



NATIONS UNIES

CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

2725 +
15
Distr.
LIMITEE

E/ECA/TRADE/80
30 juin 1987

Français
Original : FRANCAIS

COMMISSION ECONOMIQUE POUR L'AFRIQUE

Réunion régionale africaine
d'experts sur le commerce
intérieur et intra-africain

Addis - Abeba, (Ethiopie), 9-13 novembre 1987

COMMERCE INTERIEUR ET DEVELOPPEMENT
EN AFRIQUE
MESURES POUR UNE CONTRIBUTION EFFICACE
A UN DEVELOPPEMENT EQUILIBRE

TABLE DES MATIERES

	<u>Paragraphes</u>	<u>Pages</u>
I. INTRODUCTION	1-7	1-2
II. COMMERCE INTERIEUR ET DEVELOPPEMENT	8-24	2-5
2.1. Commerce intérieur : définitions, fonctions et facteurs d'influence	8-14	2-3
2.2. Eléments et structure du commerce intérieur	15-24	3-5
III. DESEQUILIBRE ECONOMIQUE A L'INTERIEUR DES ETATS AFRICAINS : QUELQUES INDICES	25-31	5-6
IV. LE COMMERCE INTERIEUR DANS LES ECONOMIES AFRICAINES	32	7-9
V. MESURES POUR AUGMENTER LA CONTRIBUTION DU COMMERCE INTERIEUR AU DEVELOPPEMENT	33-55	10-18
5.1. Considérations générales	35-38	10
5.2. Structures et mécanismes du commerce intérieur	39-43	11-13
a) Structure des produits		11
b) Structure du marché intérieur		12
c) Structure des opérateurs commerciaux		12
d) Les réseaux de distribution		13
5.3. L'infrastructure des facilitation du commerce intérieur	44-46	14-15
5.4. Politiques de prix et termes de l'échange internes	47-50	15-16
5.5. Financement du commerce intérieur	51-54	16-17
5.6. Mesures de commerce intérieur en vue d'équilibrer les secteurs urbains et ruraux	55	17-18
VI. CONCLUSIONS	56-61	18-20

Annexe I - Notes et références.

I. INTRODUCTION

1. Tous les Etats africains ont jusqu'à présent cherché à renforcer la structure de leur commerce extérieur de façon à maximiser leurs rentrées en devises convertibles. Mais peu sont ceux qui ont pris des mesures concrètes en vue d'augmenter la contribution de leur commerce intérieur à leur développement socio-économique.
2. Mettant l'accent sur la nécessité pour l'Afrique de mettre en oeuvre une politique qui tende vers l'autosuffisance nationale et collective, le Plan d'action de Lagos désigne le commerce intérieur comme l'un des facteurs essentiels du développement socio-économique.
3. La croissance économique trop lente de l'Afrique par rapport aux espérances établies il y a une vingtaine d'années et la situation d'urgence qui s'est développée dans nombreux pays africains ces derniers temps, exigent que les mesures qui sont prises en vue de l'augmentation de la production, qu'elle soit manufacturière ou agricole, accordent au commerce intérieur d'un pays toute l'attention qu'il requiert.
4. En effet, des systèmes d'échanges inefficaces ou mal adaptés ne remplissent pas leurs fonctions principales - l'approvisionnement des producteurs en intrants nécessaires, et l'écoulement de leurs produits vers les consommateurs - et font obstacle au développement économique, constituant, dans le premier cas, une contrainte physique, et dans le second cas, un facteur de dissuasion de l'expansion de la production locale.
5. Leur inefficacité est une des causes principales de l'évidente disparité entre régions rurales et régions urbaines. Une grande partie de la population, souvent isolée, bénéficie peu ou pas de la croissance économique nationale, du développement de l'industrie et des structures de distribution qui tendent à favoriser la population concentrée dans les régions urbaines.
6. Le concept de développement rural intégré et la nécessité d'une approche multisectorielle pour le développement des zones rurales sont généralement admis. Il importe que les organes nationaux chargés d'établir les politiques de développement reconnaissent au commerce intérieur son rôle catalytique dans l'accroissement de la production - et par là, dans la création d'emplois, la distribution de revenus et le développement du bien-être en général - et lui accordent la priorité voulue dans leurs programmes de développement.

7. L'objectif final de cette étude est, suite à une définition du commerce intérieur, de ses fonctions et de sa structure et à un bref examen des caractéristiques principales des structures du commerce intérieur dans les économies africaines, de proposer des mesures pour maximiser la contribution du commerce intérieur à la croissance économique d'un pays, tout en mettant l'accent sur les structures d'échanges qui favorisent l'intégration des zones rurales au développement, et qui permettent de stimuler la production alimentaire et agro-alimentaire. Elle cherchera ainsi à mettre en évidence le rôle du commerce intérieur dans la poursuite d'une croissance économique équilibrée.

II. COMMERCE INTERIEUR ET DEVELOPPEMENT

2.1. Commerce intérieur : définition, fonctions et facteurs d'influence

8. Par commerce intérieur d'un pays, on entend l'ensemble des opérations commerciales relatives à l'échange de marchandises - produites localement ou importées - et de services à l'intérieur d'un territoire national.

9. Le commerce intérieur met les produits à la disposition des utilisateurs, producteurs ou consommateurs. Il remplit donc une double fonction : il assure un débouché aux producteurs et la satisfaction des besoins des utilisateurs. Il a donc un rôle aussi bien macro-économique (il sert d'intermédiaire entre l'offre et de la demande) que micro-économique (il fournit un débouché aux entreprises productrices et permet la satisfaction des utilisateurs, producteurs ou consommateurs).

