

Fonctionnement des systèmes de distribution du porc au Cameroun

G. Ndébi^{1*} & J. Ongla²

Keywords: Distribution channels- Capital turnover- Transaction- Cost/benefit ratio- Pig- Cameroon

Résumé

Dans la perspective d'améliorer la capacité de l'élevage à satisfaire une demande de plus en plus croissante de protéines, une étude a été menée en vue de déterminer l'efficacité avec laquelle les services sont rendus et taxés sur le marché camerounais du bétail et de la viande. Les principaux résultats montrent que les circuits de distribution du porc, bien que plus ou moins formels, sont assez bien structurés pour permettre l'écoulement facile du produit avec une spécialisation des acteurs à tous les niveaux de la chaîne. Cependant, l'étude des relations, marge commerciale et coûts de transactions, a abouti à l'inefficacité des systèmes de distribution du porc. Outre, la nature aléatoire des transactions, la faible vitesse de rotation du capital, ayant pour corollaire le manque d'organisations fonctionnelle et structurelle adéquates, de capital et d'une distribution sécurisée sont apparemment à la base des mauvaises performances du marché de porc au Cameroun.

Summary

Functioning of Pig Distribution Systems in Cameroon

In prospect to improve the ability of animal production to satisfy the ever-increasing demand in proteins, a study was conducted in order to determine the efficiency with which services are carried and priced on the Cameroon livestock and meat market. The main results show that, despite their more or less formal aspect, the pig distribution channels are well structured to permit easy flow of the pig products, with specialized actors at each level of the chain. However, the analysis of the links between marketing margins and transaction costs revealed the inefficiency of pig distribution systems. In addition to the unstable nature of transactions, the low capital turnover resulting in the lack of adequate structural and functional organisations, stable outlets, as well as capital and insurance are apparently responsible for the bad performances of the pig market in Cameroon.

Introduction

Le bien-être des populations surtout rurales dépend en grande partie de leurs surplus commercialisables dont le volume est directement lié au système de distribution. De fait, réussir à écouler, régulièrement et à un prix incitatif, les produits de son exploitation constitue pour le paysan un problème crucial dans sa volonté d'augmenter la production et, par-là même, son revenu. Dès lors, tout système de production, pour se développer, nécessite un système de distribution efficace qui permet un écoulement facile du produit. En effet, le rôle essentiel d'un système de distribution est de fournir des services nécessaires au transfert du produit du producteur au consommateur et utilisateur final aux moindres coûts et à la prestation des services désirés par ces derniers et, d'équilibrer l'offre et la demande à travers le mécanisme des prix (6). Dans le domaine des productions animales, les systèmes de distribution du bétail et de la viande sont très complexes, variant en fonction des besoins variables du consommateur, de son pouvoir d'achat, des caractéristiques du produit, du nombre de transactions nécessaires, de l'état des infrastructures, du degré de spécialisation dans le circuit, etc (10). Ceci est encore plus vrai pour des

espèces à grande productivité tels que le porc et la volaille où l'inefficacité du système de distribution est capable d'entraîner des surcoûts préjudiciables à la rentabilisation de l'exploitation. Toutefois, la plupart des recherches menées dans les circuits de distribution des produits vivriers en Afrique centrale et de l'ouest (3, 4, 5) se sont limitées aux produits agricoles et au gros bétail. Les aspects systématiques et quantitatifs de la distribution du porc n'ont pas été suffisamment abordés au Cameroun. Or, une bonne connaissance de ceux-ci pourrait permettre de relever les contraintes et de proposer des perspectives d'amélioration de la production de cette espèce animale par de meilleures méthodes de recouvrement des coûts.

La présente étude a donc pour objet d'évaluer l'efficacité avec laquelle les services sont rendus et taxés à travers le niveau d'activités sur le marché du porc. De manière spécifique, elle se propose de présenter la structuration de la filière, évaluer les infrastructures commerciales, déterminer les performances du marché et relever les contraintes relatives à la distribution du porc au Cameroun. De fait, la maîtrise des mécanismes propres à la

¹ Faculté d'Agronomie et des Sciences Agricoles, Université de Dschang, Cameroun.

² Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de Yaoundé II, Cameroun.

Reçu le 08.12.04. et accepté pour publication le 08.04.05.

commercialisation du bétail et de la viande exige la compréhension de la nature des relations qui existent entre la production, la distribution et la structure économique générale.

1. Approche méthodologique

Les données utilisées pour cette étude ont été recueillies au cours d'une opération de recherche qui s'est déroulée entre septembre 1999 et août 2000 sur un échantillon de 119 commerçants de porcs dont 50 marchands de porcs sur pied, 53 bouchers et 16 rôtisseurs établis dans trois grands centres de consommation du porc que sont Yaoundé, Douala et Dschang. Cette étude avait pour but d'évaluer les caractéristiques de la commercialisation du porc au Cameroun (14). La procédure d'enquête consistait à définir le débouché final et à identifier la ou les source(s) d'approvisionnements du produit considéré. Deux types d'analyse ont alors été effectués: une analyse systémique qui nous a permis d'identifier la structuration de la filière pour déterminer les produits, les acteurs et les fonctions dans le circuit et une autre, quantitative, qui nous a également permis de quantifier les flux de marchandises, les différents

