



HAL
open science

Stratégies et comportements des acteurs économiques de la filière oignon

Timothée Essang, Noé Woin, Engelbert Anoune Badeboga

► **To cite this version:**

Timothée Essang, Noé Woin, Engelbert Anoune Badeboga. Stratégies et comportements des acteurs économiques de la filière oignon. 2003, 10 p. hal-00128920

HAL Id: hal-00128920

<https://hal.science/hal-00128920>

Submitted on 4 Feb 2007

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Stratégies et comportements des acteurs économiques de la filière oignon

Timothée ESSANG*, Noé WOIN**, Engelbert Anoune BADEBOGA*

*IRAD/PRASAC, BP 415 Garoua, Cameroun

**IRAD/PRASAC BP 33 Maroua, Cameroun

Résumé — Une étude sur les acteurs économiques (commerçants et consommateurs) de la filière oignon a été réalisée afin de comprendre les comportements et stratégies de ces acteurs et de proposer des solutions aux problèmes auxquels ils sont confrontés. L'approche filière a été utilisée. La méthodologie est celle des enquêtes exploratoires suivies d'enquêtes approfondies. Deux circuits de commercialisation coexistent, l'un traditionnel et l'autre moderne. Les flux sont fonction de la saisonnalité des oignons. Les marchés nationaux et sous-régionaux sont approvisionnés par la production du Nord-Cameroun et en période de pénurie par les importations en provenance de la Hollande, du Nigeria et du Tchad. Les oignons sont utilisés pour les préparations culinaires et médicales. La dépense par individu et par mois s'élève à 174 F CFA pour 1 kg d'oignons consommés. Les approvisionnements des commerçants se font sur les villages de production. Les relations de confiance avec les fournisseurs garantissent un approvisionnement régulier. Le choix d'un marché d'écoulement est justifié par la disponibilité des fonds et les opportunités d'un écoulement rapide. L'activité est rentable. La commercialisation des oignons souffre de la pourriture et des fluctuations des prix. Le développement des techniques de stockage peut améliorer la performance de la filière.

Abstract — **Strategies and behaviors of the economic actors of the onion's chain.** A study on the economic actors (traders and consumers) of the onion chain has been conducted with the objective to understand their behavior and strategies in order to propose solutions to the problems they are confronted with. The chain approach was used. The methodology was exploratory survey followed by detailed one. Two marketing circuits coexist : one traditional and the other modern. Flows are functions of the harvest period. National and subregional markets are supplied by the northern production during harvesting period and by importations from Holland, Nigeria and Chad. The consumption of onions is for medical and culinary optic. The individual expenditure is 174 FCFA per month for one kilogramme consumed. The households substitute onions by ails. Supplies of merchant are made on production's village. The confidence relations with suppliers insure regular supply. The choice of market is justified by the availability of the funds and the rapid flow. The activity is profitable. The marketing of onions suffers of rotting and fluctuations of the price. The development and improvement of storage technique could improve the performance of the commodity chain.

Introduction

La crise économique qui s'est manifestée dans les années 90 a eu pour conséquence la dégradation des finances publiques et le désengagement de l'Etat de certaines de ses fonctions primaires. En milieu rural, la libéralisation se traduit par une absence du soutien de l'Etat des activités de production (absence d'encadrement des planteurs, hausse des prix des intrants, pratique des bas prix d'achat aux planteurs et absence de crédits de campagne). La pauvreté s'installe du fait de la faible rémunération des activités

agricoles. Au Nord-Cameroun, la crise économique a révélé la fragilité de la filière coton, fortement dépendante des marchés mondiaux. La chute des cours mondiaux des années 90 a entraîné la baisse du prix d'achat aux producteurs (Roupsard, 2000). Dans une optique de diversification des sources de revenus monétaires, le maraîchage introduit dans la zone par les missionnaires (Temple, 1998), se présente comme une voie intéressante. Partie intégrante des systèmes de culture du Nord et pratiqué essentiellement en saison sèche, partout où les réserves en eau sont disponibles, le maraîchage procure des revenus monétaires non négligeables. Des différentes cultures maraîchères, l'oignon se présente comme la première spéculation légumière et la seconde spéculation commerciale après le coton (Temple, 1998). Le niveau de production nationale est estimé à environ 60 000 tonnes/an. Les provinces du Nord et de L'Extrême-Nord contribuent pour 85 % de la production nationale. Cette culture couvre une superficie de plus de 3 400 ha avec 13 600 producteurs. Elle procure aux producteurs annuellement plus de 6 milliards de F CFA. Mais la filière oignon est confrontée à des problèmes de commercialisation liés au caractère saisonnier et périssable de l'oignon et qui ont pour corollaire une fluctuation importante des prix sur les marchés pendant toute l'année. Ces variations de prix ont un impact important sur la stabilité des marchés. Les acteurs de la filière sont amenés à développer des stratégies commerciales de report des risques sur d'autres maillons de la filière.