10. Le commerce intérieur est donc un secteur économique producteur de services qui s'ajoutent à la valeur des produits échangés et accroissent leur utilité globale. Sa participation au Produit Intérieur Brut se calcule sur base de la valeur ajoutée par le commerce (de gros et de détail) en pourcentage des ventes totales à l'utilisateur 1/. Il remplit cependant une fonction plus importante dans le processus de développement que ce qui indique sa contribution directe au PIB. En vertu de sa fonction de lien entre les activités économiques, le commerce intérieur peut influencer de façon importante les résultats globaux qu'obtiennent les différents pays en matière de développement. Ceci justifie l'importance d'améliorer et d'élargir la connaissance du rôle des services en général et du commerce intérieur en particulier dans le processus de développement. Jusqu'à présent, les efforts de développement se sont concentrés principalement sur les secteurs de production, l'agriculture et l'industrie, sans donner suffisamment d'attention au secteur tertiaire. Pourtant, un secteur de services bien équilibré et efficace peut fournir une contribution décisive au processus de croissance. Les services ont d'importantes répercussions sur les moyens d'atteindre certains objectifs stratégiques et sociaux.

11. En vue d'une utilisation optimale des ressources, les pouvoirs publics doivent veiller à ce que le commerce intérieur, secteur économique producteur de services, fournisse ces services au moindre coût, ce qui exige la rationalisation de son fonctionnement et permet la réduction des charges supportées par les utilisateurs. Simultanément, le commerce intérieur devrait pouvoir mettre en contact tous les producteurs et utilisateurs, ce qui exige une politique d'organisation de la collecte et de la distribution.

12. Le volume des échanges intérieurs d'un pays est fonction de plusieurs facteurs : facteurs immatériels d'ordre économique (offre et demande, niveau des prix, coût du service de la distribution, facilités de crédit), organisationnel (distribution, entreposage) et législatif; facteurs physiques (infrastructure routière, moyens de transport disponibles et réseaux de communication).

13. Les pouvoirs publics ont une importante capacité d'influence tant sur le volume que sur la couverture géographique du commerce intérieur. Les objectifs de l'intervention publique dans ce domaine peuvent être d'ordre macro-économique (ex. le financement et l'organisation de l'infrastructure nécessaire) comme micro-économique. Les moyens à la disposition des pouvoirs publics sont principalement d'ordre législatif, réglementaire, institutionnel et financier.

14. En matière de commerce intérieur, le rôle des pouvoirs publics est de maximiser l'utilité du service rendu à un moindre coût, tout en assurant la protection du consommateur, en favorisant l'écoulement de la production nationale et en facilitant les activités des agents publics ou privés - opérant dans le secteur. C'est aux pouvoirs publics qu'il incombe de faciliter la rencontre de l'offre et de la demande, et de permettre ainsi, d'une part, l'accroissement de la production et d'autre part, une meilleure satisfaction des besoins de la population. C'est dans cette optique que nous examinerons les mesures que peut prendre un Etat en matière de commerce intérieur pour accélérer, grâce à ses échanges intérieurs, son développement économique, tout en veillant à assurer ou rechercher l'équilibre entre les zones rurales et urbaines.

2.2. Eléments et structure du commerce intérieur

15. Sous le terme "commerce intérieur" d'un pays se retrouvent des activités d'importance très variable :

- les producteurs auprès desquels se dirigent les grossistes et les offices de commercialisation vont de l'artisan et du petit agriculteur à l'usine et la coopérative agricole de grandes dimensions, et les acheteurs s'y procurent des volumes de marchandises très variés

- dans les pays en développement, les opérateurs commerciaux, du grossiste et de l'entreprise publique de distribution au particulier, agissent au niveau de la vente en gros comme du micro-détail.

16. De même, le commerce intérieur couvre plusieurs types d'opérations. Suivant les partenaires entre lesquels ils ont lieu, leur volume, leur couverture géographique ou la nature des produits qu'ils concernent, les échanges peuvent entraîner des opérations de :

- collecte auprès des producteurs ou livraison par ceux-ci
- transport
- stockage
- entreposage
- distribution
- paiement, et éventuellement financement et crédit.

17. De toutes ces opérations, c'est la distribution qui en est la plus apparente. Sa fonction est de mettre les produits à la disposition des utilisateurs (produits intermédiaires) et des consommateurs (biens de consommation). Elle n'a pas nécessairement un but lucratif et peut être organisée en fonction d'objectifs sociaux et macro-économiques 2/

18. La collecte ou le ramassage des produits à distribuer est une condition préalable à la distribution et donc à la satisfaction de la demande. Mais son importance repose tout autant sur le fait qu'elle offre aux producteurs la possibilité d'écouler leur production.

19. Les mesures que prennent les pouvoirs publics en vue de la facilitation des échanges intérieurs ont donc un double impact : l'un, sur la production, dont elles améliorent l'accès au marché; l'autre, sur la consommation, qu'elles doivent veiller à mieux satisfaire.

20. La structure du commerce intérieur dépend, au départ, des marchés entre lesquels les échanges ont lieu : le marché de l'offre et le marché de la demande :

- le marché de l'offre est caractérisé notamment par l'éventail des produits offerts, les prix demandés, les quantités offertes, la dispersion ou la concentration des sources d'approvisionnement et le niveau de concurrence entre les producteurs (c'est-à-dire la structure de l'offre) ainsi que la politique d'exportation des biens produits sur le territoire et la politique d'importation de biens d'origine étrangère.
- le marché de la demande est déterminé particulièrement par le revenu des consommateurs, l'utilité qu'ils attribuent à un produit déterminé et leur dispersion ou concentration géographique.

21. Chacun de ces éléments influence le développement de la structure du commerce intérieur, c'est-à-dire la structure des produits offerts sur les différents marchés, la structure des opérateurs commerciaux et les réseaux de distribution.

22. Suivant que l'offre est supérieure ou inférieure à la demande sur le marché d'un certain produit, ce marché est dominé par le consommateur ou par le grossiste, ce qui entraîne des répercussions au niveau des efforts nécessaires pour l'écoulement de la marchandise et au niveau des prix.

