

ROLE DES SYSTEMES D'INFORMATION DES MARCHES (SIM) DANS LA REGLEMENTATION DES PRIX DES PRODUITS CEREAALIERS A OUAGADOUGOU (BURKINA-FASO)

Didier ILBOUDO

*Laboratoire Dynamique des Espaces et Sociétés
département de Géographie,
Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso.
ilboudodidier1982@gmail.com.
(00226) 60347762*

Résumé

Les SIM sont des dispositifs (ou services) qui ont pour objectif de collecter régulièrement sur les marchés (marchés de collecte, de gros ou de détail) des informations sur les prix des produits agricoles, éventuellement sur les quantités commercialisées, et de diffuser ces informations auprès des acteurs publics (États) et surtout privés (producteurs agricoles, commerçants, consommateurs) (INTER-RESEAUX, 2008). Cette nouvelle stratégie communicationnelle laisse voire des divergences sur le marché céréalier. Aussi faudrait-il que les acteurs du marché aient accès à ces outils pour bénéficier de leurs avantages. Le présent travail de recherche a pour tâche de montrer le rôle des SIM dans la réglementation des prix des produits céréaliers à Ouagadougou et leurs avantages pour les acteurs du marché céréalier. L'approche méthodologique utilisée pour la réflexion est axée sur la recherche documentaire et les enquêtes de terrain. En guise de conclusion, il ressort que les acteurs du marché céréalier sont alimentés par des réseaux d'information qu'ils recueillent et diffusent les opportunités d'achats, de ventes et les prix dans les différentes zones.

Mots clés : *Systèmes- information-marché-produits céréaliers*

Abstract

SIMs are devices (or services) whose purpose is to regularly collect information on the prices of agricultural products, possibly on the quantities marketed, on the markets (collection, wholesale or retail markets), and to disseminate this information to public (States) and especially private actors

(agricultural producers, traders, consumers) (INTER-NETWORKS, 2008). This new communication strategy leaves divergences on the cereal market. Market players should therefore have access to these tools to benefit from their advantages. The present research work aims to show the role of MIS in the regulation of cereal product prices in Ouagadougou and their benefits for cereal market actors. The methodological approach used for the reflection is based on documentary research and field surveys. In conclusion, it appears that the actors of the cereal market are fed by information networks that they collect and disseminate opportunities for purchases, sales and prices in the different areas

Keywords : *Systems- information-market-cereal products*

Introduction

L'utilisation des Systèmes d'Information des Marchés (SIM) dans la commercialisation des produits céréaliers demeure un sujet controversé. Pour les uns, l'information limitée des agents risque d'induire des difficultés pour la réalisation des transactions, et pour les autres la dispersion entre les agents de l'information sur les dotations et les besoins peut conduire à une allocation inefficace des ressources (Galtier et *al.*, 2002). Pour le commerce céréalier, les études de Steffen P., (1990) et Ouédraogo (2001) révèlent que les commerçants ont besoin d'information sur la période de récolte des céréales, les disponibilités de crédit, l'évolution des prix, les quantités disponibles et les lieux de vente. Les producteurs sont plutôt intéressés par les prix, les quantités demandées et les lieux de vente. Par contre les consommateurs recherchent des informations sur les prix, les lieux de vente et sur la qualité des produits vendus.

Le présent travail de recherche vise alors à montrer le rôle des SIM dans la réglementation des prix des produits céréaliers à Ouagadougou. La question principale ayant guidé notre réflexion est la suivante : *Quel est le rôle des SIM dans la réglementation du marché céréalier à Ouagadougou ?*

Spécifiquement, il s'agit d'analyser les différents SIM du marché céréalier de Ouagadougou. Les conclusions de cette étude stipulent que les acteurs du marché céréalier sont alimentés par des réseaux d'information qu'ils recueillent et diffusent les opportunités d'achats, de ventes et les prix dans les différentes zones.