Objectif

L'objectif principal est d'étudier les comportements et les stratégies des acteurs en aval de la production au sein de la filière oignon pour proposer des solutions aux problèmes auxquels ils sont confrontés. L'étude se propose d'identifier les circuits d'approvisionnement des oignons et les acteurs commerciaux, de décrire le fonctionnement du marché, d'estimer les marges commerciales et la rentabilité de chaque groupe d'acteurs et d'évaluer le niveau de consommation du produit.

Méthodologie

L'approche filière a été utilisée. La filière étant définie comme « un ensemble d'agents économiques qui contribuent directement à la production puis à la transformation et à l'acheminement jusqu'au marché de réalisation du même produit » (Moustier et Leplaideur, 1999). Elle serait donc un système d'agents économiques qui concourent à produire, à transformer, distribuer et consommer un produit. Elle prend donc en compte les enjeux techniques (faisabilité technique et niveau de technicité), comptables (niveau de revenu, valeur ajoutée), spatiaux (flux) et organisationnels (politiques). Morvan (1985) propose de l'étudier en tenant compte de trois éléments constitutifs : l'espace des technologies, l'espace des relations, l'espace des stratégies. L'analyse de la filière oignon sera appréhendée en termes de systèmes d'économie industrielle et d'organisation. Les principaux éléments abordés dans cette approche sont résumés dans le tableau I

Tableau I. Eléments de la structure-comportement-performance.

Eléments de structure du marché	Analyse des comportements à propos :	Eléments de performance du marché
Types d'acteurs	Transport	Structure de prix
Type de marché	Stockage	Corrélation entre les prix sur les marchés
Instruments et infrastructures physique	Information	Analyse de séries de prix
Réglementation et organisation	achat	Marges commerciales
	vente	
	financement	

La collecte des données s'est appuyée sur la revue de la littérature, les entretiens avec des personnes ressources. Elle a constitué la phase des enquêtes exploratoires. Les enquêtes approfondies sur la base d'un questionnaire ont concerné les commerçants (46) dans les marchés de Garoua et Maroua (26 %) et 147 ménages (10 %) de la ville de Garoua. Le choix des marchés obéissait au critère de taille, de régularité et de localisation.

Résultats

Pour mieux comprendre les comportements et les stratégies des acteurs, un bref aperçu des zones de production est nécessaire. La localisation de ces zones permet également d'identifier les différents circuits de commercialisation.

Les zones de production

Elles sont localisées le long des cours d'eau, dans les lits majeurs où la nappe phréatique est facilement accessible (Iyébi-Mandjek, 2000).

Les nappes les plus sollicitées sont: dans l'Extrême-Nord les lits du Mayo Tsanaga et ses affluents (Mayo Kiliao et Mayo Ziling) entre Mokong et Bogo, le Mayo Boula à Dargala, le Mayo Binder de Doumrou à la frontière du Tchad, le Mayo Motorsola exploité du nord de Maroua jusqu'à la limite du canton de Dogba, le Mayo Ngassawé et dans une moindre mesure le Mayo Moskota dans la plaine de Koza-Mora.

Dans la province du Nord, les zones de production sont principalement la région de Pitoa (rive droite de la Bénoué et Mayo Pitoa) et le périmètre de Lagdo (d'Arondel de Hayes, 1993) (figure 1).