points de collecte et de vente, les infrastructures commerciales, les prix et les performances du marché et de saisir les variations des paramètres économiques indispensables à la compréhension du comportement des différents agents. Après collecte et codification, l'analyse des données s'est faite à l'aide du programme Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows version 10.1 au degré de significativité 10%. Des modèles arithmétique simple et de comparaison des moyennes par l'analyse de la variance (ANOVA) ont été utilisés pour tirer des conclusions scientifiques sur l'efficacité du système de distribution du porc. Les chiffres affectés d'un même indice ne sont pas significativement différents et, entre parenthèses, le nombre d'observations (voir tableaux). La présentation, l'analyse et l'interprétation des résultats sont contenus dans les développements qui suivent.

Résultats, analyse et interprétation

1. Structuration de la filière

Le tableau 1 présente les différents circuits de distribution et les formes de mise en marché du porc. En effet, les étapes de la distribution du porc, comme

Tableau 1
Description des circuits de distribution du porc

Nature du produit	Opérations	Marchés	Acteurs
Porc sur pied	Production	Ferme ou route	Producteurs/Eleveurs
	Prospection Collecte, tri et acheminement	Marché périodique	35% → Marchands de porcs sur pied
	Vente en gros	Marché de porc urbain	65% → Marchands de porcs sur pied
Viande fraîche de porc	Abattage	Abattoirs	12% → Bouchers
	Vente de la viande fraîche	Bougeries, supermarchés, etc.	43% → Bouchers
Porc braisé	Vente du porc braisé	Points de vente du porc braisé	21% → Rôtisseurs
			6% → Rôtisseurs
Produit fini	Consommation	Ménages, restaurants, etc.	10% → Consommateurs et utilisateurs finaux
			18% → Consommateurs et utilisateurs finaux
			64% → Consommateurs et utilisateurs finaux
			8% → Consommateurs et utilisateurs finaux

celles du bœuf (9), comportent: la vente des animaux vivants, la vente de la viande fraîche et celle de la viande braisée. Les différents acteurs sont regroupés autour d'une spécialisation par produit. La longueur et l'importance de chaque maillon dépendent du nombre d'acteurs impliqués et du volume de produits traités.

1.1. La vente du porc sur pied

Le marché de porcs sur pied est animé par deux principales catégories de commerçants que sont les vendeurs (producteurs/éleveurs et marchands de porcs sur pied) et les acheteurs (producteurs, marchands de porcs sur pied, bouchers, rôtisseurs, etc). Les principales fonctions des marchands de porc sur pied consistent en la prospection, l'achat, la collecte, l'acheminement et la vente des animaux vivants. Les porcs sont acheminés à l'état vif jusqu'aux centres de consommation où ils empruntent le circuit mort. Ils ont pour principaux clients les bouchers, suivis des rôtisseurs et enfin des consommateurs et utilisateurs finaux à qui, ils fournissent près de 65% de la production. Il faut cependant signaler que les producteurs rencontrés sur le marché ont été considérés dans cette étude comme des marchands.

1.2. Vente de la viande fraîche de porc

La vente de la viande de porc concerne principalement les bouchers- détaillants qui font la grande partie de ravitaillements des ménages. Il faut également signaler la présence des vendeurs de viande à la criée qui pratiquent la vente de "porte à porte" dans des conditions d'hygiène très déplorable mais, qui n'ont pas été abordés dans cette étude. Les principales fonctions de ces intermédiaires consistent en l'ajustement permanent de leurs approvisionnements aux besoins et aux goûts de la clientèle. De fait, ils sont chargés de l'achat, de l'abattage des animaux (saignée, traitement), du débitage et de la vente de la carcasse. Ces opérateurs absorbent 21% de la production des éleveurs et 79% de leurs approvisionnements se font auprès des revendeurs.

1.3. Vente du porc braisé

La vente du porc braisé est une activité naissante mais, de très grande envergure dans les zones urbaines. Elle concerne les rôtisseurs qui, en plus des fonctions dévolues aux bouchers, pratiquent la découpe, la cuisson et/ou le rôtissage des morceaux de viande d'environ 300 g prêts à la consommation. Ces intermédiaires se ravitaillent principalement auprès des revendeurs (94%) et des producteurs (6%). Leur principale clientèle se compose des buveurs et/ou des voyageurs.

Outre ces principaux acteurs, le marché du porc est également animé par d'autres intermédiaires que sont les transporteurs, les courtiers, les rabatteurs-gratteurs, etc qui sont rémunérés par tête de bétail ou récompensés avec une partie du 5^e quartier.

Dans l'ensemble, les produits de porc subissent des flux de commercialisation de courte distance dans les zones de production, allant du producteur au détaillant local ou au marchand local, et des flux de longue distance allant du producteur des zones de production aux marchands de porcs sur pied des centres de grande consommation. Les animaux sont d'abord acheminés à l'état vif jusqu'aux centres de consommation où ils empruntent le circuit mort. Cependant, la différenciation du produit est faite sur la base de la provenance: le porc gras de l'ouest est plus apprécié par les rôtisseurs tandis que le porc maigre est préféré par les bouchers et particuliers.

