

**Programme Intégré Conjoint CCI/CNUCED/OMC d'Assistance Technique
aux Pays Moins Avancés et autres Pays Africains (JITAP)**

***Module IV : Formulation d'une stratégie de développement des exportations
pour le secteur manioc du Bénin***

**STRATEGIE SECTORIELLE DE DEVELOPPEMENT
ET DE PROMOTION DES EXPORTATIONS
&
PLAN D'ACTION MARKETING EXPORT
DU SECTEUR MANIOC**

Réalisée par l'Equipe Sectorielle de Contrepartie (ESC) du Bénin

Novembre 2004

SOMMAIRE

Titre	Page
INTRODUCTION.....	1
1. LE MANIOC ET SES USAGES DANS LE MONDE.....	2
1.1 LE MANIOC ET SES USAGES.....	2
1. 2. LES PRODUITS CONCERNES PAR CETTE STRATEGIE.....	2
2. ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL INTERNATIONAL.....	3
2.1 LES PRINCIPAUX PRODUCTEURS MONDIAUX DE MANIOC.....	3
2.2 LES PRINCIPAUX ACTEURS DU MARCHÉ INTERNATIONAL.....	4
3. ELEMENTS DE LA COMPETITIVITE BENINOISE.....	4
3.1 INTERNATIONALISATION.....	4
3.2 POUVOIRS PUBLICS.....	5
3.3 SYSTEME FINANCIER.....	5
3.4 INFRASTRUCTURES.....	5
3.5 DOMAINE DES TECHNOLOGIES.....	6
3.6 MAIN D'ŒUVRE.....	6
3.7 INSTITUTIONS D'APPUI.....	7
4. OFFRE NATIONALE DE MANIOC.....	7
4.1. LA PRODUCTION NATIONALE ET SA REPARTITION.....	7
4.1.1 PRODUCTION.....	7
4.1.2 TRANSFORMATION ARTISANALE.....	7
4.1.3 TRANSFORMATION SEMI-INDUSTRIELLE ET INDUSTRIELLE.....	8
4.2 COMMERCIALISATION.....	8
4.3 EXPORTATION DE DERIVES DE MANIOC.....	10
4.3.1 EXPORTATIONS EN EUROPE.....	10
5. LA DEMANDE INTERNATIONALE.....	12
5.1 LA DEMANDE EUROPEENNE DES DERIVES INDUSTRIELS.....	12
5.2 LE MARCHÉ EUROPEEN DES PRODUITS EXOTIQUES.....	12
5.3 ACCES AU MARCHÉ EUROPEEN.....	13
5.4 LE MARCHÉ REGIONAL AFRICAIN.....	13
5.4.1 LES PRODUITS INDUSTRIELS.....	14
5.4.2 LES PRODUITS TRADITIONNELS.....	14
6. ESTIMATION DE L'OFFRE EXPORTABLE DE MANIOC PAR LE BENIN.....	14
7. LES OBSTACLES AU DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS DE MANIOC.....	15
8. LES AXES D'INTERVENTION POUR LA PROMOTION DU SECTEUR.....	21
9. LES OPPORTUNITES POUR LE BENIN.....	22
10. LES PRIORITES A COURT TERME.....	22
CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS POUR LA CONQUETE DES MARCHES INTERNATIONAL ET REGIONAL.....	24

DEUXIEME PARTIE : PLAN D’ACTION MARKETING EXPORT DU SECTEUR MANIOC	26
1. OBJECTIFS QUANTITATIFS.....	26
1.1 OBJECTIFS DE PRODUCTION	26
1.2 OBJECTIF DE CHIFFRE D’AFFAIRE BORD CHAMP	26
2. OBJECTIFS D’EXPORTATION	26
3. OBJECTIFS GEOGRAPHIQUES	27
4. OBJECTIFS QUALITATIFS	28
5. MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS ET OPERATIONS.....	28
CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS.....	29

Liste des sigles et acronymes

ADEx	Association pour le développement des exportations
ASF	Association de service financier
CBCE	Centre béninois de commerce extérieur
CCI	Centre de commerce international
CNEX	Conseil national pour l'exportation
ESC	Equipe sectorielle de contre partie
ETLS	Schéma de libéralisation du commerce dans la CEDEAO
FAFP	Fonds d'appui à frais partagés
FECEVCAM	Fédération des caisses d'épargne et de crédit agricole mutuel
FENACREP	Fédération nationale de caisses rurales d'épargne et de prêt
FODEFCA	fond de développement de la formation professionnelle continue et de l'apprentissage
IMF	Institutions de microfinance
ISI	International starch institute
LARES	Laboratoire d'analyse régionale et d'expertise sociale
MAEP	Ministère de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche
MFE	ministère des finances et de l'économie
MICPE	Ministère de l'industrie, du commerce et de la promotion de l'emploi
ONASA	office national pour la sécurité alimentaire
ONG	Organisation non gouvernementale
PADME	Association pour la promotion, l'appui et le développement des PME
PADSA	Projet d'appui au développement du secteur agricole
PAGER	projet d'activités génératrices de revenus
PAPME	Agence de promotion et l'appui aux PME
PDFM	Projet de développement de la filière manioc
PDRT	Projet de développement des racines et tubercules
PROMIC	Projet de microfinance et commercialisation
TEC	Tarif extérieur commun de l'UEMOA
TIC	Technologie de l'information et de la communication
UE	Union européenne
USD	Dollars américain

Remerciements

Ce travail a été rendu possible grâce au soutien technique et financier du CCI dans le cadre du programme JITAP II. L'ESC adresse ses sincères remerciements à Madame Lilia HACHEM NAAS du Centre de commerce international qui a apporté avec patience et détermination un soutien inestimable nécessaire à l'aboutissement des travaux.

Nos remerciements également à la consultante internationale dont les conseils techniques et les observations ont permis d'améliorer les rapports élaborés.

Enfin, merci à tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce document de stratégie sectorielle. Puisse sa mise en œuvre être un élément de satisfaction personnelle au niveau de chacun et contribuer au renforcement du développement économique du Bénin.

L'équipe sectorielle de contre partie

INTRODUCTION

Le présent document de formulation de stratégie de développement des exportations des dérivés de manioc fait suite aux rapports sur l'offre nationale et sur la demande internationale ainsi que celui du tour d'orientation des marchés du manioc réalisé en octobre 2004. Ces trois rapports fournissent de nombreuses informations de base qu'il n'a pas été jugé nécessaire de reprendre dans le présent rapport.

Le manioc introduit en Afrique au XV^{ème} siècle, occupe une place importante dans l'agriculture familiale béninoise et l'économie rurale. Plusieurs produits obtenus à partir des racines et même des feuilles sont utilisés à des fins d'autoconsommation et commerciales. La commercialisation des produits traditionnels à base de manioc procure des revenus aux paysans et aux femmes transformatrices. L'exportation des dérivés traditionnels s'est élargie aux pays européens et américains depuis les années 80 et son ampleur évolue. A cela s'ajoutent de nouvelles opportunités sur le marché international pour les produits à usage industriel tels que l'amidon, l'alcool, le tapioca, la farine de manioc etc.

L'élaboration d'une stratégie de développement des exportations des dérivés de manioc au Bénin se justifie par la diversité croissante des opportunités du marché et l'intérêt porté sur le manioc par le gouvernement et les promoteurs privés. Divers programmes et projets de développement de la filière sont mis en oeuvre. Il en a résulté une augmentation rapide de la production nationale qui dégage des surplus exportables. Mais la conquête de ces marchés mieux maîtrisés par les asiatiques et les latino-américains ne peut se faire sans prendre en considération les exigences de ce marché et la compétitivité de ces concurrents. C'est le but du présent travail de formulation de la stratégie sectorielle de promotion et de développement des exportations de manioc et ses dérivés.

Le processus d'élaboration de cette stratégie a impliqué les représentants de diverses structures publiques et privées dans une équipe sectorielle de contre partie (ESC) sous l'égide du CBCE et la supervision d'un consultant international et avec l'appui financier du CCI dans le cadre de JITAP-II. Le processus a comporté une compilation de la documentation existante, une enquête légère auprès des acteurs de la filière, un tour d'orientation des marchés de France, de Danemark et des Pays-Bas en Europe, du Ghana et du Nigeria en Afrique de l'ouest. Il en a résulté les trois rapports précédents et cette stratégie validée par un symposium national.

Le présent document est divisé en deux parties complémentaires : la première est consacrée au diagnostic de l'offre nationale de manioc et les opportunités du marché international et régional et la deuxième partie du plan marketing à l'exportation.

PREMIERE PARTIE : STRATEGIE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT ET PROMOTION DES EXPORTATIONS DANS LE SECTEUR MANIOC DU BENIN

1. Le manioc et ses usages dans le monde

1.1 Le manioc et ses usages

Le manioc (*Manihot esculenta* Crutz) est une plante dont la partie aérienne et la racine sont utilisées. La racine de manioc est un amylacé (féculent) pauvre en protéine (tableau n° 1 bis). Selon le taux d'acide cyanhydrique, elle est utilisée en l'état, séchée ou transformée pour l'alimentation humaine ou animale (industrie animale) ou l'industrie, etc. Depuis les années 80, en plus de son rôle dans la consommation humaine, le manioc contribue de plus en plus à l'alimentation des animaux et sert de matière première aux industries (textiles, pharmaceutiques, d'emballage, etc.).

La principale qualité du manioc en tant qu'aliment pour l'homme est qu'il constitue une source énergétique peu coûteuse et abondante. L'Afrique se singularise comme la région la plus grosse consommatrice du manioc (65 millions de tonnes en 2000). Les principaux dérivés traditionnels pour l'alimentation humaine sont le gari et la lafun (farine de cossettes fermentées).

La farine de manioc obtenue à partir de la pâte râpée puis séchée et moulue, peut se substituer à la farine de froment dans le pain jusqu'à hauteur de 20 à 30% sans altérer ses qualités physiques, gustatives, sa conservation, etc. Cependant, son utilisation n'a pas dépassé le stade de recherche-développement dans la plupart des pays ouest-africains à cause des blocages psychologiques des consommateurs.

L'amidon de manioc possède des caractéristiques similaires à celui de la pomme de terre : couleur, goût, élasticité, etc. Les usages agroalimentaires de l'amidon brut ou modifié sont nombreux et en forte croissance : comme liant ou épaississant dans les sauces, saucisses, viandes hachées, soupes, aliments pour bébé et enfants, Monosodium Glutamate (MSG), ou en brasserie, en pharmacie, etc. Transformé en glucose ou en dextrose, il sert comme édulcorant des fruits confits et des confitures. Enfin, le tapioca issu de la cuisson de l'amidon est utilisé pour la préparation des soupes, des desserts et aliments diététiques.

Les usages non alimentaires de l'amidon sont tout aussi nombreux comme par exemple la fabrication de colle et adhésifs pour bois, enveloppes, papier mural, ou dans la papeterie et l'industrie textile. Cependant, le commerce international de l'amidon est basé sur des standards de qualité alimentaires et des formulations prêtes pour l'usage dont elles sont destinées.

En l'état ou sous forme de cossettes, le manioc sert dans la fabrication d'alcool éthylique utilisé pour fabriquer des boissons fortes, en pharmacie, en industrie cosmétique, etc. Le rendement varie de 70 à 110 litres d'alcool pur par tonne de manioc. L'utilisation de cossettes a de gros avantages : réduction du coût de transport et possibilité de conservation de la matière première avant l'usinage.

1. 2. Les produits concernés par cette stratégie

Le présent rapport concerne le manioc et divers produits ci-après issus de sa transformation:

- les produits dits exotiques ou ethniques : gari, fougou et lafun,
- les produits industriels à forte valeur ajoutée: amidon brut, amidon modifié, alcool éthylique non dénaturé,
- les produits issus de la recherche et développement : farine panifiable.

Ces produits et leur codes SH sont présentés dans le tableau n°1.

Tableau n° 1 : Produits concernés

N°	Produits	Code SH
1	Manioc	071410
2	Gari (semoule de manioc)	110620
3	Fougou	
4	Farine de manioc	110620
5	Lafun (cossettes fermentées)	110620
6	Amidon (fécule) brut ou modifié	110814
7	Alcool éthylique non dénaturé > 80%	220710

Tableau n° 1 bis : Composition du manioc frais

Eau	69,8%
Amidon (fécule)	22,0%
Sucres	5,1%
fibres	1,1%
Protéine	1,1%
Cendre	0,5%
Matières grasses	0,4%

Source : International starch Institute

2. Environnement concurrentiel international

2.1 Les principaux producteurs mondiaux de manioc

En 2002, la production mondiale s'élevait à 185 millions¹ de tonnes de manioc frais. L'Afrique est en tête avec 54% de la production mondiale (graphique n° 1).

En Afrique et dans le monde, le Nigeria est premier avec une production de près de 35 millions de tonnes de manioc frais (Tableau n° 2). D'autres pays gros producteurs en Afrique sont : La RD Congo, le Ghana et la Tanzanie. En revanche, les rendements les plus élevés (15 Tonnes/ha et plus) sont enregistrés dans les pays asiatiques et latino-américains comme l'Inde, la Thaïlande, la Chine, l'Indonésie, le Vietnam, le Brésil et Costa Rica. Les pays africains qui affichent un rendement moyen de plus de 10 T/ha sont le Ghana, l'Ouganda, le Cameroun et Malawi. Ces pays asiatiques et américains se sont bien implantés sur le marché international, tandis que la production africaine est presque exclusivement auto consommée.

Tableau n° 2: Productions (en tonne) et rendements (en kg/ha) de manioc frais dans quelques pays en 2002

Région	Production Tonnes	Rendement Kg/ha
Monde	185.238.801	
Afrique	100.758.628	
Nigeria	34.476.000	9.979
Congo démocratique	14.929.410	8.114
Ghana	9.731.040	12.249
Tanzanie	6.888.000	10.422
Ouganda	5.300.000	13.590
Bénin	2.452.020	9.267
Cameroun	1.950.000	13.448
Côte d'Ivoire	1.700.000	5.312
Malawi	1.540.183	14.963
Asie	51.651.784	
Indonésie	16.913.104	13.352
Thaïlande	16.868.300	17.070
Inde	7.000.000	25.926
Vietnam	4.438.000	13.453
Chine	3.851.402	16.040
Amériques	32.828.389	
Brésil	23.131.200	13.664
Costa Rica	105.031	11.056

Source : FAOSTAT : www.fao.org

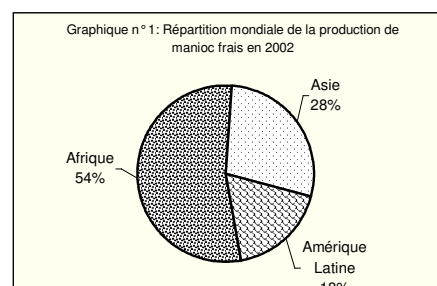


Tableau n° 3 : Evolution du commerce mondial du manioc.