23. Nous l'avons vu, le commerce intérieur remplit une double fonction : l'écoulement des produits nationaux et importés, et la satisfaction de la demande. Dans la mesure où il permet l'écoulement de la production nationale, servant de relais entre les producteurs et les consommateurs, il est permis de dire qu'il est facteur de croissance, et donc de développement.

24. Dans les sections qui suivent, après avoir identifié quelques indices de déséquilibre économique à l'intérieur des pays africains, nous examinerons dans quelle mesure ce déséquilibre se retrouve au niveau du commerce intérieur.

III. DESEQUILIBRE ECONOMIQUE A L'INTERIEUR DES ETATS AFRICAINS : QUELQUES INDICES

25. La récente situation d'urgence qui a touché un tiers de la population de la région africaine, réparti sur vingt-sept états 3/, et qui constitue une répétition, à plus grande échelle encore, de la crise alimentaire du début des années 1970, met en relief, de façon brutale, la condition de dépendance et d'extrême pauvreté d'une grande partie de la population rurale africaine. Par là-même, elle opère une tacite distinction entre régions rurales et régions urbaines et démontre que de larges segments de la population hors-ville ont bénéficié peu ou pas du tout des progrès économiques et sociaux réalisés dans nombreux pays.

26. De nombreux ouvrages ont traité des problèmes démographiques de l'Afrique et les caractéristiques de sa population sont bien connues : majorité de la population vivant en zones rurales (65 p. 100 en 1983), faible densité (hormis dans certains pays de petite surface ou insulaires), taux de croissance élevé, population très jeune, taux d'analphabétisme plus élevé dans les campagnes que dans les villes, etc... L'étendue, les causes et les répercussions de l'émigration rurale ont également été analysées amplement.

27. Dans l'étude qui nous intéresse, c'est lorsqu'elles sont confrontées à certaines données économiques que ces données démographiques acquièrent leur importance. Ainsi, si près des deux tiers de la population africaine vit en 1983 en zone rurale, la participation du secteur agricole au PIB de la région subsaharienne va de 29,5 p. 100 (Afrique de l'Ouest) à 38 p. 100 (Afrique de l'Est) seulement 4/ et le secteur montre en général une faible productivité. Selon un rapport de la Banque mondiale 5/, 38 à 50 p. 100 de la population rurale subsaharienne vit à l'état de pauvreté, et cette pauvreté est d'autant plus grande que l'agriculture est moins développée. Dans le même sens, une étude conduite par la CEA en 1980 6/ a montré qu'il existe des disparités considérables entre les revenus urbains et ruraux - les premiers s'élevant à trois ou quatre fois les seconds 7/, et l'examen des termes de l'échange entre zones rurales et urbaines en Afrique a montré une tendance générale à leur détérioration.

28. L'évolution défavorable des conditions économiques dans les régions rurales a accentué le phénomène déjà général de l'émigration rurale vers les zones urbaines, avec les répercussions bien connues sur la disponibilité de main-d'oeuvre dans les régions agricoles et sur la demande de produits alimentaires dans les zones de haute concentration. Les efforts d'alphabétisation des campagnes entrepris par les états africains n'ont pas toujours eu l'effet espéré : alors qu'on pensait qu'un meilleur accès à l'éducation, et donc à l'information, contribuerait au développement des régions rurales, notamment par un accroissement de la productivité, d'autres obstacles ont empêché le passage de systèmes agricoles traditionnels à des systèmes plus productifs, favorisant simultanément l'émigration vers les villes de la population jeune et lettrée, et mettant en relief le peu d'influence dont dispose la population rurale sur son avenir.

29. On a pu constater que, contrairement aux postulats des stratégies de développement des années soixante, la croissance économique d'un état n'entraîne pas automatiquement une meilleure distribution des emplois et des revenus, ni ne sert une lutte efficace contre la pauvreté.

30. La satisfaction des besoins essentiels de la population rurale, son accès à un régime plus varié et plus complet et l'élévation de son niveau de vie, son intégration et sa participation au développement économique national, ont exigé un remaniement des politiques nationales de développement en fonction des disparités régionales existantes et dirigées vers la population la plus défavorisée.

31. Nous montrerons qu'à ce niveau, une politique appropriée de développement du commerce intérieur peut jouer un rôle de catalyseur de l'intégration comme de la participation des zones rurales à la croissance nationale.

IV. LE COMMERCE INTERIEUR DANS LES ECONOMIES AFRICAINES

32. Le dualisme économique, qui caractérise en général les économies en développement, se retrouve au niveau des différentes composantes de la structure du commerce intérieur. Ainsi :

- a) le marché intérieur est fortement segmenté, notamment en termes de pouvoir d'achat, avec une forte différence de pouvoir d'achat moyen entre les zones urbaines et les zones rurales;
- b) l'orientation géographique des produits échangés suit généralement le même type de circuit : les articles manufacturés et importés sont dirigés en majorité vers les grandes agglomérations; une partie se dirige vers les marchés ruraux (certains produits, comme les engrains, sont dirigés exclusivement vers les zones rurales); une autre partie est acheminée vers les marchés frontaliers. Dans le cas de produits agricoles, le surplus commercialisable prend le chemin des villes ou de l'exportation. En cas de mauvaises récoltes, le flux se renverse, et le manque de réserves oblige les consommateurs ruraux à se tourner vers les magasins des centres urbains ou les importateurs, ce qui entraîne généralement une détérioration des termes de l'échange internes au détriment de la population rurale. Les échanges locaux et interdépartementaux sont relativement faibles et portent principalement sur les produits agricoles, suivis des matériaux de construction et des produits alimentaires. La capitale sert généralement de plaque tournante aux échanges de zones rurale à zone rurale, lorsqu'il y en a;
- c) la structure des produits offerts sur les marchés varie suivant le type de zone. Les centres de vente au détail offrent des éventails de produits beaucoup plus diversifiés dans les centres urbains où il existe une plus vaste échelle de revenus et un système de distribution plus dense. Il a été ainsi constaté que la majeure partie des produits manufacturés importés ou fabriqués localement sont écoulés dans les zones urbaines. Les articles importés (alimentaires, vêtements, produits de luxe, etc.) sont vendus principalement dans les établissements commerciaux du secteur moderne qui est principalement urbain. Les articles manufacturés localement, surtout dans les zones industrielles de banlieue, sont vendus principalement dans les zones de production, le plus souvent la capitale. C'est par exemple, le cas en Ethiopie où presque 50p. 100 de la production manufacturée locale est destinée à Addis Abeba. Le phénomène d'auto-production dans les zones rurales et les habitudes alimentaires, qui diffèrent souvent entre les zones urbaines et les campagnes, influencent aussi la structure de la demande.