2. Infrastructures commerciales

Dans le souci de moderniser la production et les circuits de distribution du bétail et de la viande, l'administration a mis en place une certaine organisation commerciale par la création des marchés de bétail et de la viande avec des équipements plus ou moins adéquats.

2.1. Les marchés du porc

D'après le tableau 1, il existe, au Cameroun, quatre niveaux de marché de porc: la ferme où tout acheteur peut se ravitailler à tout moment, les marchés périodiques qui se tiennent sur la route du marché ou sous forme de foires à la place du marché public, une fois par semaine dans la région septentrionale et, tous les huit jours à l'ouest, et les marchés de bétail urbains ou parcs à bétail qui servent de points de ravitaillement du dernier niveau qui est le marché de la viande représenté par les boucheries et rôtisseries du porc. L'importance de chaque niveau de marché est fonction des approvisionnements et du nombre de points de vente et de commerçants installés. Il convient de noter que les points de ventes du porc braisé se créent de manière spontanée dans les villes surtout aux alentours des coins les plus animés des quartiers peuplés. En outre, l'intervention de l'état dans les points de ventes plus ou moins formels comme un simple collecteur de taxes favorise le développement d'autres centres de transactions importants non contrôlés mais, qui n'ont pas été pris en compte dans cette étude.

L'offre de porcs destinée à ravitailler les marchés de consommation provient d'une multitude d'exploitations souvent de très petite taille disséminées à travers le pays. Deux principaux couloirs commerciaux alimentent les deux grands marchés en porcs sur pied que sont Yaoundé et Douala (Figure 1).

Le couloir des provinces septentrionales approvisionne uniquement Yaoundé à 58% contre 42% environ par celui des hauts plateaux de l'ouest qui alimente en même temps à près de 100% le marché de Douala. Ce volume est fonction de la période de ventes (Figure 2). La saison sèche et le mois d'août sont considérés comme les périodes de pointes

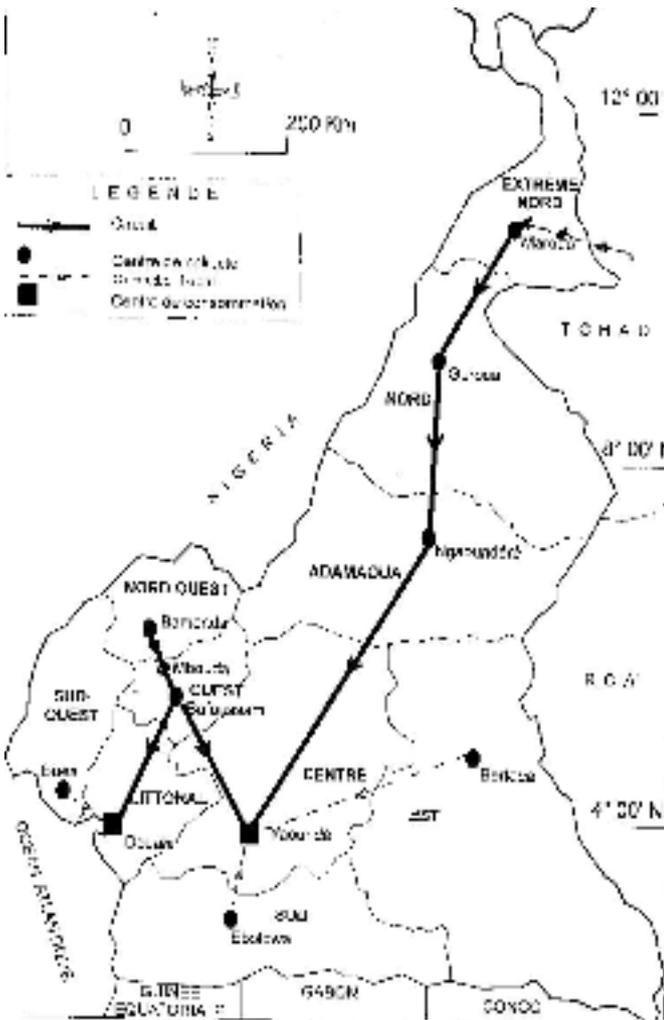


Figure 1: Les principaux couloirs commerciaux de porcs au Cameroun.

tandis que la saison des pluies est celle de soudure. Il faut cependant reconnaître que les chiffres de transferts de porcs enregistrés par les délégations provinciales du Ministère de l’Elevage, des Pêches et des Industries Animales (DP-MINEPIA) (12), ne reflètent pas très souvent la situation exacte. Il est possible qu’une grande quantité des animaux arrive directement sur ces marchés sans le contrôle des services vétérinaires.

