

REPUBLIQUE DU BENIN

Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche

ᏊᏊᏊᏊᏊᏊᏊᏊ

**Projet Restauration des Ressources Forestières  
dans la région de Bassila (PRRF – Bassila)**

DFRN – GTZ – GFA/Terra Systems

ᏊᏊᏊᏊᏊᏊᏊᏊ

RAPPORT D'ETUDE

**IDENTIFICATION DES  
CIRCUITS DE DISTRIBUTION  
DES PRODUITS FORESTIERS  
DANS LA COMMUNE  
DE BASSILA**

Présenté par : **Pascal WELE IDRISOU**  
Consultant – Formateur

Collaboration : **Sosthène Armand AHOTONDI**  
Consultant – Formateur

Août 2003

## **INTRODUCTION**

Dans le cadre de son plan d'action stratégique, le projet Restauration des Ressources Forestières dans la région de Bassila consacre de remarquables efforts au développement des filières de produits forestiers ligneux et non ligneux. Cette option vise à assurer entre autres, l'efficacité de la démarche participative qui a caractérisé l'intervention du projet durant ses dernières phases. En d'autres termes, le développement des filières des produits forestiers constitue une source potentielle de revenus au profit des acteurs des structures villageoises de la zone d'intervention du projet.

En effet, la mise en œuvre des plans d'aménagement participatif des forêts classées de Bassila et Pénessoulou s'appuie entre autres sur l'autonomie des structures villageoises. Or l'effectivité de l'autonomie de décision implique que les organisations villageoises disposent de ressources suffisantes pour assurer par elles-mêmes la réalisation de leurs initiatives en matière de préservation des ressources naturelles. C'est pourquoi un accent particulier est mis sur la rentabilité économique de ces filières qui doivent dégager des revenus nets suffisants pour une meilleure motivation des différents acteurs impliqués.

Plusieurs études ont révélé que la commune de Bassila dispose d'importants atouts naturels pour assurer une productivité suffisante, aux plans quantitatif et qualitatif. Toutefois, l'inexistence de circuits de distribution à proprement parler pour les produits "naturels" en général et pour les produits forestiers en particulier, constitue l'un des principaux obstacles à la valorisation adéquate des ressources tirées à partir des filières.

Dans son rapport d'étude de marché sur le charbon et le miel, LOCONON (2000) a fait remarquer que la filière des produits forestiers de Bassila fait intervenir plusieurs acteurs à des degrés divers, sans qu'il existe une bonne organisation du circuit de distribution. Ce manque de structuration ne permet pas aux producteurs de jouir d'une bonne rémunération de leur processus de production.

C'est justement pour pallier cette situation que le PRRF - Bassila a initié la présente étude portant sur l'identification des circuits de distribution des produits forestiers.

## **I - CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ETUDE**

### **1. Le contexte**

Conformément au plan d'opération du PRRF – Bassila, version de juin 2001, la présente mission s'inscrit dans le cadre de l'activité 4.2.1 à savoir : « Assister les populations à identifier les circuits de distribution et

« négocier les marchés pour l'écoulement des produits ». Cette activité permettra sans doute d'atteindre le résultat 4 ainsi libellé : « Le marketing et la commercialisation des produits forestiers sélectionnés sont renforcés ».

## **2. Les objectifs**

### **a) Objectif général**

Principalement, cette étude vise à aider les partenaires villageois, notamment les SVGUA autour des forêts classées de Bassila et Pénessoulou, à valoriser leurs productions locales à travers la conquête judicieuse de nouveaux marchés pour l'écoulement des produits forestiers.

### **b) Objectifs spécifiques**

De l'objectif général se dégagent trois objectifs spécifiques à savoir :

- Identifier les circuits de distribution ;
- Engager les démarches de négociation commerciale à l'endroit des clients potentiels identifiés ;
- Initier les membres de SVGUA à la pratique de la négociation commerciale.

## **II - DEMARCHE METHODOLOGIQUE**

Dans le but d'atteindre les objectifs visés précédemment, la mission, a adopté une méthodologie comportant à la fois une approche théorique et une approche empirique. Pour garantir la qualité et l'efficacité de l'étude, la mission s'est intéressée aux produits forestiers les plus commercialisés actuellement par les SVGUA à savoir :

- le bois de teck beaucoup plus présent dans les SVGUA de Pénessoulou et Pénélan,
- le miel : l'apiculture est plus pratiquée dans les SVGUA d'Adjiro et Nagayilé, puis
- les noix d'anacarde généralement présente dans tous les villages, mais beaucoup plus dans les SVGUA de Bassila et Nioro.

### **1. Approche théorique**

Cette approche a été essentiellement caractérisée par des recherches documentaires. La mission dans ce cadre a visité plusieurs centres de documentation, afin de faire un inventaire théorique de tous les acteurs des filières de produits forestiers au Bénin. Parmi les centres visités, l'on peut citer :

- Le Centre Béninois et de Commerce Extérieur (CBCE) ;

- Le Centre d'Informations et de Documentation de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin (CCIB) ;
- Le Centre d'Informations et de Documentation du Ministère de l'industrie, du Commerce et de la Promotion de l'Emploi (MICPE) ;
- La Bibliothèque du Projet Restauration des Ressources Forestières dans la région de Bassila : un travail de fond a été réalisé au sein du projet, notamment sur les études antérieures ayant un rapport direct ou indirect avec le sujet.

Ces visites ont permis non seulement de constituer un répertoire d'acteurs potentiellement intéressés par les filières de produits forestiers, mais également la revue de littérature.

### **1.1 L'inventaire des filières de produits forestiers au Bénin**

La mission a procédé au cours de cette phase documentaire, à l'inventaire général de tous les acteurs actuels ou potentiels des filières de produits forestiers. Cet inventaire se traduit par le répertoire annexé au présent document (voir Annexe 2).

Il importe de signaler que dans la constitution du répertoire des acteurs potentiels, une grande attention a été accordée à la possession d'adresse, notamment d'un contact téléphonique. Cela se justifie par le fait que l'absence d'adresse rend pratiquement impossibles les contacts entre les producteurs et les consommateurs potentiels de produits forestiers.

### **1.2 La revue de littérature**

La prise de connaissance des documents et d'études existants a permis à la mission d'identifier les différents acteurs intervenant dans les circuits de distribution des trois produits forestiers qui font l'objet de cette étude.

#### **a) Les acteurs de la commercialisation du bois de teck**

L'étude est menée sur deux catégories de bois de teck. Il s'agit des perches de teck et des billes de teck. Dans le circuit de commercialisation de ces deux sous-produits, on rencontre comme acteurs :

- ***Les producteurs***

Ce sont des personnes ou groupements de personnes qui s'investissent dans la plantation de teck.

D'après l'étude réalisée par DRAMAN (1996) sur les possibilités d'amélioration de la commercialisation des perches de teck à Bassila, cette localité, compte tenu des atouts naturels et humains dont elle bénéficie, regorge de nombreuses plantations de teck estimées à plus de 127,5 hectares. Ces plantations dont les superficies ont pratiquement

doublé (en raison de l'approche du PRRF-Bassila qui vise à accroître la rentabilité des travaux forestiers par la mise en place de 20 ha de teck dans chacune des 6 unités d'aménagement de la zone) sont aujourd'hui peuplées de perches, de poteaux et des billes de teck.

- ***Les exploitants forestiers***

C'est l'ensemble des personnes ou des structures qui s'engagent dans l'exploitation des essences forestières. Dans le cas du teck, il s'agit des personnes légalement autorisées à acheter, à couper et à commercialiser les différentes catégories de bois de teck dans les plantations.

- ***Les dépôts de bois de teck***

Ce sont des centres à qui les exploitants forestiers vendent les perches de teck et les poteaux. Il s'agit également des lieux où les exploitants forestiers exposent leurs produits. On les rencontre dans tous les grands centres urbains du Bénin.

- ***Les exportateurs de bois de teck***

Peu d'entreprises exportent le bois de teck au Bénin. Dans le Répertoire des entreprises au Bénin, il s'agit principalement de : AFRICA TECK, BUREAUTIQUE Moderne, Compagnie du Golf, SPACI SARL.

- ***Les consommateurs du bois Teck***

Dans le cas spécifique des deux sous-produits à savoir les perches de teck et les billes de teck, on peut distinguer :

- des entreprises de Bâtiments Travaux Publics (BTP), qui utilisent les perches de teck sous forme de chandelles ou dans la réalisation des charpentes ;
- des menuiseries, qui utilisent les planches de teck pour la fabrication des meubles ;
- des scieries qui transforment les billes de teck en planches.

## **b) Les acteurs de la commercialisation du miel**

C'est l'ensemble des personnes ou structures intervenant dans le circuit de distribution du miel. On distingue dans ce cadre plusieurs catégories d'acteurs :

- ***Les cueilleurs du miel***

Ce terme regroupe à la fois ceux qui collectent du miel par les méthodes traditionnelles (il s'agit des cueilleurs et des apiculteurs traditionnels), et ceux qui le font par des techniques modernes (notamment les apiculteurs

modernes). Tous ces acteurs ont pour rôle de cueillir du miel soit pour l'auto-consommation, soit pour la vente. Entre les cueilleurs du miel et les consommateurs se trouvent des intermédiaires.