	1997	1998	1999	2000	2001
Exportations mondiales	6,4	4,4	5,8	5,7	5,3
Thaïlande	5,3	4,00	5,3	5,2	4,5
Indonésie	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2
Autres pays	0,9	0,2	0,2	0,2	0,6
Importations mondiales	6,4	4,4	5,8	5,7	5,3
UE	3,6	2,9	4,3	4,00	2,9
Chine	0,6	0,5	0,7	0,5	1,9
Japon	0,3	0,3	0,3	0,3	-
Corée	0,5	0,4	0,1	0,1	0,4
Autres	1,4	0,3	0,4	0,8	0,1

Source : Base de données FAO

Dans la sous-région ouest africaine, deux autres pays (Ghana et Nigeria) ont pris l'initiative de promouvoir la filière manioc dans leur stratégie de réduction de la pauvreté. Au Ghana par exemple, un vaste programme de neuf industries d'amidon est en cours, avec la mise en service depuis juin 2003 d'une usine de 20.000 tonnes d'amidon grâce à la coopération danoise. Au Nigeria, un programme d'augmentation de la production et d'amélioration de la productivité est lancée. Une délégation nigériane vient d'effectuer une mission commerciale dans divers pays asiatiques et le pays s'apprête à fournir des dérivés de manioc à ses pays. Des usines d'amidon et d'alcool sont également en projet. Par ailleurs, on apprend que des fermiers blancs zimbabwéens ont obtenu près de 50.000 ha de terres auprès du Gouvernement nigérian et s'apprêtent à lancer un projet de production et de transformation du manioc. Ainsi, le manioc pourrait devenir un facteur d'intégration économique de ces pays.

¹ D'après les statistiques fournies par FAOSTAT : www.fao.org

2.2 Les principaux acteurs du marché international

L'Europe et l'Asie sont au cœur des transactions mondiales des produits dérivés de manioc (Tableau n° 3).

Les importations de l'UE représentent environ 50% de la demande mondiale (environ 3 millions de tonnes en équivalent manioc frais), faisant de l'Europe le premier importateur de manioc dans le monde en 2001. Les Pays-Bas arrivent en tête (44% des importations européennes), suivis de l'Espagne (28%), de la Belgique et du Luxembourg (22%), et du Portugal (7%).

La Chine, la Corée du sud et le Japon constituent les autres pôles de développement de la demande mondiale en manioc. Avec la baisse de la demande de l'UE, la Chine est par ailleurs devenue le premier importateur mondial en 2003, avec 46% des importations mondiales, suivie de l'Union européenne (22%), les Etats Unis (5%), le Japon (5%) et la Corée (3%).

Les principaux produits échangés sont essentiellement l'amidon, les farines alimentaires et les cossettes pour l'industrie animale qui représentent plus de 82% des transactions.

Les pays africains sont importateurs nets de produits dérivés de manioc ou de leurs substituts : amidon et alcool essentiellement.

En ce qui concerne les produits alimentaires traditionnels à base de manioc, il existe un marché européens et nord-américains constitués par les africains migrants, leurs enfants et des européens de souche à la recherche des saveurs exotiques.

La Thaïlande est de loin le principal fournisseur fournisseurs du marché des dérivés industriels du manioc avec plus de 70% des exportations mondiales à elle seule. Les autres principaux exportateurs en 2002 sont le Costa Rica (6%), la Belgique (3%) et les Pays-Bas, la Chine et l'Indonésie avec respectivement 2%.

La position dominante de la Thaïlande sur la plupart des marchés d'exportation est très remarquable et d'autres pays asiatiques (Indonésie, Vietnam) lui emboîtent le pas. La compétitivité de la Thaïlande qui peut servir d'exemple au Bénin, est liée à la productivité et à sa capacité d'anticipation marquée par :

- l'existence d'un organisme de régulation des exportations, la "Thai Public Warehouse Organisation" dont les entrepôts servent aux importants stocks non écoulés,
- la stratégie de diversification des partenaires commerciaux aux fins de réduire sa dépendance économique vis à vis de l'Union Européenne;
- le programme du gouvernement de soutien à la filière qui se traduit entre autres par un relèvement des prix au producteurs depuis 2000.

3. Eléments de la compétitivité béninoise

3.1 Internationalisation

Monnaie et croissance économique : le Bénin fait partie de l'UEMOA avec le franc CFA ayant une parité fixe avec l'Euro². Au cours des années 90, le Bénin a enregistré une croissance soutenue de plus de 5% en moyenne par an. Elle est la résultante d'une conjugaison de facteurs tels que la relance des activités économiques au lendemain de la Conférence nationale, la prime à la démocratie marquée par l'aide publique au développement et à la dévaluation du franc CFA en 1992 qui a relancé les exportations béninoises. Le secteur tertiaire (handicapé par le commerce informel) et le secteur primaire (agriculture et mines) sont les premiers contributeurs à cette croissance au demeurant jugée faible pour réduire efficacement la pauvreté ambiante.

Exportations : Depuis sa relance dans les années 80, le coton s'impose comme monoculture d'exportation, procurant 77% des recettes. La volonté affichée de diversifier les exportations agricoles a engendré une croissance timide des exportations de fruits tropicaux (ananas, karité, noix de cajou) et produits de pêche (crevettes congelées). Les racines et tubercules (manioc et igname) sont pressentis comme filières alternatives au coton mais des efforts substantiels restent à faire pour une relance effective de ces filières alternatives.

² 1 € = 655,97 FCFA

3.2 Pouvoirs publics

En matière d'inflation, le Bénin déploie des efforts pour se rapprocher des critères de convergence de l'UEMOA qui a établi le taux d'inflation au plus à 3%.

Par ailleurs, Le Bénin peut compter sur l'appui de divers partenaires (Banque Mondiale, Coopérations bilatérales, etc.) pour l'investissement nécessaire à la relance du secteur agricole.

L'appui de l'Etat au secteur de manioc se manifeste à travers divers projets. Dans les années 90, ces projets ont eu pour objectifs de développer et de multiplier les variétés résistantes aux principaux ravageurs et maladies de la culture. Depuis 2000, les nouveaux projets mis en œuvre visent le développement de toute la filière. Néanmoins, les faiblesses constatées dans les volets commercialisation et contrôle de qualité ainsi que la transformation industrielle ne permettent pas d'obtenir des résultats satisfaisants.

Les prix des divers produits dérivés du manioc obéissent à la loi de l'offre et de la demande. Les prix des facteurs de production comme l'eau, l'électricité, le téléphone, les produits pétroliers, etc. nécessaires à la transformation du manioc sont réglementés et fixés par le gouvernement.

Les mesures de distorsion autrefois pratiquées comme les monopoles, les restrictions quantitatives, les contingentements, et les prohibitions à l'importation ont été levées pour la plupart des produits. La suppression des licences d'importation est également une réalité. L'exportation est réglementée. Elle se réalise sur demande adressée au MICPE, dont les formalités à la pratique ne sont pas contraignantes.

3.3 Système financier

Le secteur financier comprend les banques commerciales et des institutions de micro finances (IMF). Les activités des banques commerciales sont suivies par le Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO). Elles disposent d'importantes trésoreries mais sont réticentes sur les demandes de crédits d'investissements dans le secteur agricole.

Le secteur des IMF comprend en milieu rural les réseaux FECECAM, FENACREP et des ASF mises en place par PROMIC et PAGER. Certains projets et ONG en soutien à leurs activités ont également développé des systèmes de micro-crédits plus ou moins autogérés par les bénéficiaires. PAPME et PADME ont un schéma de financement plus adapté aux besoins et capacités du petit commerce.

Les difficultés majeures d'accès des agriculteurs au secteur bancaire sont l'absence de réglementation spécifique au crédit agricole, les taux d'intérêts très élevés (plus de 12%) et les procédures qui génèrent des surcoûts prohibitifs (garanties matérielles ou financières, assurance, épargne préalable, etc.).

3.4 Infrastructures

Réseau routier : Un effort est en cours pour réhabiliter les anciens axes routiers nord-sud et est-ouest et construire de nouveaux axes tels que Abomey-Kétou, etc. Cependant, le réseau routier béninois est marqué par une faible proportion de routes bitumées.

Desserte rurale : un effort est également fait pour réfectionner chaque année le réseau de desserte rurale, ce qui permet le désenclavement des zones de production agricole. Mais les pistes rurales reliant les villages au réseau routier primaire ne sont pas carrossables en tout temps, notamment au cours des saisons pluvieuses où la récolte du manioc est facilitée.

Réseau ferroviaire : ce réseau long de 500 km construits depuis les époques coloniales est très vétuste et ne sert plus qu'au transport de certaines marchandises destinées au Niger (souffre, produits pétroliers).

Port: Le port de Cotonou a une capacité d'accueil d'environ 2.000.000 de tonnes. Les activités de transport, de transit et de consignation maritime sont assurées par des sociétés privées ou d'économie mixte. Mais le coût du transit est très élevé au Bénin et les tracasseries nombreuses, ce qui provoque un déplacement des activités vers le port voisin du Togo.

Aéroport de Cotonou : L'essentiel du trafic aérien s'effectue par l'aéroport international de Cotonou, avec une piste d'atterrissage de 2400 m de long et 45 m. Le hall de l'aéroport est actuellement en réfection.

Signalons que les installations portuaires et aéroportuaires ne disposent pas de chambres froides.

Technologies de l'Information et de la Communication : Les télécommunications internationales ont été améliorées grâce à la connexion récente du Bénin au câble sous-marins de fibres optiques. En plus de l'OPT qui vient de doubler sa capacité de lignes fixes, il existe 3 opérateurs GSM. Cependant le taux de couverture téléphonique est encore faible, de même que les débits de la bande passante Internet. Les offres de connexion Internet à haut débit (Satellite ou radio) sont chères.

Les facteurs de production : les coûts de facteurs comme le carburant, l'électricité et l'eau sont également élevés, le Bénin dépend fortement du Ghana en matière de fourniture d'énergie électrique.

3.5 Domaine des technologies

Au niveau de la production agricole: Les paysans maîtrisent parfaitement la culture du manioc, mais n'utilisent que des techniques traditionnelles avec des variétés à faible rendement, peu ou pas d'engrais chimiques, sur de petites parcelles très morcelées. Les VHR sélectionnées par la recherche (BEN 86052, TMS 30572, TMS 30555, TMS 30001 et TMS 4(2)1425) ont été adoptées par un nombre encore faible de producteurs agricoles. Par ailleurs, ces clones avec leur rendement maximum de 45 T/ha, une durée de maturité entre 12 et 18 mois et un taux d'amidon maximum de 20% ne réunissent pas ainsi toutes les caractéristiques d'une variété industrielle. Le caractère essentiellement manuel de la récolte manuelle et l'inorganisation des producteurs constituent des obstacles réels à l'industrialisation du secteur.

La culture du manioc est faite essentiellement dans des exploitations familiales de petite taille (0,5 à 1 ha) pour la plupart et situées dans les régions méridionales. Actuellement, cette culture s'étend de plus en plus vers les zones septentrionales. Cette culture est pratiquée en majorité par des hommes et les femmes commencent à s'y intéresser, aidées en cela par des ONG. La force des producteurs de manioc réside dans leur nombre élevé, la maîtrise qu'ils ont de la plante et de ses exigences agronomiques. La culture du manioc est une tradition séculaire que ces nombreux producteurs ont totalement adaptée dans leur système de production.

La faiblesse des producteurs tient à l'inexistence d'une organisation capable de prendre en charge certaines fonctions telles que l'approvisionnement en engrais, la production et la distribution des boutures, leur attachement aux variétés traditionnelles peu performantes, à la faible adoption des variétés améliorées et des itinéraires techniques nécessaires pour atteindre le rendement potentiel de la plante. Aussi, le rendement moyen national du manioc est autour de 10 tonnes par hectare, ce qui ne représente que le quart du rendement potentiel de la plante. Il faut y ajouter les exigences des producteurs de disposer de variétés adaptées aux associations avec les céréales et légumineuses.

Les processus de transformation artisanale du manioc en ses dérivés alimentaires (gari, fufou, lafun) sont parfaitement maîtrisés par les femmes rurales et permettent de réduire significativement l'acidité des variétés amères. Le manioc frais doit être transformé dans les 48 heures suivant sa récolte. Des équipements mécaniques permettent de réduire la pénibilité des processus de transformation artisanale (trancheuse, râpeuse motorisée, presse mécanique, foyers améliorés). Cependant, il existe des activités éprouvantes non mécanisées qui constituent des goulots d'étranglement à l'augmentation de la productivité : l'épluchage, le séchage, la cuisson et l'ensachage. La technologie semi industrielles FABRICO et la chaîne industrielle NEUWELL-DUNFORD de fabrication de gari ont été expérimentées sans succès au Nigeria.

La transformation industrielle est encore peu développée au Bénin. Les industries du secteurs comprennent l'usine d'amidon de Pobé et l'usine d'alcool de Logozohè. L'amidonnerie de Pobé installée sur la base d'une technologie à HIMO, satisfait peu aux normes de qualité alimentaire exigée sur le marché international. Par contre, cette unité polyvalente peut fabriquer de la farine de manioc et du fufou de bonne qualité alimentaire. L'usine d'alcool de Logozohè utilise une technologie chinoise à base de cossette de manioc, capable de fournir un standard d'alcool alimentaire. Les autres unités de fabrique d'alcool doivent améliorer leurs équipements et les emballages.

3.6 Main d'œuvre

La transformation artisanale du manioc passe par des procédés utilisant beaucoup de main d'œuvre, de temps, d'énergie et de l'eau. Il faut 7 heures de travail pour transformer 100 kg de racine fraîche qui donne

21kg de gari et 8 heures pour la même quantité de manioc en 20 kg de farine³.

3.7 Institutions d'appui

Plusieurs institutions fournissent des appuis pour le développement de la filière manioc. Parmi elles, on note:

- les projets de développement financés par le gouvernement ou des partenaires bilatéraux et multilatéraux: PDFM, PDRT et PADFA sous le MAEP, projet de 4 bases d'appui, FAFP de l'ADEx sous le MICPE, FODEFCA sous MFPTRA, PADSA/CSPA,
- les structures publiques ou privées d'appui à la commercialisation et à l'exportation: CBCE, ADEX, CNEX, etc.,
- les ONG Internationales : ADF, etc.