2.1.1. Les équipements

Dans la vente des porcs sur pied, les installations matérielles visitées se limitent aux constructions

sommaires destinées au stockage des bêtes, sans normes d’hygiène et de salubrité et qui appartiennent à un groupe de marchands. Il est important également de noter l’absence du matériel de pesage des animaux ainsi que du suivi vétérinaire. Par contre, pour la vente de la viande, seulement les villes de Douala et Yaoundé sont dotées des abattoirs modernes de grande capacité appartenant à la Société de Développement des Productions Animales (SODEPA). Toutefois, leur éloignement des parcs à bétail a occasionné la création, dans chaque point de vente de porcs sur pied, d’un point d’abattage sauvage aux conditions les plus défavorables appartenant à la Commune et/ou aux particuliers. A l’exception de Dschang où il y a cohabitation entre bouchers de bœuf et ceux de porc dans une boucherie entièrement aménagée, la vente de la viande de porc à Yaoundé et Douala se pratique dans des conditions pas très saines. En effet, sur un total de 57 étals de boucherie enregistrés, 29% seulement sont aménagés dont 3,8% à Yaoundé, 15% à Douala et 10% à Dschang. Le matériel de rôtissage du porc quant à lui, se compose d’un barbecue simple ou d’un barbecue mixte (muni d’une cuve ou marmite) à cheminée et d’une grille d’exposition de la viande braisée, le tout placé en plein air.

En définitive, l’organisation fonctionnelle et matérielle de la distribution du porc ne permet pas d’assurer une meilleure adéquation aux conditions du marché, un écoulement facile du produit ne garantit non plus des conditions d’hygiène nécessaires aux échanges, comme cela a d’ailleurs été observé pour d’autres productions agricoles (13).

3. Performances du marché du porc

3.1. Taille du marché du porc

Les données du tableau 2 montrent que le volume de ventes est fonction du marché et du produit. A produit égal, on constate qu’avec près de 66% de la demande effective, Yaoundé est le plus grand (p < 0,05) centre de consommation du porc, comparé aux autres marchés que sont Douala (28%) et Dschang (6%). Indifféremment du marché, le niveau d’activités le plus élevé (p < 0,05) a été enregistré sur le porc sur pied, suivi de très loin par les viandes braisée et fraîche, à l’exception de Dschang où la viande braisée vient en tête. Les variations observées sur la taille

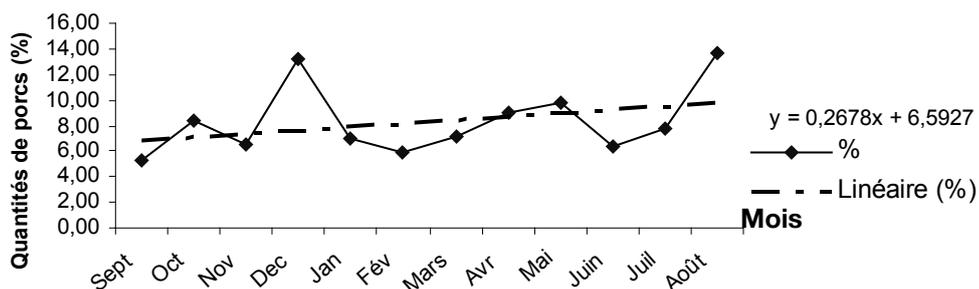


Figure 2: Courbes de l’évolution et de tendance des approvisionnements en porcs sur le marché de Yaoundé (Données des DP-MINEPIA, 2000).

du marché pourraient être attribuées aux conditions de commercialisation propres à chaque marché et à chaque produit.

Des données du tableau 3, il ressort que la vente de porcs sur pied est plus active à Yaoundé au vu du nombre d'opérateurs (65%), suivi de très loin de Dschang (20%) et enfin Douala (15%) où le faible pourcentage est dû à l'existence d'un seul point de vente à accès difficile aux marchands saisonniers qui, ailleurs, constituent la grande majorité. En outre, le volume moyen de ventes de ces commerçants varie d'un marché à l'autre: à Yaoundé, plus de la moitié des marchands vendent entre 300 et 500 kg/jour, soit une moyenne de 6 porcs. Par ailleurs, la presque totalité des marchands ont un volume d'activités situé entre 100-500 kg/jour à Douala, à Dschang, le volume

moyen de vente journalier est inférieure à 100 kg. Bien que faible, ce volume reste moins dispersé, comparé à ceux des deux premiers marchés, indiquant ainsi l'absence de gros marchands.

La répartition des bouchers sur les différents marchés de porc (Tableau 4), révèle que Douala (42%) et Yaoundé (40%) sont les deux marchés les plus actifs pour la vente de la viande fraîche de porc, comparé à Dschang (18%). Plus de la moitié des acteurs rencontrés vendent entre 20-30 kg/jour à Douala, moins de 20 kg/jour à Yaoundé et Dschang. Contrairement au porc sur pied, le volume d'activités ici est moins dispersé, montrant l'absence de bouchers-chevillards sur le marché de viande (5). Les différences ainsi observées s'expliquent également par le nombre de commerçants localisés dans chaque marché.