- ***Les intermédiaires dans le circuit de distribution du miel***

Les intermédiaires sont ceux qui s'occupent de la collecte du miel dans les lieux de production, en vue d'assurer leur revente soit dans les principaux centres urbains du Bénin, soit à l'exportation, soit sur les marchés locaux. Dans le cas spécifique des centres urbains du Bénin, le miel est vendu en grande partie dans les supermarchés. Si nous prenons l'exemple de Cotonou, WELE (2001) a, dans son rapport sur l'étude de marché de la commercialisation des champignons comestibles, identifié 34 supermarchés à Cotonou.

Signalons qu'il existe par ailleurs des distributeurs informels qui consacrent l'essentiel de leur activité sur le commerce du miel dit "sauvage".

- ***Les utilisateurs ou consommateurs du miel***

Ils sont nombreux et divers. Parmi eux, on peut citer :

- les industries pharmaceutiques qui utilisent le miel dans la fabrication des produits comme les sirops ;
- les industries agro-alimentaires qui se servent du miel pour fabriquer certains biscuits et bonbons ;
- les ménages qui utilisent le miel selon leur habitude alimentaire.

### **c) Les acteurs de la filière des noix d'anacarde**

Il importe de noter d'entrée de jeu que la filière des noix de cajou suscite de nos jours un regain d'intérêt des diverses catégories d'acteurs. Ce la peut s'expliquer d'une part par l'échec prouvé de la filière du coton au Bénin, et d'autre part par l'émergence que connaît la noix de cajou sur le marché mondial. A cela s'ajoute la volonté politique exprimée par les pouvoirs publics, qui vise à favoriser la diversification des cultures de rente au Bénin.

Cela peut expliquer les motivations des divers acteurs à contribuer à l'organisation de la filière.

- ***Les producteurs des noix d'anacarde***

Les noix de cajou sont ramassées dans les plantations d'anacardier qui sont le plus souvent les propriétés des paysans.

Selon les rapports de l'ONU et de la FAO en 1998, la production mondiale de cajou est de 845.000 tonnes. Cette quantité prouve que l'anacardier est

assez planté dans le monde. Pour ce qui concerne le Bénin, d'après les rapports du Centre Béninois de Commerce Extérieur (CBCE, 1999 et 2001), le volume des exportations de noix de cajou est passé d'environ 27.136 tonnes en 1999 à 33.659 tonnes en 2001 ; soit une augmentation d'environ 24% en deux ans. L'accroissement moyen annuel des flux d'exportation des noix de cajou peut être donc estimé à 12%.

- ***Les agents intermédiaires dans la filière des noix d'anacarde***

Il existe plusieurs intermédiaires dans ce circuit. Il s'agit des sociétés, des individus collecteurs de noix.

D'après le rapport sur la production et la commercialisation de noix d'anacarde à Gouka (Sossou & Agbidinoukou., 2000), des commerçants indiens confient de l'argent à certaines sociétés béninoises qui se chargent de l'achat des noix de cajou à l'intérieur du pays. Ces sociétés béninoises recrutent des individus collecteurs qui ont pour mission d'acheter dans les plantations d'anacardières, les noix de cajou et de les rassembler dans des lieux accessibles afin de faciliter les chargements.

Notons que cette intermédiation qui déborde de plus en plus jusqu'au préfinancement des travaux d'entretien des plantations entre dans la pratique des entreprises béninoises.

- ***Les exportateurs de noix de cajou***

Il s'agit des entreprises comme : AGRICOL BENIN, ANFANI GARBI SARL, BAB SON SARL, BAPOPAPTE LTD, BCM-INT'L, BPS SARL, CHINO BENIN, HAGE ALI TRADING α CIE ROSANA, ITB, NOMAX SARL, OLAM SARL, OMAR CORP, Société Générale de transactions, SAKSON, BAPSON etc.

- ***Les transformateurs de noix d'anacarde***

Des entreprises transforment des noix d'anacardes en amuse-gueule qui est vendu aussi bien dans les supermarchés que dans les marchés locaux. Le cas de la société AFETRACA constitue un exemple.

- ***Les utilisateurs des noix d'anacarde***

Les industries et les ménages sont les grands utilisateurs de ces noix d'anacarde.

## **2. Approche empirique**

L'approche empirique adoptée par la mission dans le cadre de cette étude comporte les actions suivantes :

### **2.1 Sondage du marché des produits forestiers à Cotonou**

L'objectif de ce sondage est de mener une étude exploratoire afin de détecter les opportunités d'affaires pour la commercialisation de certains produits forestiers de la commune de Bassila à Cotonou. A cet effet un questionnaire d'enquête a été élaboré et administré à Cotonou.

#### ***a) Elaboration des questionnaires***

Les questionnaires sont élaborés en tenant compte des principaux acteurs intervenant dans les circuits de distribution des trois produits forestiers qui ont fait l'objet de la présente étude. Ainsi des questionnaires administrés sont différenciés par produit et par catégorie d'acteurs :

- Le bois de teck pour les BTP, pour les dépôts et pour les scieries et menuiseries
- Le miel pour les supermarchés et pour les vendeuses dans le marché Dantokpa
- Les noix d'anacarde pour les exportateurs, pour les transformateurs et pour les supermarchés.

#### ***b) Choix de l'échantillon***

Compte tenu du caractère exploratoire de l'étude, 25 structures constituant l'échantillon sont choisies au hasard à raison de :

- Dix (10) pour les bois de teck et réparties comme suit :
  - BTP 3
  - Dépôts 4
  - Scierie menuiserie 3
- Cinq (5) pour le miel et réparties comme suit :
  - Supermarchés 3
  - Vendeuses à Dantokpa 2
- Dix (10) pour les noix d'anacarde et réparties comme suit :
  - Exportateurs 3
  - Transformateurs 4
  - Supermarchés 3

### ***c) La collecte des données***

La collecte des données a été assurée par un enquêteur du niveau maîtrise en géographie, en l'occurrence Monsieur Job A. WELE. Il a été formé dans l'esprit de l'étude avant d'être envoyé sur le terrain.

### ***d) Le traitement des données***

En raison de la taille réduite de l'échantillon et du caractère purement exploratoire du sondage, la mission a procédé à un traitement manuel, notamment par le tri à plat et le tri croisé. Ce traitement a été bien sûr possible après le dépouillement des questionnaires en vue d'éliminer les questionnaires inexploitable.

## **2.2 Les entretiens**

Pour réussir l'étude dans la localité de Bassila, des entretiens avec des personnes ressources ont été menés par l'équipe de la mission. A cet effet, la liste des personnes rencontrées est annexée au présent document.

## **2.3 Préparation de la négociation commerciale**

La négociation commerciale initiée par la mission s'appuie essentiellement sur le répertoire d'acteurs potentiels identifiés en aval du rôle des structures villageoises.

### ***a) Identification des entreprises à contacter***

A fin de mener correctement la négociation commerciale, la mission l'a d'abord préparée en identifiant dans le répertoire des clients potentiels des structures villageoises du projet, les entreprises à contacter. Le critère déterminant dans le choix des entreprises à visiter, dans le septentrion est la possession d'un numéro de téléphone. Ainsi les entreprises suivantes ont été retenues et ont servi de base aux prises de rendez-vous téléphoniques.

### ***b) Les prises de rendez-vous***

Ainsi, dans le cadre des rendez-vous, la mission a essayé de joindre les différentes entreprises retenues pour être visitées, mais seulement huit ont pu donner leur accord pour recevoir l'équipe de négociation commerciale.

## ENTREPRISES RETENUES POUR VISITE DE NEGOCIATION COMMERCIALE

Produit	TECK	CAJOU	MIEL
DJOUGOU	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MEMOCO Sarl (Maurice GBAGUIDI) 80.12.59</li> <li>▪ ESMC (Mariama ALASSANE BOUKARI) 80.14.68</li> <li>▪ ALHADJI</li> </ul>		
NATITINGOU	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ameublement OBB (Amadou Moussa YAYA) 82.13.74 / 82.23.01</li> <li>▪ EBAC (Moriba D. DJIBRIL) 82.12.14</li> <li>▪ Scierie Wanrou Sé Sourou (Alidou I. Alassane) 82.14.19</li> <li>▪ QUIDATA 82.12.74 / 82.10.72</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ruche des Montagnes (Mme BAGRI Zinatou) 82. 13 45</li> </ul>
PARAKOU	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MARHANATA (Antoine GUEDEGBA) 61.23.56</li> <li>▪ ECGC 61.06.40</li> <li>▪ ATB (Mathias AKPAWO) 61.10.68</li> <li>▪ TROECA BENIN (Victor KANKOLI) 61.23.49</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ANFANI Sarl : Hervé AHOUADI 61.39.82</li> <li>▪ ISHOKAN 61.38.04</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ UCAP (Ismaël SOULE) 61.02.21</li> <li>▪ CIAT (Yantanou SARKI) 61.29.15 / 61.29.05</li> </ul>

### 2.4 La visite de négociation commerciale

Dans le souci de réaliser le contact effectif entre les partenaires villageois et les structures qui interviennent dans le circuit de distribution de ces trois produits forestiers, la mission a effectué pendant deux jours des visites de négociation sur le terrain avec les représentants des SVGUA.