La coordination de ces structures d'appui n'est pas véritablement assurée, ce qui a un effet négatif sur la synergie des actions mises en œuvre dans le secteur.

4. Offre nationale de manioc

4.1. La production nationale et sa répartition

4.1.1 Production

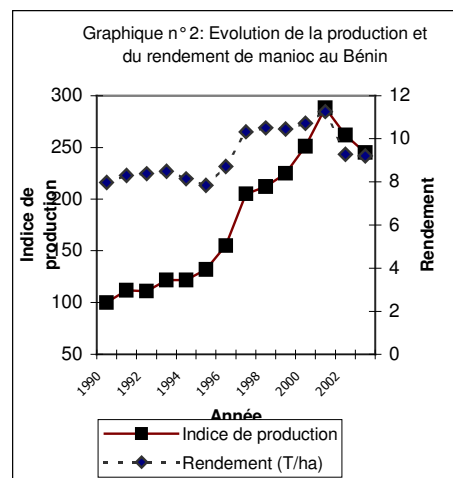
La production nationale de manioc a triplé de 1992 à 2002 (Graphique n° 2). La croissance de la production s'est particulièrement accélérée à partir de 1994 après la dévaluation du franc CFA en 1992 et le succès enregistré dans la lutte contre les divers ravageurs du manioc (cochenille, acariens verts, mosaïque et bactériose).

Le sud et le centre du Bénin fournissent 86% de la production nationale (Tableau n° 4). La pression foncière étant très élevée au sud (Atlantique, Ouémé-Plateau et Mono-Couffo), les perspectives d'accroissement de la production dans cette région sont tributaires de l'augmentation du rendement avec l'adoption de VHR et l'utilisation d'engrais chimiques. La Donga et le Borgou sont deux départements où la culture du manioc émerge et peut rapidement évoluer avec le déclin du coton, tout comme le maïs autrefois.

Tableau n° 4: Répartition régionale de la production de manioc en 2001

Région	Production (Tonne)	% production
Ouémé et Plateau	747.024	32,00
Mono et Couffo	476.542	20,38
Zou et Collines	401.417	17,17
Atlantique	392.448	16,79
Atacora et Donga	187.937	8,04
Borgou et Alibori	131.409	5,62
Bénin	2.336.877	100

Source : DDI/MICPE



4.1.2 Transformation artisanale

Plus de 70% de la récolte de manioc est transformé pour la consommation humaine. Le gari et le lafun sont les principaux produits issus de cette transformation. On peut également citer d'autres dérivés d'importance moindre comme la farine de manioc, le tapioca. La transformation artisanale utilise des procédés maîtrisés

³ Sara S. Berry: Socio-economic aspects of cassava cultivation and use in Africa: implications for the development of appropriate technology, COSA n° 8, IITA, Ibadan, 1993

par les femmes (individuelles ou en groupement). En 1997, on a recensé au Bénin 250 à 270 groupements de femmes (GF) regroupant environ 2.500 adhérentes impliqués dans la transformation du manioc. Ces GF bénéficient d'appuis des ONG et autres projets sous forme de roulement, de petits matériels d'équipement et de formation. L'adoption des équipements mécaniques est faible, ce qui réduit la productivité des femmes transformatrices. Une autre limite de la transformation artisanale est l'absence de contrôle de qualité et de normes précises de fabrication des produits.

4.1.3 Transformation semi-industrielle et industrielle

La particularité du manioc est qu'il doit être transformé au plus 48 heures après la récolte pour garantir la qualité du produit. La récolte des racines, leur collecte et transport jusqu'à l'usine constituent des obstacles sérieux à l'industrialisation du secteur. La mécanisation de la récolte et l'organisation des producteurs pourront sécuriser l'approvisionnement des usines en matière première. Les unités disponibles sont :

Elite Industrielle de Pobé : Une entreprise coopérative de fabrique d'amidon de manioc selon une technologie semi-industrielle. Sa capacité est de 60 tonnes d'amidon par mois. L'implantation de l'entreprise au cœur de la première région productrice de manioc assure son approvisionnement régulier. Cependant la technologie utilisée ne répond pas aux normes de qualité alimentaire exigées sur le marché international. L'entreprise devra compléter ses équipements pour peser et analyser le manioc à la livraison, éplucher les racines, extraire, sécher et emballer l'amidon, etc. et mettre en place des procédures de contrôle de qualité (HACCP, traçabilité de la matière première) ainsi que le packaging.

ALITECH Industrie: Implantée à Abomey-Calavi dans l'Atlantique par le projet PADSA pour évaluer les conditions de rentabilité de la transformation artisanale du manioc, cette unité dispose de divers équipements (râpeuse, presse, four à gaz, etc.) fabriqués au Ghana. Elle produit du gari et de l'amidon mélangé à d'autres farines de céréales pour fabriquer des farines alimentaires. Elle expérimente aussi la fabrication du pain à base de farine de manioc.

Cette unité répond à la production de gari, fofou et farine pour l'exportation. Mais les difficultés majeures sont le coût élevé de la matière première, la non disponibilité de la main d'œuvre pour l'épluchage des racines, la cuisson et le marketing de ses produits. Le four à gaz est aussi inapproprié pour les normes alimentaires européennes.

SOTABE SARL (ex-SOPAL) et AGRI-MAXI : Implantées respectivement à Zinvié et Kpanroun dans l'Atlantique, ces deux unités fabriquent de l'alcool à 95° à base de manioc selon une technologie semi-industrielle de modeste capacité. Toute leur production est écoulée sur le marché local (pharmacie, cosmétique, imprimerie). Mais elles doivent améliorer leur technologie et l'emballage pour répondre aux standards de qualité d'alcool exigé pour des usages en pharmacie.

Société YUEKEN INTERNATIONAL BENIN SARL : Elle est implantée à Logozohè (Commune de Savalou), au centre du Bénin. Elle utilise une technologie chinoise de fabrication d'alcool alimentaire à 96° à base de cossettes de manioc. Sa capacité est de 3.000 mètres cubes d'alcool par an pour 300.000 tonnes de cossettes. Le produit est utilisable pour fabriquer des boissons alcoolisées mais aussi en pharmacie, en cosmétique, etc. Seulement une infime partie de la production peut être consommée sur le marché national, alors l'entreprise devra donner la preuve que le produit satisfait aux normes alimentaires (HACCP, traçabilité, etc.), mettre en place un marketing à l'export (agrément du produit dans l'UEMOA et la CEDEAO, certification ISO, etc.) et satisfaire aux exigences en matière d'emballage en vue d'exporter.

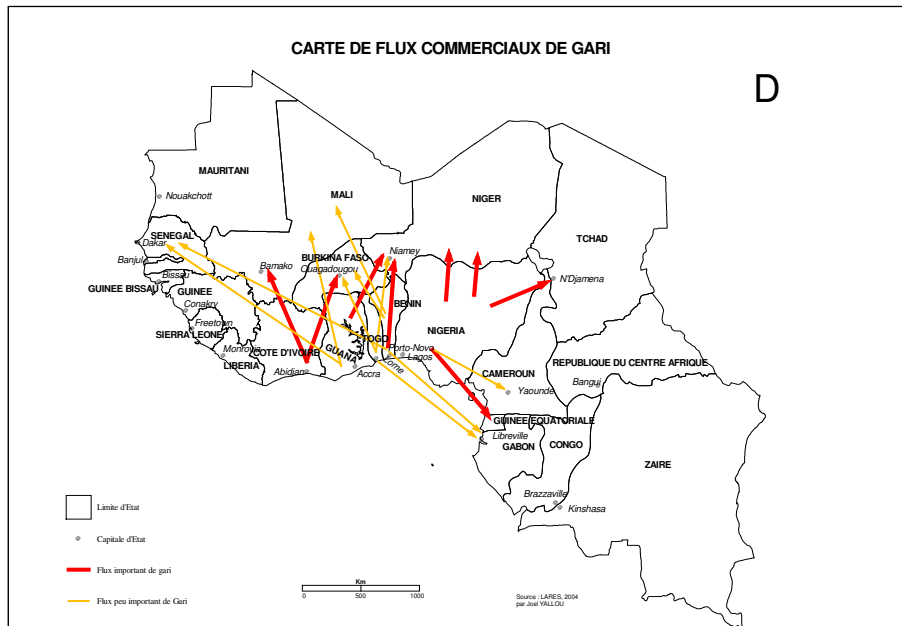
4.2 Commercialisation

La chaîne de commercialisation comprend : les transformateurs artisanaux, les collecteurs, les grossistes, les exportateurs. Le principe de confiance régit les relations entre ces différents acteurs.

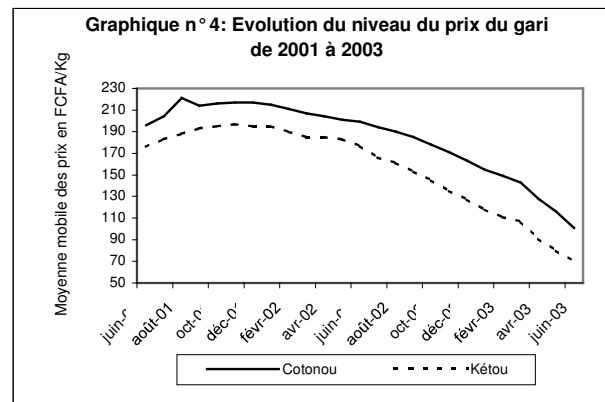
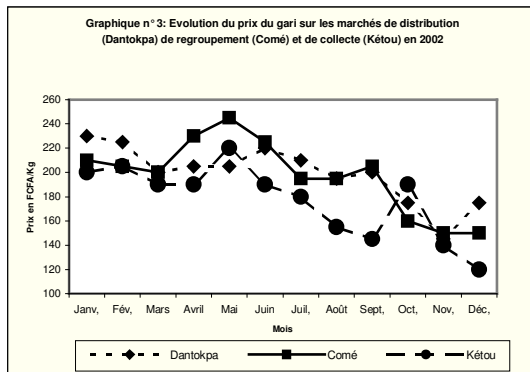
La vente du manioc frais entre producteur et transformateur se fait par unité de superficie (plus ou moins 400 m²) ou par contenu d'une camionnette (de marque Peugeot ou autre) livré à l'usine. Ce mode de transaction ne permet pas un effort d'amélioration du rendement par le producteur.

Les transactions portant sur le gari et le lafun se font avec des mesures diverses. Les circuits de collecte et de distribution du gari par exemple sont: (i) au sud-ouest : Azovè-Comé-Cotonou, (ii) au sud-est : Kétou-Ikpinlè-Porto-Novo-Cotonou, (iii) l'axe central : Ouessè, Savè et Bohicon et (iv) l'axe septentrional reliant

Bassila, Ouessè, Savè, Parakou et Malanville qui est la porte d'ouverture sur le Niger (voir carte ci dessous). Il existe également des flux entrants de gari du Togo et du Nigeria, selon le contexte économique. Les flux en provenance du Togo sont permanents à cause de la meilleure qualité et du moindre coût du produit⁴.



Le niveau de prix du gari est en baisse constante depuis 2001 (Graphique n° 4). Il n'y a que de légères différences de marge entre les marchés de collecte et ceux de distribution (Graphique n°3). Les marges des commerçants sont réalisées par leur habileté à dégager des surplus lors de la mesure du produit .



Source : Calculs basés sur les données de l'ONASA/MAEP

⁴ Biaou (G.) et al. 2003, Filière manioc au Bénin, PDRT / LARES, Parakou / Cotonou, 95 p.

4.3 Exportation de dérivés de manioc

La part du Bénin en tant qu'exportateur de produits dérivés du manioc est très faible. Cependant, le Bénin peut jouer non seulement sur la qualité intrinsèque de sa production, aspect pour lequel seul le Vietnam constitue un véritable concurrent, mais aussi sur les gains de productivité qu'il pourrait engranger en exploitant au maximum ses potentialités (Biaou et al, 2004). Il faut également noter que beaucoup de transactions notamment avec les pays voisins ne sont pas comptabilisés dans les statistiques nationales car elles sont informelles.

Quelques données (Tableau n° 5) sont obtenues de la FAO, mais ces statistiques sont incomplètes à cause des relevés non effectués de manière exhaustive aux frontières.

Tableau n° 5 Exportations béninoises de gari

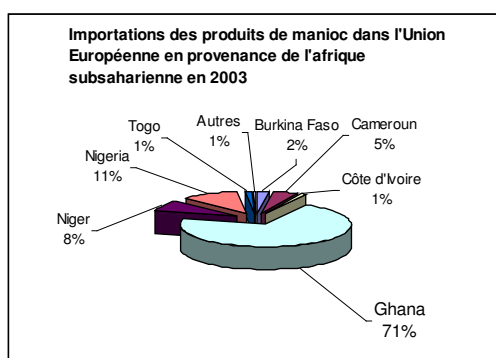
Année	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	2002*
Quantités (Tonne)	0	154	195	269	835	268	64	17	13
Valeurs (x 1.00 US \$)	0	31	29	47	86	33	12	4	11

Source : FAOSTAT sauf (*)données *Trademap* /CCI pour 2002 (exportations en Europe)

D'après une étude récente⁵, les principaux débouchés pour le gari du Bénin sont l'Afrique centrale (Gabon, Guinée équatoriale) et les pays sahéliens (Niger, Burkina Faso). L'exportation vers l'Afrique centrale a été suspendue suite à des mesures d'interdiction d'exporter justifiées par le renchérissement du prix à l'intérieur. Quant aux exportations vers les pays de l'hinterland, elles se poursuivent toujours, mais dans l'informel, ce qui ne favorise pas les relevés statistiques.

4.3.1 Exportations en Europe

L'Europe est la principale destination des exportations africaines de produits de manioc séchés et le Bénin n'échappe pas à la règle. Ainsi en 2003, le Ghana est le premier fournisseur africain en Europe avec 70,9% des exportations africaines, suivi du Nigeria avec 11% et du Niger avec 8,2%. Le Bénin est loin derrière avec 0,4%. Ces échanges concernent les cossettes et le gari (voir graphique ci dessous)



Les exportations de cossettes en France ont eu lieu dans la première moitié des années 90, grâce aux opportunités offertes par la Chambre de commerce de Brest (Tableau n° 6). Malgré la bonne qualité des cossettes béninoises, les facteurs ayant entraîné la réduction de ces exportations sont :

- la faible capacité d'offre béninoise,
- le prix non rémunérateur pour les producteurs,
- le désintéressement des éleveurs européens au profit des céréales moins chères.