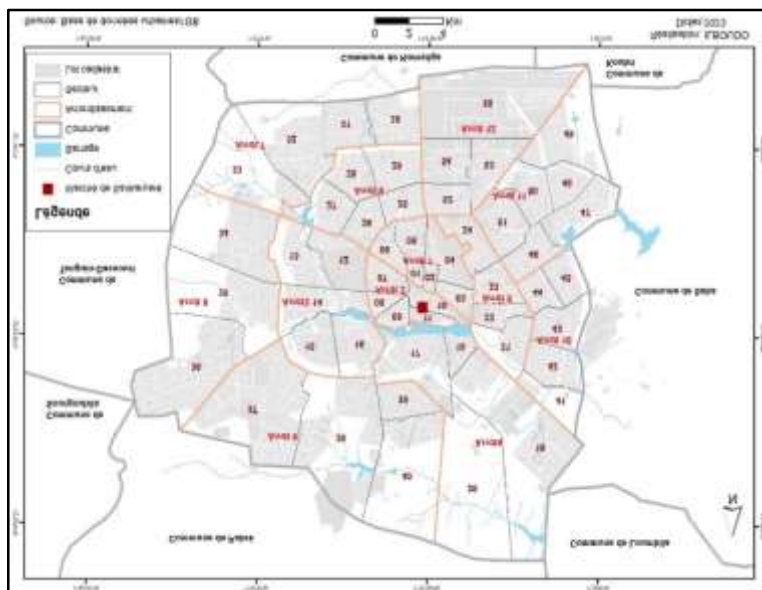
Développement

1. Cadre méthodologique

1.1. Cadre d'étude

Pour la présente étude, le marché de Sankaryaré est choisi comme espace géographique d'étude. Situé à cheval entre le secteur n°10 et le secteur n°11 de la ville de Ouagadougou (carte 1), Sankaryaré est un marché témoin, dans la fixation des prix hebdomadaires par le Système d'Information des Marchés (SIM-SONAGESS).

Carte 1 : Localisation du marché de Sankaryaré dans la ville de Ouagadougou



1.2. Démarche méthodologique

La démarche suivie dans le cadre de cette recherche est à la fois quantitative et qualitative. L’approche quantitative a permis à travers les questionnaires de disposer de données statistiques. L’approche qualitative a consisté à des appréciations et des observations dans le but de mieux expliquer certaines informations et d’affiner les hypothèses. Le matériel utilisé dans le cadre de ce travail est constitué de documents bibliographiques, des outils de collecte et de traitement des données de terrain. Au niveau de la documentation, le présent article s’appuie sur les ouvrages généraux, des mémoires soutenus, des rapports d’études. Cela nous a conduits successivement à la Bibliothèque Universitaire Centrale (BUC), à la

bibliothèque du département de géographie, de sociologie, à l'Institut National de la Statistique et de la Démographie (INSD), à l'Institut de Recherche et de Développement (IRD), à la Régie Autonome de Gestion des Equipements Marchands (RAGEM) et au Ministère de l'Agriculture des Aménagements Hydrauliques (MAH). Enfin, des recherches complémentaires ont été faites à partir des moteurs de recherche notamment Google et Yahoo sur l'approvisionnement céréalier en milieu urbain.

L'enquête sur les marchands privés est réalisée au marché de Sankaryaré, reconnu comme l'un des marchés céréaliers les plus importants de la ville de Ouagadougou par son volume de transactions et effectivement impliqué dans l'approvisionnement de la ville.

En ce qui concerne les acteurs, la méthode probabiliste basée sur le sondage a été utilisée pour déterminer l'effectif des commerçants grossistes à enquêter. De ce fait, nous avons appliqué la formule statistique suivante : $\frac{N!}{(N-n)!}$ ou $\frac{n}{N}$ (Vijay V., 2008 :90) n étant l'effectif absolu de commerçants enquêtés et N l'effectif total estimé des grossistes sur le marché de Sankaryaré. Le rapport $\frac{n}{N}$ étant le sondage exprimé. L'effectif des commerçants enquêtés. Le taux de sondage pour cette catégorie d'acteur est de 54,16% (tableau^o1). Toutefois, les producteurs¹ ne sont pas pris en compte en raison de leurs rapports avec les commerçants grossistes, acteurs centraux de la collecte et de l'acheminement des céréales vers les centres urbains. En fait, Ouagadougou ne disposant pas de cadres appropriés² pour les cultures céréalières, les commerçants grossistes de la ville entretiennent des relations avec les producteurs dans les zones rurales. Ils sont informés sur le calendrier des marchés ruraux, s'y rendent selon leurs besoins pour s'approvisionner en céréales.