Pour garantir la qualité du travail et pour être efficace au cours des visites de négociation, la mission a procédé à un choix raisonné du nombre de partenaires villageois devant participer aux visites de négociation. Ce choix tient surtout compte des entreprises à visiter et des produits devant faire l'objet de négociation.

#### ***a) Le choix des membres des SVGUA pour la négociation***

Deux partenaires villageois ont été choisis pour chaque type de produits. De plus, chaque SVGUA a été représentée par un membre du bureau. Ainsi, avec les trois produits forestiers, les six SVGUA ont été bien représentées dans l'équipe de négociation commerciale. Les partenaires

retenus proviennent de structures villageoises qui produisent les plus grandes quantités de ces produits forestiers :

- Pour le Teck, les partenaires proviennent de Pénésoulou et de Pénélan.
- Pour le Miel, ils proviennent de Nagayilé et de Adjiro.
- Pour les noix de d'anacarde, ce sont les membres des SVGUA de Nioro et de Bassila qui ont été identifiés.

### ***b) Les entreprises visitées***

Rappelons que pour le choix des entreprises à visiter, la priorité a été donnée aux structures qui ont donné leur accord par téléphone. Ces structures se répartissent comme suit par produit et par localité.

#### **• *Pour le Teck***

- 2 acteurs du circuit de commercialisation du Teck à Djougou
- 2 acteurs de commercialisation du Teck à Natitingou
- 1 acteur du circuit de commercialisation de Teck à Parakou.

#### **• *Pour le Miel***

- 1 acteur du circuit de commercialisation du miel à Natitingou
- 1 acteur du circuit de commercialisation du miel à Parakou.

#### **• *Pour les noix d'Anacarde***

- 1 acteur du circuit de commercialisation des noix d'anacarde à Parakou.

## **2.5 La restitution des résultats des visites de négociation**

La restitution a toujours été un instrument efficace d'auto-évaluation des acteurs. C'est dans cette logique que le 15 Août a été consacré à la restitution. Cette séance a permis aux négociateurs des SVGUA de rendre compte de leur mission à leur base. Elle a également permis à tous les participants de réaliser l'importance de la négociation commerciale, en tant qu'outil de détection des nouveaux marchés rentables pour la structure.

## **III – PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS**

### **1. Présentation des résultats :**

#### **1.1 Résultats du sondage**

Les résultats du sondage seront présentés par produit et par catégories d'acteurs interrogés.

## **a) Le bois de teck**

### **• Les dépôts**

A la question « quelles sont vos sources d'approvisionnement en perches de teck ? », les dépôts interrogés ont cité Allada, Zè, Sékou, Adja, l'ONAB.

Quant aux critères de choix en matière de qualité des perches, tous les quatre dépôts ont cité comme critères, le diamètre (10-19 cm ; 20-29 cm ; 30-39 cm ; 40-49 cm) et la longueur de la perche. Environ 75% des dépôts interrogés achètent des perches de longueur supérieure à 7 m.

Les dépôts enquêtés déclarent acheter en moyenne 2 voyages de 100 perches par mois, soit environ 24.000 perches par an, à des prix variant entre 300 et 1000 FCFA par perche.

Les trois quarts des dépôts affirment qu'ils s'assurent eux mêmes le transport des perches après achat alors que 25% disent que c'est le fournisseur qui leur fait la livraison.

En matière d'approvisionnement 75% des dépôts sont prêts à s'approvisionner à Bassila en perche à condition que la qualité soit bonne et le prix acceptable alors que 25% refusent car disposant de stock très suffisant.

Le prix de revente des perches de teck dans les dépôts varie entre 350 et 1.700 FCFA en fonction de la taille et du diamètre de la perche.

Aussi peut-on remarquer que tous les points de vente de perche de teck interrogés affirment être confrontés à une concurrence aussi bien entre eux qu'avec les BTP.

Notons ici que la question fondamentale que se posent les gérants de dépôts de Cotonou est relative à la rentabilité des perches de teck, face au montant élevé des frais de transport. Cette question reste pertinente, surtout que les sources d'approvisionnement existent pour ce type de produit, dans un rayon plus réduit.

### **• Les transformateurs des bois de teck**

Toutes les trois scieries et menuiseries enquêtées affirment qu'elles utilisent souvent le bois de teck dans la réalisation de leurs meubles. Elles déclarent s'approvisionner dans les régions de Adja, Allada et à l'ONAB.

D'après 66,66% de ces enquêtés la quantité de bois achetés et le prix varient selon les réalités du marché. Pour les 33,33% restants, malgré que la quantité de bois achetée ne soit connue avec précision, 1m<sup>3</sup> de perche est à 120.000F CFA.

Remarquons que toutes les entreprises de transformation enquêtées acceptent d'acheter des billes, des planches de teck à Bassila à conditions que la qualité et le prix soient bons.

- ***Les utilisations des perches de teck en BTP***

Toutes les entreprises de BTP enquêtées déclarent qu'elles s'approvisionnent auprès des dépôts de la place et qu'elles utilisent les perches pour supporter les bétons, couler les dalles et faire des chandelles.

Les deux tiers de ces enquêtées ont déclaré que la quantité de bois achetés par an varie selon le nombre de chantiers obtenus. Par contre le tiers restant affirme utiliser au moins 2.000 perches par an.

En ce qui concerne l'achat des bois de teck, les trois entreprises interrogées disent qu'elles achètent des perches dont les prix varient entre 350 et 500F CFA

## **b) Le miel**

- ***Les supermarchés***

D'après les supermarchés interrogés, ils pratiquent pour le miel des prix compris entre 1.300 et 5000F. Le prix varie donc selon la quantité et la qualité du miel. 66,66% des supermarchés interrogés, achètent du miel venu du Nord du Bénin. Quant aux 33,33% restant ils s'approvisionnent aussi bien sur le marché national qu'international.

Ces supermarchés déclarent acheter en moyenne 600L de miel par an et à un prix variant entre 1.200 et 2.000 F CFA par litre. Ils souhaitent tous acheter du miel à Bassila.

La majorité des enquêtés (66,66%) disent que la quantité et le prix du miel à acheter à Bassila seront déterminés après avoir vu un échantillon du produit. Alors que les 33,33% restants affirment pouvoir acheter jusqu'à 600 litres au moins par an avec un prix compris entre 1.200 et 1.300 F le Litre du miel.

- ***Les Vendeuses du miel dans marchés locaux***

L'une des deux vendeuses du miel enquêtées, affirme qu'elle ne vend que du miel sauvage à 1.600F le litre alors que la deuxième vend du miel des apiculteurs avec un prix variant entre 1.600F et 2.000F CFA. Elles affirment toutes s'approvisionner chez des fournisseurs venant du nord et en moyenne 150L par mois à 1300F le litre. Toutes les deux femmes souhaitent s'approvisionner en miel de Bassila qui selon elles est un produit de grande qualité.

L'une souhaite acheter au moins 500 Litres à raison de 1300F le litre alors que la deuxième désire acheter 100L à un prix consensuel.

### **c) Les noix d'anacarde**

- ***Les exportateurs des noix d'anacarde***

Tous les exportateurs enquêtés déclarent s'approvisionner au centre ou au Nord du Bénin et des fois par le biais des intermédiaires. Les quantités achetées varient de 500 sacs à 120.000 tonnes. Selon ces exportateurs, le prix d'1 kg de noix d'anacarde varie entre 300 F CFA et 500 F CFA. En matière d'approvisionnement tous les enquêtés souhaitent le faire à Bassila. 50% des exportateurs souhaitent s'approvisionner en quantités illimitées à Bassila, alors que 25% de ceux-ci désireraient au moins 100 tonnes par campagne et les 25% restant achèteraient de 500 à 1.000 sacs (100 tonnes) par an.

- ***La transformation des noix de cajou***

La totalité des transformateurs interrogés ont affirmé qu'ils grillent les noix puis les mettent en sachets ou en bouteilles. 66,66% des enquêtés ont déclaré qu'ils transforment au moins 3 sacs (300 kg) de noix par mois, alors que pour les 33,33% restant, la quantité à acheter varierait en fonction de l'écoulement du produit sur les marchés.

Les supermarchés sont les principaux clients de ces transformateurs de noix de cajou de même que les ménages. Les prix pratiqués sur le marché varient selon la quantité et l'emballage du produit mais oscillent entre 2.300 et 3.500F CFA la bouteille de 75 cl.