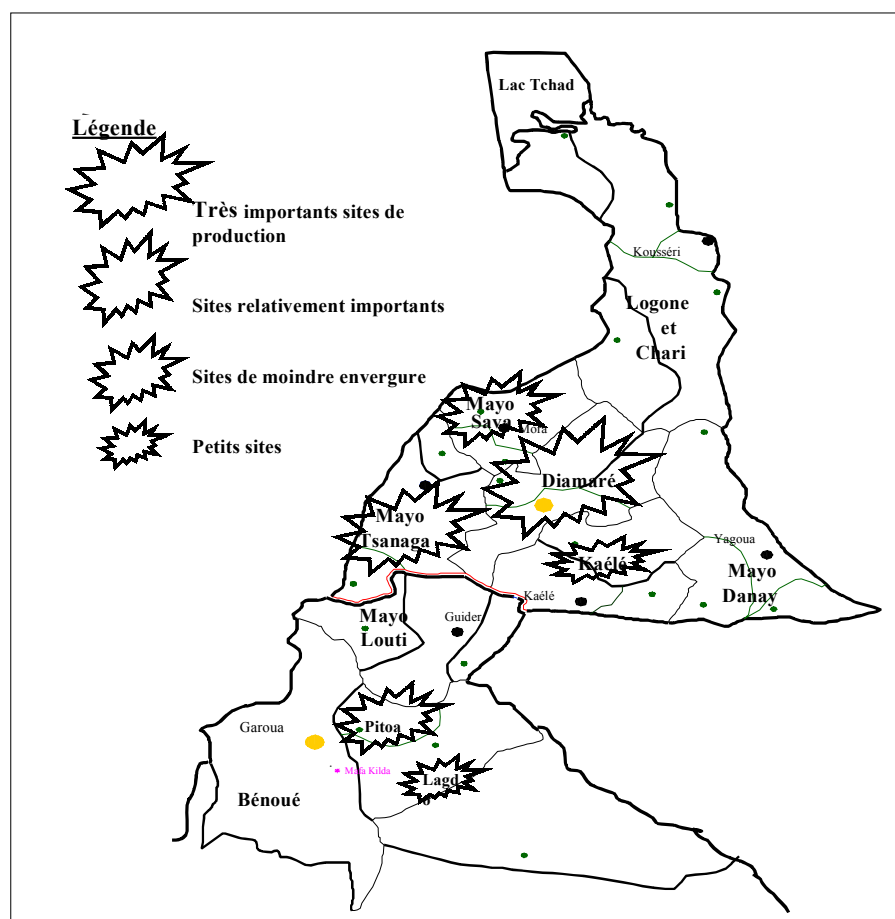


Figure 1. Principaux sites de production.

Les circuits de commercialisation

On peut distinguer deux circuits : un circuit traditionnel qui regroupe les entreprises de type familial et un circuit semi-moderne caractérisé par des entreprises de type capitaliste sous forme d'organisation coopérative et entretenant des relations contractuelles (figure 2).

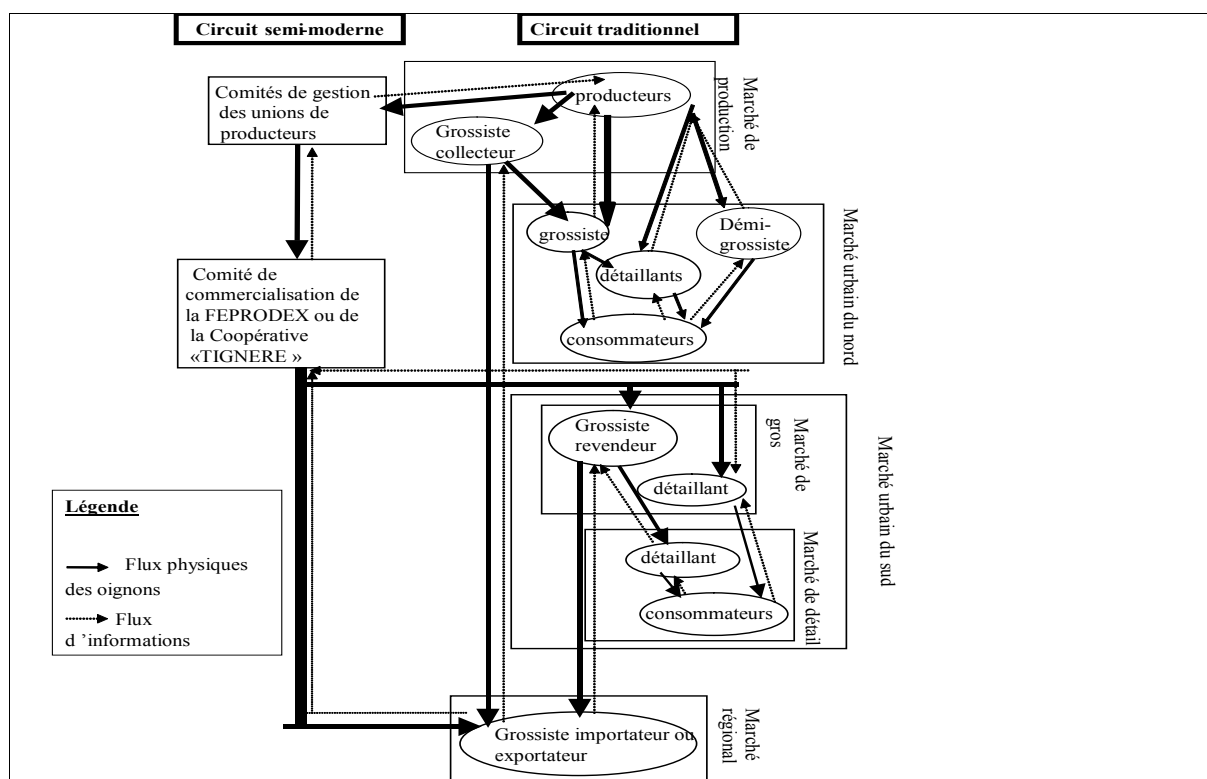


Figure 2. Circuits de commercialisation de l'oignon.

Le circuit traditionnel, selon les marchés de destination, se subdivise en deux sous-circuits :

- les circuits intérieurs qui approvisionnent les zones urbaines de la zone (court) et les centres urbains du sud du pays (Bertoua, Yaoundé, Bafoussam, Douala) (long) ;
- le circuit régional approvisionnant les pays voisins (RCA, Gabon, Guinée Equatoriale, Congo).