⁵ Afouda (A. S.), Soulé (B.G.) et Tassou (Z.), 2004, Etude exploratoire des produits à racine et tubercule et de leurs dérivés, PDRT / LARES, Parakou / Cotonou, 155 p

Tableau n° 6: Exportations béninoises de cossettes

Année	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Quantités (Tonne)	875	1.108	1.345	4.175	1.340	320	85	0	21	42	28	14
Valeurs (x 1.00 US \$)	47	39	47	86	33	12	4	0	2	2	2	2

Source : FAOSTAT

Quant au gari, le Bénin en exporte très peu en Europe, malgré les opportunités existantes (Tableau n° 5).

La chaîne des prix, coûts et marges à l'exportation : cas des cossettes (tableau n° 7)

Tableau n° 7: Chaîne de valeur à l'exportation de cossettes

Catégorie	Exportation formelle Base de calcul : 30 T/ha manioc frais		Exportation informelle Base de calcul : 30 T/ha manioc frais	
	FCFA/Kg	% valeur FOB	FCFA/Kg	% valeur FOB
Prix de revient cossettes livrées au village	34	75,5	36	97,3
Prix de revient FOB	45	100	37	100
Prix de vente livré au village	-	-	40	-
Cours été 1999 : 100 USD/T, 1USD = 620 FCFA	62			
Cours printemps 2000 : 60 USD/T, 1 USD = 705 FCFA	42			
Coût total du transit hors transformation	16	35,6	8	21,6

Source : PADSA

Il se dégage de ce tableau de la chaîne des valeurs que le faible rendement et le coût élevé des opérations de transit limitent la compétitivité des cossettes béninoises. Par ailleurs, les rendements à l'hectare sont jusque là nettement inférieurs à 30 tonnes ; ils se situent en moyenne autour de 8 – 10 t/ha.

Au vu de la baisse du dollar américain et des cours mondiaux des produits de base, l'augmentation des rendements moyens devient une nécessité pour se positionner sur le marché international. De même, les coûts des opérations de transit doivent être revus à la baisse pour faciliter les exportations. D'après les estimations faites en 1999, les frais intermédiaires encourus par tonne de cossettes de manioc, du magasin jusqu'au fond de la cale de navire, s'élèvent à 11.400 FCFA au Bénin contre 3.400 FCFA à Madagascar⁶.

En effet, les frais de transit au port de Cotonou comportent une multitude de lignes telles que : taxes de douanes, de voirie, vacation, heures supplémentaires, timbre, liquidation, brigade, dossier, redevances, droits, taxes, rémunérations de services faits, etc. qui devraient être revus à la baisse pour faciliter les exportations, tout comme le coût des opérations suivantes: contrôle phytosanitaire, fumigation, contrôle de qualité, pesée à l'entrée au port, manutention au sol et à bord navire, attestation de réservation de cale (ARC⁷), taxe portuaire, etc. Par ailleurs, les spécialistes signalent le coût très élevé de l'acconage au Bénin : 50.000 FCFA pour un container de 20 pieds. La réduction de tous ces coûts officiels nécessitent un appui et un plaidoyer des associations professionnelles et autres structures d'appui au commerce.

Par ailleurs, le système de tarif officiel du transport des marchandises institué par arrêté instaure une situation de rente qui fausse les règles de la loi du marché. On observe une offre importante de parc de camions qui se cachent tous derrière le principe de tarif officiel dont la suppression permettra de réduire le coût du transport des marchandises et facilitera les exportations.

⁶ SEGBO C. E. La conquête des marchés, communication n° 2, séminaire-atelier MTPT/MDR sur le thème: *filière manioc: enjeux et perspectives pour l'économie béninoise*, INFOSEC, Cotonou, du 29 juin au 1^{er} juillet 1999

⁷ Depuis 2000, l'ARC est remplacé par le Bordereau de suivi de cargaison ayant pour but de suivre les taux de fret pratiqués et d'informer les chargeurs sur les abus éventuels des armements.

5. La demande internationale

La demande internationale est organisée autour de 5 pôles géographiques, à savoir : l'UE, la Chine, la Corée, les USA et la région africaine. Le rapport sur l'analyse de la demande internationale présente les caractéristiques de ces différents marchés, mais seule l'UE et l'Afrique ont été pris en considération dans ce rapport pour les besoins de l'analyse. La raison fondamentale de cette restriction est liée au fait qu'en terme de marchés à conquérir, des résultats tangibles peuvent être rapidement obtenus si le Bénin arrive à concentrer ses efforts sur ces deux zones géographiques proches. Par ailleurs, les pays asiatiques principaux fournisseurs de l'UE sont intéressants pour le partage de leurs expériences en marketing et les technologies de production et de transformation du manioc.

5.1 La demande européenne des dérivés industriels

En 2001, les importations européennes constituent 50% de la demande mondiale de manioc, pour une valeur de 222 millions USD, faisant de l'UE le principal importateur de manioc dans le monde. Les marchés les plus importants se retrouvent aux Pays Bas (44%), en Espagne (28%) et Portugal (7%). 99% de ces importations sont concentrées sur un groupe de produit destiné à l'industrie animale (cossettes de manioc frais ou séché, même congelé et classées dans le groupe CN 0714.1099 suivant la nomenclature de l'Union Européenne).

Les importations de pays tiers représentent 90% des importations totales, dont 99% proviennent de la Thaïlande. Le Costa Rica est le second gros fournisseur de l'UE. Les réexportations intra-européennes sont assurées par l'Allemagne, les Pays Bas et la Belgique-Luxembourg qui importent près de 70% de leur demande de la Thaïlande.

Les importations européennes se sont accrues considérablement de 2,8 millions de tonnes en 1998 à 4,5 millions en 1999, puis ont baissé jusqu'à 3,2 millions de tonnes en 2001. Cette baisse est liée à la réduction de la demande de la part de l'industrie animale décimée par l'Encéphalopathie Spongiforme Bovine (ESB) mais aussi à la baisse du prix des céréales européennes pour lesquelles le manioc constitue un substitut.

En 2001, l'UE a importé environ 28.000 tonnes de farines et granulés du groupe CN 0714.1010 selon une nomenclature européenne (essentiellement de la réexportation intra européenne) et 11.000 tonnes de granulés de manioc destinés à la consommation humaine du groupe CN 0714.1091 pour lequel le principal fournisseur reste le Costa Rica.

Marché européen d'amidon : L'Europe utilise de l'amidon pour des usages alimentaires, industriels et pour nourrir les animaux. L'amidon utilisé provient de diverses sources: maïs, blé, pomme de terre, orge et riz. En 2002, l'Europe a produit 8,2 millions de tonnes d'amidon et en a consommé 7,9 millions de tonnes⁸. La part de l'amidon de manioc reste faible, mais peut croître si les exigences de qualité sont satisfaites.

En effet, les importations européennes d'amidon de manioc s'élèvent à 19.027 tonnes en 2001, 16.858 tonnes en 2002 puis 19.680 tonnes en 2003⁹, pour des valeurs respectives de 7,63 millions, 6,615 millions et 7,226 millions d'Euros. Les fournisseurs non européens sont la Thaïlande (82% des importations), le Brésil (11% des importations) et le Vietnam (6% des importations). La valeur unitaire de l'amidon de manioc est de 0,29€/kg. Cependant, l'amidon brésilien est coté à 0,45€/kg, contre 0,28 pour la Thaïlande et 0,21 pour le Vietnam. En dehors de la qualité, la différence de prix entre ces trois pays peut être due au degré de transformation du produit.

5.2 Le marché européen des produits exotiques

Sept pays européens¹⁰ (Belgique, Espagne, France, Portugal, Royaume Uni et Suisse) importent d'Afrique plusieurs produits à base de manioc destinés principalement aux populations africaines immigrées, aux Caribéens ou encore aux Européens de souche en quête de nouvelles saveurs. Quatorze produits ont été identifiés et classés en quatre groupes : les produits frais, les produits transformés et frais, les produits transformés et surgelés, les produits transformés et secs (Tableau n° 9 en annexe).

⁸ <http://www.aac-eu.org/html/markets.html> *The European starch markets*

⁹ Dolf F. Eshuis, CBI product consultant, communication au cours du TOM

¹⁰ Marchés tropicaux et méditerranéens, n° 2970

Deux produits ont un succès important sur le marché (le chikwangu et le saka saka surgelé) au point où ils sont exportés par plusieurs pays alors qu'ils ne provenaient principalement que des pays d'origine de leurs principaux consommateurs. Ces deux produits ont permis de réaliser respectivement un chiffre d'affaires estimé à 2.590.000 € pour le saka saka surgelé et 8.400.000 € pour le chikwangu en 2001.

Le développement des ventes des produits exotiques en Europe s'explique en partie par la nouvelle stratégie de distribution basée notamment sur les centres de la grande distribution comme CASINO, CARREFOUR, AUCHAMP, etc. dans les grandes métropoles et dans plusieurs villes de province. Il y a aussi la diversification des importateurs (RACINES, PRO-EXO-COM, etc.). En France, par exemple, ils se trouvent à Paris, Lyon et Montpellier. Il y a enfin de nouveaux consommateurs, tels que les enfants issus de l'immigration nés en Europe, les Antillais, les Européens de souche appréciant les saveurs exotiques. Ces consommateurs néophytes constituent le segment du marché sur lequel reposent l'avenir de la filière et son développement.

En plus des exigences de qualité, de saveur et de présentation du produit (emballage, design, étiquetage) qui vont de pair avec ces nouveaux segments de marché, le constat fait est qu'ils sont attachés au goût du terroir qui oriente leurs achats. Ainsi, en France, le gari est commercialisé sous le label *Togo* et le fofou sous le label *Cameroun*, etc. Ces caractéristiques orientent les stratégies commerciales dans ces pays. Les pays asiatiques très forts dans ce domaine de marketing, exploitent déjà cette niche et réussissent à imposer les restaurants asiatiques en Europe. Aussi, le saka saka fabriqué en Indonésie avec un savoir-faire importé de la RD Congo est commercialisé avec un grand succès en Belgique sous le label *Guinea's*.

5.3 Accès au marché européen

Le système d'accès au marché de la communauté européenne relative aux produits dérivés de manioc est plutôt complexe comme le témoigne le tableau n° 10 en annexe. La taxe communautaire couvre trois groupes de produits : CN 07.14.1010, CN 07.14 1091 et CN 07.14.1099.

Le Bénin en tant que pays ACP bénéficie donc de préférences tarifaires par rapport aux pays tiers dans le cadre de l'accord de Cotonou. En outre en tant que PMA, le Bénin bénéficie de l'accès gratuit de tous ces produits dans l'Union européenne conformément à l'initiative européenne « tout sauf les armes ». De manière générale, on peut dire que le Bénin comme la plupart des pays africains, est avantagé par rapport aux autres pays de l'Asie et de l'Amérique latine. Cependant, les importations de dérivés de manioc en provenance du Bénin et des autres PMA sont frappées d'une taxe agricole de 137 € par tonne¹¹.

Inspection sanitaire et phytosanitaire: En plus des droits de douane, en général, l'entrée des produits à l'intérieur de l'Union Européenne est soumise à la présentation d'un certificat d'importation AGRIM délivré en accord avec la réglementation de la Communauté Européenne.

De même, les importateurs exigent des analyses préalables des produits dans leur pays d'origine et l'envoi d'échantillon suffisant pour la contre expertise sur place en Europe. Ces analyses porteront sur les aspects microsociologiques mais également sur les résidus de pesticides, les mycotoxines, etc., ainsi que les aspects physiques des produits.

Standard de qualité : Les exigences de qualité comprennent par exemple le taux d'humidité, de cendre, de fibre, d'amidon, la blancheur, la présence de corps étrangers, de contaminant, etc. Le taux d'humidité pour l'amidon de manioc est fixé entre 13 et 14%. L'adhésion à un système national ou la mise en place d'un système de contrôle de qualité (HACCP) peut être une preuve de la qualité du produit.

Traçabilité : la traçabilité des produits est une condition exigée par l'UE à partir de janvier 2005.

Communication : En Europe, l'utilisation de l'anglais dans le monde des affaires se généralise pratiquement à tous les pays, même en France. La conquête du marché exige donc une bonne maîtrise de cette langue d'affaires qu'est l'anglais.

5.4 Le marché régional africain

Le Nigeria, avec plus de 130 millions d'habitants, constitue le plus vaste marché pour les produits dérivés

¹¹ Informations reçues auprès d'un importateur au cours du tour d'orientation des marchés en France mais non vérifiées formellement.

de manioc en Afrique, et surtout en Afrique de l'ouest.

5.4.1 Les produits industriels

Il existe un grand potentiel exploitable dans la région africaine pour les produits tels que l'alcool, l'amidon, la farine de manioc.

Alcool éthylique pur ou dénaturé : Le Nigeria et le Ghana ont importé chacun plus de 12 millions USD¹² d'alcool éthylique pur en 2003. Les autres pays de la sous-région gros importateurs d'alcool pur sont la Côte d'Ivoire et le Sénégal (environ 654.000 USD en 2003). Les principaux fournisseurs le Brésil, la France, l'Italie, les Pays-bas et le Royaume-Uni.

Amidon : les importations d'amidon brut ou modifié dans l'espace CEDEAO s'élevaient à plus de 21.700 tonnes en 2003 (plus de 8.250.000 USD). Près de 70% de ces importations sont constituées d'amidon de maïs, le reste étant constitué à part égale d'amidon de pomme de terre et de manioc. Les principaux fournisseurs sont les Pays-Bas, la Belgique, l'Italie, le Brésil et la Thaïlande. Dans la sous-région ouest africaine, seul le Ghana dispose d'une usine aux normes d'une capacité de 20.000 T/an . Neuf autres unités de même capacité sont en vue. Toute la production actuelle est exportée en Europe sous le label du International starch trading de Danemark.

Farine de manioc : La possibilité de substitution à la farine de blé jusqu'à 30% dans le pain offre des opportunités non négligeables. Ces marchés pouvaient être satisfaits si les lobbies occidentaux et les politiques gouvernementales ne créent pas de distorsions à la libre circulation des produits dans la sous-région.