- d) au niveau de la structure des opérateurs commerciaux en Afrique, on note le contraste important entre le secteur commercial moderne et le secteur traditionnel, qui correspondent largement aux secteurs formel et informel. C'est dans les zones urbaines qu'opèrent les sociétés commerciales modernes et que l'on trouve presque exclusivement les commerces de gros, les importateurs et les commerces spécialisés. Le secteur informel ou "inorganisé" prédomine dans les zones rurales tant au niveau de la distribution que de la production. Lié à l'atomisation de la demande, il joue un rôle important dans l'activité économique du pays et son impact ne doit pas être négligé.
- e) en zone rurale, la structure de la production (petites unités productives dispersées) et l'insuffisance d'infrastructure adéquate sont les principales causes de la longueur excessive très critiquée des réseaux de distribution. De plus, le fait que la demande soit souvent supérieure à l'offre et que le consommateur, relativement isolé, soit mal informé favorise les intermédiaires commerciaux au détriment du consommateur.
- f) en matière d'infrastructure, la majorité des investissements en zone rurale ont eu pour objectif la collecte des produits agricoles en vue de leur acheminement vers les centres urbains. Peu d'efforts ont été faits dans l'autre direction, pour la satisfaction du consommateur ou du producteur rural. Le manque d'infrastructure adéquate contribue souvent, comme mentionné plus haut, à l'allongement des réseaux de distribution. Ceci s'applique particulièrement aux zones rurales, ou, parce que la population pouvait subvenir à la plupart de ses besoins, alors que les consommateurs des centres urbains devaient recourir à des distributeurs pour s'approvisionner, la densité et la qualité du réseau routier ont été moins développées que dans les zones urbaines. Les régions rurales ont été rarement équipées d'entrepôts ou de magasins de stockage appropriés pour la conservation adéquate des articles livrés depuis les zones industrielles, ou de chambres frigorifiques pour les aliments périssables, produits localement ou dans les régions avoisinantes. Les marchés ruraux (bien que ceci s'applique aussi à de nombreux marchés de zones urbaines) sont pauvrement équipés : installations de déchargement rudimentaires, abris pour les vendeurs et les marchandises précaires, conditions hygiéniques et sanitaires médiocres ou insalubres, problème de transformation ou d'évacuation des marchandises périssables invendues, manque de standardisation des lots (poids et quantités), manque d'emballage.

- g) en matière d'installations et d'infrastructure qui supportent le commerce intérieur des états africains, le dualisme est frappant. Commerce moderne (supermarchés, magasins spécialisés en article de luxe) et commerce traditionnel et informel voisinent au sein des mêmes villes, et même côte à côte. Chaque type de commerce s'adresse à un marché différent, traduisant de façon concrète le dualisme économique qui caractérise les économies en développement en général.
- h) on a constaté une tendance générale auprès des organismes de financement à octroyer leurs crédits aux sociétés commerciales situées dans les principaux centres urbains. Les opérateurs commerciaux des zones rurales n'ont généralement pas la possibilité d'obtenir un financement auprès d'institutions financières. En ce qui concerne le crédit commercial, le reproche le plus couramment fait est son manque de disponibilité. Selon une étude sur la commercialisation des denrées alimentaires au Ghana, 51 pour cent des commerces de détail auraient financé leurs activités au moyen de leurs propres capitaux, environ 25 p. 100 par des prêts de la famille ou d'amis, contre à peu près 2 p. 100 par des prêts bancaires, concentrés dans deux des cinq départements étudiés. Lorsque les moyens financiers sont à la disposition des organismes de crédit, il arrive souvent que le manque de flexibilité des conditions de crédit détourne les éventuels emprunteurs vers d'autres sources, peut-être plus onéreuses, mais plus flexibles dans leurs conditions de remboursement. C'est le cas des commerçants de denrées alimentaires, en majorité périssables, qui encourent en effet de plus grands risques que la majorité des autres commerçants.
- i) l'expansion continue de la population urbaine, qui dépend de la production des zones agricoles (et le plus souvent de l'importation) pour son ravitaillement, a amené les pouvoirs publics à développer des systèmes complexes de commercialisation des produits agricoles et à renforcer l'infrastructure nécessaire en vue de la satisfaction des consommateurs urbains. Par contre, l'intérêt de l'habitant des zones rurales a souvent été perdu de vue, pas toujours en tant que producteur agricole, puisque l'un des objectifs les plus courants des systèmes de commercialisation des produits agricoles est de stabiliser ou d'augmenter les revenus des agriculteurs, mais en tant que consommateur. En effet, les producteurs agricoles sont encouragés à cultiver des produits commercialisables, soit pour l'approvisionnement des villes, soit pour l'exportation. Ils sont dès lors appelés à concentrer leurs efforts sur certains produits mais cette spécialisation les rend progressivement plus dépendants de l'extérieur en denrées alimentaires qu'ils ne produisent plus et est accompagnée d'une tendance générale à la détérioration des termes de l'échange à leur détriment.

