont beaucoup présents dans d'autres secteurs d'activité Tujague (2001).

La présence massive des femmes dans la vente de tomates au détail est remarquable sur l'ensemble des marchés du district. Selon Palleshi (1984), elles ont une place prépondérante dans la commercialisation des légumes.

Les difficultés rencontrées dans ce secteur d'activité sont d'ordre économique, technique, sociologique, etc. A ces difficultés, s'ajoutent des problèmes liés à la commercialisation des tomates hors de la Côte d'Ivoire. Dans les années 1960, Dumont (1962), critiquait déjà la politique du développement des cultures d'exportation que sont le café, le cacao, le palmier à huile, au détriment des cultures vivrières parce que ces dernières n'avaient pas été sérieusement prises en compte par les différents gouvernements d'alors.

6. Conclusion

Les prix des cultures d'exportation sont définis par l'Etat depuis les années des indépendances. Ceux des produits vivriers notamment la tomate ne sont jamais définis à priori. Ils sont déterminés entre le client et le vendeur après marchandage.

L'étude faite en vue de définir le mécanisme de fixation des prix de vente de la tomate sur le marché du district d'Abidjan est sectaire. L'échantillon choisi a un impact considérable au plan national parce qu'il représente environ 20% des marchés ivoiriens. Les investigations faites d'après les données des enquêtes réalisées sur le terrain des producteurs et sur celui des vendeurs grossistes et détaillants ont permis de comprendre que la filière tomate contient plusieurs obstacles.

Au niveau de la production, certains paysans se sont lancés dans l'activité sans aucune conviction et sans aucun fond propre. Ils sont parfois à la solde des grossistes acheteurs qui leur imposent le prix de vente par le truchement des pisteurs.

Le problème de transport des produits se pose avec acuité. Les moyens de locomotion sont disponibles mais les difficultés d'accès des champs du fait du mauvais état des routes causent des désagréments aux producteurs. Cette situation contribue de façon négative au pourrissement des tomates avant même que celles-ci ne soient acheminées vers les marchés d'Abidjan. Les différents agents intervenants dans le circuit de distribution et de la commercialisation de la tomate rencontrent d'énormes difficultés sur les routes. Ils sont souvent soumis à des contrôles rigoureux aux différents corridors dressés par les forces de défenses et de sécurité. Les taxes payées par les camionneurs à ces barrages ne sont ni légales ni réglementaires. Ainsi, elles sont fixées suivant le volume des marchandises convoyées.

Au plan économique et comptable, l'étude a montré que chaque commerçant s'arrange pour réaliser une marge bénéficiaire selon que l'on est dans une période normale ou dans une période de pénurie. Enfin, l'on assiste souvent à une grande tricherie et à une corruption soutenue par certains opérateurs économiques propriétaires des fonds et détendeurs des véhicules de transport. Ils imposent les prix aux plus petits. Au regard de l'inorganisation des marchés et des obstacles de toute nature rencontrés, peut-on espérer aller dans le temps vers une harmonisation des prix de vente des tomates sur l'ensemble des marchés ivoiriens ?

Bibliographie

[1] ANONYME, 1978. Les légumes. In connaissance de quelques produits vivriers. Agripac, pp 14-28.

[2] ANONYME, 2010. Annuaire des statistiques agricoles produit par la direction des statistiques, de la documentation et de l'informatique. MINAGRA, Abidjan, 107 p.

[3] CHALEARD J. L., 1996. Temps des villes des vivres : l'essor du vivrier marchand en Côte d'Ivoire, Paris : Kartala, 661 p.

[4] DESMAS S., 2005. Analyse comparative de compétitivité : le cas de la filière tomate dans le contexte euro-méditerranéen. Mémoire du Diplôme d'Agronomie Approfondie : Institut Agrononomique Méditerranéen de Montpellier, 75 p

[5] DUMONT R., 1962. L'Afrique noire est mal partie. Paris : Editions Seuil, 287 p.

[6] PALLESHI P. M., 1984**.** La constitution et le rôle des marchés intérieurs dans le développement agricole des économies de l'ouest africain : l'exemple d'une filière maraîchères en Côte d'Ivoire. La tomate, thèse de 3ème cycle en économie rurale et agroalimentaire à Montpellier, 489 p.

[7] PHELIZON J. P., 1986. Dictionnaire de l'économie. Paris, Editions Economica, 322 p.

[8] TIMMER P. C., FALCON P. W. et PLARSON S., 1986. Analyse de la politique alimentaire, publié par la banque mondiale. Paris, Editions Economica, 104 p.

[9] TOGUI T. B., 1997. Les productions de l'Indénié dans la filière tomate. Quelles stratégies pour quel marché ? Mémoire de fin d'étude. INADES-FORMATION, Abidjan, 78 p.

[10] TUJAGUE L., 2001. Enjeux socio-économiques du maraîchage en zone de plantation : le cas de la tomate dans la région du centre est de la Côte d'Ivoire. Thèse de doctorat de 3ème cycle à l'Université de Montpellier, 375 p.