5.4.2 Les produits traditionnels

Les données disponibles sur les niveaux de consommation des produits traditionnels (*gari*, *lafun*, *foufou*, farine) sont très incomplètes pour faire des analyses convaincantes. Selon OGWU et al. 1993), le *gari*, la farine de manioc (fermenté ou non fermenté), les cossettes de manioc, le bâton de manioc, le *attiéké* circulent entre quelques pays. Les modes de consommation restent très fortement localisés et les difficultés de conservation du manioc frais limitent les échanges. Selon Afouda A. S., Soulé B. G et Tassou Z. (2004), on distingue trois groupes de pays à niveau de consommation différencié : (i) la R C A, le Congo et la RD Congo avec une consommation per capita de 427 Kg d'équivalent-racine, (ii) le Bénin, le Cameroun, la Guinée Equatoriale, le Gabon, le Ghana, la Côte-d'Ivoire, le Nigeria, le Togo qui ont un niveau de 235 kg et (iii) tous les autres pays (dont les pays sahéliens) dont le niveau est inférieur à 45 kg. La demande du manioc et de ses dérivés (*gari*, *lafoun*) dans les pays sahéliens (Niger, Burkina-Faso et Tchad) qui sont les plus gros importateurs net de la sous-région est fonction de la nature de la conjoncture de la campagne agricole céréalière dans ces pays. En dépit du niveau élevé de sa production, le Nigeria constitue le marché potentiel où peut s'écouler une bonne partie du surplus du Bénin. Mais la récente mesure de prohibition des importations des dérivés de manioc que la Fédération vient de prendre, pose désormais le problème d'accès à cet important marché de proximité. Des négociations sont en cours pour autoriser les entreprises béninoises à y écouler leurs productions, mais elles semblent piétiner pour le moment malgré les discours officiels sur la libre circulation des personnes et des biens dans l'espace CEDEAO.

La demande de produits destinés à l'alimentation du bétail n'est pas répandue. Mais il existe là un important potentiel qui bien exploité peut aider à atténuer les problèmes non seulement de débouchés, mais aussi de conflits engendrés par la transhumance.

Le principal problème d'accès au marché des dérivés de manioc se pose au Nigeria qui vient d'interdire toute importation de ces produits. Des négociations sont en cours pour autoriser les entreprises béninoises à exporter au Nigeria¹³ .

6. Estimation de l'offre de manioc exportable par le Bénin

¹² Bases de données du CCI

¹³ Ces négociations auraient abouti à des résultats positifs mais il semble que le problème reste entier pour les entreprises béninoises du secteur manioc

Les tableaux n° 10 et 10 bis présentent les surplus de manioc frais pour l'exportation dans le cas d'une hypothèse faible et d'une hypothèse forte respectivement. L'hypothèse faible suppose une évolution de la production plus par l'augmentation des superficies que des rendements, comme au cours de ces dernières années. Par contre l'hypothèse forte suppose un accent très fort sur l'augmentation plus rapide du rendement à l'hectare à court et moyen termes dans les départements fournissant le gros de la production.

Les besoins de consommation interne sont ceux estimés par l'ONASA : 0,12T de manioc frais en moyenne par habitant et par an. Sur cette base deux hypothèses d'évolution de disponibilité de l'offre pour l'exportation sont formulées, comme le montrent les deux tableaux suivants.

Tableau n° 10 Disponibilité en manioc frais pour l'exportation (Hypothèse faible)

Année	Superficie (Ha)	Rendement (T/Ha)	Production (T)	Consommation nationale (T)	Disponibilité pour l'exportation
2003	250000	11,33	2832500	1379742	1452758
2004	252000	11,37	2865240	1424136	1441104
2005	262500	11,58	3039750	1481987	1557763
2006	275625	11,84	3263400	1541724	1721676
2007	289406	12,12	3507600	1601714	1905886
2008	295000	12,23	3607850	1648298	1959552
2009	303876	12,41	3771101	1696286	2074815
2010	320000	12,73	4073600	1745709	2327891
2011	320000	12,73	4073600	1796619	2276981
2012	320000	12,73	4073600	1849052	2224548
2013	320000	12,73	4073600	1903063	2170537

Source : Estimations de l'ESC

Tableau n° 10 bis Disponibilité en manioc frais pour l'exportation (Hypothèse forte)

Année	Superficie (Ha)	Rendement (T/Ha)	Production (T)	Consommation nationale (T)	Disponibilité pour l'exportation
2003	250000	11,33	2832500	1379742	1452758
2004	252000	11,37	2865240	1424136	1441104
2005	262500	11,58	3039750	1481987	1557763
2006	275625	12,00	3307500	1541724	1765776
2007	289406	13,00	3762278	1601714	2160564
2008	295000	15,00	4425000	1648298	2776702
2009	303876	16,00	4862016	1696286	3165730
2010	320000	17,00	5440000	1745709	3694291
2011	320000	17,00	5440000	1796619	3643381
2012	320000	17,00	5440000	1849052	3590948
2013	320000	17,00	5440000	1903063	3536937

Source : Estimation de l'ESC

Sous les deux hypothèses, le Bénin dégage en tous cas un surplus de production de manioc frais immédiatement qui peut être ~~transformer~~ transformé pour le marché extérieur. On peut donc dire que les opportunités d'une augmentation d'une offre et d'un surplus de manioc frais et de ses dérivés existent au Bénin. En effet :

- la volonté politique existe, en témoigne la mise en place de plusieurs projets / programmes consacrés exclusivement ou partiellement au développement de la filière manioc (PDFM, PDRT, PAFPA) ;
- les acquis de la recherche sont importants et encourageants, notamment du point de vue des rendements et de la lutte biologique ;

Le surplus ainsi dégagé peut être transformé soit en produits traditionnels soit en dérivés industriels. Toutefois, la stratégie d'exportation devra lever les différents obstacles au niveau national et international.

7. Les obstacles au développement des exportations de manioc

Divers obstacles ont été répertoriés et présentés dans le tableau n° 11 ci-après. Deux d'entre eux sont jugés très importants : le marché et la qualité des produits.

Le problème de marché se pose notamment par rapport au manque de débouché et à la faible compétitivité des produits béninois. Quant à la qualité des produits, elle est souvent mise en exergue du fait de la non conformité des produits et des processus de fabrication aux normes internationales. Ainsi, les produits béninois ne répondent pas souvent aux exigences des consommateurs internationaux.

La résolution de ces deux contraintes qui sont fortement corrélées devra s'inscrire dans une démarche dynamique. En effet, il s'agira d'une part, de sécuriser le marché par un affermissement de la demande intérieure et une satisfaction (sans doute partielle) de la demande extérieure, et d'autre part, de rendre les différents acteurs de la filière plus efficaces et plus aptes à répondre promptement aux signaux du marché.

Tableau n° 11 : Obstacles au développement des exportations

Niveau de la filière	Problèmes majeurs	Causes
Production primaire	1. Le niveau de rendement est très bas (moins de 10 T/ha alors que le niveau de compétitivité commence à 30 T/ha)	le taux d'adoption des VHR par les paysans est faible l'accès des paysans aux boutures (semences) des VHR est limité, les engrais chimiques ou organiques ne sont presque pas utilisés dans les champs,
Transformation artisanale	1. La qualité et la présentation des dérivés traditionnels de manioc (produits exotiques) sont mauvaises	le contrôle de la qualité à la livraison des matières premières et en cours de production n'est pas maîtrisé par l'ensemble des transformatrices, les équipements de transformation artisanale sont inadaptés, les normes de production et d'emballage sont inadaptées.
	2. Les produits issus de la transformation artisanale ne sont pas compétitifs en terme de prix	les coûts de matière première et de production sont élevés et non maîtrisés les systèmes de production sont inadaptés et génèrent trop de surcoût
Transformation industrielle	1. Les prix des produits ne sont pas compétitifs	les variétés de manioc cultivés ne sont pas adaptées à des fins industrielles, mais plutôt alimentaires les rendements à la production sont bas, les capacités des équipements sont sous-utilisées, les matières premières et les facteurs de production (eau, électricité, gaz, carburant) coûtent chers et leur taux de couverture faible
	2. Les produits ne répondent pas aux standards de qualité exportable	le contrôle de qualité à la livraison des matières premières et en cours de production n'est pas maîtrisé les équipements sont inadaptés ou incomplets, les normes de production et d'emballage sont inadaptées ou non maîtrisées.
	3. L'approvisionnement des unités industrielles en matière première n'est pas sécurisé	il y a une multitude de petits producteurs non organisés pour satisfaire le marché industriel la collecte de petites productions éparpillées sur des champs dispersés coûte chère, le labour et la récolte manuels du manioc sont très pénibles et il n'existe pas encore de machine à récolter les racines, Les multiples points de contrôle routiers mis en place par les agents de sécurité retardent l'acheminement du manioc frais et son arrivée à temps dans les unités de transformation.
Exportation	1. Les exportations de dérivés de manioc sont limitées	Les entreprises n'ont pas de stratégie d'exportation (promotion, formation, études de marchés, etc.) et de budget conséquent les exportateurs ont des difficultés à communiquer avec les clients non francophones Les entreprises ont des difficultés à s'adapter aux exigences des consommateurs internationaux (normes de qualité et traçabilité des produits, etc.) Le stockage de surplus de produits non exportés est incertain
National	1. L'offre nationale de produits industriels est limitée	la fiscalité est dissuasive pour les promoteurs d'entreprises industrielles La logistique (transport et transit) coûte chère et les postes de contrôles routiers nombreux avec un rançonnement systématique Les structures de financement industriel sont inadaptées et limitées

		Les entorses à l'exportation sont imprévisibles: mesures d'interdiction, il y a trop de postes de contrôles routiers avec des comportements dolosifs
	2. Le label Bénin est inconnu sur le marché européen	Il n'existe pas de label béninois officiel des produits exotiques (qualité, emballage, design) Les activités de promotion (salon, exposition, etc.) sont rares ou inexistantes
Externe	3. La pénétration des marchés extérieur est faible et difficile	Les standards de qualité exigés sont très élevés, voire complexes
		Les entraves gouvernementales sont réelles
		Les taxes à payer sont élevées
		Les discussions entre Etats de la sous région pour des actions complémentaires et synergiques sont quasi inexistantes.

Tableau n° 12 : Marchés cibles pour les dérivés de manioc du Bénin

Produit	Zone géographique	Pays	Marchés/Segments de marchés	Taille du marché	Mode de Pénétration/Canaux de distribution	Concurrents, atouts/faiblesses
Manioc frais	Afrique	Bénin Nigeria Togo	Consommateurs Transformateurs artisanaux industriels	A déterminer		
Dérivés traditionnels (gari, lafun, fofou)	Afrique	Bénin, Niger, Togo, Nigeria, Burkina Faso	Consommateurs	Voir demande régionale	Entreprises importatrices dont celles appartenant à la diasporas béninoise en Afrique de l'Ouest et du Centre	Concurrents : Nigeria, Ghana et Cameroun Atouts : existence d'une forte colonie de Béninois en Afrique de l'Ouest et du Centre et d'un regain d'intérêt des populations de ces régions aux dérivés traditionnels Faiblesses : manque de suivi de l'évolution du fonctionnement du marché régional
	Europe	France, Belgique, Royaume Uni, Pays Bas	Consommateurs : Marchés ethniques, Antillais, Européens	A déterminer	Entreprises importatrices : RACINES, PRO-EXO-COM, et autres à contacter	Togo, Ghana, Cameroun, Nigeria, RD Congo Bonne connaissance des labels Togo et Cameroun sur les marchés européens Efforts de réduction de la distance en cours par le fret aérien

Produit	Zone géographique	Pays	Marchés/Segments de marchés	Taille du marché	Mode de Pénétration/Canaux de distribution	Concurrents, atouts/faiblesses
Amidon brut/modifié	Ouest Afrique	CEDEAO (Bénin, Nigeria, Mali, Burkina Faso,, Sénégal, Côte d'Ivoire, etc.) + Cameroun	Industriel : industries textiles, industries de papier et carton	8.251.000 USD (environ 21.700T) en 2003 en croissance de 5% par an	Agrément des entreprises béninoises au Nigeria Agrément du produit par la CEDEAO et UEMOA (ETLS et TEC) Identification de représentants, Contact avec industries utilisatrices	Pays-bas, Belgique, Italie, Brésil et Thaïlande Prix, Technologies, offre de produits prêts à l'emploi Distance
	Europe	Danemark, Belgique,	Industriels: Fournisseurs de technologie de fabrication et de modification de l'amidon brut		International Starch Industries, Cargill	Marché pour la recherche de technologie de production d'amidon brut ou modifié
	Asie	Thaïlande, Chine	Recherche agricole et technologique Industriels : fournisseurs et utilisateurs de technologie de transformation amidon, farine, tapioca, marketing,		A déterminer	Marché pour la recherche de technologie de production de manioc, d'amidon brut ou modifié, de farine de manioc, tapioca
	Amérique du Sud	Brésil	Recherche agricole et technologique Industriel : fournisseur et utilisateur de technologie de modification d'amidon		Entreprise AGAIN à Saints Souplets en France	Marché pour la recherche de technologie de production d'amidon brut ou modifié
Alcool Ethylique	Afrique de l'Ouest + Afrique Centrale	Bénin, Nigeria, Ghana, Niger, Togo, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Sénégal, Cameroun, Congo, Tchad, RDC, République Centrafricaine, etc.	Industriels : Pharmacies, Fabricants de Boisson alcoolisée, Industries de Parfumerie et cosmétique,	28.000.000 USD (environ 45.000 m ³) dominé par Nigeria et Ghana (22.700.000USD) Côte d'Ivoire, Sénégal et Cameroun (1.933.000 USD)	Entreprises importatrices	Brésil, Afrique du Sud, France, Canada, Royaume Uni Prix, Technologies, Filiales sur place Distance d'exportation
	Europe	France, Pays Bas	Consommateur (à préciser) Industriels : Industries Cosmétiques	A déterminer	Essai de pénétration par PRO-EXO-COM, sise à Château Rouge, Paris	Idem

Produit	Zone géographique	Pays	Marchés/Segments de marchés	Taille du marché	Mode de Pénétration/Canaux de distribution	Concurrents, atouts/faiblesses
Farine panifiable	Afrique	Bénin, Nigeria, Mali	Industriels : Boulangeries, Pâtisseries, Brasseries		Réglementation pour autoriser l'utilisation au Bénin Activités de promotion auprès des boulangers et pâtisseries nationaux et Brasserie	Exportateurs européens et américains de blé et maïs

8. Les axes d'intervention pour la promotion du secteur

La promotion du secteur manioc pourrait s'envisager autour de cinq (05) axes stratégiques dont l'objectif final reste la pénétration, la diversification et le renforcement du positionnement du Bénin sur les marchés à cibler.