S'agissant des circuits d'approvisionnement en noix, 66,66% de ces structures affirment s'approvisionner au marché Dantokpa et quelque fois dans d'autres régions comme Dassa, Savalou au prix de 20.000 FCFA le sac de 100 kg. Les 33,33% restants s'approvisionnent un peu partout dans le Bénin, au prix de 20.000 FCFA le sac de 100 kg. Tous ces enquêtés désireraient s'approvisionner désormais à Bassila. La quantité des achats et leurs prix seront déterminés en fonction de la qualité des noix.

- ***Les supermarchés***

Tous les supermarchés interrogés vendent des noix de Cajou grillées et mises en bouteille ou en sachet. 66,66% de ces supermarchés disent que les quantités vendues par mois dépendent du marché. Alors que les 33,33% déclarent qu'ils vendent par mois en moyenne 250 sachets ou 150 bouteilles.

Les prix de vente pratiqués pour ces noix varient aussi bien en fonction de la quantité que de la qualité. Le prix d'un sachet est généralement compris entre 975 et 2.000 FCFA. Celui d'une bouteille de 75 cl entre 2.000 FCFA et 4.000 FCFA. Ils souhaiteraient tous s'approvisionner là où les conditions seraient meilleures.

## 1.2 Résultats des visites de négociations commerciales

Ces visites de négociations commerciales ont permis à l'équipe de négociation de rencontrer et de négocier directement avec certains acteurs du circuit de distribution des produits forestiers retenus dans cette étude. Pour chaque produit, l'équipe de négociation est formée des consultants, de deux membres des SVGUA et d'un responsable d'unité de PRRF Bassila. Les résultats de ces différentes rencontres se présentent comme suit.

### a) Le bois de Teck

Cinq acteurs du circuit de distribution du teck ont été rencontrés. Il s'agit de:

- A Djougou :
  - La société ABISNA BABA FATA et fils dont les activités dans le domaine sont l'achat et la revente des perches de teck et des planches de bois blanc.
  - Entreprise de Scierie Marina et Construction (ESMC) dont les activités sont les transformations de bois.
- A Natitingou
  - Quincaillerie et Divers de l'Atacora (QUIDATA) dont les activités dans cette filière sont: l'achat et la revente de perches, de billes de teck, puis la transformation de bois.
  - La société Internationale de Matériaux de Construction pour l'Afrique (SIMACA) qui dans cette filière, a pour activité l'achat et la revente des perches de teck.
- A Parakou
  - La Coopérative Mix Expérience BOSCO (COMIEB) qui a pour spécialité la menuiserie, l'ébénisterie et le Génie Civil.
- ***Les sources d'approvisionnement des différents acteurs de distribution et la demande de bois de teck***

Parmi les cinq acteurs rencontrés, deux s'approvisionnent déjà en bois de teck dans la commune de Bassila, il s'agit de la Société ABISNA BABA

FATA & Fils et SIMACA. Deux autres acteurs ESMC et QUIDATA savent que la commune de Bassila dispose des bois de teck mais leur fréquence d'approvisionnement n'y est pas très élevée. Quant à COMIEB, elle ne s'approvisionne qu'à l'ONAB de Parakou et n'a jamais su que la commune de Bassila est pourvue de plantations de teck.

En ce qui concerne la demande en bois de teck, les acteurs spécialisés dans l'achat et la revente de teck déclarent pouvoir acheter les perches de teck avec une fréquence de deux à sept voyages de camion titan (soit environ 7.000 perches de teck) par an. Quant aux acteurs spécialisés dans la transformation, la demande en bille de teck est fonction des marchés obtenus.

- **Les prix d'achat des bois de teck de ces acteurs**

Les prix d'achat des bois de teck varient selon les catégories.

- *Les perches de teck*

D'après les acheteurs de perches de teck rencontrés, les prix varient selon la grosseur de la perche. Ainsi pour les petites perches, la moyenne de prix est de 250F CFA, pour les perches de grosseur moyenne le prix moyen est de 300F CFA et pour les grosses perches le prix moyen est de 425F CFA.

- Les billes de teck

Les deux scieries rencontrées au cours de cette négociation commerciale ont affirmé que le prix des billes de teck dépend de leur grosseur. Pour ces acteurs le prix d'une bille varie entre 2.000F et 3.000 F CFA.

- **Engagement des acteurs rencontrés**

Parmi les acteurs rencontrés, ceux qui ne s'approvisionnaient à Bassila ont promis de le faire. Toutefois, les membres des SVGUA ont été invités à maintenir le contact avec leurs clients potentiels.

## **b) Le miel**

Pour le miel, deux structures ont été visitées. Il s'agit de :

- A Natitingou : « Ruches de Montagne » spécialisée dans la production, l'achat et la revente du miel d'une part et dans la fabrication de produit à base de miel d'autre part.
- A Parakou : Centre International d'Apiculture Tropicale (CIAT) spécialisé dans la production, l'achat et la vente du miel, dans la fabrication du matériel apicole, puis dans la fabrication des produits à base de miel.

- ***Les sources d'approvisionnement et la demande du miel***

La structure "Ruches de montagne" s'approvisionne dans l'Atacora. Elle complète sa propre production par l'achat chez certains apiculteurs de l'Atacora. Elle ne s'approvisionne presque pas dans la commune de Bassila.

Quand au CIAT, malgré que ce centre produit du miel, il s'approvisionne chez des apiculteurs aussi bien du Borgou que de la Donga, et spécialement chez certains apiculteurs de la commune de Bassila.

En ce qui concerne la demande, "Ruches de montagne" affirme acheter au moins 1.000L de miel par an. Le CIAT quant à lui achète des fois jusqu'à 6.000 L de miel par an.

- ***Le prix d'achat et de vente du miel***

Le prix d'achat du miel à la " Ruches de montagne" varie selon les périodes de l'année. Ainsi en Février – Mars - Avril elle achète le miel à 800F le litre. A partir de Juin à 1000F le litre. Le CIAT achète généralement le miel à 1200F le litre.

En ce qui concerne le prix de revente du miel à la "Ruches de Montagne", il varie entre 1300 et 1500F le litre ; par contre au CIAT ce prix s'élève à 2.200F le litre.

- ***Engagement des acteurs du circuit de distribution***

La responsable de "Ruches des montagnes" est désormais prête à s'approvisionner en miel dans la commune de Bassila, car après la négociation, un échantillon du miel lui a été offert et elle a beaucoup apprécié la qualité. Le directeur du CIAT quant à lui pense continuer à s'approvisionner en miel dans la commune de Bassila.

### **c) Les noix d'anacarde**

Sur deux structures normalement prévues à être rencontrées, une seule était sur place pour accueillir l'équipe de négociation commerciale. Il s'agit de ANFANI GARBI SARL.

A Parakou l'équipe de négociation s'est entretenue avec le responsable de ANFANI GARBI Sarl qui aspire à devenir l'un des principaux organisateurs de la filière anacarde au Bénin. Dans ce cadre, Anfani s'occupe de l'achat et de la revente des noix de cajou, en attendant que son projet portant sur le volet transformation des noix connaisse le jour. D'après le représentant de ANFANI GARBI Sarl, la filière noix d'anacarde

doit être organisée et pour ce faire, chaque membre du circuit de distribution de ce produit est appelé à jouer correctement son rôle.

- ***Les sources d'approvisionnement de ANFANI et la demande des noix d'anacarde***

La société Anfani qui dispose de 85 points d'achat, s'approvisionne un peu partout au Bénin. Bassila est d'ailleurs considéré comme l'un de ses principaux centres d'approvisionnement en noix. Du point de vue de la demande, Anfani constitue un partenaire privilégié des structures villageoises, car elle s'efforce d'acheter des quantités importantes de noix à chaque campagne (au minimum 2.000 tonnes).

- ***Le prix d'achat des noix d'anacarde à ANFANI***

Le prix d'achat d'un Kilogramme de noix d'anacarde varie d'une campagne à une autre pour ANFANI. Elle peut par exemple osciller entre 200F CFA à 300F CFA. Cette structure de prix tient compte de la variation des cours de ce produit sur le marché mondial.

- ***Engagement de ANFANI***

ANFANI connaissant déjà le marché de Bassila, a promis y accorder un peu plus d'intérêt à condition que les fournisseurs de cette commune se regroupent en un point de vente. Cela permettrait une gestion optimale des coûts d'approvisionnement.

### **1.3 Résultat des entretiens:**

Les entretiens avec des personnes ressources de la commune de Bassila révèlent que ces trois produits sont très porteurs surtout du fait que Bassila dispose d'atouts naturels pour leurs productions. En effet, dans la commune de Bassila, le nombre de vendeuses du miel sauvage n'est pas négligeable. Ceci a poussé la mission à envoyer un enquêteur sur le terrain pour recenser ces vendeuses de miel sauvage. Les résultats de cette enquête ont relevé qu'au moins 17 femmes vendent du miel sauvage dans cette commune (voir liste en annexe).