Le circuit semi-moderne, récent, est l'œuvre des coopératives (« Tignere », et « Feprodex ») qui sont deux organismes d'encadrement des producteurs d'oignons. Ce circuit met en relation les producteurs, les comités de gestion des unions de producteurs, le comité de commercialisation de la coopérative, les grossistes revendeurs des marchés de gros du circuit traditionnel.

Ces circuits déterminent les différents flux de commercialisation (figure 3).

Pour expliquer les flux d'oignons au Cameroun, il faut distinguer deux périodes : la période d'abondance et celle de pénurie. Les centres urbains du sud en période d'abondance sont approvisionnés par la production du Nord Cameroun et principalement la province de l'Extrême-Nord. Cette zone exporte pendant cette période vers des pays voisins. La Division des études et des projets agricoles (DEPA) du Ministère de l'agriculture (Minagri) relève pour le compte du premier semestre de l'année 1999/2000 des exportations de l'ordre de 567 tonnes. En période de pénurie, on note des importations pour pallier le déficit qui ont été de l'ordre de 785 tonnes (1999/2000) en provenance par ordre décroissant de la Hollande, du Nigeria et Tchad (Minagri, 2000).

L'éloignement des zones de production des zones de consommation et la saisonnalité du produit vont déterminer les différentes stratégies des acteurs économiques.

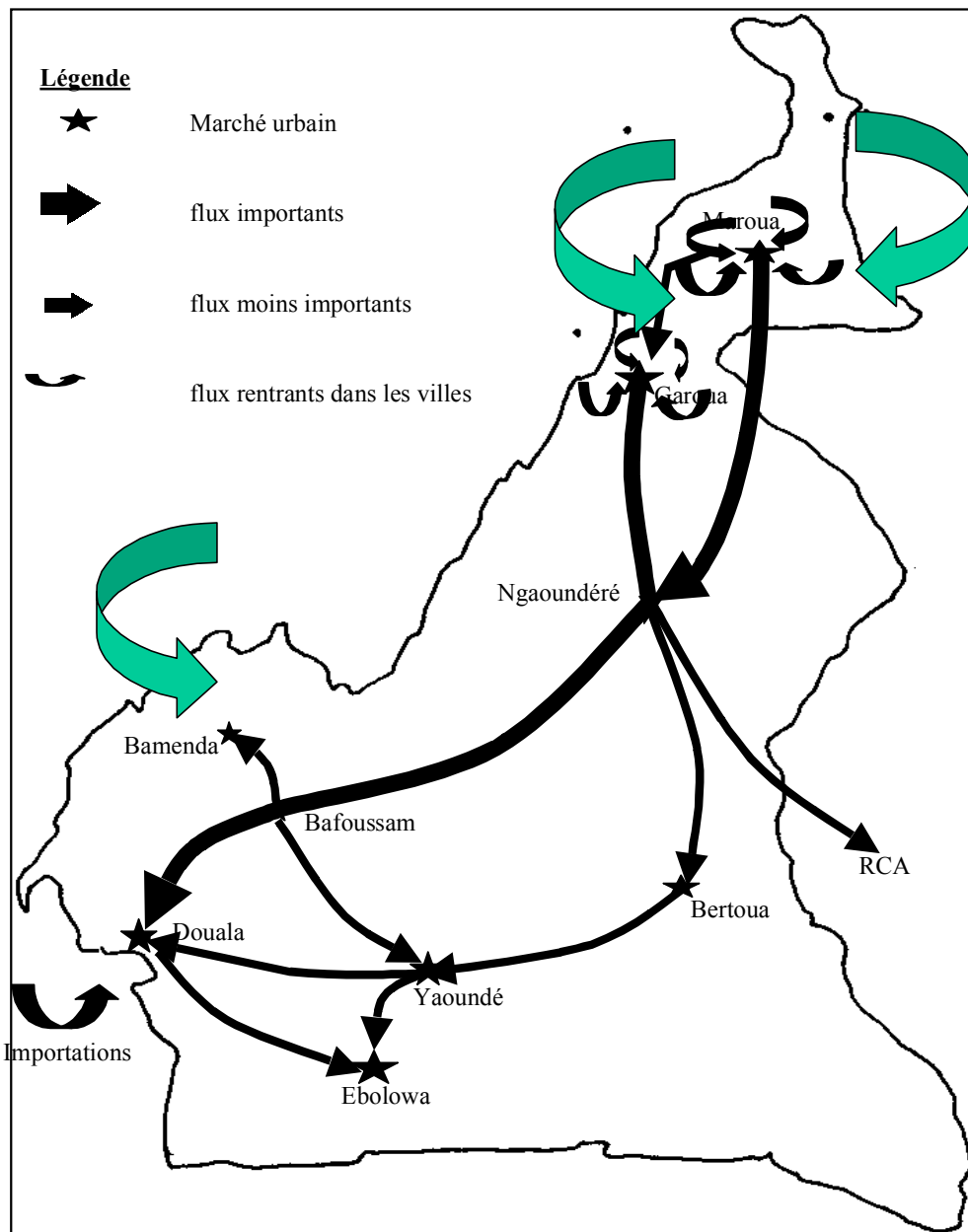


Figure 3. Flux de commercialisation de l'oignon.