¹ Leur premier objectif n'est pas d'approvisionner les villes, mais de récolter une quantité de céréales leur permettant de vivre une année durant. En général s'il leur arrive de vendre une petite partie de leur récolte, c'est parce qu'ils savent que le stock familial est assuré.

² A cause de la forte pression démographique qui a engendré l'étalement de la ville, en occupant des espaces autrefois réservés à la production agricole

Tableau 1 : Répartition des marchands privés à enquêter sur le marché de Sankaryaré

Désignation des Marchands privés	Effectif total estimé Des acteurs sur le marché de Sankaryaré	Effectif absolu de Acteurs à enquêter	Taux de sondage (%)
Grossistes	87	47	54,02
Transformateurs	20	11	55,00
Consommateurs	33	18	54,54
Total	140	65	54,16

Source : ILBOUDO Didier, avril 2019

2. Résultats et Discussions

Les principaux SIM disponibles au Burkina Faso sont constitués de système d'information national, de système d'information international et de système d'information informel :

2.1. Système d'information national

➤ Le SIM SONAGESS :

C'est le premier acteur d'information du marché céréalier au Burkina Faso. Créé en 1990, il collecte les prix des céréales sèches, légumineuses, tubercules, oléagineux et intrants agricoles. Les prix sont collectés sur 48 marchés au total et environ un marché par province. Au niveau de la province du Kadiogo, la collecte des prix s'effectue hebdomadairement sur le marché de Sankaryaré. L'information collectée est diffusée par la radio rurale à travers seize (16) langues nationales et en français ; par des bulletins hebdomadaires, trimestriels et annuels. L'objectif visé est la transparence du marché céréalier, le bon fonctionnement de la SONAGESS par une facilitation des

opérations de collecte et une meilleure connaissance du marché céréalier.

➤ **Le SIM d'Aprossa Afrique Verte :**

Créée en 2001, ce SIM diffuse des informations sur les prix des céréales et l'état d'approvisionnement des marchés. L'information, collectée sur 24 marchés, est diffusée par les animateurs, les bulletins et par courrier électronique aux différents partenaires. L'objectif visé est la transparence du marché céréalier. Récemment, l'ONG vient de lancer la plateforme **Sim Agri** regroupant tous les acteurs des chaînes de valeur. C'est un système d'information électronique qui est accessible par le téléphone portable et par internet d'où le nom de plateforme.

➤ **Le SIM du Comité Interprofessionnel des Céréales du Burkina (CIC-B) :**

Le SIM du CIC collecte les informations sur les prix et quantités de céréales et du niébé sur 22 marchés ainsi que les flux transfrontaliers du commerce du maïs. Les utilisateurs sont les membres de l'interprofession (producteurs, transformateurs, commerçants) et la diffusion de l'information se fait à l'interne entre les membres à l'aide d'une flotte téléphonique.

➤ **L'observatoire TV KODOO de l'Institut Africain de Bio-Économie Rurale (IABER) :**

En langue locale mooré, l'expression « KODOO » veut dire céréales. L'observatoire TV KODOO diffuse des informations sur les prix et les offres des produits agricoles et du bétail via la télévision, les animations, la radio (Radio Palabre de Koudougou) et les tableaux géants d'informations (panneaux de signalisation économique). L'observatoire vise à améliorer la transparence des marchés agricoles et le renforcement des capacités de négociation des acteurs économiques sur les

marchés. Notons que certaines associations, à l'exemple de « l'observatoire commercial » de la Coopérative *de* Mogtéo sur le riz, mettent en place, à l'interne, des systèmes qui les permettent de fournir à leurs membres des informations sur les cours des prix et des stocks au sein de leur filière.