Tableau 2
Volume moyen des ventes par commerçant en fonction du produit sur les différents marchés (kg de poids carcasse/jour)

Type de produits	Marchés			Moyenne
	Yaoundé	Douala	Dschang	
Porc sur pied	275,47 ± 115,14 ^a (31)	213,6 ± 86,58 ^a (8)	11,91 ± 2,62 ^b (11)	207,58 ± 143,89 (50)
Viande fraîche	24,53 ± 10,60 ^a (22)	20,22 ± 5,15 ^a (23)	9,33 ± 1,55 ^b (8)	20,34 ± 9,15 (53)
Viande braisée	47,50 ± 14,03 ^a (8)	37,50 ± 16,36 ^b (4)	18,13 ± 1,31 ^c (4)	37,66 ± 17,30 (16)
Moyenne	155,07 ± 151,29 (61)	66,40 ± 92,70 (35)	12,02 ± 3,36 (23)	-

a, b, c: sur la même ligne, les chiffres affectés des lettres différentes sont significativement différents
() nombre de commerçants de porc.

Tableau 3
Répartition des marchands de porcs sur pied en fonction du volume des ventes sur les différents marchés (kg vif/jour)

Volume des ventes (kg/jour)	Marchés						Moyenne	
	Yaoundé		Douala		Dschang		NC	%total
	NC	%/total	NC	%/total	NC	%/total		
<100	0	0,0	0	0,0	11	100,0	11	22,0
100 – 300	14	45,2	5	62,5	0	0,0	19	38,0
301 – 500	10	32,3	3	37,5	0	0,0	13	26,0
>500	7	22,5	0	0,0	0	0,0	7	14,0
Moyenne	367,29 ^a	-	284,80 ^a	-	15,88 ^b	-	276,78	-
Ecart-type	± 153,52	-	± 115,40	-	± 3,50	-	± 197,86	-
Total	31	100,0	8	100,0	11	100,0	50	100,0

a, b, c: sur la même ligne, les chiffres affectés des lettres différentes sont significativement différents et, NC= nombre de commerçants de porc.

Tableau 4
Répartition des bouchers de porc en fonction du volume de ventes sur les différents marchés

Volume des ventes (kg/jour)	Marchés						Moyenne	
	Yaoundé		Douala		Dschang		NC	%total
	NC	%/total	NC	%/total	NC	%/total		
< 20	12	54,5	9	39,2	8	100,0	29	54,7
20 – 30	3	13,7	13	56,5	0	0,0	16	30,2
31 – 40	6	27,3	1	4,3	0	0,0	7	13,2
>40	1	4,5	0	0,0	0	0,0	1	1,9
Moyenne	24,53 ^a	-	20,22 ^a	-	9,33 ^b	-	20,34	-
Ecart-type	± 10,60	-	± 5,15	-	± 1,55	-	± 9,15	-
Total	22	100,0	23	100,0	8	100,00	53	100,0

a, b, c: sur la même ligne, les chiffres affectés des lettres différentes sont significativement différents et, NC= nombre de commerçants.

Tableau 5
Répartition des rôtisseurs de porc en fonction du volume des ventes sur les différents marchés

Volume des ventes (kg/jour)	Marchés						Moyenne	
	Yaoundé		Douala		Dschang			
	NC	%/total	NC	%/total	NC	%/total	NC	%/total
< 20	0	0,0	1	25,0	3	75,0	4	25,0
20 – 35	3	37,5	1	25,0	1	25,0	5	31,2
36 – 55	4	50,0	2	50,0	0	0,0	6	37,5
>55	1	12,5	0	0,0	0	0,0	1	6,3
Moyenne	47,50 ^a	-	37,50 ^b	-	18,13 ^c	-	37,66	-
Ecart-type	± 14,03		± 16,36		± 1,31		± 17,29	
Total	8	100,0	4	100,0	4	100,0	16	100,0

a, b, c : sur la même ligne, les chiffres affectés des lettres différentes sont significativement différents et, NC= nombre de commerçants de porc.

Le tableau 5 révèle que la vente du porc braisé semble plus développée à Yaoundé (50%), comparée à Douala (25%) et Dschang (25%). Le volume d'activités est également fonction du marché. Dans l'ensemble, les commerçants vendant entre 20-55 kg de porc par jour sont les plus représentés, suivis des moins de 20 kg et enfin des plus 55 kg. Contrairement au marché de bétail et de la viande fraîche, le porc braisé tend à une distribution normale par rapport à la moyenne, à l'exception de Dschang où 75% des commerçants vendent moins de 20 kg/jour. Cette moyenne se situe entre 36-55 kg/jour à Yaoundé et Douala. Bien qu'activité naissante, la vente de la viande braisée constitue un grand débouché pour une production intensive de porc.

Dans l'ensemble, le rapport grossistes/détaillants ou détaillants/rôtisseurs est très supérieur aux normes recommandées (10).

3.2. Mécanismes de formation du prix du porc

Le prix du porc, comme pour les autres produits agricoles, est établi sur la base de l'hypothèse d'attente naïve de Nerlove selon laquelle le prix attendu par le vendeur à l'année courante est égal au prix de l'année précédente, toutes choses restant égales par ailleurs. Sur le marché du bétail et de la viande, les mécanismes de sa formation sont fonction de la nature du produit et des relations vendeur/acheteur. Ainsi, pour le porc sur pied, le prix est établi selon la politique d'équilibre concurrentielle basée sur la conformation de l'animal alors que celle de l'équilibre de rationnement est pratiquée pour la viande. Le principe de la vente au poids de la viande fraîche, bien que généralisé, subit des entorses multiples avec possibilités de fraudes sur les masses utilisées. Mais quel que soit le produit du porc, le prix est négocié par l'interaction libre du vendeur et de l'acheteur. D'où la nécessité de passer par des organisations coopératives pour la vente et l'achat des produits sans lesquelles l'individu devient un "price-taker".