Les stratégies des acteurs économiques

Les consommateurs

Les stratégies des consommateurs se reflètent au niveau des approvisionnements et des produits de substitution. L'objectif des ménages étant l'acquisition du produit, les achats sont fonction des besoins et des contraintes budgétaires et de la saisonnalité du produit qui a pour corollaire une grande fluctuation des prix.

Les modes d'approvisionnement dépendent du niveau de vie des ménages. Les ménages disposant de moyens consistants s'approvisionnent par panier ou par sac. Les ménages à niveau de vie inférieur s'approvisionnent en tas. Ces différences dans les unités d'approvisionnement sont fonction des dépenses des ménages pour l'achat des oignons qui se situent à 174 FCFA /mois/personne, ce qui équivaut à une

consommation d'environ 1kg/mois/personne. En fonction du niveau de vie, ces dépenses sont de 835 F CFA pour des ménages à niveau de vie inférieur, 912 F CFA à niveau de vie moyen et 1 416 F CFA à niveau de vie supérieur. La consommation des oignons s'accroît avec le niveau de vie.

Le produit de substitution par excellence est l'ail donc les dépenses par ménage sont de l'ordre de 70 F CFA/ménage/mois.

Les commerçants

Deux types d'acteurs seront analysés: ceux du secteur traditionnel (commerçants privés) et ceux du secteur moderne (Frepodex).

Le secteur traditionnel est une activité permanente exclusivement masculine où l'auto-apprentissage prédomine. Dans le secteur moderne, nouvel acteur dans le commerce de l'oignon, les relations avec les autres acteurs se font sous contrat alors que dans le secteur traditionnel les bases linguistique et religieuse prédominent. Ces deux secteurs entretiennent des relations ambiguës où la confiance et la méfiance sont présentes mais différentes selon les individus, mais qui adoptent les mêmes comportements et stratégies face au marché.

Ainsi l'acquisition de l'information des prix sur les marchés du sud est conditionnée par l'existence d'un partenaire susceptible de les communiquer. La téléphonie mobile en est un atout. Le stockage est réalisé par les grossistes-producteurs avec pour optique l'augmentation des marges bénéficiaires. Les financements pour l'entrée dans l'activité se font à partir des ressources propres dans le secteur traditionnel. Les commerçants s'approvisionnent surtout dans les villages de production (grossistes) et les marchés des centres urbains (détaillants). Les oignons sont achetés et revendus par les commerçants eux-mêmes. Certains pour garantir leur approvisionnement ont un fournisseur attiré. Le stockage est réalisé par la fédération et les grossistes. Les commerçants grossistes vendant vers le sud du pays se font aider par un courtier, généralement une parenté, qui se trouve dans ces marchés. Les unités de vente et d'achat sont le sac de 100 kg et quelquefois de 50 kg à Maroua pour les grossistes et les tas et paniers de différents prix pour les détaillants. Le choix du marché d'écoulement obéit aux critères d'écoulement rapide et de disponibilité des fonds. Certains commerçants (grossistes) se sont spécialisés sur certains marchés notamment les marchés du sud. Ce qui leur permet pour le voyage-retour de s'approvisionner en produits manufacturés et alimentaires (farine, riz...).

Le moyen de transport utilisé pour les acheminements vers le sud est le camion. Sur les marchés de la zone, en plus du camion qui concerne les grossistes, on distingue les pick-up, le pousse-pousse et la bicyclette. Les stratégies ainsi mises en place par les commerçants sont pour contourner les contraintes et problèmes auxquels ils sont confrontés dont les coûts prohibitifs du transport, l'absence de structure de stockage, la périssabilité du produit, les tracasseries des autorités municipales et policières, les taxes et la saturation du marché avec l'entrée des nouveaux acteurs (concurrents) que sont les fonctionnaires. Toutes ces contraintes font que les commerçants trouvent que l'activité devient de moins en moins rentable. La rentabilité étant fonction du secteur et de la catégorie du commerçant.

Pour le secteur moderne représenté par la coopérative, les ventes se font vers les marchés du sud. Le compte d'exploitation pour une expédition faite au mois de septembre se présente comme il apparaît sur le tableau II.

Les grossistes qui s'approvisionnent sur les marchés du nord pour vendre sur les marchés du sud en achetant 220 sacs d'oignons soit environ 20 tonnes ont une marge brute de 624 000 F CFA par transaction soit 2 836 F CFA/sac. Ceux qui vendent sur les marchés de Garoua et de Maroua par transaction de 100 sacs ont une marge brute de 284 000 F CFA soit 2 840 F CFA/sac alors que ceux qui vendent sur le RCA par transaction de 150 sacs ont une marge de 970 000 F CFA soit une marge de 6 467 F CFA/sac. Les marchés à l'exportation sont les plus rentables.