2.2. *Système d'information international*

➤ Le Réseau des Systèmes d'Information de Marché de l'Afrique de l'Ouest (RESIMAO) :

Le RESIMAO est un système d'information articulé autour du Bénin, du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire, de la Guinée, du Niger, du Mali, du Sénégal, du Togo et du Nigeria (Bakyono C., 2007). Basé à Bamako (Mali), il centralise les données d'environ 400 marchés (Ouédraogo F., 2011). Les informations publiées sont gratuites. La principale mission du RESIMAO est de mettre en commun les informations clés sur les prix générés par les différents SIM nationaux afin de renforcer la portée des analyses filières et guider les pouvoirs publics et les opérateurs économiques dans leurs choix stratégiques (Ouédraogo F., 2011). Les moyens de diffusion et de transmission sont : internet, les bulletins trimestriels en collaboration avec le Comité Permanent Inter États de Lutte contre la Sécheresse dans le Sahel (CILSS), la radio, la télévision et les SMS.

➤ La plateforme ESOKO :

Véritable mélange d'internet et de téléphone mobile, la plateforme ESOKO permet d'agrèger et de distribuer des informations sur les prix, les offres d'achat et de vente et les contacts professionnels (Ouédraogo F., 2011). Elle couvre plusieurs centaines de produits de marchés agricoles dans 15 pays de la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO). Elle fonctionne sur abonnement payant, publie quotidiennement les informations de prix et d'opportunités d'affaires.

2.3. Système d'information informel

Parallèlement aux dispositifs publics, d'autres systèmes d'information dits informels sont utilisés par les différents acteurs (Ouédraogo F., 2011). Certains acteurs développent leurs propres réseaux d'information de type « bouche à oreille » par la constitution de réseaux informels en faveur de l'émergence des nouvelles technologies de communication notamment le téléphone portable (Beda A., 2016 :11). Ainsi, ils sont capables de se renseigner à temps réel, à des endroits souvent très éloignés, sur les prix d'achat, de vente et les disponibilités des marchandises agricoles. Les grands commerçants organisent parfois leurs propres réseaux avec l'appui des collecteurs villageois au sein desquels les prix sont communiqués. Ces sources sont nourries par le canal « bouche à oreille ». Cela confirme l'idée d'Egg *et al.* (1996), de Bassolet B., (2001), Steffen P., (1990) et de Ouédraogo F., (2011).

2.4. Variation saisonnière des prix des produits céréaliers

La commercialisation des produits céréaliers est liée au cycle de production agricole, lui-même lié à la saison des pluies, étant donné qu'au Sahel les cultures pluviales constituent l'essentiel de la production céréalière (AFRIQUE VERTE, 2010 :3). Donc la production s'étale généralement de mai à septembre. En conséquence, la campagne de commercialisation démarre couramment fin octobre. Le cycle de commercialisation est subdivisé en deux grandes sous périodes :

- ✓ La période de collecte auprès des producteurs, d'octobre à décembre,
- ✓ La période de soudure (ou période de mise en marché par les commerçants et organismes de stockage) de mai à août.

Il est communément admis que le prix des céréales suit la loi économique de l'offre et de la demande, se concrétisant par une variation saisonnière des prix : baisse des prix aux récoltes lorsque les stocks sont abondants puis hausse en période de soudure où ceux-ci se raréfient sur le marché. Prédire avec précision la courbe future des prix est donc impossible, d'autant plus que personne ne connaît les quantités de céréales stockées dans les greniers des paysans et dans les boutiques des commerçants.

Depuis la pénurie des années 1972-1973 à 1973-1974, dans l'opinion publique, dans les médias et même dans la littérature, les commerçants sont presque systématiquement pointés du doigt comme étant des spéculateurs insensibles à la faim des leurs, défiant, s'il y a lieu, les interventions stabilisatrices de l'État (Ouédraogo M.M., 1974 : 24-25). De fait, les commerçants ont plus de poids que les producteurs et les consommateurs dans la fixation des prix. Le niveau du prix sur les marchés n'est pas en soi une variable déterminante des décisions d'achat et de vente mais c'est la différence à court-terme entre le prix à l'achat et le prix à la vente qui intéresse le commerçant. Et comme l'avait d'ailleurs souligné Phélinas (1991) et Bassolet (2000), la stratégie "optimale" consiste à vendre rapidement les céréales acquises afin de libérer de la trésorerie nécessaire pour procéder à de nouveaux achats.