V. MESURES POUR UNE CONTRIBUTION EFFICACE DU COMMERCE INTERIEUR AU DEVELOPPEMENT

33. La section précédente a tenté de montrer, à travers l'examen des différentes composantes du commerce intérieur, comment les déficiences du secteur soutiennent ou renforcent le dualisme économique qui caractérise les économies en développement.

34. Dans cette partie, nous compléterons cet examen en proposant des mesures pour l'amélioration du secteur qui permettent d'augmenter sa contribution au développement en général, et à l'intégration du secteur rural au développement national en particulier.

5.1. Considérations générales

35. Lors de la formulation de recommandations pour l'organisation du commerce intérieur, il est important de tenir compte des objectifs de développement nationaux, d'ordre économique et social, et de prendre en considération son environnement dynamique. D'une part, le processus même de développement économique implique la spécialisation du travail et une séparation géographique croissante entre production et consommation, ce qui, accompagné du phénomène de croissance constante des populations urbaines, entraîne une interdépendance croissante entre les secteurs et une multiplication des échanges. D'autre part, le commerce intérieur a un rôle de coordination entre les activités de production et de consommation.

36. Le développement et l'organisation du secteur requièrent en premier lieu une meilleure connaissance de sa structure actuelle, de ses mécanismes, du marché intérieur - offre et demande, et des obstacles à un meilleur fonctionnement. Cette meilleure connaissance implique que les différents Gouvernements consacrent plus d'efforts à l'étude des divers éléments du commerce intérieur et à l'interdépendance entre la production, la distribution et certaines données économiques dont le prix.

37. Il est erroné de croire que des systèmes efficaces de distribution naissent spontanément pendant le processus de développement. La formulation de politiques et programmes de la part des pouvoirs publics est nécessaire pour faciliter et équilibrer les échanges. Outre l'aspect politique, l'organisation du secteur implique la prise de mesures aux niveaux légal et opérationnel, et la distribution des tâches entre l'Etat, les organismes publics et le secteur privé.

38. Les mesures à prendre en vue de cette organisation, et en particulier en faveur d'une meilleure intégration du secteur rural dans le développement économique national concernent principalement :

- la structure du commerce intérieur et ses mécanismes
- l'infrastructure de facilitation du commerce intérieur
- les politiques de prix et les termes de l'échange internes
- le financement du commerce intérieur.

5.2. Structures et mécanismes du commerce intérieur

39. Il appartient aux pouvoirs publics d'établir une liste d'objectifs que la réorganisation de la structure du commerce intérieur devrait permettre d'atteindre, de déterminer les responsabilités de chaque catégorie d'opérateurs intervenant dans le secteur et d'établir un système d'évaluation constante de la performance du secteur en fonction des objectifs établis et de l'évolution des conditions économiques et sociales.

40. Parmi les objectifs principaux vers lesquels devrait tendre l'organisation du secteur, on distingue :

- l'approvisionnement stable, sûr et au moindre coût du consommateur et de l'utilisateur en biens de consommation, biens intermédiaires et de production, sur tout le territoire;
- la protection du consommateur, particulièrement du consommateur éloigné des centres de production, isolé, et qui n'a pas le choix entre plusieurs sources d'approvisionnement;
- la réduction ou la suppression des obstacles à l'écoulement de la production nationale;
- le fonctionnement le plus régulier et le plus sûr possible des agents, publics ou privés, de commercialisation.

41. Pour remédier aux lacunes identifiées dans la section précédente, il est important que les pouvoirs publics prennent les mesures suivantes :

a) structure des produits

Il est nécessaire d'élaborer une définition de politiques de production, d'importation et d'exportation qui permettent de mieux ajuster l'offre à la demande du marché intérieur. En matière de politique de production, nombreux pays considèrent comme prioritaire le développement de leur agro-industrie, spécialement dans les zones rurales. L'agro-industrie est importante dans la mesure où la valeur ajoutée est source de revenus supplémentaires, et où elle permet de diversifier et enrichir le régime alimentaire. L'expansion de l'agro-industrie en zone rurale demande qu'une attention particulière soit accordée au rassemblement, stockage, transport et livraison des matières premières et des intrants, à l'amélioration de l'infrastructure, à l'analyse de la demande, à l'octroi de crédit pour constitution de stocks et à la diffusion d'informations aux petits producteurs sur les marchés existants et leurs exigences.

b) structure du marché intérieur

Une analyse approfondie de la demande s'impose. La demande concerne autant les biens de consommation que les biens intermédiaires et de production. La demande de ces derniers est fonction notamment des mesures mises en oeuvre en vue de la réalisation d'objectifs sectoriels. Il est important lors de l'examen de chaque secteur, de tenir compte de ce qu'une partie parfois importante de la population rurale ne dispose pas de terres et que la mise à leur disposition, entre autres, de matières premières et d'outils favorise le développement des petits ateliers de transformation et la création de valeur ajoutée dans les zones rurales.

c) structure des opérateurs commerciaux

Les opérateurs commerciaux constituent une chaîne de distributeurs partant de l'agence de commercialisation au détaillant. Leur structure est complexe. Les importateurs, quand ce n'est pas l'état qui importe, sont de gros distributeurs qui agissent eux-mêmes en grossistes ou qui distribuent leurs produits à des grossistes. Entre ces derniers et les détaillants intervient tout un groupe d'intermédiaires suivant l'organisation du système de distribution. Les catégories d'opérateurs commerciaux ont tendance à se multiplier. Le producteur ou le grossiste s'adresse souvent à plusieurs types de distributeurs pour un même produit suivant les segments de marchés qu'il désire atteindre ^{9/}, mais l'utilisateur ou le consommateur peuvent ne pas savoir où se procurer un article déterminé. Alors interviennent des intermédiaires supplémentaires, détenteurs de l'information, qui font hausser le prix du produit.

