

3434



OCDE/OECD

ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES  
ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT

CILSS

COMITÉ PERMANENT INTER-ÉTATS DE LUTTE CONTRE LA SÉCHERESSE DANS LE SAHEL  
PERMANENT INTERSTATE COMMITTEE FOR DROUGHT CONTROL IN THE SAHEL

## CLUB DU SAHEL

Document N°6

DISTRIBUTION LIMITEE  
AUX PARTICIPANTS



### LE COMMERCE PRIVE DES CÉRÉALES AU MALI: LA FILIERE SOCIO-PROFESSIONNELLE

par Gérard GAGNON  
Agence Canadienne de  
Développement international

COLLOQUE SUR LES POLITIQUES CÉREALIÈRES  
DANS LES PAYS SAHÉLIENS

CONFERENCE ON CEREAL POLICIES  
IN SAHEL COUNTRIES

MINDELO, SAO VICENTE, 1 - 6 DEC 1986  
REPUBLIQUE DU CAP VERT

REPUBLIC OF CAPE VERDE

## Table des matières

	<u>Page</u>
- Résumé	3
1- Le rôle du secteur privé dans le commerce des céréales	7
2- Les différentes catégories de commerçants céréaliers	9
2-1 Schéma de commercialisation	9
2-2 Le grossiste	12
2-3 L'acheteur fixe	14
2-4 L'acheteur forain	15
2-5 Autres acheteurs	16
2-6 En aval du grossiste	17
2-7 Les importateurs de céréales	18
3- Le grossiste en céréales	20
3-1 Une étude de cas	20
3-2 Le compte d'exploitation	20
4- Quelques mythes	25
4-1 Les surbénéfices	25
4-2 La spéculation	29
4-3 L'usure	29
5- Quelques réalités	31
5-1 Un environnement culturel défavorable	31
5-2 Accès difficile au crédit	32
5-3 Offre de céréales parcellaire et limitée	33
5-4 Concurrence avec un secteur public subventionné	33
5-5 Niveau de management insuffisant	34



	<u>Page</u>
6- Propositions d'appui au secteur privé de la commercialisation	35
6-1 L'approche suggérée	35
6-2 Faciliter l'accès des commerçants céréaliers au crédit	36
6-3 Améliorer le niveau de management des commerçants	39
6-4 Contribuer à concentrer l'offre de céréales	40

### Résumé

- 1- Même s'il le voulait, l'Etat ne pourrait jamais remplacer efficacement et à un coût équivalent, le secteur privé pour commercialiser les céréales.
- 2- Le commerçant ne se limite pas à acheter des céréales au producteur, il le ravitailler en produits de première nécessité et lui assure parfois le crédit qu'il ne peut se procurer ailleurs.
- 3- Rien ne permet d'affirmer que la relation du producteur avec l'Etat lui ait été plus profitable que celle qu'il entretient avec le secteur privé.
- 4- On peut estimer au moins à 75% la part du volume commercialisé par le secteur privé.
- 5- Le grossiste joue le rôle le plus important dans la chaîne de commercialisation. C'est lui qui l'impulse en avançant les fonds aux autres intervenants en amont.
- 6- L'acheteur fixe est un acheteur professionnel qui dispose d'une bascule et qui regroupe les volumes pour le grossiste sur un ou deux marchés spécifiques.
- 7- L'acheteur forain collecte les petites quantités directement au producteur, pour le compte de l'acheteur fixe. Il fréquente plusieurs foires hebdomadaires.
- 8- En aval du grossiste, on retrouve les demi-grossistes et les détaillants qui distribuent les céréales dans les centres urbains. Ces derniers réalisent les marges les plus importantes, particulièrement en période de déficit céréalier.
- 9- Les importateurs sont au nombre d'une dizaine, dont trois qui réalisent 80% du volume importé. Ce sont des commerçants polyvalents qui disposent d'une surface financière et d'un accès au crédit leur permettant de traiter sur des volumes d'au moins 5 000 tonnes à la fois.
- 10- Les plus gros importateurs ne s'intéressent pas au céréales locales car l'offre est trop atomisée et leur rentabilité est inférieure à celle du riz importé.
- 11- Une étude de cas d'un grossiste permet de constater que les céréales locales ne représentent que 15% de son chiffre d'affaires. Le reste est constitué par le commerce du ciment, du riz importé, du Karité et de la gomme arabique.
- 12- Le produit le plus rentable est la gomme arabique avec un bénéfice net de 27%. Suivent le Karité avec 12%, puis le ciment avec 8%, le riz importé avec 7% et enfin, le mil-sogho local avec 6%.
- 13- Les surbénéfices ne sont pas la règle générale dans le commerce des céréales, le marché les empêche d'en faire. Aucun grossiste n'a le

poids pour influer sur les prix, tellement les quantités qu'il détient en un temps donné, sont insignifiantes par rapport à l'offre globale.

- 14- Le fonds de roulement limité du grossiste l'empêche de stocker des céréales pendant 10 mois. Les stocks doivent tourner vite.
- 15- La pratique de l'usure par les commerçants céréaliers correspond à une certaine réalité, encore que sa généralisation ne soit pas une hypothèse vraisemblable. L'usure existera, toutefois, tant que le besoin normal de crédit ne pourra être satisfait au travers d'institutions d'épargne et de crédit adaptées au monde rural.
- 16- La relation existante entre l'appareil bureaucratique et les commerçants privés de céréales, repose sur une dynamique conflictuelle où les commerçants font figure de spéculateurs et d'exploiteurs des paysans. Beaucoup de commerçants refusent d'accepter l'existence même de l'Etat et de son rôle nécessaire pour régulariser le marché céréalier.
- 17- L'accès au crédit, surtout à long terme, est difficile pour les commerçants. Cela s'explique par l'absence de tenue d'une comptabilité pour la majorité des commerçants, par le grand conservatisme des banques et par la minceur des biens de capital détenus par des commerçants.
- 18- L'atomisation de l'offre de céréales, dans l'espace et dans le temps, accroît les coûts de collecte et rebute plusieurs gros commerçants dont l'organisation n'est pas adaptée à ce genre d'activité.
- 19- Les prix subventionnés du secteur public rendent le secteur privé non compétitif dans les zones excentriques. Le résultat est une déstructuration progressive des réseaux privés de commercialisation pour desservir ces zones.
- 20- L'absence d'une gestion minimale chez les commerçants conduit à des surcoûts importants dans la commercialisation des céréales.
- 21- Un programme d'appui aux commerçants en céréales devrait être ciblé sur les grossistes parce qu'ils constituent le meilleur véhicule pour répercuter l'impact d'un investissement dans le secteur privé des céréales.
- 22- L'accès au crédit pourrait être facilité au moyen d'un fonds de garantie et de bonification des taux d'intérêt pour les crédits de campagne s'adressant aux privés. La création de magasins mutuels de stockage, gérés conjointement par les commerçants et les banques permettrait de nantir les stocks déposés par les commerçants qui le souhaiteraient.
- 23- Il faut envisager d'apporter un appui technique aux commerçants qui le désirent en vue d'améliorer leur niveau de management. La mise au point d'un système de comptabilité simple comprenant un plan minimum de trésorerie et de gestion des stocks est non seulement une condition importante pour obtenir du crédit mais il constitue un outil de

gestion essentiel au développement du secteur privé de la commercialisation.