## **2. Analyse des résultats**

### **2.1 Analyse des résultats du sondage :**

L'analyse des résultats se fera également par produit

#### **a) Le bois de teck**

L'observation des résultats du sondage sur ce produit prouve que les différents acteurs interrogés s'approvisionnent pour la plupart au Sud du Bénin. Ceci s'explique par le fait que beaucoup de localités proches de Cotonou regorgent de plantations de Teck. Les conditions climatiques du Sud du Bénin particulièrement des régions d'Allada jusqu'à Bohicon, favorisent la production de cette essence forestière. Malgré cela environ 75% des acteurs de commercialisation du bois de teck ont émis le désir de s'approvisionner à Bassila à condition que ces bois de teck soient de bonne qualité et à vendus à des prix raisonnables. Ce désir de s'approvisionner à Bassila peut être interprété comme un signe d'insatisfaction des utilisateurs de bois produit au Sud.

Toutefois, la cherté des coûts de transport liée à la grande distance (400 km) entre Cotonou et Bassila peut constituer un important frein à la rentabilité du commerce des perches de teck entre ces deux localités.

Nous pouvons également dire que le marché de bois de Teck existe et est bien porteur à Cotonou car chaque dépôt enquêté peut acheter en moyenne par an 24. 000 perches de Teck. Un chiffre d'affaires prévisionnel de 7.200.000 peut être alors réalisé par chaque dépôt.

#### **b) Le miel**

La plupart des vendeurs du miel (66, 66% des supermarchés enquêtés et 100 % des vendeuses des marchés locaux enquêtés) affirment qu'ils s'approvisionnent au Nord du Bénin. C'est la preuve que le nord est la région du Bénin qui produit beaucoup du miel. L'importante réserve forestière qui caractérise la région de Bassila lui offre des atouts remarquables en matière de production de miel. D'autre part, la modernisation des techniques de culture et de récolte du miel contribue sensiblement à accroître non seulement la qualité du miel, mais également le niveau de la production apicole locale.

Ainsi, l'existence permanente du marché que traduit le désir des acteurs de s'approvisionner à Bassila, garantit un niveau de revenu moyen à chaque apiculteur de la localité. Il est donc aisé de dire que le marché de miel à Cotonou est porteur pour les apiculteurs de Bassila. Par exemple un apiculteur de la commune de Bassila qui récolte en moyenne 200L par an vendus à un prix moyen de 2000 F le litre, se retrouverait dans cette filière avec 400.000 FCFA au moins par saison.

Toutefois, les investigations de la mission ont révélé un manque d'organisation qui caractérise les circuits de distribution du miel à Bassila. Cette situation a pour conséquence, entre autres, le manque de contrôle du prix par les producteurs.

### **c) Les noix d'anacarde**

Des résultats du sondage, il ressort que la majeure partie des vendeurs de ce produit s'approvisionne au centre ou au Nord du Bénin. Plus de la moitié de ces acteurs souhaitent faire de la commune de Bassila, un lieu d'approvisionnement.

De tout ce qui précède nous pouvons retenir que des acteurs des circuits de distribution de ces trois produits résidants à Cotonou manifestent le désir de s'approvisionner dans la commune de Bassila. Malgré cela nous ne pourrions pas affirmer que le marché de Cotonou est d'avance gagné pour ces produits. Il faut tenir compte de la distance qui sépare Bassila de Cotonou.

## **2.2 Analyse des résultats des visites de négociations commerciales**

### **a) Les bois de Teck**

Des résultats de ces négociations commerciales, il ressort qu'il existe encore dans le septentrion des structures qui ne savent pas que Bassila regorge de beaucoup de plantations de teck peuplées de perches, de poteaux et de billes disponibles pour la vente. C'est le cas de la COMIEB à Parakou. Deux autres acteurs visités ESMC et QUIDATA ne fréquentaient pas régulièrement le marché de Teck de Bassila. Ces deux constats peuvent être dus au fait qu'il n'y ait pas eu une large communication pour ces produits.

Aujourd'hui avec la fréquence d'approvisionnement en perches de teck de ces acteurs (ce qui est estimé de 2 à 7 voyages par an de Titan soit environ 2000 à 7000 perches de tecks par an pour chaque société de vente), nous pourrions aisément affirmer que c'est un marché qui existe. Nous avons pour preuve le chiffre d'affaires prévisionnel de chaque dépôt composé rien que de petites perches qui sera compris entre 500.000 et 1.750.000 FCFA .

### **b) Le miel :**

Pour ce produit les visites de négociations commerciales ont confirmé que c'est un marché très porteur car toutes les demandes exprimées ne sont pas toujours satisfaites donc ce marché n'est pas encore saturé. Il faut remarquer que le prix d'achat du litre de miel par la structure "Ruches de montagne" est un peu plus faible que le prix à Bassila (1000f contre 1200f

à Bassila). Quant à CIAT, il constitue un marché non négligeable en matière d'approvisionnement en Miel.

### **c) Les noix d'anacarde**

Comme la visite de négociation commerciale dans le cas spécifique de ce produit n'a eu lieu qu'avec un seul acteur, l'analyse peut ne pas paraître bien riche. Néanmoins de cette rencontre, nous pouvons retenir que l'esprit de regroupement manque aux producteurs de ces noix dans la commune de Bassila. Ce qui leur fait perdre assez d'argent car le seul acteur rencontré est prêt à acheter autant de noix que la commune de Bassila serait prête à lui fournir, à condition d'une meilleure organisation des circuits de vente.

## **2.3 Analyse des résultats des entretiens**

Des entretiens nous pouvons dire que, si les apiculteurs ne font pas diligences, les vendeurs de miel sauvage surtout au centre de Bassila, vont détruire l'image de leurs produits. Ceci est dû au fait qu'il manque des points de distributions visibles pour leurs produits. De ce fait, ce n'est que le miel sauvage qui est facilement accessible aux passants.

## **IV – RECOMMANDATIONS**

Après l'analyse des différents résultats, on constate que tous les trois produits qui ont fait l'objet de la présente étude n'ont pas les mêmes difficultés en ce qui concerne leur commercialisation. Néanmoins avant de formuler des recommandations spécifiques à chacun de ces produits, la mission a jugé utile que des actions de communication (publicité, participation aux foires etc.) soient faites pour les trois produits.

Pour jouir de l'efficacité de ces actions de communication, il importe que les SVGUA, les producteurs de ces produits se regroupent en association afin d'organiser la commercialisation de leurs produits.

D'autre part, la présente mission a révélé l'intérêt que les SVGUA doivent désormais porter à la pratique de la négociation commerciale. En effet, la négociation est une forme particulière de communication qui permet aux producteurs, par leur propre initiative, de conquérir et de gagner de nouveaux clients pour leurs produits. Il est donc évident que la démarche entreprise au cours de cette mission doit être respectée dans sa forme et dans son fond par les structures villageoises.

Il est souhaitable que le PRRF-Bassila mette en place un dispositif efficace de suivi des actions des organisations villageoises en matière de gestion, afin d'apporter les appuis nécessaires en matière de renforcement des capacités.

De façon spécifique la mission recommande aux SVGUA, pour chaque produit ce qui suit :

### ***1. Pour le bois de teck :***

- Continuer les visites de négociations dans le septentrion à l'endroit des acteurs du circuit de distribution de ce produit qui n'ont pas de téléphone.
- Faire de temps en temps de la publicité sur FM Kouffè et sur l'antenne régionale de l'ORTB à Parakou, lorsque les moyens le permettent.
- Recenser les différentes catégories (les différentes circonférences) de teck pouvant donner des billes qui peuplent leurs plantations.
- Faire ressortir au cours des négociations les qualités particulières des bois de teck de la commune de Bassila (très bonne résistance).
- Avant de pénétrer le marché du sud et particulièrement de Cotonou, les membres des SVGUA doivent d'abord intégrer les facteurs liés au

coût de transport sur Cotonou. La décision à prendre devra ensuite garantir les conditions de rentabilité (c'est-à-dire la couverture de tous les coûts par les recettes issues de la vente).

## **2. Pour le miel :**

Pour ce qui concerne le miel, les actions suivantes sont recommandées par la mission.

- Dynamiser l'Association des apiculteurs de la commune de Bassila afin de pouvoir mieux organiser cette filière très porteuse aujourd'hui.
- Sensibiliser les vendeuses de miel sauvage sur l'intérêt qu'elles peuvent gagner en vendant le miel des apiculteurs. De manière pratique des prix particuliers doivent être proposés à ces vendeuses afin de les inciter à vendre le bon miel. Tout au début les apiculteurs peuvent demander à ces vendeuses dont la liste de quelques unes se trouve en annexe, d'exposer les deux types de miel à leur point de vente mais d'expliquer aux clients ce qui fait la différence de prix.
- Augmenter le nombre des ruches afin de récolter une plus grande quantité de miel pour satisfaire les demandes. Cela suppose qu'une partie des revenus tirés de l'apiculture soit réinvestie pour assurer le développement de l'activité. Investir dans les ruches constitue aujourd'hui une grande opportunité à saisir, car le marché existe et est rentable.
- Développer la culture des plantes à fleur. L'exemple du tournesol mérite d'être vulgarisé à tous les apiculteurs qui évoluent dans les superficies agro forestières.