42. Face à ce manque d'organisation, il est important de déterminer une structure plus nette des opérateurs commerciaux, une définition plus claire de leur rôle respectif, ce qui permettra la rationalisation des réseaux de distribution. Néanmoins, il est essentiel, lors de cette formulation, de prendre en compte les besoins de la population et de ne pas perdre de vue que la multitude de petits détaillants et micro-détaillants répond souvent à une demande atomisée que des entreprises de commercialisation de plus grande taille ne peuvent satisfaire à un coût compétitif.

Les principales mesures à prendre dans ce domaine sont dès lors :

- la définition claire des fonctions de chaque catégorie d'opérateur dans le système commercial national (entreprise étatique de distribution, coopérative de commercialisation, grossiste, semi-grossiste, autres intermédiaires et détaillants).

- l'établissement de conditions d'accès à la profession, surtout au niveau de commerce de gros, ce qui permettra une meilleure sélection des entreprises, une plus grande fiabilité du secteur et, par conséquent, une réduction des risques d'interruption de la distribution.
- l'établissement de conditions de concurrence qui empêchent la détention de monopoles. Ceci s'applique surtout aux zones rurales, peu desservies, où la demande est supérieure à l'offre et l'information, très réduite, ce qui joue en faveur des opérateurs commerciaux au détriment des consommateurs.

d) les réseaux de distribution

Nous l'avons vu, la structure-même du secteur productif, qui est composé en majorité de petites unités productives, la dispersion de la demande dans les zones rurales et l'insuffisance d'infrastructure ont contribué à l'allongement des réseaux de distribution. En ce qui concerne la distribution de produits alimentaires périssables, la longueur des canaux de distribution et le nombre d'intermédiaires sont d'autant plus importants que manquent les équipements de conservation et de transformation des produits, puisque l'écoulement des marchandises périssables doit être le plus rapide possible 10/.

43. Dès lors, les principales recommandations en vue de l'amélioration des réseaux de distribution sont :

- la prise de dispositions favorisant le regroupement de l'offre ou de la demande, par la constitution d'associations ou de coopératives de producteurs ou de consommateurs et utilisateurs;
- l'étude préalable de localisation optimale des entrepôts, qu'il s'agisse d'investissements publics ou privés, en fonction de plusieurs facteurs dont la proximité des sources d'approvisionnement et/ou des points de vente à desservir, l'accessibilité de l'endroit, et la présence d'une main-d'oeuvre qualifiée pour la gestion de l'entrepôt;
- l'étude préalable de localisation optimale d'installations de conservation et/ou transformation des produits périssables, qui appartiennent principalement au domaine alimentaire, soit pour la consommation directe, soit pour transformation;
- l'intervention de sociétés publiques de commercialisation en gros pour certains produits de première nécessité là où le secteur privé refuse d'opérer;
- la prise en considération de l'intérêt du consommateur et de sa protection, surtout dans les régions défavorisées où le consommateur a un faible pouvoir d'achat et est mal informé.

5.3. L'infrastructure de facilitation du commerce

44. C'est au niveau de l'infrastructure du commerce intérieur qu'existe le plus grand déséquilibre entre les zones urbaines et rurales. En raison de la croissance constante de la population urbaine qui dépend quasi-totalement des réseaux de distribution pour son approvisionnement, les investissements en réseau routier, installations de stockage et installations frigorifiques notamment ont été beaucoup plus intensifs dans les zones urbaines, y rendant la distribution plus sûre et plus aisée. Dans les zones rurales, le ramassage des produits agricoles destinés à l'exportation ou aux zones urbaines a été largement organisé. Mais la population des zones rurales, agriculteurs ou non, a reçu peu d'attention en tant que consommateur. Les déficiences des réseaux de distribution vers les zones rurales et les difficultés d'y acquérir certains articles sont telles que ceux-ci y acquièrent une valeur excessive par rapport à leur valeur sur un marché urbain organisé bien approvisionné, ce qui déséquilibre les termes de l'échange internes.

45. Le développement de l'infrastructure routière est la responsabilité des pouvoirs publics. Pour faciliter le commerce intérieur, il doit viser notamment à :

- désenclaver les régions isolées, dont certaines régions frontalières, et faciliter la distribution vers les consommateurs éloignés;
- réduire les coûts de transport;
- et soutenir le développement des secteurs prioritaires.

Dans cette perspective, il est nécessaire de :

- coordonner la planification de l'expansion du réseau de voies d'accès avec les objectifs d'augmentation de la production sectoriels et régionaux;
- promouvoir tout en réglementant le développement des transports;
- coordonner la politique de développement du transport intérieur avec celle d'investissement en installations de stockage et de conservation, tant pour le ramassage des produits locaux que pour la distribution vers les zones rurales;
- et prendre en considération les possibilités d'échanges de zone rurale à zone rurale sans passer nécessairement par les grands centres urbains, de façon à assurer aux petites entreprises rurales un marché local ou régional plus vaste, tout en réduisant les coûts de transport dans le prix d'achat des produits acquis par la population rurale.

46. Les pouvoirs publics, et particulièrement les autorités locales, ont aussi pour tâche d'aménager les marchés ruraux ou locaux. Ils veilleront à mieux les équiper du point de vue :

- déchargement des marchandises
- évacuation des produits périssables invendus
- salubrité des abris pour les vendeurs et leurs produits
- et matériel d'emballage.

5.4. Politiques de prix et termes de l'échange internes

47. L'intégration des zones rurales au développement économique national exige que des dispositions soient prises pour équilibrer autant que possible les termes de l'échange internes.

48. L'analyse des termes de l'échange exige le calcul d'index des prix agricoles au producteur et des prix des produits manufacturés, ce qui suppose l'existence de statistiques précises.