1^{er} axe stratégique : l'amélioration du rendement, de la production et de la composition en amidon du manioc frais

Cet axe stratégique vise des actions à entreprendre à court terme en vue de renforcer la compétitivité de la filière. Il s'agit des actions telles que :

- le renforcement des capacités financières, techniques et humaines des services agricoles publics et privés,
- l'appui aux producteurs et aux organisations pour la production à grande échelle de boutures de variétés à haut rendement,
- le renforcement de la formation des producteurs sur les itinéraires techniques,
- la mise en place d'un système de crédit agricole à taux bonifié et non régi par la loi PARMEC,
- la recherche agricole pour sélectionner les clones à très haut rendement (90 tonnes à l'hectare) et plus riche en amidon (plus de 26%) adaptées aux usages industriels,
- la recherche sur la mécanisation de la récolte de manioc frais,
- la recherche et la vulgarisation des équipements de transformation artisanale répondant aux normes de qualité internationales.

2^{ème} axe stratégique : l'augmentation de la capacité de transformation industrielle du manioc

L'augmentation des capacités de transformation industrielle du manioc en produits de haute valeur ajoutée (amidon et alcool principalement) nécessite la mise en place par le secteur public ou privé de nouvelles industries dans les régions de grosse production (Ouémé-Plateau, Atlantique, Mono-Couffo et Zou-Collines) ainsi que l'amélioration des capacités des industries actuelles. Toutes activités tendant à intéresser des promoteurs potentiels seront nécessaires. Il s'agit aussi d'appuyer les industries actuelles pour l'acquisition d'équipements complémentaires éventuels et la mise à niveau de ces équipements. Il sera aussi question d'organiser une mission en Asie ou en Amérique latine d'exploration technologique.

La sécurisation des approvisionnements en matière première implique l'organisation des producteurs agricoles autour des fonctions comme la distribution et l'emploi des boutures et engrais spécifiques, de la gestion de la production et de la récolte, du transport à l'usine, etc. en relation avec les industries.

3^{ème} axe stratégique: la promotion de la gestion et du contrôle de qualité

Cet axe stratégique implique des actions telles que :

- la mise en place d'un système de traçabilité dans le secteur manioc,
- la conception et la mise en place d'un système national de management de la qualité (HACCP) pour les industries agroalimentaires,
- l'appui aux entreprises privées pour la mise en place de système de management par la qualité et la certification selon les normes internationales ISO.

4^{ème} axe stratégique : le marketing national et international des produits dérivés de manioc

Le marketing au niveau national regroupe toutes les activités de promotion des produits encore à l'étape de recherche-développement. Il s'agit notamment de la promotion (i) du manioc dans le pain, les biscuits, les fast foods, les composés pour petits déjeuners, etc. (ii) des boissons alcoolisées ou non à base de manioc et (iii) de pâtes alimentaires à base de manioc, etc. A cet effet, les unités de manioc actuellement organisées par le PDFM et le PDRT devront être formalisées et complétées. Cette promotion peut être soutenue par des activités de sensibilisation par des médias de masse, de recherche-développement sur de nouveaux produits, de réglementation officielle autorisant le manioc comme additif, etc.

A l'échelle régionale, les produits prioritaires sont l'amidon et l'alcool, mais aussi les produits alimentaires qu'il faut inscrire sur la liste d'agrément de l'UEMOA et de la CEDEAO. La négociation avec les autorités nigérianes devra aboutir à l'agrément des entreprises béninoises du secteur au rang des entreprises exportatrices au Nigeria. Des missions commerciales seront organisées dans les pays importateurs de

d'amidon et d'alcool de l'Afrique de l'ouest et du centre, tels que le Ghana, le Nigeria, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, le Cameroun, etc.

La promotion du label béninois sur les marchés européens et américains implique le soutien financier à la participation à deux foires-expositions par an, l'appui à l'étude de marché, la formation sur les règles et la stratégie d'exportation, etc.

Une attention particulière sera réservée aux aides alimentaires pour les pays en situation de crise et les détachements militaires dans ces pays. Il s'agira d'entrer en négociation avec le PAM et le HCR en vue d'identifier les possibilités de fournitures de dérivés de manioc à ces groupes cibles.

La mise en place d'un système efficace d'informations techniques et commerciales assure le suivi de ces informations aux niveaux national, régional et international.

5^{ème} axe stratégique : la mise en place d'un réseau régional en faveur du manioc

Au moins trois pays ouest africain (Ghana, Bénin, Nigeria) ont mis en place une initiative présidentielle en faveur du manioc. Par ailleurs, le Togo et la Côte d'Ivoire sont reconnus comme exportateurs de dérivés de manioc. La nécessité de mettre en place un réseau régional procède de celle visant à renforcer la complémentarité et l'intégration régionale. Les activités à prendre en considération dans le cadre de ce réseau régional sont par exemple la recherche agricole, la recherche sur les équipements de transformation, l'harmonisation des réglementations en faveur du manioc, la facilitation du transit (réduction des contrôles routiers par exemple), la distribution des informations de marché, etc.

9. Les opportunités pour le Bénin

Ces opportunités en terme de marchés potentiels sont présentés dans le tableau n° 12 ci-dessus. De ces marchés potentiels, une liste de neuf priorités a été retenue pour le Bénin à court terme.

10. Les priorités à court terme

Les critères de choix de ces marchés prioritaires sur la liste des marchés potentiels sont :

- la disponibilité du produit en quantité et en qualité exigées par ce marché,
- la proximité géographique, socio-culturelle et linguistique des segments de marchés visés,
- le niveau de vie, les prix et la taille du marché.

Sur la base de ces critères, neuf marchés cibles ont été sélectionnés. Ils se présentent comme suit :

i. Le marché des produits exotiques ou ethniques (Immigrés, Antillais, Européens de souche) en France.

Les produits concernés sont disponibles (gari, fufou, lafun). Le marché est très proche culturellement. Ce sont des produits à faibles valeur ajoutée peu exigeante en technologie. Le packaging aussi est très simple. Les pays concurrents sont de la même région géographique. Le Bénin peut s'imposer en sélectionnant des produits de qualité, le respect des cahiers de charges des importateurs, un prix plus bas au départ et une forte activité de promotion (SIAL Paris, puis Allemagne et Londres). La pénétration se fera par l'intermédiaire des entreprises importatrices comme RACINES, PRO-EXO-COM, et autres à contacter. Plus tard, le développement de canaux de distribution propres (grandes surfaces) et la diversification exigeront la conception d'un packaging avec un design attrayant. L'objectif sera d'atteindre 500 T (soit 25 containers de 20 pieds) de chaque produit exporté par an d'ici à fin 2006. Cet objectif correspond aux importations de l'une des deux entreprises visitées au cours du tour d'orientation en France.

ii. Le marché d'alcool du Nigeria

Ce marché est géographiquement proche mais fermé à l'alcool du Bénin. Il présente cependant un potentiel important. La pénétration demandera des efforts pour enregistrer l'entreprise béninoise YUEKEN Sarl sur la liste des entreprises agréées par le Nigeria, si possible en invitant et supportant le coût d'un nouveau séjour de la délégation nigériane au Bénin au plus tard fin juin 2005. Parallèlement, les procédures pour faire agréer l'alcool de manioc dans le TEC (UEMOA) et l'ETLS (CEDEAO) doivent être engagées. La pénétration se fera avec la mise en place de partenariat avec des entreprises importatrices ou avec des industries

locales. L'objectif sera d'atteindre le volume de 800 m³ par an d'ici à fin 2006, soit 2% de ce marché par an.

iii. Le marché d'alcool du Ghana

Ce marché reste ouvert, mais offre des difficultés de communication linguistique. L'accès à ce marché est soumis à un droit NPF de 10% (Ad Valorem). L'agrément du produit au ETL/CEDEAO permet de lever cette barrière tarifaire. La pénétration devra se faire en identifiant des entreprises importatrices au Ghana et organiser si nécessaire une visite au Bénin. L'accompagnement pour la certification ISO 9001 de YUEKEN Sarl et le soutien pour le transport des cossettes constituent des atouts de compétitivité. L'objectif à viser est d'atteindre 1.000 m³ par an à fin 2006, soit 5% de ce marché par an.

iv. Le marché d'alcool de l'UEMOA : le rôle prépondérant de la Côte d'Ivoire et du Sénégal

La demande régionale en alcool alimentaire et en alcool médicale est relativement importante au sein de l'UEMOA. Ces marchés sont proches du Bénin et offrent des possibilités d'exportation. L'agrément du produit dans le TEC permettra d'exporter sans droits de douane. La Côte d'Ivoire et le Sénégal constituent des marchés potentiels pour l'écoulement tant de l'alcool alimentaire que de l'alcool médical. De fait, il faudra nécessairement organiser une mission commerciale dans ces deux pays pour identifier les circuits de distribution sur place et négocier des accords de partenariat.. L'objectif à viser est de 500 m³ par an d'ici à Fin 2006, soit 24% de part de marché.

S'agissant de l'alcool médical, l'espace UEMOA constitue aussi une opportunité certaine en raison de l'importance du produit dans les innombrables centres de santé urbains et ruraux. A ce niveau, le placement du produit au niveau régional devra se faire sur la base des négociations impliquant d'une part, les responsables politiques des Etats et d'autre part, les opérateurs privés. Dans cette la CAME (Centrale d'Achat des Médicaments Essentiels) pourrait jouer un rôle important en raison du niveau de ses importations au plan national et de ses expériences au plan sous régional.

v. Le marché d'alcool pour les industries en France

Ce marché reste inconnu mais, un essai peut se faire à travers PRO-EXO-COM basé au Château Rouge en France. A cet effet, un échantillon représentatif et les analyses faites sur place doivent lui être envoyés avant la fin de l'année 2004. Aucun objectif ne peut être établi sans les démarches préalables concluantes.

vi. Le marché de la farine panifiable de manioc du Bénin

Ce produit est disponible. Mais son utilisation dans le pain rencontre des blocages psychologiques. La recherche développement indique que jusqu'à 20% de substitution à la farine de blé ne change rien à la qualité du pain. La conquête du marché national se fera par une forte activité de promotion dont le point de départ pourra être la publication d'une réglementation autorisant officiellement une telle substitution jusqu'à concurrence de 20%. Les importations béninoises de froment et de farine de froment s'élevaient à 25.740 Tonnes en 2003. En estimant que 50% du blé importé est destiné à la boulangerie et pâtisserie, avec un taux de substitution de 10%, on obtient un objectif annuel de 1.300 tonnes de farines par an, jusqu'à fin 2007.

vii. Le marché d'amidon pour la brasserie du Bénin

Les firmes internationales admettent jusqu'à 30% de produits locaux (amidon) dans la préparation de la bière de marque internationale. Il semble que les clauses de privatisation de la Béninoise ont prévu jusqu'à 15% de produits locaux. Les démarches doivent alors se faire en direction des entreprises de brasserie pour la prise en compte de cette clause. Aucun objectif mesurable ne peut se fixer sans l'aboutissement de ces démarches.

viii. Le marché d'amidon pour les industries textiles et de cartonnerie d'Afrique de l'ouest

Il s'agit d'amidon modifié prêt à l'emploi pour le textile et d'amidon brut pour les industries de papeterie. Les pays cibles sont le Nigeria, le Mali et le Cameroun qui disposent du tissu industriel conséquent. Mais des missions commerciales doivent être organisées dans ces pays pour identifier les importateurs et déterminer les tailles des marchés. Cependant, il faudra appuyer la mise en place d'une unité de modification au niveau de l'entreprise de Pobé. Il est possible que toute la production actuelle de

l'entreprise soit exportée (60 T/mois) d'ici à 2007.

ix. Le marché de l'amidon industriel de l'UE

Ce marché nécessite la mise en place d'unité de transformation répondant aux standards de qualité alimentaire, ce qui n'est pas le cas du Bénin aujourd'hui. Cette priorité se maintient dans la mesure où l'amidon constitue le produit de haute valeur ajoutée dérivé du manioc. La mise en place d'une telle unité ouvrira de nombreux débouchés à l'extérieur et permettra la mise en place d'unités locales dépendantes telles que les fabriques de spaghetti filiforme et de nombreux aliments prêts à l'emploi destinés à la population urbaine en forte croissance, les contingents militaires en détachement sur les théâtres d'insécurité, les populations déplacées pour cause d'insécurité, etc. Des démarches doivent être entreprises pour intéresser et retenir les investisseurs aptes à contribuer à lever les divers goulots d'étranglement en amont et en aval de la transformation.

Conclusions et recommandations pour la conquête des marchés international et régional

Considérations de base

Les contraintes étant nombreuses et complexes sur l'ensemble de la filière, il conviendrait de les hiérarchiser et de s'attaquer à quelques unes dont la résolution aura un effet d'entraînement positif notable sur les autres en renforçant le mécanisme d'auto-résolution par les acteurs de la filière eux-mêmes, gage d'une durabilité des actions. En effet, *''les interventions exogènes non circonscrites dans le temps et dans l'espace ne sont pas souvent durables. C'est pourquoi, elles doivent susciter des réponses endogènes efficaces et efficaces pour garantir la reproductivité du système''*¹⁴. Parmi les contraintes les plus importantes, on retiendra quelques unes qui relèvent du fonctionnement du marché tant au plan national que régional et international. En effet, on remarque :

- Des évolutions majeures au cours de la dernière décennie se traduisant par :
 - Une demande de nouveaux produits liée à l'évolution des habitudes alimentaires e, relation avec l'urbanisation galopante (en 2025, plus de 50% de la population de l'Afrique de l'Ouest vivront dans les centres urbains) ;
 - Un tassement de la demande des dérivés traditionnels ;
 - Une forte demande des produits à forte valeur ajoutée (amidon, alcool) ;
- Des imperfections du marché national marquées par :
 - Une faible structuration des acteurs qui animent le marché du fait d'une forte atomisation des opérateurs à tous les niveaux et de la faiblesse de leur assise financière ;
 - Une faible connaissance de la structure et du fonctionnement du marché ;
 - Une faible offensive commerciale des opérateurs ;
 - Une perte évidente de compétitivité-prix des produits béninois sur la quasi totalité des marchés de la sous région. A qualité égale, les produits béninois coûtent plus chers que ceux de leurs concurrents sur les différents marchés : le Ghana et le Nigeria notamment. La dépréciation des monnaies de ces deux pays n'expliquent partiellement le phénomène ; les coûts de transaction sur les axes commerciaux constituent aussi des handicaps sérieux pour la compétitivité des produits béninois.

Actions urgentes

Sur la base des priorités ainsi retenues et au vu des divers obstacles à la promotion des dérivés de manioc sur les marchés retenus, les actions urgentes identifiées par l'ESC dans le cadre de la présente stratégie sectorielle sont inscrites dans le tableau n° 13 ci-après.