## **3. Pour les noix d'anacarde :**

- L'information est une ressource capitale qui permettra aux SVGUA de réussir dans ce secteur. A cet effet, il faudra s'informer à tout moment sur l'évolution des prix dans le secteur.
- Pour y parvenir, les structures villageoises peuvent s'organiser en association, en vue d'échanger de façon systématique, les informations pertinentes ayant rapport avec la filière.
- Une attention doit être portée sur le rôle joué par chaque acteur dans la filière des noix de cajou. La politique d'exclusion est en effet l'un des moyens sûrs d'échouer dans un secteur caractérisé par l'instabilité des prix. Il faudra donc que les SVGUA s'imprègnent d'avantage sur la manière dont cette filière est organisée, en vue de privilégier les

relations de partenariat et de bonne collaboration entre les différents maillons de la chaîne.

- Organiser des ventes groupées à la manière du coton, afin d'éviter les difficultés de fixation des prix de vente de ce produit. Cette pratique réduirait le nombre d'intermédiaires entre les exportateurs et les producteurs, notamment les SVGUA et favoriserait une bonne fixation des prix de vente qui seraient profitables aux structures à mesure que celles-ci oeuvrent pour la réduction des coûts de transaction..
- Prendre contact et continuer les visites de négociation commerciales avec d'autres acteurs de ce circuit de distribution.

La mission invite enfin tous les SVGUA, d'utiliser le répertoire constitué pour eux.

## BIBLIOGRAPHIE

1. CBCE (2001) – « Annuaire sur l'exportation du Bénin », Documents de synthèse, Cotonou.
2. CCIB (2000) – « Répertoire des entreprises au Bénin », Cotonou.
3. CHIROUZE Yves (1993) – « Le Marketing : les études préalables à la prise de décision », Editions Ellipses, Paris.
4. DAYAN Armand (1999) – « Les études de marché », Editions PUF, Collection "Que Sais-Je ?", Paris.
5. DRAMAN Taïrou (1996) – « Etude des possibilités d'amélioration de la commercialisation des perches de teck dans la région de Bassila », Rapport d'étude, PRRF-Bassila.
6. LOCONON Daniel (2000) – « Etude de marché des produits forestiers ligneux et non ligneux dans Bassila : étude de cas du charbon de bois et du miel », Rapport d'étude, PRRF-Bassila.
7. SOSSOU A. L. et AGBIDINOUKOUN S. C. (2000) – « Production et commercialisation de noix d'anacarde à Gouka », Rapport de stage, CETA Ina.
8. VERNETTE Eric (1998) – « L'essentiel du Marketing : le marketing fondamental », Editions d'organisation, Paris.
9. WELE I. Pascal (2001) – « Etude de marché sur la commercialisation des champignons comestibles à Cotonou », Rapport d'étude, PRRF-Bassila.

# ANNEXES

## ANNEXE 1

### TERMES DE REFERENCE

Projet Restauration des Ressources Forestières - Bassila  
« Forstbewirtschaftung im Raum Bassila » Benin

**Termes de Référence**  
**Mission court terme nationale**  
**Pour la formation en identification des circuits et l'écoulement**  
**des produits**

#### **Introduction**

Les présents termes de référence se rapportent au Résultat 4 du plan d'opération de la phase 5 à savoir : «Le marketing et la commercialisation des produits forestiers sélectionnés sont renforcés», à l'activité 4.2 «Appuyer la commercialisation des produits forestiers» et plus précisément à la sous activité 4.2.1 «Assister les populations à identifier les circuits et négocier les marchés pour l'écoulement des produits».

On constate aujourd'hui que les partenaires villageois organisés en structure de gestion ou en groupement de production vendent leur produit sur place au premier venu ignorant les règles de négociation pouvant leur procurer une valeur ajoutée. Ces derniers ne savent même pas l'importance de la spéculation qui se fait par leur client qui peuvent disparaître du jour au lendemain. De ce fait, il s'avère nécessaire de faire une étude d'identification des circuits commerciaux en vue de permettre aux partenaires villageois de négocier les marchés pour l'écoulement de leurs principaux produits, surtout en cette phase de transfert de compétence aux structures. Ce n'est qu'à travers cela qu'ils poursuivront la négociation de façon indépendante en l'absence du projet.

#### **Objectif**

Les partenaires villageois sont informés des circuits commerciaux pour l'écoulement de leurs produits.

#### **Résultats attendus**

- La revue documentaire est réalisée
- Les principaux produits sont identifiés.

- Les échantillons sont prélevés ou les indications précises sont disponibles par produit pour être présentés aux clients potentiels.
- Les clients potentiels sont identifiés .
- Le contact est effectivement réalisé entre eux et les structures .
- Les partenaires villageois sont aptes à identifier d'autres circuits d'écoulement de leurs produits forestiers.
- Un système de suivi est mis en place avec le RUOP

### **Lieu et durée**

Les présents termes de référence seront exécutés à Bassila et ailleurs sur le territoire (lieu de résidence des potentiels clients). L'étude commencera en mai et couvrira une période d'un mois.

### **Mandat du consultant**

Le consultant procédera à une revue documentaire Il effectuera des déplacements à l'intérieur du pays pour des contacts avec les acheteurs des produits et favorisera les échanges entre les fournisseurs et les potentiels clients. En outre il mettra à la disposition des partenaires villageois un répertoire de clients par produit Enfin une restitution de la mission sera faite au staff du projet.

### **Consultant**

Monsieur WELE I. Pascal

### **Méthode**

Le consultant ne se contentera pas de mettre à la disposition des partenaires villageois un répertoire de clients, mais il s'efforcera de les initier aux techniques de négociation La méthode pédagogique prendra exemple sur un cas pratique réel bien maîtrisé des partenaires. Par exemple l'apiculture qui est un produit abondant et connu et qui a quelques difficultés d'écoulement à certains moments de l'année.

Fait à Bassila, le 17 avril 2003

## ANNEXE 2

### REPERTOIRE DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES PROUDITS FORESTIERS

ANNEXE 3

**LISTE DES PERSONNES RESSOURCES RENCOTREES**

<b>N°</b>	<b>Nom et Prénoms</b>	<b>Fonction</b>
1	ABDOULAYE Daouda	Membre du staff du projet
2	ADAM G. Abousco	Intermédiaire, acheteur de noix cajou
3	ALASSANE Abdouramane	Intermédiaire, acheteur du teck
4	ATTA Amidou	Maire de la Commune de Bassila
5	ATTA KAKAYATCHI Sahada	Animatrice du projet, apicultrice
6	AZOKPOTA Raymond	Agent Projet Agroforestier de Manigri, ex-agent du Centre de Promotion Rural de Tchétou
7	CHABI Sabin	Chef centre Born Fonden Manigri
8	DRAMAN Taïrou	Membre du staff du projet
9	LOCONON Daniel	Coordonnateur Projet Agroforestier de Manigri, consultant
10	N'TCHA Rigobert	Membre SVGUA Adjiro, apiculteur
11	OLOSSOUMARE Adame	Ancien Sous-préfet, membre du comité de surveillance du projet
12	ZANNOU Thiamyou	Chef Cantonnement forestier de Bassila

## ANNEXE 4

**LISTE DES FEMMES VENDEUSES DE MIEL SAUVAGE**

N°	Nom et Prénoms	Localité
1	INOUSSA Zénabou	Bassila
2	SEIDOU Laoura	
3	YAYA Adjara	
4	ADAM Rahamatou	
5	SOULEMANA Rianatou	
6	MAMAM SOULE Mounifatou	
7	IBRAHIMA Abibatou	
8	AWENDE Dahana	
9	IDRISSOU Aïssé	
10	ZAKARI Barkissou	
11	ISSIFOU Kartima	
12	DJIBRIL Koudiratou	
13	MAZARI Barkissou	
14	IDRISSOU Amama	Frignioun
15	AMIDOU Falilatou	
16	DJIBRIL Wassinatou	
17	AWALI Nima	

ANNEXE 5  
QUESTIONNAIRES D'ENQUETE

## ANNEXE 6

### IDENTIFICATION DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION DES PRODUITS FORESTIERS AU PROFIT DES STRUCTURES VILLAGEOISES

#### **PLANNING DU SEJOUR A BASSILA**

(du 07 au 16 Août 2003)

N°	Date	Activité	Observations
1	Jeu 07.08.03	Voyage Cotonou – Bassila	
2	Ven 08.08.03	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prise de contact avec staff du projet</li> <li>▪ Recherche documentaire (bibliothèque)</li> </ul>	
3	Sam 09.08.03	Recherche documentaire (bibliothèque)	
4	Dim 10.08.03	Collecte de données primaires à Bassila	
5	Lun 11.08.03	Collecte de données et prise de rendez-vous pour visites de négociation à Djougou, Natitingou et Parakou	
6	Mar 12.08.03	Visite de négociation commerciale à Djougou et Natitingou (avec représentants SVGUA)	
7	Mer 13.08.03	Visite de négociation commerciale à Parakou (avec représentants SVGUA)	
8	Jeu 14.08.03	Discussions, synthèse et constitution de répertoire provisoire	
9	Ven 15.08.03	Restitution à Pénessoulou	
10	Sam 16.08.03	Voyage Bassila – Cotonou	