Selon les régions, ils se basent sur le prix de collecte ou prix plancher pour fixer le prix des céréales et ceux-ci varient en conséquent. Chaque année, les prix évoluent globalement de la manière suivante (AGVSAN, 2014 :49) :

-Entre janvier et mars, les prix sont relativement stables. Cette stabilité correspond à la reconstitution des stocks (institutionnels, commerçants) et aux transferts des céréales des zones de production vers les zones de consommation ;

-De mars à août/septembre, les prix augmentent progressivement pour atteindre un pic au mois d'août ou septembre. Cette période correspond à la période de soudure ;
-De septembre à décembre, les prix chutent (période de récolte, reconstitution des stocks des ménages et commerçants). Cette période est marquée par l'obligation de vente par les producteurs pour faire face aux dépenses liées à la scolarité, aux fêtes coutumières et de fin d'année ;
-Entre décembre et janvier, une hausse d'amplitude plus ou moins faible est observée. Cette période marque une réduction de l'approvisionnement des marchés par « les stocks paysans ». Cet approvisionnement est relayé par « les stocks commerçants ».

2.5. Perception du SIM par les acteurs du marché de Sankaryaré

La majorité des marchands (98%) reconnaît utiliser un réseau local d'information. Ce réseau est composé non seulement de commerçants de toute catégorie mais également, de transformateurs et de consommateurs qui, aux moyens de téléphones portables, ont accès des prix sur le marché. Les services SIM les plus connus sont celui de la SONAGESS et le Sim Agri de l'ONG Aprossa Afrique Verte (Beda A., 2016 :46). Plus connu en raison des achats que la société effectue avec les producteurs et commerçants, le SIM SONAGESS diffuse par la radio et les informations portent essentiellement sur les prix. Cela confirme les critiques de Galtier *et al.* (2014) sur le fonctionnement des SIM en Afrique puisque ces services continuent de jouer un rôle classique de collecteurs et diffuseurs de prix.

Cependant le Sim Agri apporte une innovation en diffusant par SMS et en dépassant le cadre des prix. Cela conforte le caractère innovant des SIM2G évoqué par Egg et Galtier (1998) *in* Inter-réseaux (2008) et leurs capacités à s'adapter aux changements

dans la demande d'information. Selon les résultats des travaux de Beda A., (2016), 80,0 % des commerçants et 100,0 % des consommateurs écoutent la radio. Ces résultats attestent les propos de Timbo (1998) et d'Egg et *al.* (1996) sur la place de la radio comme canal d'information.

Les résultats des enquêtes de terrain attestent que 73,68 % des commerçants, et 26,32% des consommateurs s'estiment bien informés. L'idée du SIM comme instrument de développement des marchés est partagée par tous les acteurs. Ainsi, 91,93 % des acteurs reconnaissent le caractère indispensable de l'information et 81,40% disent que cette information aide à la compréhension de la stabilité des prix et permet un meilleur arbitrage entre les marchés. Respectivement, 77,02 et 73,86 % des enquêtés pensent que l'information permet d'accroître les profits et d'éviter les erreurs et surprises. De plus, 38,95 % des enquêtés pensent que l'État a l'obligation de donner l'information agricole à tout le monde.

Tous les consommateurs ont souhaité avoir des informations sur les prix dans les différents marchés et 97,37 % ont désiré en avoir sur les distributions d'aides alimentaires. Ils sont environ 40 % ceux qui demandent à être informés sur la qualité des produits céréaliers vendus sur la place du marché. Les achats se font en fonction des besoins et généralement au marché local ou à la boutique céréalière la plus proche. Parmi les céréales consommées le maïs et le riz sont les plus prisés. En plus, consommer du maïs serait synonyme d'un statut social et culturel plus élevé. Cela corrobore la thèse de Ducommun et *al.*(2005). Le riz répond également à cette étiquette sociale.