49. Au niveau de la fixation des prix des produits agricoles, on tiendra compte de ce que :

- a) l'important pour le producteur est le prix réel qu'il recevra, c'est-à-dire le prix qui tient compte du coût des intrants et de l'impact de l'inflation sur le prix des biens de consommation (termes de l'échange);
- b) les prix offerts aux producteurs agricoles doivent être relativement stables et rémunérateurs au cours de la période de production et offrir des perspectives de stabilité à plus long terme pour stimuler l'investissement;
- c) la réponse des producteurs à une variation des prix ou élasticité de l'offre varie en fonction des mesures prises en parallèle en matière de prix des intrants et commercialisation. L'élasticité des différentes cultures peut être telle qu'une hausse des prix au producteur pour une céréale déterminée ne produira pas nécessairement une augmentation de la production agricole globale, mais seulement un transfert de ressources d'un produit à un autre. Ce qui importe pour une augmentation de la production agricole générale est l'élasticité globale de l'offre.
- d) le système de fixation des prix n'aura de crédibilité auprès des producteurs, et ne sera efficace, que dans la mesure où il sera accompagné de dispositions réalistes pour son administration.
- e) le coût du stockage des récoltes, comme celui du transport vers les centres de distribution, ne devra pas être répercuté sur les producteurs, à défaut de voir se réduire leurs revenus.

- f) il est important que les organismes d'associations de petits producteurs, directement concernés mais souvent peu organisés et moins bien représentés, fassent partie de comités de consultation établis en vue de la détermination des prix agricoles.

50. En matière de réglementation des marges bénéficiaires des opérateurs commerciaux (entreprises publiques, mixtes ou privées), toute réglementation est extrêmement délicate. Elle devra prendre en compte à la fois l'intérêt du consommateur, objectif final des politiques de distribution, et le souci d'accorder une juste rémunération de l'activité commerciale. Des marges insuffisantes peuvent entraîner la nécessité de subsidier des agences publiques de commercialisation pour leur permettre de continuer à opérer, ou bien forcer des sociétés commerciales privées à déposer leur bilan, provoquant une rupture du réseau de distribution au détriment du consommateur, d'autant plus si ce consommateur est éloigné des centres commerciaux.

5.5. Financement du commerce intérieur

51. Au fur et à mesure que les échanges se développent et que la distribution couvre des marchés plus vastes, les besoins de financement pour investissements et fonds de roulement deviennent plus importants. Or, il n'existe pas dans les pays africains de banques spécialisées dans le financement des activités commerciales, à part certaines institutions de financement de la commercialisation des produits agricoles.

52. Les banques commerciales n'accordent généralement des prêts qu'aux sociétés du secteur commercial moderne et organisé, éventuellement importatrices, souvent étrangères, et concentrées dans la capitale ou la zone périphérique. Comme mentionné précédemment, le secteur commercial informel n'a généralement pas accès au crédit officiel. Il existe donc de nombreuses entraves au financement du développement des activités commerciales.

La réduction de ces obstacles requiert notamment :

- le renforcement des branches "crédits commerciaux" des institutions financières
- l'adaptation des conditions de remboursement des crédits aux particularités du secteur (vitesse de rotation des ventes, cycles saisonniers, etc.) et le type d'opérateur commercial
- l'étude - préalable - des besoins de crédits commerciaux en fonction des objectifs choisis pour le secteur et de la stratégie adoptée.

53. La mobilisation de l'épargne intérieure par les banques commerciales, particulièrement dans les zones rurales, leur permettra d'augmenter les possibilités d'octroi de crédits.

54. Un accès plus large au financement des activités commerciales favorisera la concurrence entre les opérateurs, à l'avantage des consommateurs.

5.6. Mesures de commerce intérieur en vue d'équilibrer les secteurs urbains et ruraux

55. En bref, les principales mesures que l'on peut recommander en matière d'organisation du commerce intérieur visant à augmenter sa contribution au développement national en général, et à l'intégration du secteur rural en particulier, et par là, à progresser vers le rétablissement d'un meilleur équilibre entre les secteurs ruraux et urbains, incluent :

a) au niveau du choix d'une politique :

- i) la prise en compte de l'environnement dynamique du secteur du commerce intérieur, et notamment des objectifs de développement sectoriels;
- ii) l'élaboration d'une politique de production (et d'importation et d'exportation) qui permette de mieux ajuster l'offre à la demande intérieure;
- iii) l'analyse approfondie de la demande sur tout le territoire tant de biens intermédiaires et de production que de consommation.

b) au niveau de l'organisation de la distribution :

- i) la définition du rôle de chaque type d'opérateurs commerciaux, et des conditions d'accès à la profession; l'établissement de conditions de concurrence qui empêchent la détention de monopoles;
- ii) la prise de mesures favorisant le regroupement de l'offre et de la demande dans les zones rurales;
- iii) l'étude préalable de localisation optimale des entrepôts et des installations de conservation et/ou transformation des produits périssables dans les zones rurales;
- iv) la prise en considération de l'intérêt du consommateur et de son besoin de protection, surtout dans les zones défavorisées où il est mal informé et dispose d'un faible pouvoir d'achat;
- v) l'établissement de conditions de travail pour les opérateurs commerciaux qui leur permettent d'opérer efficacement, sans risque de provoquer la rupture des réseaux de distribution;
- vi) l'établissement de conditions favorisant le développement du commerce de gros, privé ou public, dans les zones reculées.

c) au niveau du développement de l'infrastructure :

- i) la coordination des plans d'expansion du réseau routier avec les objectifs de développement sectoriel et les plans d'installations d'entrepôt et de conservation/transformation;
- ii) le développement du réseau routier entre zones rurales sans passer nécessairement par la capitale ou d'autres grands centres urbains;
- iii) la promotion et réglementation des transports en accord avec (i).

d) au niveau de la politique des prix :

- i) le calcul d'index des prix agricoles et non-agricoles qui permettent de suivre l'évolution des termes de l'échange internes.

e) au niveau des facilités de financement du commerce intérieur :

- i) le renforcement de la mobilisation de l'épargne intérieure auprès des institutions officielles de crédit particulièrement dans les zones rurales; renforcement consécutif des branches "crédits commerciaux" de ces institutions financières;
- ii) l'adaptation des conditions d'octroi de crédit et de remboursement aux particularités du secteur et des opérations commerciales concernées;
- iii) l'étude des besoins futurs de crédits commerciaux en fonction des objectifs sectoriels.