¹⁴ Bioau (G.) et al., 2003, op. cit. p. 86

Tableau n° 13 : Recommandations d'actions

Domaine d'Actions	NIVEAU		
	National	Sectoriel: Association Professionnelle	Entreprise
Production	<ul style="list-style-type: none"> - Initier des programmes de recherche sur les VHR adaptées à des fins industrielles (cycle, taux d'amidon, rendement/ha, etc.) et sur la mécanisation de la récolte du manioc pour petits producteurs et grandes fermes - Subventionner les engrais chimiques et le circuit de distribution - Renforcer le service public et privé de vulgarisation agricole par le recrutement et la formation du personnel, l'équipement et le fonctionnement, - Mettre en place un système de traçabilité de la production du manioc - Augmenter la densité des champs de multiplication de boutures en portant à 1 champ par arrondissement 	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser les producteurs autour des fonctions critiques : multiplication des boutures VHR, approvisionnement en engrais, formation, commercialisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Accentuer la formation des producteurs sur les itinéraires techniques - Subventionner la production des boutures VHR, le labour mécanisé - Subventionner de 50% le taux d'intérêt pour le crédit agricole à la culture du manioc par toutes les IMF
Transformation artisanale	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place un système national de maîtrise de qualité HACCP - Initier un Programme de création d'un équipement d'épluchage manioc, de four à sécher la farine, etc. - Subventionner le coût des trancheuses manuelles et motorisées, des bâches pour aire de séchage de cossettes 	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser et former les transformatrices autour de la gestion des bases d'appui, - Construire des magasins de stockage collectif 	<ul style="list-style-type: none"> - Crédits à taux bonifié - Formation sur maîtrise qualité, maîtrise des coûts de production, etc.
Transformation industrielle	<ul style="list-style-type: none"> - Poursuivre et généraliser la subvention au transport de matières premières pour les unités industrielles - Mettre en place l'accompagnement des usines à la maîtrise de qualité et leur audit opérationnel et financier - Appuyer auprès des banques les projets de transformation industriels : équipements, accès à l'eau, électricité, téléphone, Internet, etc. - Appuyer au besoin le projet d'installation de deux unités d'amidon de taille modeste 	<ul style="list-style-type: none"> - Faire agréer les entreprises du secteur par le Nigeria - Faire agréer l'alcool et l'amidon de manioc à la liste du TEC (UEMOA) et ETLs (CEDEAO) 	<ul style="list-style-type: none"> - Appui à la mise à niveau des entreprises en terme d'équipements complémentaires, formation sur l'exportation, le management par la qualité, la formulation de projets, etc.
Commercialisation/Exportation	<ul style="list-style-type: none"> - Réduire le coût du transit et déréglementer le transport gros porteur, - Réduire le nombre de postes de contrôles routiers et les rançonnements - Inscrire au budget national le soutien à la participation à deux expositions par an : SIAL Paris, et Londres - Concevoir un Design d'emballage pour le label Bénin pour gari, fofou et lafun - Prendre une réglementation en faveur de l'adjonction de manioc dans la boulangerie et la brasserie 	<ul style="list-style-type: none"> Organiser les exportateurs des produits dérivés du manioc autour de la recherche de marchés, l'échanges d'informations commerciales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Appui au programme de formation du personnel des entreprises en anglais - Formation sur les règles de l'exportation, la planification des exportations, la rédaction des projets,

DEUXIEME PARTIE : PLAN D'ACTION MARKETING EXPORT DU SECTEUR MANIOC

Ce plan d'action a pour objectif le positionnement à court terme des produits traditionnels et de l'alcool sur les marchés visés. Parallèlement, les efforts seront déployés pour renforcer la compétitivité en terme de prix (essentiellement par l'amélioration de la productivité à tous les niveaux) et de qualité (par l'appui à la maîtrise de la qualité par les entreprises de transformation). Au niveau paysan, le rendement moyen national devra être porté à 15 T/ha d'ici à 5 ans puis à 25T/ha 5 ans plus tard. Il aura pour conséquence l'accroissement des revenus au niveau paysan, des transformateurs et du pays par la rentrée de devises étrangères.

Par ailleurs, la promotion de la substitution du froment par la farine de manioc dans la fabrication du pain et l'adjonction dans la brasserie au plan national sera le second axe prioritaire du plan d'action. Cette substitution permettra d'augmenter la consommation nationale de manioc et de réduire les dépenses pour l'importation du blé et du maïs.

Enfin, le Bénin devra chercher à se positionner sur le marché du deuxième produit à forte valeur ajoutée qu'est l'amidon. La seule entreprise de production actuelle ne peut pas répondre aux exigences de qualité et de quantité du marché. Le programme visera à améliorer l'environnement de production de cette entreprise afin de mieux maîtriser la qualité et la pleine capacité des équipements. A cet effet, des équipements complémentaires sont nécessaires pour le pesage, l'analyse des produits, la mécanisation de l'épluchage qui grève le coût de production, etc.

Le Bénin cherchera à se doter de deux unités de transformation en amidon à moyen terme. La capacité de ces équipements qui devront répondre aux normes du marché international, sera adaptée au niveau de la production actuelle. A cet effet, les négociations doivent se poursuivre avec les deux promoteurs contactés : International starch institute de Danemark et Cargill de Belgique. Cependant, il serait intéressant qu'une exploration du marché asiatique soit organisée très rapidement pour se situer davantage sur la question.

1. Objectifs Quantitatifs

1.1 Objectifs de production

Voir tableaux n° 10 et 10 bis

1.2 Objectif de chiffre d'affaire bord champ

Sur la base de 15 FCFA/Kg le prix bord champ de manioc frais, l'évolution du chiffre d'affaire bord champ se présente comme suit dans le tableau n° 14.

Tableau n° 14 : Chiffre d'affaire bord champ dans le cas de l'hypothèse forte

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
Production totale (T)	3039750	3307500	3762278	4425000	4862016	5440000	24836544
Production commercialisable (85%) (T)	2583787	2811375	3197936	3761250	4132713	4624000	21111061
Chiffre d'affaire bord champ (millions FCFA)	38757	42171	47969	56419	61991	69360	316667

Source : Equipe Sectorielle de Contrepartie

Ce tableau montre que les efforts soutenus pourraient permettre au secteur manioc de générer au cours des 6 prochaines années plus de **316 milliards de FCFA**, de revenus agricoles, ce qui dépasse de loin les revenus de toutes autres filières agricoles nationales.

2. Objectifs d'exportation

De 2005 à 2007, les exportations de manioc rapporteront en devises **6,193 millions USD**, soit plus de 4,7

millions d'Euros (tableau n° 15), réparties entre 70% pour l'Afrique et 30% pour l'Europe (Tableau n° 16). La prédominance des marchés africains dans ce chiffre d'affaires est un indicateur de la faible compétitivité des produits béninois sur le marché européen et révèle les efforts à réaliser par notre pays pour conquérir ce marché par des dérivés de haute valeur ajoutée (amidon et alcool).

Tableau n° 15 : Objectifs globaux d'exportations de 2005 à 2007

Année	2005	2006	2007	Total	Valeur unitaire (USD/T)	Valeur totale (USD)
Gari (T)	100	500	500	1.100	846 ¹	930.600
Foufou (T)	100	500	500	1.100	846	930.600
Alcool (m3)	1.000	2.800	2.800	6.600	617	4.072.200
Amidon (T)	100	300	600	1.000	260	260.000
Total (USD)	-	-	-	-	-	6.193.400

Tableau n° 16 : Objectifs géographiques d'exportation (USD)

Produits	Total	Afrique	Europe
Gari	930.600	-	930.600
Foufou	930.000	-	930.600
Alcool	4.072.200	4.072.200	-
Amidon	260.000	260.000	-
Total (%)	6.193.400	4.332.200 (70%)	1.861.200 (30%)

3. Objectifs géographiques

Afrique : Les objectifs d'exportation en Afrique concernent surtout l'alcool pur et l'amidon brut ou modifié. Les pays visés sont ceux de la CEDEAO et le Cameroun. Le marché est constitué des industries textiles et de papeterie pour l'amidon, les pharmacies, les industries de boissons alcoolisées et les industries cosmétiques pour l'alcool pur.

Les problèmes d'accès à ces marchés sont les droits de douanes (pour les pays en dehors de l'UEMOA) et les restrictions aux importations actuellement en cours au Nigeria. La stratégie préconise les formalités pour l'agrément des produits dans le schéma de libéralisation des échanges dans la CEDEAO (ETLS) et ~~ans dans~~ l'UEMOA (TEC) qui permettent d'éliminer les droits de douanes. En direction du Nigeria, il est peu probable que ce pays dépêche une nouvelle mission de visite d'entreprises béninoises à agréer dans un délai proche. La voie diplomatique est pu appropriée: au cours de la prochaine réunion ministérielle de la CEDEAO, le Ministre béninois du commerce et celui de l'intégration africaine demanderont à leurs homologues nigériens une nouvelle visite au cours du premier semestre 2005. Le Bénin devra supporter le coût du voyage et du séjour de la délégation nigérienne au Bénin. Une autre possibilité sera les rencontres au sommet entre les deux pays.

La pénétration des marchés africains se fera plus par des partenariats entre entreprises. Mais la plupart de ces marchés sont très mal connus, la visite du Ghana et du Nigeria n'a pas atteint cet objectif. Une mission commerciale devra être organisée au début 2005 au Ghana, en Côte d'Ivoire, au Sénégal et au Nigeria pour le marché d'alcool et au Cameroun pour l'amidon.

Europe : Le marché européen est essentiellement un marché pour les produits exotiques (gari, foufou, lafun) et accessoirement l'alcool. La pénétration se fera par les entreprises visitées en France. Il s'agit de réunir les exportateurs potentiels pour les informer de l'opportunité et de faire en collaboration avec eux des analyses d'échantillon représentatif de gari et de foufou au Bénin avec la DANA. Les résultats des analyses et les échantillons devront être envoyés aux entreprises concernées. Les contacts seront gardés avec les futurs clients par l'intermédiaire du CBCE.

Les expéditions se feront essentiellement par voie maritime mais le Bénin doit se préparer dès la fin de 2005 à se lancer dans le fret aérien comme les autres pays concurrents.

La promotion du label du Bénin sera faite à travers la participation désormais des producteurs et transformateurs béninois à toutes les expositions et foires européennes. Deux expositions seront privilégiées par an : une en France et une autre dans un pays non francophone.

Les résultats obtenus à l'horizon 2006 permettront de préparer la pénétration des marchés de la Belgique et du Royaume Uni en Europe et du marché nord américain à partir de 2007.

Le Bénin doit également viser le marché de l'amidon et des farines de manioc en Europe. A cet effet, les recherches doivent se poursuivre pour identifier et intéresser les partenaires investisseurs pertinents pour le pays. Une mission d'exploration des technologies agricoles et industrielles dans les pays asiatiques au début de 2005 sera nécessaire.

4. Objectifs qualitatifs

Les objectifs qualitatifs seront d'atteindre d'ici à 2007, le niveau de qualité du label Togo sur le marché des produits exotiques et le Ghana pour l'amidon en Europe.

1. Variété à produire

La recherche pour la mise au point de nouvelles variétés de manioc à haut rendement (90T/ha), à cycle moins long (maturité à 9 mois) et à haut rendement en amidon (26%) sera lancée à court terme. Les premiers résultats sont espérés pour fin 2007 au plus tard.

2. Technologie de transformation

La technologie de transformation devra s'enrichir d'ici à 2007 de nouveaux équipements pour améliorer la productivité du travail : épilucheuse motorisée pour les petits transformateurs et les unités semi-industrielles.

Le pays devra se doter de deux unités de production d'amidon aux normes internationales, et réaliser la mise aux normes de l'unité semi-industrielle de Pobé. Cette unité aura à compléter en outre ses équipements par un modificateur d'amidon pour l'industrie textile et la papeterie. L'exploration du marché de Brésil et de la Thaïlande au début de 2005 pourra apporter des éléments pour une prise de décision relative aux deux points.

3. Produit biologique

L'objectif de produit biologique n'a pas été pris en compte, pour le moment, comme un objectif majeur de la stratégie.

5. Mise en œuvre des actions et opérations

Le secteur manioc n'est plus tout à fait vide d'acteurs. Divers projets de développement et structures de promotion de la filière sont à l'œuvre et disposent de programme d'actions spécifiques ou communs. L'impulsion est donnée depuis le sommet de l'Etat pour le développement de la filière. L'une des limites de la mise en œuvre de toutes leurs actions provient du travail en autarcie ou du manque de synergie entre ces acteurs. Il ne s'agira plus tellement d'identifier de nouveaux projets dans les domaines de la production et de la transformation artisanale mais de corriger les faiblesses des actions en cours actuellement.

La faiblesse fondamentale à corriger porte sur la gestion des informations sur le secteur. La plupart des acteurs oeuvrant pour la promotion du secteur sont dispersés dans divers ministères. Il en est de même des centres de décision qui appuient ces acteurs. Ils ne sont pas toujours au même niveau d'informations et les uns ignorent les succès et les échecs des autres. Ensemble, ils pourront mieux coordonner leurs activités, échanger et se compléter utilement.

Il s'agit dans un premier temps de mettre en commun les expériences et les idées afin que les obstacles au développement des exportations puissent être levés. Pour ce faire, la mise en place et la structuration du cadre de concertation sera le premier résultat à viser dans le cadre de cette stratégie. L'ESC sera responsabiliser au sortir du symposium pour composer ce cadre, le structurer, proposer aux divers Ministres un projet d'arrêtés à cet effet. L'installation de cette structure doit se faire au plus tard le 31 janvier 2005.

A l'issue de la mise en place ce cadre, les divers groupes de travail devront se saisir des propositions d'actions adoptées par le symposium national et en collaboration avec les représentants de l'ESC identifieront les projets et acteurs à responsabiliser selon les politiques et les objectifs des bailleurs respectifs, les échéances de mises œuvre, les indicateurs de suivi et de performance.

Les domaines d'idée de projet d'actions concernent à titre d'exemple: 'i) l'amélioration de la productivité agricole, technologique et de la qualité des dérivés de manioc, (ii) la promotion des produits traditionnels à l'exportation, (iii) le renforcement de l'offre exportable d'amidon et d'alcool de qualité internationale, la constitution d'une base de données alimentées par des études périodiques portant notamment sur le fonctionnement du marché régional et international et l'importance des flux, etc.

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Les actions à mener dans le cadre de ce plan d'action marketing demandent à la fois les efforts de la part du secteur public et du secteur privé. Tous ces acteurs devront apprendre à travailler ensemble pour renforcer la synergie d'action et l'efficacité. Les groupes cibles de chaque promoteur ainsi que leur politique respective seront maintenues, l'innovation sera le travail en commun.