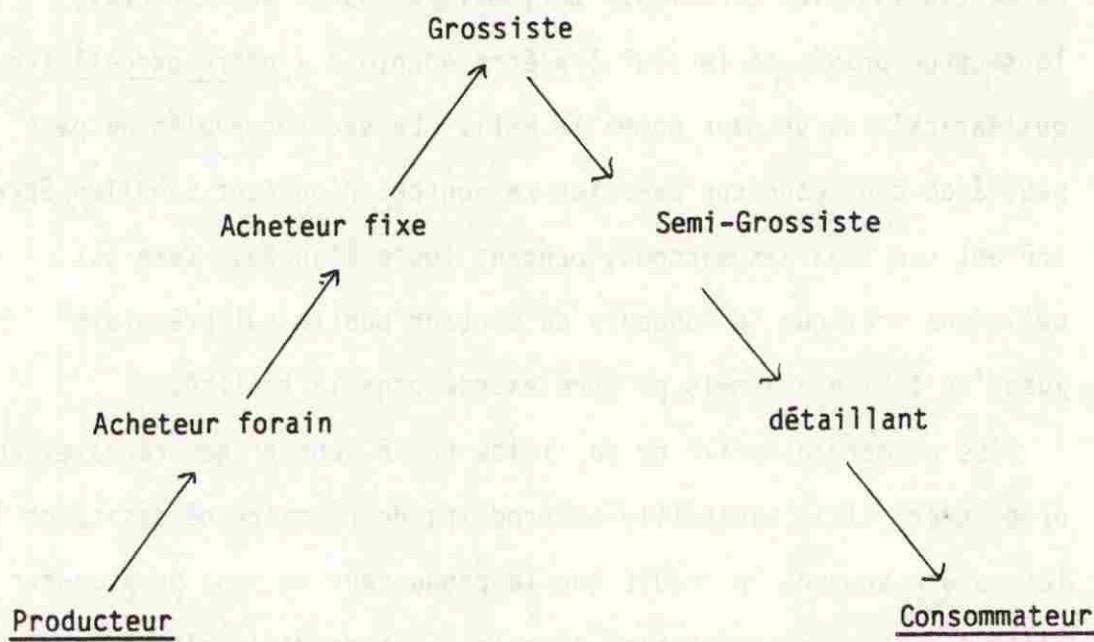
- 24- Encourager le regroupement de l'offre de céréales au niveau du village, puis favoriser les transactions directes entre les organisations villageoises et les grossistes, apparaissent comme un objectif souhaitable et réalisable.

## 1. Le rôle du secteur privé dans le commerce des céréales.

Même s'il le voulait, l'Etat ne pourrait jamais remplacer efficacement et à un coût équivalent, le secteur privé pour commercialiser les céréales. Car, malgré toutes ses carences, le secteur privé est le seul à s'être adapté à l'offre parcellaire qui caractérise un pays comme le Mali. Le secteur public ne peut pas, à un coût cohérent avec les ressources d'un Etat sahélien, être présent sur tous les marchés, pendant toute l'année. Cela est tellement vrai que le monopole du secteur public qui prévalait jusqu'en 1981 n'a jamais pu être exercé dans la réalité.

Le commerçant privé ne se limite pas à acheter des céréales au producteur, il le ravitaille en produits de première nécessité et il lui assure souvent le crédit que le producteur ne peut se procurer ailleurs. Le commerçant tire parfois avantage de la situation, c'est sans doute vrai, encore que les idées reçues à ce sujet ne s'appuient, au Mali, sur aucune enquête connue. S'il existe des relations de dépendance malsaines entre commerçants et producteurs, il ne semble pas qu'elles puissent être généralisées. A défaut d'une structure de crédit rural mieux adaptée et d'un réseau de distribution des produits de base mieux réparti, les commerçants de céréales continueront à jouer ce rôle polyvalent et nécessaire. Une observation attentive des marchés permet de penser que, d'une façon générale la relation producteur - commerçant est mutuellement profitable et que la position du premier n'est pas aussi infériorisée qu'on le pense souvent. Ce qui est sûr, c'est que rien ne permet d'affirmer que la relation du producteur avec l'Etat lui

Schéma simplifié de commercialisation privée  
de céréales locales, Mali



ait été plus profitable que celle qu'il entretient avec le secteur privé.

Il n'existe pas au Mali d'études exhaustives pour déterminer avec une assez bonne précision, la part du secteur privé par rapport à celle du secteur public dans le commerce des céréales. Une estimation (1) évaluait à 75% la part du volume commercialisée par le secteur privé, pour l'année 1983/84, soit 365 000 tonnes sur un total de 485 000 tonnes (2).

Une enquête régionale (3) mais beaucoup plus poussée estime à 85% la part du secteur privé pour le commerce des céréales dans le cercle de Dioïla (sud - ouest de Bamako) pendant la campagne 85/86.

## 2. Les différentes catégories de commerçants céréaliers.

### 2.1 Schéma de commercialisation

Du producteur au consommateur, la chaîne des intervenants peut être représentée, de manière simplifiée, par une pyramide dont le sommet serait occupé par le grossiste.

(1) Appui au PRMC, ACDI, La Commercialisation Privée Des Céréales au Mali, juillet 85.

(2) L'Aide alimentaire vendue par L'OPAM est comprise dans le total.

(3) Appui au PRMC, ACDI, Les marchés céréaliers dans le cercle de Dioïla, juin/86.

Tableau 1

Structure de l'offre de céréales, cercle de Dioïla, campagne 85/86.

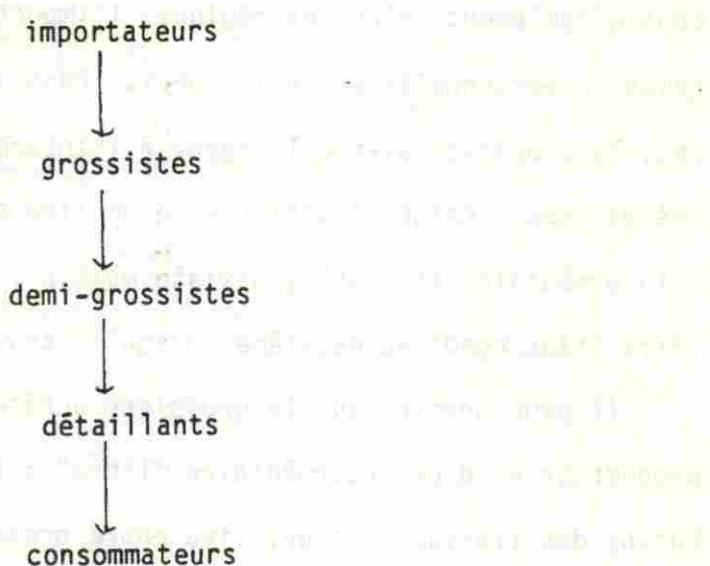
<u>Répartition de l'offre</u>	<u>Tonnes</u>	<u>%</u>
Ventes sur marchés	8100	10
Ventes en dehors des marchés	730	1
Ventes au secteur public	1500	2
Troc	730	1
Dons	<u>11,100</u>	<u>14</u>
<u>Volume échangé</u>	<u>22,100</u>	<u>28</u>
<u>Auto Consommation</u>	<u>56,492</u>	<u>72</u>
<u>Total production</u>	<u>78,652</u>	<u>100</u>

Source: Appui au PRMC, ACDI

Dans ce schéma, le rôle central du grossiste apparaît clairement. Il constitue d'une part, l'aboutissement d'un processus de regroupement des céréales, à partir de l'offre parcellaire des producteurs et, d'autre part, le début d'un processus d'éclatement des quantités nécessitées par la demande, aussi parcellaire, des consommateurs.

Ce schéma ne concerne que la commercialisation des céréales locales. Il faudrait le compléter par un schéma de commercialisation des céréales importées. Au Mali, le riz et le blé sont pratiquement les seules céréales importées. Le blé est acheté par un seul importateur, qui le transforme en farine dans la seule minoterie existante. La farine est éoulée à travers les boulangeries.