VI. CONCLUSIONS

56. Les pays africains n'ont en général accordé qu'une attention modérée aux problèmes de commerce intérieur sur leur territoire. Leurs efforts se sont généralement concentrés sur les besoins d'approvisionner les zones urbaines et sur le flux de produits agricoles depuis les campagnes vers les villes.

57. Le rôle catalytique du commerce intérieur dans l'accroissement de la production a souvent été perdu de vue. Or, des systèmes d'échanges dynamiques et organisés constituent un élément essentiel pour l'accroissement de la production. Ils donnent aux producteurs l'accès d'abord aux matières premières et autres intrants nécessaires pour la production, ensuite, aux marchés, et ils permettent la satisfaction des besoins des consommateurs.

58. A l'heure actuelle, la structure du commerce intérieur dans les pays africains est le reflet du dualisme qui prévaut dans leurs économies. A chaque niveau de cette structure existe une disparité flagrante entre la situation en zone urbaine et celle en zone rurale.

59. L'intégration des zones rurales dans le développement économique national exige un meilleur équilibre des structures d'échanges. Les réseaux de distribution doivent être organisés de façon à être capables de pourvoir aux besoins des habitants des zones rurales en tant que consommateurs comme en tant que producteurs. Le développement des systèmes d'échanges vers les zones rurales doit aussi tenir compte des besoins de la population rurale sans terre, évaluée récemment à plus de vingt pour cent des ménages ruraux dans de nombreux pays ^{11/} et que des mesures de facilitation des échanges encourageraient à entreprendre des activités productrices non-agricoles.

60. Il est dès lors important que les pays de la région adoptent les mesures recommandées dans la présente étude, notamment :

- i) une analyse détaillée de la demande en vue d'orienter la production interne pour satisfaire la demande
- ii) ajustement de la politique de revenus des agriculteurs afin d'accroître leur pouvoir d'achat
- iii) élaboration de politiques de prix stables et rémunérateurs aux producteurs
- iv) accroissement de la disponibilité de crédit et au développement du secteur rural
- v) organisation des réseaux de distribution (équilibrer l'offre et la demande, encourager le commerce de gros à l'intérieur du pays, localisation optimale des entrepôts et installations de transformation)
- vi) expansion du réseau des voies d'accès suivant les objectifs sectoriels et régionaux de production en relation avec les plans de localisation d'infrastructure de stockage, d'entrepôts et d'installations de transformation.
- vii) création d'une structure bien définie d'opérateurs commerciaux avec une définition nette et claire du rôle de chacun des types d'opérateurs (importateurs, grossistes, semi-grossistes, détaillants, etc.).
- viii) définition du rôle des corps para-étatiques et institution de coopératives et assurer leur fonctionnement adéquat.
- ix) développement d'un système de transport intérieur régulier pour assurer l'évacuation de la production ainsi que l'approvisionnement des régions éloignées.

- x) création de pôles de croissance économique dans les régions rurales en encourageant les petites industries et la production artisanale.

61. C'est en raison de son pouvoir catalytique dans le processus d'expansion de la production que les pouvoirs publics se doivent d'accorder au commerce intérieur la priorité qu'il mérite dans les programmes de développement. Le renforcement des structures commerciales nationales est également à la base du succès de tout effort d'expansion du commerce intra-africain.

NOTES ET REFERENCES

1. Au sujet des pratiques de comptabilisation du secteur dans la comptabilité nationale, voir : "National Accounting Practices in 70 countries - Studies in Methods" - Series F n° 26 - UN 1979.
2. Voir : "Structures et fonctions de la distribution" - J.BAPTIST Comité Belge de la distribution - 1982.
3. Etude des conditions économiques et sociales en Afrique, CEA, 1983-84, F/CEA/CM.II/16.
4. National Accounts Computer Print- Outs, 1984, CEA.
5. Rural Development: Sector Policy Paper, World Bank, Washington D.C. - 1984.
6. Etude des conditions économiques et sociales en Afrique - 1978-79, Partie 2, CEA, E/CN.14/743.
7. Dans le cas de la Tanzanie, on a montré que les disparités se manifestent essentiellement au niveau des produits alimentaires. Voir "Basic Needs in Danger Tanzania"-ILO / JASPA, 1982.
8. "Marketing in Ghana", ECA, E/ECA/ATRCW/81/07 - p. 38.
9. Voir : "Organisation de la commercialisation et stratégie à appliquer en la matière dans les pays en voie de développement" - Rapport d'une réunion d'experts - Vienne, 1974, ONUDI - F.75.II B.5 - ID/153.
10. A propos de la commercialisation des produits agro-industriels, voir : "Agro-industrial Project Analysis", J.E. AUSTIN, EDI Series in Economic Development - 1981.
11. Rural Development Newsletter n°7, July-Dec.1986, ACC Task Force on Rural Development, Rome.

Voir aussi :

- La commercialisation : un élément dynamique dans le développement rural- Rapport de la Fondation Allemande pour le développement international, 1979.
- Improving Food Marketing Systems in Developing Countries : Experiences from Latin America - Research Report n° 6, Latin American Studies Center, Michigan State University - Marketing in Developing Communities Series.

- Improving Internal Marketing Systems as Part of National Development Systems - H.M.RILEY - Occasional Paper n° 3- Latin American Studies Center, Michigan State University.
- Review on Food and Agricultural Policies in Selected African countries : A Basis for Improving Government Policy Planning Capacities - 1985 - ECA E/ECA/CM.12/15.
- La production, la transformation et la commercialisation des aliments en Afrique. Conférence des experts gouvernementaux africains sur la coopération technique entre pays africains, Nairobi, 1980 - PNUD - TCDC/AF/6.