3.3. Relations coûts/bénéfice

En guise de rappel, notons que le prix de vente finale ou valeur finale, comporte le prix d'achat au producteur auquel s'ajoutent les services intermédiaires ou coûts partiels constitués des coûts de transactions et du profit du commerçant. L'analyse du ratio coûts/bénéfice (Tableau 6) révèle que, indépendamment des marchés, les marchands de porcs sur pied rendent plus de services, représentant plus du triple des détaillants, indiquant que la réalisation d'importantes marges commerciales sur le marché du porc passe par la minimisation des coûts de transactions (15). La comparaison des marchés montre que ce ratio est plus élevé à Yaoundé, suivi de Dschang et enfin, Douala où il est le plus faible sur la viande fraîche. Les différences observées sur le ratio coûts/bénéfice peuvent s'expliquer par les conditions commerciales des produits de porc sur les différents marchés. En effet, le maximum de profit atteint sur la viande fraîche de porc à Douala est dû à un certain nombre d'avantages et de facilités: coûts de transactions particulièrement faibles, comparés à Yaoundé et Dschang, le prix du kg de poids carcasse supérieur à 64% du prix au producteur. Ainsi, ce profit peut varier sur le marché du porc, allant de 3.000 à 8.000 francs CFA pour le porc sur pied et, 12.000 à 16.000 francs CFA pour les viandes fraîche et braisée respectivement; mais, tout dépend du prix d'achat, des disponibilités financières de la clientèle, l'activité du marché et la chance (10). Pour le porc sur pied, le profit du commerçant obtenu à Yaoundé (264,39 FCFA/kg carcasse soit 17,18% de la valeur finale) doit aussi être considéré comme un maximum rarement atteint pour l'ensemble de ces acteurs. Cependant, le problème de la détermination d'un prix juste du porc paraît de prime abord fondamental et, sa résolution par la norme de 20% serait tout à fait indiquée (1, 8, 16). Mais, la possibilité à l'heure actuelle, de réduire la marge bénéficiaire des commerçants de porc réside dans l'amélioration de leurs conditions de commercialisation.

De manière générale, la distribution du porc procure

Tableau 6
Conditions de commercialisation du porc sur les différents marchés (%)

Paramètres	Marchés			Moyenne
	Yaoundé	Douala	Dschang	
Marge de commercialisation	53,31	46,92	33,76	48,58
Ratio 2 $\frac{\text{prix de vente}}{\text{prix d'achat}}$	+ 114	+ 88	+ 51	+94
- Porc sur pied	+59	+24	+12	+37
- Viande fraîche	+41	+55	+39	+47
- Viande braisée	+48	+53	+54	+46
Ratio $\frac{\text{coûts de transaction}}{\text{marge commerciale}}$	27,40	14,66	17,27	21,54
- Porc sur pied	37,86	36,30	24,87	39,38
- Viande fraîche	15,39	6,70	14,82	10,70
- Viande braisée	14,41	10,79	10,70	11,60
Marge bénéficiaire : $\frac{\text{bénéfice}}{\text{valeur finale}}$	38,70	40,00	27,93	38,11
- Porc sur pied	17,18	8,23	6,21	11,58
- Viande fraîche	23,30	32,94	22,72	28,05
- Viande braisée	31,85	32,82	24,05	29,64
Valorisation du 5 ^e quartier	-	-	-	-

des marges commerciales considérables à tous les niveaux du circuit (porc sur pied, viande fraîche et viande braisée) et sur tous les marchés étudiés. Celles-ci semblent d'ailleurs nettement supérieures aux niveaux atteints par les systèmes de distribution pratiqués ailleurs. En effet, des études effectuées en RCA et au Pérou (7, 10), il ressort que la marge de commercialisation est relativement plus faible sur le porc (24,7%), comparée aux ovins (35,7%) et aux bovins (34,3%). Cependant, il est intéressant de noter les réalités que cache la moyenne de 48,58% obtenue au Cameroun.

3.4. Vitesse de rotation du capital

La définition des circuits empruntés par les différents produits du porc, allant du lieu de production jusqu'à leur destination finale, nous a permis de connaître la durée du parcours que met le porc dans le circuit de distribution en termes de délais d'achat, de route et de vente. Ainsi, à partir des résultats de nos enquêtes, le délai nécessaire à l'achat, au transport des zones de production aux centres de consommation et à la vente du porc, à quoi il faut ajouter le repos du commerçant, est fonction du couloir emprunté et du produit. Dans le couloir nord, il nous a été rapporté que l'achat d'un effectif de 50-130 porcs pouvait être réalisé au cours de un à deux marchés, soit une moyenne de 7 jours.