Quant au riz, quelques importateurs, une dizaine au plus, se chargent de l'introduire au Mali. Le schéma est plus simple:



2.2 Le Grossiste

Le grossiste peut être défini comme un commerçant qui achète des volumes importants de céréales sur fonds propres ou sur crédit (bancaire ou autres) avec l'intention de les revendre dans les meilleures conditions possibles. On rencontre ce type de commerçants dans certains chefs-lieux de cercle ou dans les centres urbains importants. Leurs activités commerciales s'étendent au-delà des céréales. Ils commercialisent le karité, la gomme arabique et d'autres produits comme les tissus, le ciment, etc. Certains revendent du riz importé qu'ils achètent aux importateurs. En général, ils ne disposent pas de moyens de transport mais possèdent un magasin (parfois plusieurs) pour stocker leurs marchandises.

Les grossistes passent par des intermédiaires dont le rôle est de regrouper ou de collecter des volumes de céréales qui justifient des transactions de "gros".

Le contrat qui lie les grossistes à leurs intermédiaires varie considérablement selon les régions, l'importance du grossiste et la relation personnelle entre les deux. Dans la majeure partie des cas, le grossiste avance l'argent à l'intermédiaire pour acheter sur les marchés. Cette situation crée un lien de dépendance entre l'intermédiaire et "son" grossiste, même s'il arrive au premier de faire "faux bond" au deuxième lorsqu'il trouve un plus offrant.

Il peut arriver que le grossiste achète directement du producteur ou d'un intermédiaire "libre" s'ils viennent jusqu'à lui. Enfin, des transactions ont lieu entre grossistes. Par exemple, un grossiste de Mopti achètera un volume de 30 tonnes à un autre de Bamako, si l'écart des prix entre les deux marchés justifie un arbitrage profitable.

Pour le commerce des céréales locales, le rôle du grossiste est déterminant. Sans lui, l'offre primaire et la demande finale ne pourront se rencontrer qu'à un coût exorbitant, à la fois pour les producteurs et les consommateurs.

C'est le grossiste qui impulse toute la chaîne de commercialisation privée et cela pour 2 raisons.

- a) Il est celui qui prend la décision d'acheter. Les intervenants en amont n'achètent que s'ils sont sûrs de lui revendre. Dès que le grossiste stoppe les achats, la chaîne s'arrête. Il est le seul, parmi les intervenants, dont la surface financière permette de prendre un risque, donc de décider quand, combien et à quel prix acheter.
- b) Il est celui qui injecte le fonds de roulement dans la chaîne en dispensant vers l'amont le crédit que le système bancaire n'est pas apte à assurer.

Sans les grossistes qui avancent les fonds à l'acheteur fixe, qui les avance à son tour à l'acheteur forain, les flux céréaliers seraient en partie bloqués, en tout cas plus coûteux, et le troc, encore plus répandu (1).

---

(1) Selon une enquête réalisée dans le cercle de Dioïla en mars/86, auprès de 360 producteurs, le volume de céréales troqué équivaut à 9% du volume de céréales commercialisées sur les marchés de ce cercle. (Appui au PRMC, ACDI, juin 86).

### 2.3 L'acheteur fixe

On le trouve sur les marchés de regroupement de céréales (marchés de collecte secondaires) qui correspondent souvent, mais pas toujours, aux chefs-lieux de cercle et d'arrondissement. Bien qu'on l'appelle "acheteur fixe", certains d'entre eux se déplacent régulièrement sur quelques marchés dans la semaine (2 ou 3) mais il s'agit toujours de marchés de regroupement. L'acheteur fixe peut se définir comme un acheteur professionnel qui dispose d'une bascule et, en général, d'un pas de porte qui fait office de Magasin (et, souvent, de domicile). Sur les 95 marchés céréaliers recensés dans le cercle de Dioïla, 22 étaient fréquentés par au moins un acheteur fixe, soit 23% (Appui au PRMC, juillet/86). Un des marchés les plus importants du Mali, Fana, en compte 19, qui, en moyenne sont présents chaque jour de foire.

Leur rôle est de regrouper les volumes pour le grossiste. Ils achètent à des acheteurs forains, collecteurs ou intermédiaires de toutes sortes. Il leur arrive aussi d'acheter directement au producteur qui se présente à eux. L'image qu'on peut se faire d'un acheteur fixe est celle d'un homme, assis durant tout le jour de foire, derrière sa bascule, assisté d'un jeune alphabétisé qui enregistre le poids des volumes achetés et les sommes décaissées. L'acheteur fixe a, en tête, dès le matin, le prix qu'il est prêt à payer pour chaque produit. Sa marge de manoeuvre est réduite puisque ses fonds viennent, généralement, d'un grossiste auquel il est lié et avec lequel il s'est entendu sur le prix de rétrocession.

Il peut arriver que le grossiste, ne disposant pas d'informations adéquates, fixe un prix trop bas par rapport à celui

qui prévaut sur le marché. Si le grossiste n'est pas présent, le prix ne peut être rectifié et les quantités achetées seront réduites. Il peut arriver aussi que l'acheteur fixe, qui est sur place, achète et vende à un plus offrant. La plupart du temps, l'acheteur fixe est rémunéré à la commission. Celle-ci varie selon plusieurs facteurs (régions, prix du marché, arrangements avec les grossistes, etc.). Une fourchette de 5 à 10 F CFA/kg est représentative.

#### 2.4 L'acheteur forain

C'est un collecteur muni d'une balance romaine, il achète au producteur par 5, 15, 20 kgs, puis il revend à l'acheteur fixe, contre une commission qui varie mais dépasse rarement 5 F CFA.

Si un grossiste peut acheter une trentaine de tonnes, en un jour de foire, l'acheteur forain achète rarement plus d'une tonne. Il couvre plusieurs marchés, parfois 7 par semaine. Il se déplace constamment, d'une foire à l'autre, sollicitant parfois le producteur sur la route, avant qu'il n'atteigne le marché, parfois même, directement à l'exploitation. Cependant, l'essentiel de ses transactions se fait sur les marchés, achetant des céréales, de la gomme arabique, du karité, et revendant souvent, sur les petits marchés, des produits de première nécessité qu'il a achetés dans des foires plus importantes.

Tous ces échanges sont possibles grâce aux avances de fonds du grossiste à l'acheteur fixe, qui ont été répercutées au niveau de l'acheteur forain. Ce dernier utilisera les avances pour acheter des produits manufacturés (ou du riz) qu'il vendra sur les petits marchés avec bénéfice. Il rachètera des céréales qu'il ramènera à

l'acheteur fixe. Les fonds avancés tournent deux fois. Ils constituent le seul crédit auquel ont accès les acheteurs forains et permettent de monétariser les échanges.

Selon l'enquête citée plus haut, dans le cercle de Dioïla (Appui au PRMC - juin/86), il y avait sur l'ensemble des marchés de cette zone, une moyenne de 4 acheteurs forains pour 1 acheteur fixe.

## 2.5 Autres acheteurs

Il existe d'autres types d'acheteurs sur les marchés, mais leur importance ne peut être comparée à celle des grossistes et des acheteurs forains ou fixes.

Les "restaurateurs" achètent, généralement au paysan, de petites quantités pour la préparation de plats traditionnels qu'ils vendront aux forains.

Certains transporteurs profiteront de leur va et vient entre la ville et les marchés pour faire le commerce des céréales, réalisant comme bénéfice l'écart de prix existant entre les marchés ruraux et la ville.

Il existe un certain nombre de courtiers, d'intermédiaires, de collecteurs. La plupart peut être rattachée aux acheteurs forains dont nous avons déjà défini le rôle.