BIBLIOGRAPHIE

- ADAMU (S.O.), 1986, Trends and prospects for cassava in Nigeria, IFPRI working paper on cassava, Washington (USA), 104 p
- AFOUDA (A. S.), SOULE (B.G.) et TASSOU (Z.), 2004, Etude exploratoire des produits à racine et tubercule et de leurs dérivés, PDRT / LARES, Parakou / Cotonou, 155 p
- BIAOU (G.), SOULE (B.G.), AFOUDA (A.S) et CHABI (M.). 2003, Filière manioc au Bénin, PDRT / LARES, Parakou / Cotonou, 95 p.
- BOKANGA (M.) Cassava detoxification through processing, Tropical root and tuber crops bulletin, vol. 6, n°1, p. 3, January 1992
- BRICAS (N.),1993, Les caractéristiques et l'évolution de la consommation alimentaire dans les villes africaines : Conséquences pour la valorisation des produits vivriers, in Alimentation, techniques et innovations dans les régions tropicales, L'harmattan, pp 127 à 160
- CAPE : Performance et compétitivité des unités de transformation du manioc en gari, Cellule d'analyse de politique économique (CAPE), Cotonou, rapport provisoire, décembre 2003.
- CANNEKE (J.), 1994, la production et la commercialisation du gari dans la province du Mono, Sud Bénin, Mémoire de DESS, Université de Montpellier II, octobre, 39 p
- CBCE (1994): Rapport sur le séminaire national sur le thème: "Impact de la dévaluation du FCFA sur les produits d'exportation"; Recueil N°1 sur 7 études de marché comprenant noix d'acajou, manioc, piment, sésame, café, ananas, noix et beurre de karité. Cotonou du 31-Mai au 02 Juin 1994.
- DIOP (A.), 1992, L'attiéké dans la région d'Abidjan. Thèse de troisième cycle en économie rurale, CIRES/Université d'Abidjan, 146 p
- FAGBOHOUN (O. J.), 1993, Etude économique de la filière manioc dans le département de l'Ouémé; Thèse d'Ingénieur Agronome, FSA/UNB, Cotonou; 127 p.
- FANOU (K. L.), 1994, Analyse des performances du système de commercialisation des produits vivriers au Bénin : Le cas de la commercialisation primaire du maïs et du gari sur le plateau Adja (sud-ouest du Bénin): thèse de doctorat de 3ème cycle en économie rurale: CIRES/FASEG, Abidjan.
- FAO, 1986, Racines, tubercules et bananes plantains dans la sécurité alimentaire en Afrique subsaharienne, en Amérique latine et aux Caraïbes et dans le Pacifique, Rome, février, pp 1-29
- FAO, 1990, Roots, tubers, plantains and bananas in human nutrition, Rome, 182 p
- HONLONKOU (A.), 1994, Pression foncière, intensification et crédits agricoles au Bénin: Etudes comparatives du cas du plateau Adja et de la savane de Lonkly. Thèse d'Ingénieur Agronome, /FSA/UNB, Cotonou.
- HOUNGBO (M. E.) 1996: Les problèmes d'allocation de ressources liés à la production durable du manioc: Etude de cas de la sous-préfecture de Sakété, Thèse d'Ingénieur Agronome FSA/UNB Cotonou, 123 p.
- IITA : Elaboration, diffusion et adoption de variétés améliorées de manioc, 1978-82, Extrait du Point de la recherche 1982, p. 17, Ibadan, 1982.
- INSAE, 1996: Evolution récente de l'économie béninoise: Direction des études et synthèses économiques et financières Cotonou, Janvier 1996.
- INSAE et DANA 1996, Evaluation de la consommation de tubercules et de légumineuses au Bénin. ONASA, Cotonou 15 p + Annexes.
- La Nation 1994, Développement du manioc dans le Nord-Ouémé : Une filière aux richesses insoupçonnées, Nation du mercredi 19 Janvier 1994. p 5.

Marchés tropicaux et méditerranéens, n° 2970

- MDR : Le projet d'exportation de cossettes de manioc, étude de factibilité, juillet 1999,
- MDR : Le projet de développement de la filière manioc au Bénin, étude de pré-factibilité septembre 1999.
- MDR : Filière manioc au Bénin, le projet de développement des racines et tubercules (PDRT), Février 1999.
- MDR: Le plan de sauvetage et de promotion de la culture du manioc au Bénin, DAGRI, avril 1999.
- MICPE: Etude de faisabilité de l'implantation d'unités industrielles de transformation du manioc au Bénin, mars 2003.
- MTPT: Séminaire-atelier sur le thème : filière manioc : enjeux et perspectives pour l'économie béninoise,
- MDR/DAPS, 1994, Filière Manioc au Bénin, Cotonou.
- MDR et PNUD, 1996, Etude sur les conditions de vie des ménages ruraux au Bénin: Profil de la pauvreté rurale et Caractéristiques socio-économiques des ménages ruraux, rapport de synthèse, 77p.
- NWEKE (F.I.): Cassava is a cash crop in Africa, Tropical root and tuber crops bulletin, April 1996
- NWEKE (F. I.), DIXON (A.G.O.), ASIEDU (R.), FOLAYAN (S.A), 1994, Cassava varietal needs of farmers and the potential for production growth in Africa, International Institute of Tropical Agriculture (IITA), Working paper n°10, Ibadan, Nigeria, 239p
- ONC/GTZ, 1990, Production et commercialisation du gari au Bénin, Ministère du développement rural et de l'action coopérative, Projet sécurité alimentaire SECAL, Etudes sur la sécurité alimentaire au Bénin N°5, 78p
- ONC/GTZ, 1991, La production agricole béninoise face aux marchés régionaux : le cas des produits vivriers, Ministère du développement rural et de l'action coopérative, Projet sécurité alimentaire SECAL, Etudes sur la sécurité alimentaire au Bénin N°7, 55p
- ONASA/MAEP, étude systèmes d'approvisionnement national en produits vivriers, rapports de synthèse 2^{ème} phase et 3^{ème} phase, février et juin 1997
- OSSWALD, (Philippe), 1995, Economie des Racines et Tubercules , analyse dans les pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre , 66 pages + annexes.
- PADSA : Facilitation du commerce des produits agricoles du Bénin (août 2000),
- PADSA : Rapport de la mission de formulation des composantes A et B du PADSA II – Phase I : identification des filières pouvant être appuyées par le PADSA II,
- PADSA: Analyse des coûts de production de certaines spéculations (juin 2001),
- PADSA: Rapport de la mission de formulation des composantes A et B du PADSA II – Phase I : identification des filières pouvant être appuyées par le PADSA II, PADSA, Cotonou, novembre 2002.
- PDFM : Rapport provisoire des travaux du sous-groupe alcool, s.d.
- PDRT/MAEP: Enquête sur les rendements des plantes à racines et tubercules (manioc, igname et patate douce), rapport provisoire, octobre 2003
- PNUD & MDR, 1996, Etude sur les Conditions de vie des ménages ruraux au Bénin (ECVR) : Profil de la pauvreté rurale et caractéristiques socio-économiques des ménages ruraux .
Thèse d'Ingénieur Agronome, FSA/UNB, Cotonou, 208 p.

SARA (S. B.), 1993, Socio-economic aspects of cassava cultivation and use in Africa: implications for the development of appropriate technology, COSA n° 8, IITA, Ibadan,

SEGBO (C. E.), 1999, La conquête des marchés, communication n° 2 , séminaire-atelier MTPT/MDR sur le thème: filière manioc: enjeux et perspectives pour l'économie béninoise, INFOSEC, Cotonou, du 29 juin au 1^{er} juillet 1999

SOHINTO (M. D.), 1996, Contraintes foncières liées à la production durable du manioc au sud-Bénin: Etude de cas du village d'Onigbolo, Sous-préfecture de Pobè, Département de L'Ouémé; Thèse d'Ingénieur Agronome, FSA/UNB, Cotonou, 99 p

Ugwu (B. O.) et Ay (P.) : Seasonality of cassava processing in Africa and tests of hypothesis, COSCA working paper n° 6, IITA, Ibadan, 1992,

YERIMA (B.), 1994, La contribution du manioc dans les stratégies de sécurité alimentaire en Afrique de l'ouest : l'exemple du Bénin et du Nigeria, Thèse Master of science, IAM/CIHEAM, 124 p + annexes

ANNEXE A

Tableau n° 9: Les différents produits à base de manioc (feuille et racine) exportés en Europe

Nom commercial	Origine	Pays importateur	Consommateurs principaux	Type de produit
1. Atiéké frais	Côte d'Ivoire	Belgique, France, Royaume Uni	Ivoiriens	Semoule à base de racine cuite à l'étouffé et frais
2. Atiéké sec	Côte d'Ivoire	France	Ivoiriens	Semoule à base de racine d'origine industrielle
3. Bobolo	Cameroun	Belgique, France	Camerounais	Produit cuit à base de racine fermentée
4. Folio do mandioca	Guinée Bissau	Portugal	Bissau Guinéens et Guinéens	Produit sec à base de feuilles pilées
5. Fofou	Cameroun, Nigeria, Ghana, RD Congo	Belgique, France, Royaume Uni, Espagne, Portugal	Congolais, Camerounais, Nigériens	Produit à base de racines séchées et moulues
6. Gari	Bénin, Togo, Cameroun, Nigeria	Belgique, France, Royaume Uni, Espagne, Portugal	Béninois, Togolais, Camerounais, Ivoiriens	Produit à base de racines râpées et grillées
7. Kuanga (Chikwangue)	Cameroun, RD Congo	Belgique, France, Royaume Uni, Portugal, Suisse, Hollande	Angolais, Congolais	Produit issu d'une pâte fermentée cuite à l'eau
8. Malemba	RD Congo	Belgique, France	Congolais	Produit pâteux fermenté issu de racines cuites et râpées
9. Miondo	Cameroun	Belgique, France	Camerounais	Idem que bobolo
10. Mitoumba	Cameroun	Belgique, France	Camerounais	Idem que bobolo
11. Placali	Côte d'Ivoire	France	Ivoiriens	Pâte de manioc fraîche cuite à l'eau
12. Saka Saka en feuille	Madagascar, Cameroun, Togo, Sierra Leone	Belgique, France, Royaume Uni, Portugal, Suisse	Camerounais, Congolais, Sierra Léonais, Malgaches	Feuilles fraîches en branches
13. Saka Saka surgelé	Cameroun, RD Congo	Belgique, France, Royaume Uni, Portugal, Suisse	Camerounais, Congolais, Sierra léonais, Malgaches	Produit à base de feuille de manioc pillées et surgelées
14. Tapioca	Cameroun, Bénin, Togo, Nigeria	Belgique, France, Royaume Uni, Hollande	Béninoise, Togolais, Nigériens	Fécule cuite granulée et séchée

Source : marchés tropicaux et méditerranéens, n° 2970

ANNEXE B

LISTE DES MEMBRES DE L'EQUIPE SECTORIELLE DE CONTREPARTIE DU BENIN

NOM & PRENOMS	STRUCTURE	ADRESSE COMPLETE
AFOUDA Alix Servais	Laboratoire d'Analyse Régionale et d'Expertise Sociale (LARES)	08 BP 0592 COTONOU Tél. 30.52.40 Fax 30.52.41 e-mail : lares@intnet.bj ou afoudalix@yahoo.fr
SENOU Louise	Direction de la Concurrence et du Commerce Intérieur (DCCI/MICPE)	BP : 2037 Cotonou Tél : 30 70 10 / 30 70 14
AGOSSOU Gaston	Office National de Stabilisation et de Soutien (MAEP ONS)	Tél : 33 00 35 / 93 66 61
AWASSI Basile	Direction du Commerce Extérieur (DCE - MICPE)	Tél : 30 70 26 / 91 65 14
BATOKO Christine	Conseil National des Chargeurs du Bénin (CNCB)	06 BP 2528 Cotonou Tél. : 31 59 60 / 31 59 47
BOURAIMA Tiamiyou	Observatoire des Opportunités d'Affaires du Bénin (OBOPAF)	06 BP 2247 Cotonou Tél. / Fax : 30 95 32
DOKOU F. Dominique	Centre Béninois du Commerce Extérieur (CBCE)	01 BP 1254 Cotonou Tél. : 30 13 97 / 30 13 20 Fax : 30 04 36 E-mail : cbce@intnet.bj
FAHALA Adéyémi	Association de Développement des Exportations (ADEx)	01 BP 3554 Cotonou Tél : 31 78 21 / 93 85 31
GBLAGADA Charles	Direction de l'Agriculture (DAGRI)	01 BP 58 Porto Novo Tél : 21 32 90 Fax: 21 44 13
GOUTHON Henri Jean-Claude	Conseil National Pour l'Exportation (CNEX)	04 BP 0611 Cotonou Tél : 30 07 02 / 30 13 56 Fax : 30 00 47 E-mail : ghbenin@intnet.bj
HOUNYO Narcisse	Centre Béninois du Commerce Extérieur (CBCE)	01 BP 1254 Cotonou Tél. : 30 13 97 / 30 13 20 Fax : 30 04 36 E-mail : cbce@bow.intnet.bj
DOSSA Octave	Centre Béninois du Commerce Extérieur (CBCE)	01 BP 1254 Cotonou Tél. : 30 13 97 / 30 13 20 Fax : 30 04 36 E-mail : cbce@bow.intnet.bj
LALEYE Claude	Centre Béninois de Normalisation et de Gestion de la Qualité (CEBENOR)	02 BP 1101 Cotonou Tél : 30 10 36 Fax : 30 01 14 Mél : cebenor@intnet.bj
ODOUBOOUROU Fortuné	Port Autonome de Cotonou (PAC)	01 BP : 927 Cotonou Tél : 31 28 92 / 31 43 87 / 06 13 89
SAGBOHAN Jacqueline	INRAB	60 BP Cotonou Tél/fax: 33 06 62

SOGLO Alain	DPP MAEP	Tél : 79 18 28 Fax : 30 02 89 E-mail : as21755@hotmail.com
<u>LALEYE Claude</u>	<u>Centre Béninois de Normalisation et de Gestion de la Qualité</u>	<u>Tél : 30 10 36</u>
<u>CHABI-OTA Soumanou</u>	<u>Chambre du Commerce et d'Industrie du Bénin</u>	<u>01 BP 1254 Cotonou</u> <u>Tél : 31 12 38 / 31 20 81</u> <u>Fax : 31 32 99</u>