En effet, le délai nécessaire pour le transport des bêtes des provinces septentrionales à la gare de Ngaoundéré est de l'ordre de 1-2 jours et de 4 jours entre Ngaoundéré et Yaoundé, où rien ne peut remplacer le convoi par train. On peut donc dire qu'un délai de route de 5 à 6 jours est difficilement

compressible dans les conditions actuelles du transport par train. Mais, cette moyenne pourrait être théoriquement ramenée à 2 jours environ par le renvoi systématique des wagons «petit bétail». Par contre, par le couloir des hauts plateaux de l'ouest, l'achat du même effectif de porcs requiert 8 jours en moyenne compte tenu de la périodicité de ses marchés de production et du manque d'équipements permettant de concentrer les transactions sur quelques points de vente. Toutefois, le transport des porcs y est plus court (un jour maximum) compte tenu de sa situation géographique, de l'état des routes et de la multiplicité des moyens de transport. Notons que les 2 circuits bénéficient d'une situation plus ou moins favorable puisque la majorité des transactions se font sur les marchés périodiques importants fréquentés par les éleveurs.

En définitive, la vitesse moyenne de rotation du capital est environ de 150 porcs en vingt jours pour les marchands de porcs sur pied, 100 kg carcasse en cinq jours et trois jours pour le boucher et le rôtisseur respectivement. Ces délais, bien que plus courts à Yaoundé et Douala, comparés à Dschang, restent relativement faibles par rapport à ceux observés ailleurs sur le marché du bœuf (10) et par conséquent, ne sont pas de nature à favoriser l'amélioration des conditions de distribution du porc au Cameroun. Cependant, ils peuvent être améliorés en spécialisant davantage les différents intermédiaires en étapes dans le circuit de distribution (collecteur, convoyeur, grossistes, détaillants, etc).

Par ailleurs, l'analyse des critères d'adoption du métier (Tableau 7) ressort que les motivations à la base

Tableau 7
Répartition des acteurs en fonction de leurs motivations à la base de l'exercice du commerce du porc

Critères	Rentabilité	Chômage	Vocation	Diversification	Néant	Total
Nombres de réponses	38	26	16	18	21	119
Pourcentage	32,0	22,0	13,0	15,0	18,0	100,0

de l'exercice du commerce de porc sont de plusieurs ordres. La majorité des acteurs reconnaissent néanmoins, bien que n'ayant pas accepté de nous communiquer leurs chiffres d'affaires exacts, qu'ils s'en sortent plutôt bien. Il n'est donc pas étonnant de constater la multiplicité d'opérateurs dans cette filière dont l'assainissement et l'amélioration ne peuvent être envisagés qu'en fonction des contraintes liées à la distribution du porc.

4. Les contraintes à la distribution du porc

La fréquence des réponses au questionnaire soumis à 119 commerçants, a permis de hiérarchiser, par ordre d'importance, les principaux facteurs de risque relevés dans la distribution du porc au Cameroun.

4.1. Organisation de la distribution du porc

Le manque d'organisations structurelle et fonctionnelle adéquates constitue un handicap grave au développement du marché du porc au Cameroun car, il ne permet pas une véritable confrontation de l'offre et de la demande et un enchaînement logique de fonctions (6, 13). L'absence d'infrastructures est très préjudiciable à la régulation du marché par la détermination du juste prix et une normalisation des transactions. En outre, la consommation de viandes étant un domaine sensible de l'économie, sa distribution nécessite impérativement la limitation du nombre d'opérateurs au volume du marché si l'on veut obtenir un produit de meilleure qualité. Toutefois, bien qu'il ne soit pas possible d'édicter une mesure légale de portée générale imposant un nombre maximum de commerçants dans un secteur donné, il appartient néanmoins aux autorités locales d'apprécier si le nombre de commerçants de porc peut être réduit sans compromettre l'activité de ce marché.

4.2. Les débouchés

Le manque des débouchés stables constitue un frein au développement de la production porcine. En effet, la figure 2, qui illustre l'évolution et la tendance des approvisionnements du marché du porc, montre des fluctuations saisonnières et relativement constantes sur le marché du porc liées aux habitudes alimentaires. Le point culminant (décembre-février) correspond à la période des fêtes de Noël et Nouvel An ainsi que des funérailles à l'ouest Cameroun. La recherche des débouchés extérieurs pour une amélioration de la qualité du produit est également une nécessité impérieuse si l'on veut développer la production porcine.

4.3. Le capital et l'assurance

Si le commerce du bétail et de la viande représente une activité lucrative pour certains, il est quand même difficile d'y faire fortune car, l'impécuniosité des petits commerçants contraint beaucoup d'entre eux à travailler d'abord pour les intérêts des gros marchands avant d'espérer par la suite s'établir pour leur propre compte. En outre, le manque d'une distribution sécurisée contraint le plus souvent beaucoup d'opérateurs de la filière à l'abandon.

En définitive, on peut considérer que le marché du porc au Cameroun fonctionne suivant un schéma classique (2) mais reste très peu compétitif et efficient. Outre la difficulté d'identification du produit, l'inexistence de tout contrôle sur la qualité du vendeur sont autant de facteurs qui contribuent à rendre les transactions particulièrement obscures sur le marché du porc. Les sources d'approvisionnements étant assez diversifiées, les variations du rapport offre/demande ne devraient pas entraîner d'importantes modifications du prix sur le marché du porc.