**REPERTOIRE DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION  
DES PRODUITS FORESTIERS AU BENIN**

<b>Produit</b>	<b>Entreprise</b>	Activités	<b>PERSONNE A CONTACTER</b>	Téléphone	<b>LIEU</b>
<b>T E C K</b>	Menuiserie Moderne des Collines (MEMOCO)	Scierie Ebénisterie (Sarl)	Maurice GBAGUIDI	80.12.59	Djougou
	<b>Ets ABISNA BABA FATA &amp; Fils</b>	<b>Achat et revente des perches de teck et planches de bois blanc</b>	<b>ALADJI</b>	<b>80.14.46</b> Cel. <b>64.59.00</b>	<b>Djougou</b>
	<b>Entreprise de Scierie Mariama et Construction (ESMC)</b>	<b>Scierie Ebénisterie (Transformation du bois)</b>	<b>Mariama ALASSANE BOUKARI</b>	<b>80.14.68</b>	<b>Djougou</b>
	Ameublement Ouvrage en Bois dans le Bâtiment (OBB)	Scierie et travaux de menuiserie	Amadou Moussa YAYA	82.13.74 82.23.01	Natitingou
	Ebénisterie Arts Charou (EBAC)	Scierie Ebénisterie (Transformation du bois)	Moriba Daouda DJIBRIL	82.12.14	Natitingou
	Scierie WANROU SE SOUROU	Transformation du bois	Alidou I. ALASSANE	82.14.19	Natitingou
	<b>Ets Quincaillerie et Divers de l'Atacora (QUIDATA)</b>	<b>- Achat et revente des perches - Transformation bois</b>	<b>Charles ESTEVE</b>	<b>82.10.72</b> Cel. <b>90.13.04</b>	<b>Nati-tingou</b>
	<b>Sté Internationale de Matériaux de Construc-tion pour l'Afrique (SIMACA)</b>	<b>Achat et revente des perches de teck et matériaux de construction</b>	<b>Zounaïdou TOURE MOUSSA</b>	<b>82 13 09</b> Cel. <b>92.76.79</b>	<b>Nati-tingou</b>
	MARHANATA	Travaux de menuiserie	Antoine G. GUEDEGBA	61.23.56	Parakou
	<b>Coopérative Mix Expérience Bosco (COMIEB)</b>	<b>Menuiserie Ebénisterie, Génie civil</b>	<b>Amos TANKAYA</b>	<b>94.22.64</b>	<b>Parakou</b>
	Entreprise Assogba et Fils (EAF)	Travaux de menuiserie	Blaise ASSOGBA	61.01.08	Parakou
	Tropicale Entreprise de Construction et d'Ameu-blement du Bénin (TROECA BENIN)	Travaux de menuiserie et Génie civil	Victor BANKOLI	61.23.49	Parakou
	ATB	Travaux de menuiserie	Mathias AKPAWO	61.10.68	Parakou
	ECGC	Travaux de menuiserie		61.06.40	Parakou

	Société de Construction et d'Ameublement Ayadji et Fils (SOCAAF)	Travaux de construction et fabrication de meubles	Henri AYADJI	50.02.01	Abomey
	Entreprise d'Ameublement et de Construction de Tokandji (EACT)	Meubles et constructions	Eugène KOMBLATO	50.14.58	Abomey
	Menuiserie « 3 Nîmes »	Tous travaux de menuiserie - ébénisterie	Mathias WELETCHÉ	51.01.74	Bohicon
	Menuiserie SEDJROGANDE	Travaux de menuiserie	Bernard ADJIMON	51.10.80	Bohicon
	ZOU MENUISERIE	Travaux de menuiserie	Raymond ZOHOUN	51.10.85	Bohicon
	Ets Midibusi Mahu & Fils (MMF)	Travaux de menuiserie - ébénisterie	Ismaël MONKPON	33.25.17	Cotonou
	Ameublement Coffi (AC)	Tous travaux de menuiserie & ébénisterie	Pierre COFFI	33.19.82	Cotonou
	COOPERATIVE DU MEUBLE	Tous travaux de menuiserie & ébénisterie	Coopérative	33.10.13	Cotonou
	INDUSTRIE BATI	Ouvrages en bois dans le bâtiment	Jérémie AZON	35.03.33	Cotonou
	Entreprise LOKOFAUST	Travaux de menuiserie	Faustin Daa LOKONON	30.26.68	Cotonou
	Ets BASSADJI	Travaux de menuiserie	Bernard BASSADJI	32.34.39	Cotonou
	Ameublement ACOF	Travaux de menuiserie et ébénisterie		31.55.38	Cotonou
	Ets ARNEL	Fabrication meubles	Edmond AHOUNOU	31.41.68	Cotonou
	ANDREAS MEUBLES	Travaux de menuiserie	Raoul DAKPOGAN	30.04.43	Cotonou
	Ets Meubles LEBRUN	Travaux de menuiserie	Bernard DOMINGO	32.23.20	Cotonou
	Nouvelle Menuiserie Ebénisterie Zodji et Fils	Travaux de menuiserie	Emile ZODJI	32.04.21	Cotonou
<b>M I E L</b>	<b>Ruches de Montagne</b>	- <b>Production, achat et revente du miel</b> - <b>Fabrication de produits à base de miel</b>	<b>Mme Zinatou BAGRI</b>	<b>82.13.45</b>	<b>Natingou</b>
	<b>Centre International d'Apiculture Tropicale (CIAT)</b>	- <b>Production, achat et revente de miel ;</b> - <b>Fabrication du matériel apicole</b> - <b>Fabrication des produits à base du miel (propolis, bougie, cire)</b>	<b>YANTANNOU SARKI</b>	<b>61.29.05</b>	<b>Parakou</b>

	Restaurant Créole	Achat et revente du miel		61.10.25	Parakou
	Personne physique	Commercialisation du miel	KARIMOU Affoussé S/C Adam KARIMOU	30.64.65	Cotonou
	Personne physique	Commercialisation du miel	Mme ASSANI Bernadette	40.88.52	Porto- Novo
	Personne Physique GAEC Les Troubadours 240, route de Genève 01.700 Beynost	Exportation du miel	Brigitte RIVATON	04.78.55.36. 05	Genève (Suisse)
<b>N O I X  D E  C A J O U</b>	Ets KAI DEI DEI	Achat et revente des noix de cajou	Liliwanou IBRAHIM	80.12.11	Djougou
	ONG ISHOKAN	Achat et revente des noix de cajou (promotion filère)		61.38.04	Parakou
	<b>ANFANI GARBI Sarl</b>	<b>Organisation de la filière Anacarde au Bénin</b>	<b>Hervé AHOUDI</b>	<b>61.10.04 61.39.82 Cel. 91.28.13</b>	<b>Parakou</b>
	Ets TOKLIN	Achat de produits tropicaux	Victor AKPOVI	54.05.75 Cel. 92.03.29	Savalou
	Personne physique (S/C SOFBECE)	Achat et revente de noix de cajou	Alexandre AGUEMON	33.91.03 33.07.03	Cotonou
	BAB SON Sarl	Exportation des produits tropicaux		31.02.34	Cotonou
	KADJOGBE	Achat et Revente des produits tropicaux	GANFON Arsène	54.03.21	Savalou
	OLAM Sarl	Exportation des produits tropicaux		31.08.17	Cotonou

# QUESTIONNAIRE D'ENQUETE NOIX DE CAJOU



Numéro du Questionnaire

Nom de l'enquêteur :

Date de l'interview :

Lieu de l'enquête :

## OBJET : **ETUDE DE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DES NOIX DE CAJOU**

Une structure de la place, soucieuse de la valorisation des ressources naturelles, désire commercialiser des noix de cajou en provenance de la Commune de Bassila.

A cet effet, elle se propose de réaliser une étude de la filière "noix d'anacarde".

Nous vous prions de bien vouloir contribuer à cette initiative en répondant aux préoccupations faisant l'objet du présent questionnaire.

Nous vous prions de recevoir l'expression de nos sincères gratitude anticipées.

Type d'entreprise :

### I – **COMMERCIALISATION DES NOIX DE CAJOU**

1.1 Quelles sont vos sources d'approvisionnement en noix de cajou ?

.....  
.....  
.....  
.....

1.2 Quelle quantité achetez-vous souvent par mois ? par an ?

.....  
.....

.....

1.3 A combien achetez vous le kilogramme de noix ?

.....

1.4 Ce prix est-il constant ?

Oui  Non

1.5 Souhaiteriez-vous acheter des noix en provenance de Bassila ?

Oui  Non

Si non, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

Si oui, quelle quantité par an ? .....