Les comptes des demi-grossistes et des détaillants ont été faits sur le mois en fonction des fréquences d'approvisionnement de chaque opérateur et du nombre de sacs achetés par mois. La durée moyenne de vente est de 6 sacs tous les 4 jours pour les demi-grossistes et d'un sac tous les 4 jours pour les détaillants (tableau IV).

Tableau II. Estimation du compte d'une expédition d'oignons vers Douala via Yaoundé.

N°	Consommations intermédiaires	Prix unitaire	Montant (F CFA)
1	Avance aux producteurs soit 70 % de 223 sacs en fonction du prix moyen de Maroua du mois précédent	6 000	1 338 000
2	Transport par sac	2 000	446 000
3	Frais de l'accompagnateur	613	136 800
4	Ensachage de 223 sacs	200	44 600
5	Agent de suivi des 223 sacs	100	22 300
6	Manutention de 223 sacs	100	22 300
7	Visa et taxe de douane		25 150
8	Manutention pour chargé le camion à Koza	166	37 200
9	Imprévus totaux		26 900
10	Taxes communale de Koza		10 000
11	Palettes de 43 sacs sur le marché de Douala	200	8 600
12	3 appels téléphoniques		7 995
13	Frais de saisi à Douala		1500
		Totale dépense	2 150 145
	Vente des oignons (prix moyen)	17 659	3 938 000
	Solde (2) = vente oignon – totale dépense		1 787 855
Répartition de la valeur ajoutée	Fonds de sécurité de la Féprodex (20 %)	Producteurs (25 %)	89 169
		Féprodex (75 %)	267 508
	Unions des producteurs (5 %)		87 605
	Fédérations des producteurs (10%)		181 467
	Producteurs (65 %)	5 211	1 162 106

Pour le secteur traditionnel, les comptes dépendront de la politique, des stratégies de chaque acteur et des périodes de vente. Les estimations des comptes sont faites à partir des données collectées pendant la période de juillet-août (tableau III).

Tableau III. Estimations des comptes des grossistes.

	Dépense dernière transaction (F CFA)		
	Grossiste 1	Grossiste 2	Grossiste 3
Transport pour collecte	66 000		40 000
Transport vers le lieu de vente	600 000	45 000	200 000
Certificat d'origine et bordereau de route	5 000		35 000
Taxes de marché		40 000	
Droit de transit (RCA)			550 000
Collecte	44 000		30 000
Frais obscurs (police et douane)	25 000	5 000	50 000
Achat sacs	132 000		90 000
Manutention	44 000	20 000	30 000
Achat fil	44 000		30 000
Location placette	66 000	6 000	
Achat des oignons	1 100 000	1 000 000	975 000
Total des charges	2 126 000	1 116 000	2 030 000
Vente des oignons	2 750 000	1 400 000	3 000 000
Revenus	624 000	284 000	970 000

Légende : Grossiste 1 : grossistes vendant les produits vers les villes des Yaoundé et de Douala ; Grossiste 2 : grossistes vendant les oignons au niveau des villes de Garoua et Maroua ; Grossiste 3 : grossiste vendant les oignons sur la RCA.

Tableau IV. Estimation des comptes des demi-grossistes.

	Quantité	Prix unitaire	Mois/demi-grossiste
Charges	Achat des oignons	24	10 000
	Transport		240 000
	Taxes		10 000
	Gardiennage		8 500
Total dépense			2 500
Vente des oignons	24	13 000	312 000
Solde			51 000

Les marges mensuelles des demi-grossistes s'élèvent à 51 000 F CFA par mois, soit 2 125 F CFA/sac, ce qui est faible comparativement à la marge des grossistes fixes qui réalisent une marge de 2 840 F CFA/sac.

Tableau V. Estimation des comptes des détaillants d'oignon.

	Quantité	Prix unitaire	Mois/détaillant
Charges	Achat des oignons	8	11 000
	Transport (lieux de production)		88 000
	Taxes		1 000
	Gardiennage/conservation		2 000
Total dépense			1 500
Vente des oignons	8	14 000	112 000
Solde			19 500

Les détaillants réalisent une marge de 19 500 F CFA/mois, soit 2 437 F CFA/sac (tableau V).

Il apparaît que les marges des grossistes de la filière oignon sont importantes. Ces résultats ponctuels ne reflètent pas toute la réalité. Les marges commerciales évoluent dans le même sens que la saisonnalité des oignons. Elles sont plus faibles et parfois négatives en saison des récoltes (abondance) et augmentent en saison des pluies (pénurie). En comparant la marge bénéficiaire des acteurs, l'impression qui ressort est que les marges sont pratiquement identiques. Ce qui différencie les acteurs est la taille des transactions qui permet de maximiser les marges bénéficiaires.