Les acheteurs divers jouent, toutefois, un rôle marginal dans la commercialisation des céréales au Mali.

## 2.6 En aval du Grossiste

### 2.6.1. Le demi-grossiste

Ce terme mal défini regroupe autant les petits grossistes que les gros détaillants. Selon notre définition, il intervient essentiellement en aval du grossiste, sur les marchés urbains. C'est un distributeur de céréales. Il se ravitaille auprès des grossistes urbains en riz importé et céréales traditionnelles pour revendre soit au détail, soit aux micro-détaillants. A la différence de ces derniers, le demi-grossiste vend depuis sa boutique dans laquelle il stocke quelques tonnes de céréales.

Le demi-grossiste achète aussi au producteur ou au travers d'acheteurs professionnels présents sur les marchés ruraux, mais ce n'est pas aussi systématique que dans le cas du grossiste.

Enfin, une caractéristique essentielle du demi-grossiste, c'est qu'il est d'abord un spécialiste de la "vente" de céréales. A ce titre il est plus près des consommateurs, en exerçant son activité sur les marchés urbains, que des producteurs. Ses efforts portent sur une stratégie de vente alors que ceux des acheteurs forains et fixes portent d'abord sur une stratégie d'achat. Bref, le premier cherche à vendre au meilleur prix, les seconds visent à acheter au meilleur prix.

### 2.6.2. Les détaillants

Une expression plus juste pour décrire cet intervenant serait "micro-détaillant". On le retrouve essentiellement sur les marchés

urbains (1).

Il s'approvisionne par quantités de 50 - 100 kg auprès du demi grossiste ou directement du grossiste. Il doit son existence au faible pouvoir d'achat des consommateurs qui achètent des céréales par petites quantités, au jour le jour. Dans la chaîne de commercialisation, cet intervenant réalise vraisemblablement les meilleures marges. Il nous est arrivé d'observer à Nioro du Sahel, au cours de la commercialisation d'une aide alimentaire canadienne, en 1984, des marges de 100% réalisées par les micro-détaillants, alors qu'elles ne dépassaient pas 10 - 15% pour les autres intervenants (2).

C'est pourquoi ce type d'intervenants prolifère en période de déficit céréalier, car les prix sont plus élevés, engendrant un affaiblissement du pouvoir d'achat réel.

## 2.7 Les importateurs de céréales

Au nombre d'une dizaine, dont 3 qui réalisent 80% du volume importé, ce sont des commerçants polyvalents disposant d'une surface financière et d'un accès au crédit bancaire qui leur permettent de transiger sur des volumes d'au moins 5000 tonnes à la fois.

---

(1) Une enquête du BECIS, réalisée en 1980 dans la zone Mali-Sud, évaluait à 6% leur part dans le commerce du mil/sorgho sur les marchés ruraux.

(2) Il s'agit de la vente de haricots dans une zone particulièrement déficitaire en 1984 et réputée pour son pouvoir d'achat relativement élevé (c'est ce qui explique les marges importantes).

Les plus gros importateurs ne s'intéressent pas au commerce local de céréales, car l'offre est trop atomisée et ils n'ont pas une structure adaptée pour la collecte de cette offre. D'ailleurs, la rentabilité du commerce de céréales locales a été jusqu'à maintenant plus faible que celle du commerce du riz importé (voir chapitre suivant).

Cependant, au cours de la dernière campagne (85/86), certains importateurs se sont transformés en grossistes pour répondre à des appels d'offre des donateurs qui avaient modifié leurs engagements initiaux d'aide alimentaire, en achats locaux ou triangulaires. Ces transactions, de par leur envergure (chacune portait sur plusieurs milliers de tonnes) ont suscité l'intérêt de ces opérateurs dont l'assise financière leur donnait un avantage sur les grossistes en céréales locales, pour remporter ces marchés rentables.

Toutefois, tant que l'offre de céréales sur les marchés ruraux demeurera aussi parcellaire, il est peu probable qu'elle les attire de façon régulière.

### 3. Le Grossiste en Céréales

#### 3.1 Une étude de cas

En 1985, des contacts ont été pris avec des grossistes de Bamako, Nioro du Sahel, Mopti et avec des commerçants de Bankass (5<sup>e</sup> région). Certains ont mis à notre disposition des informations sur leurs opérations financières qui ont été analysées.

Sur la base des informations recueillies, il a été établi un modèle visant à cerner l'activité commerciale d'un grossiste type en céréales locales. Ce modèle a été critiqué lors de réunions avec des commerçants, puis remanié pour obtenir ce que nous présentons ici. (1)

Ont été obtenus de l'analyse des informations disponibles:

- Un compte d'exploitation;
- Un bilan;
- Un état des ventes par produit et par mois;
- Un inventaire des stocks par produit et par mois;
- Un état des frais financiers par produit et par mois;

On se limitera ici à l'analyse du premier, le compte d'exploitation.

#### 3.2 Le compte d'exploitation

Les céréales locales constituent l'un des 5 produits commercialisés par le grossiste. D'ailleurs, le commerce des céréales ne

---

(1) Cette étude de cas a été présentée, pour la première fois, dans le rapport intitulé: La commercialisation privée des céréales au Mali, juillet 85, cité plus haut.

ANNEE 1984

COMMERCANT EN CEREALES LOCALES, TYPE GROSSISTE  
ETAT DES OPERATIONS PAR PRODUIT

	VALEUR PRIX/KG %	VALEUR PRIX/I. %	KARITIE VALEUR PRIX/KG %	HIL VALEUR PRIX/KG %	GOMME VALEUR PRIX/KG %	TOTAL VALEUR %
Ventes (en tonnes)	600	900	500	350	50	2,400
VENTES Valeur	102,108,500	170.2 100%	54,000,000 60,000 100%	55,830,000 111.7 100%	40,307,500 115.2 100%	11,850,000 237.0 100%
<b>COÛT DES VENTES</b>						
-Achat	60,000,000	100.0 59%	24,750,000 27,500 46%	25,000,000 50.0 45%	29,312,500 65.0 71%	4,500,000 90.0 50%
-Transport, manutention et transit	21,000,000	35.0 21%	16,200,000 18,000 30%	1,116,600 2.2 2%	2,012,500 5.8 5%	1,225,000 24.5 10%
-Perte et dessication	2,042,170	3.4 2%	540,000 600 1%	16,749,000 33.5 30%	2,015,375 5.8 5%	237,000 4.7 2%
-Licences import/export et taxes	6,000,000	10.0 6%	2,700,000 3,000 5%	1,116,600 2.2 2%	-	0% 500,000 10.0 4%
	89,042,170	148.4 87%	44,190,000 49,100 82%	43,902,200 80.0 79%	33,340,375 95.3 03%	6,462,000 129.2 55%
<b>PROFIT BRUT</b>	<b>13,066,330</b>	<b>21.8 13%</b>	<b>9,810,000 10,900 10%</b>	<b>11,847,800 23.7 21%</b>	<b>6,967,125 19.9 17%</b>	<b>5,308,000 107.8 45%</b>
<b>Frais d'admi- nistration</b>	<b>5,105,425</b>	<b>8.5 5%</b>	<b>2,700,000 3,000 5%</b>	<b>2,791,500 5.6 5%</b>	<b>2,015,375 5.8 5%</b>	<b>592,500 11.9 5%</b>
<b>Frais financiers</b>	<b>2,042,170</b>	<b>3.4 2%</b>	<b>1,080,000 1,200 2%</b>	<b>725,790 1.5 1%</b>	<b>1,209,225 3.5 3%</b>	<b>154,050 3.1 1%</b>
<b>Profit avant impôt</b>	<b>5,918,735</b>	<b>9.9 6%</b>	<b>6,030,000 6,700 11%</b>	<b>8,310,510 16.7 15%</b>	<b>3,742,525 10.7 9%</b>	<b>4,641,450 92.8 39%</b>
<b>IMPOT (30%)</b>	<b>1,775,621</b>	<b>3.0 2%</b>	<b>1,809,000 2,010 3%</b>	<b>2,499,153 5.0 4%</b>	<b>1,122,758 3.2 3%</b>	<b>1,392,435 27.8 12%</b>
<b>Profit net</b>	<b>4,143,115</b>	<b>6.9 4%</b>	<b>4,221,000 4,690 8%</b>	<b>5,031,357 11.7 10%</b>	<b>2,619,768 7.5 6%</b>	<b>3,249,015 65.0 27%</b>