À quel prix ? .....

1.6 Quelles difficultés éprouvez-vous dans l'approvisionnement en noix de cajou ?

.....  
.....  
.....

1.7 Qui sont vos principaux clients ?

- Au Bénin : .....

.....

.....

- A l'étranger : .....

.....

.....

1.8 Avez-vous des concurrents ?

Oui

Non

Si oui, énumérez les principaux concurrents.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.9 Etes-vous organisés en association ?

Oui

Non

1.10 Avez-vous des suggestions ?

.....

.....

.....

.....



## II - TRANSFORMATION DES NOIX

2.1 Quels sont les produits que vous fabriquez à base des noix de cajou ?

.....  
.....  
.....  
.....

2.2 Quelles sont les quantités des produits que vous fabriquez par mois ?

.....  
.....  
.....

2.3 Qui sont les principales catégories d'acheteurs de vos produits ?

.....  
.....  
.....  
.....

2.4 Quels sont les prix que vous pratiquez sur le marché ?

.....  
.....

2.5 Avez-vous des concurrents ?

Oui

Non

Si oui, énumérez les principaux concurrents.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2.6 Quelles sont vos sources d'approvisionnement en noix de cajou ?

.....  
.....  
.....  
.....

2.7 Quelle quantité achetez-vous souvent par mois ? par an ?

.....  
.....  
.....

2.8 A combien achetez vous le kilogramme de noix ?

.....

2.9 Ce prix est-il constant ?

Oui  Non

2.10 Souhaiteriez-vous acheter des noix en provenance de Bassila ?

Oui  Non

Si non, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

Si oui, quelle quantité par an ? .....

À quel prix ? .....

2.11 Quelles difficultés éprouvez-vous dans l'approvisionnement en noix de cajou ?

.....  
.....  
.....

2.12 Avez-vous des suggestions ?

.....  
.....  
.....  
.....



### **III - VENTE DES PRODUITS À BASE DE NOIX DE CAJOU (EN GMS)**

3.1 Quels sont les différents types de produits à base de noix de cajou que vous vendez ?

.....  
.....  
.....  
.....

3.2 Quelles sont les quantités des produits que vous vendez par mois ?

.....  
.....

Quels sont les prix que vous pratiquez sur le marché ?

.....  
.....

2.13 Avez-vous des concurrents pour ces produits ?

Oui

Non

Si oui, énumérez les principaux concurrents.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2.14 Quelles sont vos sources d'approvisionnement en noix de cajou ?

.....  
.....  
.....  
.....

2.15 Quelle quantité achetez-vous souvent par mois ? par an ?

.....  
.....  
.....

2.16 A combien achetez vous le kilogramme de noix ?

.....

2.17 Ce prix est-il constant ?

Oui

Non

2.18 Souhaiteriez-vous acheter des noix en provenance de Bassila ?

Oui

Non

Si non, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

Si oui, quelle quantité par an ? .....

À quel prix ? .....

2.19 Quelles difficultés éprouvez-vous dans l'approvisionnement en noix de cajou ?

.....  
.....  
.....

2.20 Avez-vous des suggestions ?

.....  
.....  
.....  
.....

# QUESTIONNAIRE D'ENQUETE (MIEL)



Numéro du Questionnaire

Nom de l'enquêteur :

Date de l'interview :

Lieu de l'enquête :

**OBJET : ETUDE DE MARCHE DE LA DISTRIBUTION  
DE MIEL**

Une structure de la place, soucieuse de la valorisation des ressources naturelles, désire commercialiser le miel en provenance de la Commune de Bassila.

A cet effet, elle se propose de réaliser une étude de marché du miel.

Nous vous prions de bien vouloir contribuer à cette initiative en répondant aux préoccupations faisant l'objet du présent questionnaire.

Nous vous prions de recevoir l'expression de nos sincères gratitude anticipées.

Type d'entreprise : \_\_\_\_\_

1. Qui sont vos principaux clients ?

.....  
.....  
.....

2. Quels sont les prix que vous pratiquez sur le marché ?

.....

3. Avez-vous des concurrents ?

Oui

Non

Si oui, énumérez les principaux concurrents.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

4. Etes-vous organisés en association ?

Oui

Non

5. Où achetez-vous souvent du miel ?

.....  
.....  
.....  
.....

6. Quelle quantité achetez-vous souvent par mois ? par an ?

.....  
.....  
.....

7. A combien achetez vous le litre de miel ?

.....

8. Souhaiteriez-vous acheter du miel en provenance de Bassila ?

Oui

Non

Si non, pourquoi ?

.....

.....  
.....

Si oui, quelle quantité par an ? .....

À quel prix ? .....

9. Quelles difficultés éprouvez-vous dans l'approvisionnement en miel ?

.....  
.....  
.....

10. Avez-vous des suggestions ?

.....  
.....  
.....  
.....

# QUESTIONNAIRE D'ENQUETE (BOIS DE TECK)



Numéro du Questionnaire

Nom de l'enquêteur :

Date de l'interview :

Lieu de l'enquête :

## OBJET : **ETUDE DE MARCHÉ DE LA COMMERCIALISATION DU BOIS DE TECK**

Une structure de la place, soucieuse de la valorisation des ressources naturelles, désire commercialiser le bois de teck en provenance de la Commune de Bassila.

A cet effet, elle se propose de réaliser une étude de marché du bois de teck.

Nous vous prions de bien vouloir contribuer à cette initiative en répondant aux préoccupations faisant l'objet du présent questionnaire.

Nous vous prions de recevoir l'expression de nos sincères gratitude anticipées.

Type d'entreprise :

### I – DEPOTS DE PERCHES DE TECK

1.11 Quelles sont vos sources d'approvisionnement en perches de teck ?

.....  
.....  
.....  
.....

1.12 Quels sont vos critères de choix en matière de qualité des perches ?

.....  
.....

.....  
.....

1.13 Quelle quantité achetez-vous souvent par mois ? par an ?

.....  
.....  
.....

1.14 A quels prix achetez-vous souvent les perches ?

.....  
.....  
.....  
.....

1.15 Quelles sont vos conditions de livraison à l'achat ?

.....  
.....  
.....

1.16 Souhaiteriez-vous acheter des perches en provenance de Bassila ?

Oui  Non

Si non, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

Si oui, quelle quantité par an ? .....

À quel prix ? .....

1.17 Quelles difficultés éprouvez-vous dans l'approvisionnement ?

.....

.....  
.....

1.18 Qui sont vos principaux clients ?

.....  
.....  
.....  
.....

1.19 Quels sont les prix que vous pratiquez sur le marché ?

.....  
.....

1.20 Avez-vous des concurrents ?

Oui  Non

Si oui, énumérez les principaux concurrents.

.....  
.....  
.....  
.....

1.21 Etes-vous organisés en association ?

Oui  Non

1.22 Avez-vous des suggestions ?

.....  
.....  
.....  
.....

**II - TRANSFORMATION DU BOIS DE TECK**

2.21 Quels sont les produits que vous fabriquez ?

.....  
.....  
.....  
.....

2.22 Qui sont vos principaux clients

.....  
.....  
.....  
.....

2.23 Utilisez-vous souvent du bois de teck ?

Oui  Non

2.24 Avez-vous des concurrents ?

Oui  Non

Si oui, énumérez les principaux concurrents.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2.25 Quelles sont vos sources d'approvisionnement en bois de teck ?

.....  
.....  
.....  
.....

2.26 Combien de billes ou de planches de teck achetez-vous par an ?

.....  
.....  
.....

2.27 A combien achetez-vous la bille de teck ?

.....

2.28 Souhaiteriez-vous acheter des billes de teck en provenance de Bassila ?

Oui  Non

Si non, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

Si oui, quelle quantité par an ? .....

À quel prix ? .....

2.29 Quelles difficultés éprouvez-vous dans l'approvisionnement en bois de teck ?  
(billes notamment)

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2.30 Avez-vous des suggestions ?

.....  
.....  
.....  
.....



### III - UTILISATION DES PERCHES DE TECK EN BTP

3.3 Quels sont les différents usages que vous faites des perches de teck dans votre entreprise ?

.....  
.....  
.....  
.....

3.4 Qui sont vos principaux clients ?

.....  
.....  
.....  
.....

3.5 Combien de perches achetez vous par an ?

.....

3.6 Quelles sont vos sources d'approvisionnement en perches de teck ?

.....  
.....  
.....

3.5 A quel prix achetez-vous une perche de teck ?

.....  
.....  
.....

3.6 Avez-vous des concurrents ?

Oui  Non

Si oui, qui sont vos concurrents ?

.....  
.....  
.....

3.7 Souhaiteriez-vous acheter des perches de teck en provenance de Bassila ?

Oui  Non

Si non, pourquoi ?

.....  
.....  
.....

Si oui, combien de perches par an ? .....

À quel prix ? .....

3.8 Quelles difficultés éprouvez-vous dans l'achat des perches de teck ?

.....  
.....  
.....

3.9 Avez-vous des suggestions ?

.....

.....

.....