Conclusion

L'objectif des SIM était de rendre le marché plus transparent, et

d'améliorer ainsi les anticipations et arbitrages des acteurs ainsi que la qualité de l'allocation des ressources. Du point de vue économique, la performance des marchés dépend en particulier de la qualité de la circulation d'information entre les différents acteurs des filières agricoles. L'amélioration des décisions individuelles qu'offrent les SIM induit des effets micro et macroéconomique. Bien que ciblant en priorité les opérateurs privés du marché, les SIM devaient aussi fournir à l'Etat des informations sur la conjoncture du marché, dans un objectif d'aide à la décision dans les domaines de politiques agricoles et de sécurité alimentaire.

Références bibliographiques

AGVSAN, 2014 Analyse Globale de la Vulnérabilité, de la Sécurité Alimentaire et de la Nutrition. Burkina Faso, 105p

Bakyono c., 2007, Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et développement de l'élevage dans l'Est du Burkina Faso; le cas du marché à bétail de Fada N'Gourma. Master Professionnel en Conception et Gestion de Projets Numériques Territoriaux, Université Paris X Nanterre/Département des Sciences de l'Information et de la Communication, 108 p

Bassolet B., 2000, libéralisation du marché céréalier au Burkina Faso. Une analyse néo institutionnelle de son organisation et de son efficacité temporelle et spatiale. Thèse de PhD, Center of Development Studies, Université de Groningen, Pays Bas.

Bassolet B., 2000, libéralisation du marché céréalier au Burkina Faso. Une analyse néoinstitutionnelle de son organisation et de son efficacité temporelle et spatiale. Thèse de PhD, Center of Development Studies, Université de Groningen, Pays Bas.

Beda Abel, 2016. Accès et impacts des Systèmes d'Information des Marchés (SIM) agricoles : cas du marché céréalier de la commune de Bobo-Dioulasso au Burkina Faso. Mémoire de fin

de cycle présenté en vue de l'obtention du diplôme d'ingénieur du développement rural, 47 p

Ducommun G., Cecchini H., Ouedraogo S., Bengaly A., 2005, commercialisation vivrière paysanne marchés urbains et options politiques au Burkina Faso. Burkina Faso, HESNCEDRES/Projet de recherche TASIM-AO/Rapport final de synthèse, 118 p ;

Egg Johnny., Galtier Franck., 1998, les Systèmes d'Information sur les Marchés (SIM) : un instrument de politique agricole adapté à la construction du marché ? - "Boîte à outil sur l'analyse de filières", CIRAD - Min. Coop.

Egg Johnny., Galtier Franck., Grégoire Emmanuel., 1996, systèmes d'information formels et informels - La régulation des marchés céréaliers au Sahel." Cahiers des Sciences Humaines 32(4) : 845-868 ;

Inter-réseaux, 2008, les Systèmes d'Information de Marché (SIM) : Des dispositifs efficaces pour une meilleure transparence des marchés. Inter-réseaux Développement rural, CTA, Il p.

Ouédraogo Fo, 2011, étude de faisabilité pour la mise en place d'un Système d'Information Commerciale de la filière riz au Burkina Faso. Burkina Faso, CIRB-FAO/IABER, 96 P ;

Ouédraogo Marie Michelle, 1974. L'Approvisionnement de Ouagadougou en Produits Vivriers, en Eau et en Bois », Thèse de Doctorat de 3^e Cycle, CVRS : Université Bordeaux III, 353 pages.

Phélinas Po, 1991, la commercialisation des céréales au Mali: comportement des agents économiques privés et régulation du marché *In* BONNEFOND PHILIPPE (ED.). Modèles de développement et économies réelles. Chroniques du Sud. p. 225-233

Steffen P., 1990, un sondage : sources et besoins d'information des commerçants sur le marché céréalier au mali, Mali, Projet

Sécurité Alimentaire CESA-MSU, Document de Travail No. 90
01,89 p

Timbo G., 1998 : étude sur l'identification de besoins d'investissement sur les marchés agricoles. Rappori de Synthèse APCAM/PAOI MA. 37 p