NOTE: LE PRIX D'ACHAT DU RIZ EST CAF ABIDJAN  
MONITEC/OPERATION/06-06-1985

représente que 15% de son chiffre d'affaires global. Par exemple, il commercialise 600 tonnes de riz importé et seulement 350 tonnes de céréales locales (1). Une explication possible de cette situation serait que le commerce privé des céréales a été illégal jusqu'en 1981-82, incitant les commerçants à diversifier leurs activités et à s'intéresser à d'autres produits. De plus, l'offre de céréales locales sur les marchés ruraux est non seulement atomisée dans le temps et dans l'espace, mais elle est aussi limitée et aléatoire. Il n'est pas rare que des grossistes ne puissent atteindre leurs objectifs d'achat certaines années, faute d'une offre suffisante. Les grossistes de Nioro du Sahel par exemple (1ère région) se sont désintéressés des céréales locales depuis quelques années en raison de l'insuffisance de l'offre dans cette sous-région. Ils se limitent essentiellement à la commercialisation de riz importé qu'ils se procurent auprès des importateurs de Bamako.

3.2.1. Les 5 produits commercialisés sont, dans l'ordre: le riz importé avec un volume de 600 tonnes et des ventes de 102 millions de F-CFA, le karité avec un volume de 500 tonnes et des ventes de 56 millions de F-CFA le ciment avec 900 tonnes et 54 millions de F-CFA, le Mil-Maïs-Sorgho local avec un volume de 350 tonnes et des ventes de 40 millions de F-CFA et, enfin, la gomme arabique avec 50 tonnes et des ventes de 12 millions de F-CFA.

---

(1) Le compte d'exploitation est basé sur des chiffres qui datent de la campagne 84/85.

3.2.2. Dans notre modèle, le chiffre d'affaires consolidé est de 264 millions de F-FCA.

3.2.3. Le produit le plus rentable est, de loin, la gomme arabique avec un bénéfice net de 27%. Suivent le karité avec un bénéfice net de 12%, puis le ciment avec 8%, le riz importé avec 7% et enfin le mil-sorgho local avec 6%. Ces chiffres nous aident à comprendre que les commerçants qui en ont les moyens préfèrent importer du riz plutôt que de commercialiser les céréales locales. En effet, non seulement la marge bénéficiaire nette absolue sur le riz importé est plus importante que sur les céréales locales, mais l'activité du riz importé comporte un nombre de transactions limité, sur un laps de temps plus court; (1)

3.2.4. Le bénéfice net consolidé après impôt est de 8%. Dans la réalité, le bénéfice net est probablement moins élevé. Car même si les commerçants parviennent à payer moins d'impôts, en camouflant leurs recettes, la gestion déficiente des stocks entraîne des frais financiers et des pertes accrues réduisant les bénéfices, parfois de manière sensible. De plus, ce modèle de compte d'exploitation ne suppose aucun prélèvement personnel du commerçant en dehors de son salaire.

3.2.5. Dans notre modèle, le prix de vente consolidé du mil-sorgho local se

---

(1) Une toute récente remise en vigueur des droits et taxes sur le riz importé, à hauteur de 32%, pourrait modifier cette situation, à condition qu'ils soient appliqués avec rigueur.

décompose de la manière suivante:

- Prix d'achat	73
- Transport + manutention	5
- Perte + dessication	5
- Frais d'administration	5
- Frais financiers	3
- Impôts	3
- Bénéfice net	<u>6</u>
Prix de vente	100

3.2.6. Les frais financiers ont été établis à 3% pour le mil-sorgho local et à 2% pour l'ensemble de l'activité commerciale. Ils représentent le financement des inventaires, sur la base des renseignements obtenus auprès des commerçants.

3.2.2. Pour le mil-sorgho, les pertes (dessication, avaries) ne dépasseraient pas 5% d'après les renseignements recueillis. On notera que pour le karité, la dessication fait monter ce chiffre à 30%;

3.2.8. Les frais d'administration ont été établis à 5% du chiffre d'affaires. Ils incluent le salaire du grossiste, les loyers, le salaire du personnel, frais de voyage, gratifications, etc.

3.2.9 Le poste transport, manutention - transit, représente 5% du prix de vente pour le mil-sorgho, 21% pour le riz importé et 30% pour le ciment;

3.2.10. Un impôt de 30% a été déduit du bénéfice. Toutefois, le bénéfice net après impôt demeure sujet à l'I.G.R. (impôt sur le revenu des particuliers). Il est probable qu'une minorité paye cet impôt et que la majorité camoufle une partie importante de ses recettes par le biais d'une comptabilité volontairement confuse.

#### 4. Quelques mythes

##### 4.1 Les surbénéfices

S'il est un cliché répandu, dans le Tiers-Monde, et le Mali n'y échappe pas, c'est celui des surbénéfices réalisés par les commerçants, au détriment des paysans. Les surbénéfices existent dans le commerce céréalier, toutefois ils ne sont pas la règle générale non pas parce que les commerçants sont raisonnables, mais parce que le marché les empêche d'en faire (1).

Au Mali, le marché céréalier est constitué d'une multitude d'offreurs et de demandeurs. Aucun grossiste en céréales n'a le poids suffisant pour influer sur les prix, tellement les quantités qu'ils détiennent individuellement, en un temps donné, sont insignifiantes par rapport à l'offre globale. Si cela est vrai pour le grossiste, ça l'est encore plus pour les autres catégories de commerçants en céréales dont l'assise financière est plus fragile.

Une analyse de la structure des prix tend à confirmer cette idée (tableau 3). Ce tableau compare les marges nettes du grossiste

---

(1) Au Mali seuls, les importateurs de riz ont pu échapper à cette loi pendant quelques années puisque a) ils forment un oligopole, b) l'offre locale de riz est structurellement déficitaire. La récente remise en vigueur des droits et taxes sur le riz importé pourrait changer cette situation.

Tableau 3: Structure du prix du mil/sorgho, niveau grossiste, comparaison, dernière décade janvier/85 vs dernière décade janvier/86, Mali.  
(CFA)

N°	Postes	Janvier 85	janvier 86
1	Prix d'achat au producteur (1)	80	60
2	commission à l'acheteur forain	5	5
3	commission à l'acheteur fixe	5	0
4	Prix payé par Grossiste	90	65
5	Manutention sur le marché	02	02
6	Transport Markacoung - Bamako	03	03
7	Manutention à Bamako	01	01
8	Pertes	02	02
9	Sacs	03	03
10	Frais généraux	05	05
11	Frais financiers	02	02
	Total.....	108	83
12	Prix de vente Bamako	113	90
13	Marge nette avant impôt	5	7
		soit (4%)(2)	soit (8%)

Source: Appui au PRMC, ACDI

- (1) Dans cette observation, les achats ont été faits sur le marché de Markacoung (85 km de Bamako) et les ventes, à Bamako.
- (2) Durant la campagne 84/85, il est vraisemblable que le bénéfice ait été supérieur car il se passe généralement un délai de 3 semaines - 1 mois entre les achats et les ventes de céréales par le grossiste. Il a probablement bénéficié d'un prix de vente plus élevé.

avant impôt, entre janvier 85 (déficit céréalier et prix élevés) et janvier 86 (année normale et prix bas). Les prix d'achat et de vente sont réels, les coûts de commercialisation ont été estimés à partir d'observations (voir compte d'exploitation en 3.2) et de renseignements fournis par les commerçants les transporteurs et l'OPAM.