Conclusion et suggestions

Le circuit de distribution du porc est assez bien structuré pour permettre l'écoulement facile du produit, avec une spécialisation des acteurs à tous les niveaux. Cependant, l'organisation matérielle de la distribution du porc ne permet pas d'assurer une meilleure adéquation aux conditions du marché ainsi que de bonnes conditions d'hygiène nécessaires aux échanges. En reliant marges et coûts de transactions, l'étude a montré une inefficience du système de distribution, indiquant que l'écart entre le service réellement rendu et le prix taxé est imputable à l'augmentation de la marge bénéficiaire du commerçant. Or, l'intérêt des consommateurs et de l'économie tout entière serait au contraire qu'une saine concurrence puisse jouer à l'intérieur de chaque catégorie d'intermédiaires (grossistes, bouchers, rôtisseurs) afin de soutenir le revenu du producteur et améliorer la production. Outre la nature aléatoire des transactions, la faible vitesse de rotation du capital, ayant pour corollaire le manque d'une organisation adéquate du marché, des débouchés stables, du capital et d'une distribution sécurisée, sont apparemment à la base des diverses orientations des commerçants quant au choix de la meilleure spéculation. Pourtant, l'intérêt pour les trois produits n'est pas le même sur les trois marchés: situation

équilibrée à Yaoundé pour les trois produits de porc; avantage du détail à Douala et Dschang surtout pour la viande fraîche.

Cependant, la solution au problème de l'augmentation de la production et de la productivité, à notre avis, réside pour une bonne part dans l'organisation du

marché. Mais, des études complémentaires pouvant permettre de tirer une meilleure conclusion sur l'efficacité des systèmes de distribution du porc devraient porter sur les facteurs d'influence de la marge commerciale dont la maîtrise pourrait contribuer à la transparence du marché.

Références bibliographiques

1. Ansell D.J., 1971, Cattle marketing in Botswana. Reading, Univ. of Reading. 179 pp.
2. Arfeuille G., 1964, L'organisation des marchés de la viande et des produits laitiers. Ed. Cujas (HD 9410 A 1964).
3. Ayissi Mbala J.P., 1992, A short-run supply response in the marketing of livestock in Cameroon. *Journal of Agricultural Economics and Rural Sociology*. N°1, August 1992: 14-23.
4. Bombebu I. & Imba B., 1991, Contribution à l'étude de commercialisation des produits agricoles (manioc et maïs) dans la localité de Widjifake-Mbandanka (Equateur) Zaïre. *Tropicultura*, 1991, 9,1. Pp 26-29.
5. Cretes, 1998, Marchés bétail-viandes en Afrique de l'ouest et du centre. *Bull. Trim.* 5, (1-3).
6. Dayant A., 1975, Manuel de la distribution: fonctions-structure-évolution. 3^e éd. Paris. 213 p.
7. Fenn M.G., 1977, Marketing livestock and meat. *FAO Marketing Guide*, n°3, Rome. 198 p.
8. Harriste-White B., 1998, Efficacité et complexité des marges de distribution et profit des entreprises de commercialisation. Pp 299-354. *In: Prix, produits et acteurs: méthodes pour analyser la commercialisation agricole dans les pays en développement*. Scott et al. CIRAD-CIP-KARTHALA. (éd): 1998.
9. Josserand H.P. & Sullivan G., 1980, La commercialisation du bétail et de la viande en Afrique de l'ouest. Bénin, Ghana, Libéria, Togo. C.R.D.E., Univ. du Michigan. T.2.
10. Lacrouts M., Sarniguet J. & Tyc J., 1967, Etude sur "le cheptel bovin en République Centrafricaine production-commercialisation", Ministère français de la coopération.
11. Mendoza G., 1998, Données élémentaires sur la commercialisation: les circuits et les marges. *In: Prix, produits et acteurs: méthodes pour analyser la commercialisation agricole dans les pays en développement*. Pp 281-299. Scott et al. CIRAD-CIP-KARTHALA. (éd): 1998.
12. MINEPIA, 1998, Rapport annuel. (Sous presse).
13. Moustier P., 1998, Offre vivrière et organisation des échanges: problématique générale, contrats et concertation entre acteurs. Pp 9-17. *In: Filières vivrières*. Ed. CIRAD-FHLOR.
14. Ndébi, 2002, Analyse des effets de la marge commerciale sur les équilibres du marché et de la production du porc au Cameroun. Thèse M.Sc, FSEG-UDS. 125 p.
15. Scarborough V. & Kydd J. 1992, Economic analysis of agricultural markets: a manual. Chatham, U.K: INRI. Pp 75-106.
16. Scott G. & Griffon D., 1998, Prix, produits et acteurs: méthodes pour analyser la commercialisation agricole dans les pays en développement. CIRAD-CIP-KARTHALA. 528 p.

G. Ndébi, Camerounais, M.Sc. Agribusiness, Ingénieur Agroéconomiste, FASA-Université de Dschang, Cameroun.

J. Ongla, Camerounais, Ph.D. in Agricultural Economics, Professeur, FSEG-Université Yaoundé II, Cameroun.