Conclusion

La filière oignon présente deux circuits de commercialisation: le circuit semi-moderne dans lequel existe un contrat formel et un circuit traditionnel basé sur les relations de marché. Ces deux circuits approvisionnent le marché intérieur et le marché régional. Les flux varient en fonction des périodes. En période d'abondance, les flux d'oignons sont en provenance du Nord Cameroun pour ravitailler l'ensemble du pays et la sous-région. En période de pénurie, on trouve des oignons en provenance de la Hollande, du Nigeria, du Tchad. L'analyse de la consommation a mis en exergue l'importance de cette denrée dans les habitudes alimentaires. Les dépenses par individu s'élèvent à 174 F CFA/mois pour une consommation d'environ 1kg/mois. Le niveau de vie a une influence sur la consommation des oignons. La principale contrainte des ménages est la disponibilité des oignons sur les marchés en période de pénurie. L'oignon est remplacé dans les repas par l'ail et les arômes (cube maggi). Les approvisionnements des commerçants se font sur les marchés des villages de production. Le choix d'un marché d'écoulement est justifié par la disponibilité des fonds de roulement et les opportunités d'un écoulement rapide. La circulation de l'information se fait de bouche à oreille à travers les réseaux. Le financement de l'activité est fait sur les capitaux propres. Les contraintes des commerçants sont le caractère périssable des oignons, les difficultés de transport, les incertitudes sur les prix des marchés de vente, les tracasseries policières et douanières, le financement de leur activité, et les taxes de marchés. L'étude de la rentabilité révèle que la Féprodex a une marge brute de 1 787 855 F CFA par transaction.

Elle est de 624 000 F CFA pour le grossiste qui vend au sud et de 284 000 F CFA pour celui qui vise les marchés urbains de Garoua et de Maroua. Sur la RCA, cette marge est de 970 000 F CFA. Pour les demi-grossistes et les détaillants, leur marge brute est estimée respectivement à 51 000 et 19 500 F CFA par mois. Les comportements et les stratégies développés par les acteurs en aval ont une influence sur la performance de la filière. La valorisation et la sensibilisation des techniques de stockages, le développement des unités de transformation d'oignons, la mise sur pied d'un dispositif formel d'information sur les prix et le développement des infrastructures de communication avec le sud du pays et les pays de la sous-région pourraient apporter une nouvelle dynamique et développer les échanges autour de ce produit. La réduction des taxes et les facilités administratives devraient être accordées aux acteurs de la filière, ce qui diminuerait le caractère informel du commerce.

Bibliographie

- BARIS P., COUTY Ph., 1981. Prix, marchés et circuits commerciaux africains in *Amira* n° 35. Paris.
- BOUTRAIS J., 1978. Le milieu naturel. In *Le Nord du Cameroun : des hommes une région*. ORSTOM. Paris, 1984, p. 19-100.
- D'ARONDEL de HAYES J., 1993. Etude des agro-systèmes horticoles au Nord Cameroun. Rapport de Mission. Projet Garoua, CIRAD, 45 p.
- DUFOUR D., TORRE A., 1985. Filières et structures polaires. ADEFI. L'analyse de filière. *Economica*.
- DUTEURTRE G., KOUSSOU M.O., LETEUIL H., 2000. Une méthode d'analyse des filières. N'jamena, Tchad. Synthèse de l'atelier du 10-14 avril 2000. Laboratoire de recherche vétérinaires et zootechniques de Farcha, Ministère de l'Elevage.
- ESCARGUEIL J., 1978. Tenure des terres et systèmes de localisation, répercussions sur le développement de la culture cotonnière intensive. Rapport Sodécoton, région Nord.
- ESSANG T., MOUSTIER P., 1994. Analyse de la filière maraîchère au Nord Cameroun : résultats d'enquêtes sur les marchés et auprès des ménages. Garoua, Cameroun, Institut de la recherche agronomique, MINREST.
- FERRE T., DOASSEM J., DEVAUTOUR H., THEZE M., BOUBA B., 1997. Valorisation des ressources locales : la conservation des oignons en milieu paysan. In Seiny Boukar L., Poulain J.F., Faure G., (éds.) – *Agricultures des savanes du Nord-Cameroun. Vers un développement solidaire des savanes d'Afrique centrales*. Actes de l'atelier d'échange, Garoua, Cameroun, 25-29 novembre 1996. Montpellier, France, CIRAD, Coll. Colloques.
- FLORIOT J.L., 1985. Le génie des systèmes industriels. ADEFI. L'analyse de filière. *Economica*.
- GARROUSTE P., 1985. Etude des modifications de la morphologie d'une filière technique : l'exemple de la forge. ADEFI. L'analyse de filière. *Economica*.
- GRIFFON M., 1989. Une application simplifiée du concept de filière en vue de la définition des politiques agricoles. In *Economie des filières en régions chaudes*. Actes du dixième séminaire d'économie et de sociologie du CIRAD. Montpellier, p. 75-80.
- HUGON P., 1994. Filières agricoles et politiques macro-économiques, en Afrique sub-saharienne. In *Economie des politiques agricoles dans les pays en développement : les aspects macro-économiques*. Editions de la Revue française d'économie, Paris, p. 82-121.
- IYEBI-MANNDJEK O., 2000. Cultures maraîchères. In *Atlas de la Province de l'Extrême-Nord*. Paris : Institut de Recherche pour le Développement, Ministère de la Recherche Scientifique et Technique, Institut National de Cartographie. p. 102-106
- KOULYTCHIZKY S., 1985. Analyse et stratégies de filière, une approche nouvelle en agroalimentaire, apports, dangers à surmonter in *L'analyse des filières*. *Economica*, ADEFI.
- LAGANIER J., DE BRANDT J., ARENA R., 1989. *Traité d'économie industrielle*. Chapitre 3. Paris, *economica*.