Un grossiste peut améliorer sa marge s'il stocke quelques semaines, en espérant que les prix augmentent. Ce fut le cas en 85. Il risque aussi de la réduire, car les prix peuvent diminuer. Ce fut le cas, par exemple, en avril 86.

Le tableau (4) estime la structure du prix pour le riz produit à l'Office du Niger et commercialisé par le secteur privé.

On note dans les deux cas que la marge nette ne dépasse pas 11% pour le riz et 8% pour le mil/sorgho. Les marges sont cohérentes avec les chiffres contenus dans le compte d'exploitation du grossiste - type (voir 3.2).

L'intervenant qui bénéficie des prix élevés sur les marchés, en période déficitaire, ce n'est pas le commerçant, c'est le producteur, comme le montre notre tableau 3.

Tableau 4: Estimation d'une structure de prix pour le riz produit à l'Office du Niger, lorsque commercialisé par le secteur privé. Mali, janvier 86.

---

1	Prix d'achat au producteur	70	(1)
2	Collecte-Manutention-Transport usine	5	
3	sacherie + ficelle	3	
4	valeur paddy rizerie	78	
5	valeur équivalent - riz blanc (62%)	126	
6	frais d'usinage (rizerie Office du Niger)	15	
7	valeur riz caf usine Niono	141	
8	Transport Niono-Bamako	10	
9	frais généraux	05	
10	frais financiers	02	
	Total.....	158	
11	<u>prix de vente Bamako</u>	175	
12	Marge nette avant impôt	17	(11%)

---

Source: Appui au PRMC, ACDI.

(1) L'Office du Niger soutient les prix très efficacement à 70 F CFA/kg. Un commerçant ne pourrait pas acheter du paddy à un prix inférieur.

#### 4.2. La spéculation

Selon un autre mythe bien répandu, le commerçant achèterait à bas prix pendant la récolte et revendrait à prix élevé pendant la soudure. Beaucoup de commerçants rêvent de faire ceci, très peu y parviennent simplement parce qu'ils n'ont pas le fonds de roulement qui leur permette d'immobiliser des liquidités dans des stocks, pendant 10 mois. Le seul qui pourrait envisager de le faire, c'est le grossiste. Or, on l'a vu, les céréales constituent une activité commerciale parmi d'autres, pour ce commerçant. Disposant d'un accès mal aisément au crédit bancaire à long terme les fonds du grossiste doivent tourner vite. Lorsque la campagne céréalière est terminée, il doit en disposer librement pour acheter du riz importé ou du ciment, puis du karité (juillet-novembre), ou de la gomme arabique.

D'ailleurs, si les commerçants en céréales raflaient tout pendant la récolte pour constituer des stocks, pour ensuite les vendre pendant la soudure, on se retrouverait avec des prix élevés entre novembre et mars, puis ils descendraient entre juin et octobre. On peut même regretter que ce mythe ne soit pas réalité, car si plus de commerçants (et plus de producteurs) avaient les moyens de stocker jusqu'à la soudure, nous aurions une courbe des prix plus stable tout au long de l'année.

#### 4.3. L'usure

Davantage que les surbénéfices et la spéculation, l'usure répond à une certaine réalité. Il n'existe aucune étude approfondie sur le sujet qui nous permette de cerner ce phénomène avec précision, au Mali.

Toutefois, si l'usure existe, sa généralisation n'est pas une hypothèse vraisemblable. Sur les 250 000 tonnes de céréales locales commercialisées(1) par les privés, il est impossible de chiffrer la part qui est hypothéquée avant le début de la commercialisation. Supposons un moment que la totalité soit hypothéquée, cela signifierait que les commerçants mettraient à la disposition des producteurs, une somme de 10,5 milliards de F CFA. Il n'est pas besoin de fréquenter assidument le milieu des commerçants pour trouver cette hypothèse absurde. Même le quart de ce chiffre paraît invraisemblable ne serait-ce qu'à cause de l'incertitude qui caractérise depuis plusieurs années la production céréalière. Imaginons un commerçant qui, en 1983, aurait avancé des fonds importants à un producteur de l'Opération Riz Mopti (sinistrée entre 82-85) ou à un autre de Kolokani, il se serait retrouvé en face de débiteurs insolubles.

Si l'usure ne paraît pas généralisée comme on le dit souvent, elle existe. Et elle existera tant que le besoin normal de crédit de campagne (ou de consommation) ne pourra être satisfait au travers d'institutions d'épargne et de crédit adaptées au monde rural.

Tout comme ils ravitaillent parfois les producteurs, en produits de base, les commerçants remplissent une fonction de pourvoyeur de crédit pour des groupes de producteurs qui n'y auraient pas accès autrement. Cependant, lorsque le client du producteur est en même temps son pourvoyeur de crédit, cela

---

(1) Il s'agit d'une estimation.

engendre une relation de dépendance malsaine qui est nuisible au producteur et qui fausse les lois de la concurrence.

## 5. Quelques Réalités

### 5.1. Un environnement culturel défavorable.

Dans les pays où le pouvoir est essentiellement politique et bureaucratique, où l'Etat demeure le seul pouvoir structuré, tout renforcement du secteur privé inquiète. Le Mali n'échappe pas à cette règle. Certes, si la libéralisation a légitimé le commerce privé des céréales, les commerçants n'en demeurent pas moins des "concurrents" de l'OPAM, qui l'empêchent lors des années déficitaires de s'approvisionner sur les marchés (au prix officiel).

Pendant la campagne de commercialisation de 1984-85, les producteurs ont été parfois découragés de traiter avec les commerçants, qui leur offraient pourtant plus cher.

La relation existante entre l'appareil bureaucratique et les commerçants privés de céréales, repose sur une dynamique conflictuelle où les commerçants font figure de spéculateurs et d'exploiteurs des paysans. Le commerçant est perçu comme un agent économique qu'il faut tolérer, alors que lui-même regarde le fonctionnaire avec beaucoup de méfiance.

Cette méfiance réciproque inhibe toute amorce de collaboration ou d'appui mutuel.

Les commerçants ont leur part de responsabilité dans cette situation car beaucoup d'entre eux refusent d'accepter l'existence

même de l'Etat et de son rôle nécessaire pour régulariser le marché céréalier.

### 5.2 Accès difficile au crédit

Cette réalité est le résultat d'un cercle vicieux qui passe par l'absence de tenue d'une comptabilité par la majorité des commerçants, par le grand conservatisme des banques opérant au Mali et par la minceur des biens de capital détenus par les commerçants, pouvant servir de nantissement auprès des banques. Cet accès restreint au crédit bancaire, rend difficile l'obtention des crédits de campagne permettant de stocker plus longtemps une partie des volumes de céréales achetés. Le commerçant se voit généralement obligé de vendre sur les marchés urbains la majeure partie de ce qu'il vient d'acheter sur les marchés ruraux afin de réaliser ses actifs, en vue de racheter d'autres céréales.

L'accès difficile au crédit à long terme n'incite pas les commerçants à s'équiper en infrastructures de stockage.

Cela s'observe dans le bilan des commerçants où l'on peut constater la faiblesse relative des outils de travail par rapport aux autres actifs. Ainsi, le commerçant ne peut emprunter parce qu'il ne peut s'appuyer sur un outil de travail (infrastructures ou immobilisations) pouvant servir de garantie et il peut difficilement s'équiper parce qu'il n'a pas accès au crédit à long terme.

Cependant, on comprend qu'une institution bancaire soit réticente à prêter à un candidat qui ne tient pas une comptabilité crédible. Pour un commerçant, la question peut se poser de savoir

s'il n'est pas préférable de tenir une comptabilité rigoureuse et de payer plus d'impôts, mais d'avoir un accès facilité au crédit et de disposer d'un outil de gestion indispensable pour qui veut progresser.

#### 5.3. Offre de céréales parcellaire et limitée

Une contrainte au développement du secteur privé réside dans un volume atomisé et limité de céréales offert sur le marché. Les producteurs sont nombreux et commercialisent de faibles quantités étalées sur plusieurs mois. La commercialisation de quantités aussi éparpillées et limitées dans le temps et dans l'espace accroît les coûts de collecte et rebute plusieurs gros commerçants dont l'organisation n'est pas adaptée à cette activité. Seuls ceux qui ont de solides antennes dans des zones de production excédentaires et qui acceptent de consacrer des efforts que certains jugent disproportionnés par rapport aux résultats, sont en mesure de faire ce commerce.

Il existe un besoin de rassembler, d'agréger les volumes limités et dispersés de céréales sur le marché de façon à diminuer les coûts de commercialisation. Il faut viser à diminuer le nombre et à augmenter le volume des transactions.

#### 5.4. Concurrence avec un secteur public subventionné

Lorsqu'un commerçant paye un kg de paddy à Niono, 70 F CFA, c'est à dire, le prix officiel payé par le secteur public, il ne pourra pas espérer vendre l'équivalent riz plus cher que 175 F CFA/kg à Bamako, puisque c'est le prix du riz importé sur le

marché. Comme il s'agit vraisemblablement d'un grossiste, il cédera son riz à un détaillant, disons à 165 F CFA/kg, soit le prix de vente de l'OPAM. Cela signifie que le commerçant dispose d'une marge brute identique à celle de l'OPAM pour réaliser un bénéfice, là où ce dernier, même après avoir reçu une subvention d'environ 10 F CFA/kg, déclare un déficit.

C'est en zone périphérique que les prix subventionnés du secteur public perturbent le plus le secteur privé. En effet, le kg de céréales coûte plus cher à Gao que vendu à Bamako. Or le secteur public, avec l'application d'une politique de prix unique sur tout le territoire, rend non compétitif le commerce privé qui s'approvisionne au Sud pour fournir le Nord.

Le résultat est une déstructuration progressive des réseaux privés de commercialisation pour desservir les zones périphériques à tel point que ces dernières risquent ne n'être plus ravitaillées bientôt que par le secteur public et l'aide alimentaire distribuée par les O.N.G.

#### 5.5. Niveau de management insuffisant

Un commerce, tout modeste qu'il soit, nécessite une gestion rigoureuse. A fortiori, lorsqu'un commerce atteint un chiffre d'affaires qui dépasse les cent millions de francs CFA par année. Ce chiffre d'affaires n'est pas celui des gros commerçants en céréales (locales) de Bamako dont les ventes totales atteignent les 600 - 700 millions de francs CFA, mais celui des grossistes d'une ville comme Nioro du Sahel.

L'absence d'un management rigoureux conduit à des surcoûts

parfois considérables résultant d'une gestion déficiente de leur trésorerie (ce qui amène des frais financiers importants) et des stocks. Il nous est arrivé d'observer un grossiste découvrant un "trou" dans ses stocks et ne sachant comment l'expliquer, ou encore l'arrivée d'un volume important de ciment pendant la campagne de commercialisation de céréales locales, contribuant à gonfler ses stocks et à fragiliser sa trésorerie. Cette absence de management même rudimentaire est un frein à l'abaissement des coûts de commercialisation et à l'expansion du commerce privé de céréales.

Ce n'est pas tant l'absence de formation des commerçants qui est en cause, car l'expertise peut se trouver à un coût raisonnable, au moins dans la capitale, mais le fait que les commerçants ne soient pas conscients de l'importance d'une comptabilité claire et d'une gestion rigoureuse. La plupart des commerçants céréaliers ne voient pas encore comme un investissement l'idée de faire appel aux conseils d'un expert en gestion. C'est cette mentalité qu'il faut changer avant même d'entreprendre la formation des commerçants.

## 6. Propositions d'appui au secteur privé de la commercialisation

### 6.1 L'approche suggérée

Un programme d'appui, dans sa première phase, devrait être ciblé sur le grossiste, non seulement parce qu'il joue le rôle le plus important dans le commerce des céréales mais parce qu'il constitue le meilleur véhicule pour répercuter l'impact d'un investissement dans ce secteur. Le grossiste est le moteur de la commercialisation privée des céréales. Les autres acteurs dimensionnent leur activité

commerciale en fonction de la capacité du grossiste à intervenir sur les marchés. De plus, la stabilité et le nombre relativement peu élevé de ces derniers en fait des cibles plus facilement identifiables, dont l'évolution peut être suivie avec plus d'efficacité. D'autre part si le niveau de management des grossistes est insuffisant et leur accès au crédit à moyen et à long terme difficile, leur expérience et leur envergure relative (par rapport aux autres intervenants) en font des candidats dont le potentiel d'évolution est le meilleur. Enfin, les grossistes disposent d'une organisation déconcentrée à travers les chambres de commerce qui peuvent servir de base institutionnelle à un programme d'appui.

Une assistance au secteur privé de la commercialisation devrait viser 3 objectifs.

- a) faciliter l'accès des commerçants céréaliers au crédit.
- b) améliorer leur niveau de management.
- c) contribuer à concentrer l'offre de céréales.

## 6.2 Faciliter l'accès des commerçants céréaliers au crédit

Au Mali, il existe au moins 3 moyens de faciliter l'accès des commerçants au crédit bancaire:

### a) Un fonds de garantie

Le problème d'accès au crédit (surtout à moyen et à long terme) pour les commerçants ne réside pas dans l'absence de liquidités bancaires (1), mais dans le conservatisme des banques, dans l'étroitesse des garanties que peuvent offrir les commerçants, et dans leur manque de transparence comptable.

---

(1) Une part disproportionnée des crédits est toutefois consacrée au secteur public réduisant les disponibilités pour le secteur privé.

Un fonds de garantie, animé par un secrétariat permanent capable de recevoir et d'étudier les dossiers de candidature en un temps raisonnable, pourrait contribuer de manière significative à résoudre les deux premiers problèmes.

L'enveloppe des fonds de garantie pourrait augmenter de façon progressive, en fonction du succès qu'il rencontre. Le montant de ce fonds pourrait être déterminé sans trop de difficulté sur la base des volumes commercialisés par les privés. A titre indicatif, il semble qu'un fonds maximum de 500 million CFA pourrait suffire. Le Programme de Restructuration du Marché Céréalier (PRMC) (1) aurait la capacité financière de fournir ces fonds. Le secrétariat permanent, essentiel au bon fonctionnement du fonds de garantie, serait financé, pour partie par l'aide bilatérale et multilatérale, et pour partie par une contribution des bénéficiaires du crédit.

b) Bonification des taux d'intérêt

Au Mali, le secteur privé de la commercialisation n'a pas droit aux crédits de campagne dont bénéficie le secteur public. Les commerçants privés doivent donc payer des taux d'intérêt de 18% pour commercialiser les 3/4 des céréales qu'on trouve sur les marchés, alors que les organismes publics comme l'OPAM, l'Office du Niger, etc. (tous subventionnés) ont droit à des taux de 11%. Cette situation doit être corrigée, car la rentabilité modeste résultant

(1) Au Mali, les principaux donateurs d'aide alimentaire sont regroupés dans le PRMC. Le fonds de contrepartie, constitué par le produit des ventes de l'aide alimentaire, est géré conjointement par les donateurs et le gouvernement. Il sert à financer des politiques de restructuration du marché céréalier.

du commerce des céréales permet difficilement de payer des taux aussi élevés .