- LAURET F., 1983. Sur les études des filières agroalimentaires. *In Economies et sociétés*. France, La Rochelle.
- LUTZ C., 1992. Le fonctionnement du marché de maïs au Bénin : l'arbitrage inter-régional durant la période septembre 1987–septembre 1989. *In Série d'Economie et de Sociologie Rurales*. Cotonou, Bénin, Université nationale du Bénin, Faculté des sciences agronomiques.
- MALASSIS L., 1973. *Economie Agroalimentaire*. Paris.
- MALASSIS L., GHERSI G., 1996. *Economie de la production et de la consommation : méthodes et concepts in traité d'économie Agroalimentaire*. Paris, Cujar.
- MINAGRI, 1997. Schéma directeur de développement du secteur des produits frais et transformés au Cameroun. Cameroun.
- MINAGRI, 2000. AGRI-STAT Cameroun, exercice 1999/2000. *In Bulletin semestriel des statistiques du secteur agricole 1999/2000 n° 5*. Division des Etudes et projets agricoles, cellule des enquêtes et statistiques.
- MINAGRI, 1989. La Nouvelle Politique Agricole du Cameroun. Division des études et projets agricoles.
- MINAGRI, 1999. Les nouvelles orientations de la Nouvelle Politique Agricole. Division des études et projets agricoles.
- MADI A., 1989. La filière coton au Cameroun: Analyse et alternative pour une dynamisation. Mémoire DAA et du DEA. Montpellier, France, ENSAM, 100 p.
- MENARD C., 1990. *L'économie des organisations*. Paris, La Découverte, Repères.
- MONFORT J., 1985. L'analyse des filières de production : objectifs, méthodes et résultats. ADEFI. L'analyse de filière. *Economica*.
- MONTIGAUD J.C., 1992. L'analyse des filières agroalimentaires : méthodes et premiers résultats. *Économie Agroalimentaire, concepts et méthodes*. *Économies et Sociétés, Série Développement agroalimentaire*, Presses Universitaires de Grenoble, p. 59-80.
- MORVAN Y., 1985. Analyse de filière et économie industrielle. ADEFI. *Economica*, Paris p. 5-9.
- MOUSTIER P., LEPLAIDEUR A., 1999. Cadre d'analyse des acteurs du commerce vivrier africain. *In Série Urbanisation, alimentation et filières vivrière*, Document n° 4. CIRAD.
- ORSTOM (collectif), 1984. Le Nord du Cameroun. Des hommes, une région. Paris, France, Collection Mémoires n°102, ORSTOM.
- EXIM CONSULT AFRICA, 1994. *Projet de Diversification des Exportations Agricoles, 1994. Etude de la filière des oignons au Cameroun*. Yaoundé, Cameroun.
- ROUPSARD M., 2000. Production cotonnière in *Atlas de l'Extrême-Nord du Cameroun*. Paris, Institut de recherche pour le développement, Ministère de la recherche scientifique et technique, Institut national de cartographie, p 98-101.
- SEIGNOBOS C., 1998. Terroir de Joodi-Feere et Ziling-Juutgo. Terroir péri-urbain et maraîchage. Garoua, Projet DPGT.
- SODECOTON, 1999. Rapport semestriel de mai 1998 en octobre 1998. Direction de la production agricole, Sodécoton, Garoua, Cameroun.
- SOULIE D., 1982. Compétitivité, rentabilité et stratégie de filière. Lyon, Communication aux sixièmes journées nationales des IAE.
- TECSULT, 1998. Recensement des capacités et besoins en matière d'infrastructures de conservation, conditionnement et transformation. *Projet de diversification des exportations agricoles, service horticole Cameroun*.
- TEMPLE L., 1998. Le maraîchage dans le grand Nord Cameroun (provinces de l'Extrême-Nord, Nord, Adamaoua) : Propositions pour un programme de recherche en agronomie. Rapport de mission dans le Nord Cameroun. CIRAD.
- TEMPLE L., 1999. Le marché des fruits et légumes au Cameroun. Rapport projet fruits et légumes, IRAD.