Le PRMC qui, pour la campagne 85/86, a avancé sans intérêt plus de 2 milliards de F-CFA à la filière publique de commercialisation pourrait saisir cette occasion pour harmoniser l'usage de ses fonds avec son discours dont le contenu vise à favoriser un rééquilibrage des rôles respectifs des secteurs public et privé. Un fonds de bonification des taux d'intérêt pour les crédits destinés à la commercialisation privée nécessiterait des ressources qui avoisinent les 200 millions F-CFA annuellement. Cette somme représente entre le quart et le tiers de la part du déficit annuel de l'OPAM que le PRMC finance depuis 1981.

c) Magasins mutuels de stockage de céréales.

Les banques ne font généralement pas de crédit sur les stocks des céréales puisqu'ils sont gardés dans des magasins de fortune, exposés au vol et au dépérissement. De plus, elles n'exercent aucun contrôle sur le mouvement de ces stocks.

L'idée des magasins mutuels de stockage se résume à ceci: des magasins seraient construits et gérés par un groupe de commerçants auxquels les banques pourraient être associées. Le commerçant qui le désire pourrait y stocker un certain volume de céréales. Une attestation de dépôt lui serait remise un peu comme lorsqu'on dépose de l'argent dans une banque. Un compte ouvert à son nom serait crédité ou débité selon que le commerçant apporte ou qu'il sort des céréales. L'avantage de cette formule ne réside pas seulement dans les conditions de conservation qui risquent d'être

supérieures à celles trouvées chez les individus, mais elle pourrait permettre à un commerçant de nantir une partie de ses stocks déposés dans ce magasin mutuel auprès d'une banque en vue d'obtenir un crédit de campagne. La partie des stocks qui est nantie auprès d'une banque, serait "gelée" tant que le crédit n'est pas remboursé. Dans ces conditions, les stocks deviennent une garantie bancaire crédible.

Il y a certes des inconvénients à cette formule car il faut se demander comment réagiront des commerçants qui ont toujours fait preuve d'individualisme. L'idée mérite tout de même d'être approfondie et testée.

#### 6.3 Améliorer le niveau de management des commerçants céréaliers

Si le secteur public de la commercialisation bénéficiait d'une assistance technique depuis longtemps, le secteur privé doit encore compter sur ses propres forces. Toutefois le besoin d'une assistance technique existe. Le nombre de commerçants ouverts à l'introduction de méthodes de gestion modernes est restreint mais il augmente. Ne serait-ce que pour ce petit noyau, un mécanisme d'assistance se justifie. La mise au point d'un système de comptabilité simple, avec un plan de trésorie et de gestion des stocks est non seulement un outil de management essentiel, mais il constitue une condition importante pour l'obtention de crédits bancaires.

Le programme d'assistance devrait être établi de façon qu'il ne se substitue pas aux petits bureaux privés de comptabilité et de gestion existants. Il devrait plutôt contribuer à créer une clientèle pour ces bureaux, d'abord en faisant prendre conscience aux

commerçants qu'il faut disposer d'un outil de gestion minimum, puis en les aidant à mettre en place un outil simple et adapté.

Le mécanisme d'assistance au commerce privé des céréales pourrait prendre la forme d'un appui aux bureaux d'experts comptables locaux afin de les renforcer et de leur permettre d'assurer des services aux commerçants à un coût attractif. Le scénario, en plus de contribuer à améliorer le niveau de gestion des commerçants céréaliers, favoriserait la création d'emplois pour les jeunes diplômés que la fonction publique ne peut plus recruter.

L'appui au secteur privé de la commercialisation doit permettre à ce secteur de se renforcer, d'améliorer ses performances et de réduire les coûts de commercialisation dans la filière céréalière. Cet appui pourrait être lié à la mise en place et à la pratique par les commerçants, d'une comptabilité plus transparente. On saurait difficilement justifier l'appui à un commerçant (fonds de garantie, participation à un magasin mutuel, assistance technique etc.) qui refuserait de prendre les moyens pour améliorer le niveau de sa gestion et pour avoir un accès permanent au crédit. La question doit toutefois être approfondie avant d'établir un élément de conditionnalité qui pourrait se révéler trop rigide.

#### 6.4 Contribuer à concentrer l'offre de céréales

Dans les pays développés, l'offre de produits agricoles a commencé à se concentrer avec le phénomène de concentration des exploitations agricoles (résultant de l'augmentation de la productivité), puis avec l'organisation des producteurs en coopératives regroupant l'offre et permettant des transactions directes entre producteurs et grossistes ou sociétés de transformation.

Au Sahel, l'échelle de la production demeurera ce qu'elle est pendant encore de nombreuses années. Tout effort de concentration de l'offre doit passer par la regroupement des volumes commercialisés à petite échelle.

Le seul cercle de Dioila au Mali, compte plus de 95 marchés céréaliers dont certains traitent moins d'une tonne de céréales par semaine (Appui au PRMC, ACDI, juin 1986). Concentrer l'offre sur un nombre plus restreint de marchés est certainement souhaitable mais on voit mal comment cela peut être fait. Les producteurs viennent au marché en charrette ou à pied, et se déplacent rarement au-delà de 25-30 km de leur village.

Encourager le regroupement des céréales au niveau du village, puis favoriser les transactions directes entre les organisations villageoises et les grossistes, ou les acheteurs fixes, apparaissent comme des objectifs plus réalisables à court terme. Au Mali, une stratégie de concentration de l'offre devrait, dans un premier temps, s'appuyer sur les associations villageoises, déjà bien structurées et fonctionnelles, de la zone Mali-Sud. Cette dernière, en plus d'être caractérisée par de solides organisations de producteurs, est globalement excédentaire, surtout en maïs, lequel est sur le point devenir véritablement une céréale de rente.

On peut imaginer qu'un grossiste s'entende, sur une base contractuelle avec une association villageoise, pour la livraison d'un certain volume de céréales à une date et à un prix donnés. De telles transactions portant sur un volume conséquent de céréales ne peuvent que réduire les coûts de transport et de manutention inter-

médiaires, même après avoir intéressé l'association villageoise dont le travail de collecte justifie qu'elle préleve une marge.

Une fois ce genre de transactions bien établi, on peut envisager qu'une partie d'entre elles aboutissent au contrat à échéance qui prévoirait des livraisons à terme, l'association villageoise (ou les producteurs eux-mêmes) récupérant une prime de stockage.

Bien sûr, les producteurs vendront encore des céréales sur les marchés puisque de toute façon, ils doivent s'y rendre pour se ravitailler en produits de toutes sortes, mais le fait d'envisager qu'une partie des volumes commercialisés de céréales transitent par les associations villageoises, puis directement vers les grossistes, constitue un objectif réalisable. Pendant la campagne 85/86, les associations villageoises de la zone Mali-Sud n'ont-elles pas rassemblé près de 10,000 tonnes de céréales pour le compte de la filière publique? Il est permis de penser que ce qui a été fait dans le cadre de la commercialisation publique, peut l'être aussi dans le cadre de la commercialisation privée.

