



Guide pratique des coûts de commercialisation et de leur mode de calcul

par
Andrew W. Shepherd

Service de la commercialisation et des financements ruraux
Division des services agricoles

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
Rome 1994

Droits d'auteur

La reproduction totale ou partielle, sur support numérique ou sur papier, de cet ouvrage pour usage personnel ou pédagogique est autorisée par la présente, sans frais ou sans qu'il soit nécessaire d'en faire une demande officielle, à condition que ces reproductions ne soient pas faites ou distribuées pour en tirer un bénéfice ou avantage commercial et que cet avis et la citation complète apparaissent à la première page des dites reproductions. Les droits d'auteur pour les éléments de cet ouvrage qui sont la propriété de personnes physiques ou morales autres que la FAO doivent être respectés. Toute autre forme de reproduction, de republication, d'affichage sur serveurs électroniques et de redistribution à des listes d'abonnés doit faire l'objet d'une permission préalable expresse et/ou du paiement de certains frais.

Adresser les demandes d'autorisation à publier à:

Le rédacteur en chef

FAO, Via delle Terme di Caracalla

00100 Rome, Italy

adresse e-mail: copyright@fao.org

Table des matières

Avant-propos

Introduction

Qu'entend-on par coûts de commercialisation et pourquoi varient-ils?

Coûts de préparation et de conditionnement des produits

Coûts de manutention

Coûts de transport

Pertes de produits

Coûts d'entreposage

Coûts de transformation

Coûts d'investissement

[Calcul des coûts de commercialisation](#)

[Marges commerciales](#)

[Notes de bas de page](#)

[Home](#)":81/cd.iso" "http://www24.brinkster.com/alexweir/"">

Avant-propos

[Table des matières](#) - [Suivante](#) >

Les appellations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, mise en mémoire dans un système de recherche bibliographique ni transmise sous

quelque forme ou par quelque procédé que ce soit: électronique, mécanique, par photocopie ou autre, sans autorisation préalable. Adresser une demande motivée au Directeur de la Division des publications, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Viale delle Terme di Caracalla, 00100 Rome, Italie, en indiquant les passages ou illustrations en cause.

(c) FAO 1994

Ce Guide a pour objet de présenter les notions fondamentales sur lesquelles reposent les coûts de commercialisation des produits agricoles et les marges commerciales qui y sont liées. Il identifie les principaux types de coûts de commercialisation, indique brièvement comment les calculer et montre comment il faut interpréter les marges commerciales.

Une bonne compréhension des coûts et des marges est indispensable pour tous ceux qui s'occupent de commercialisation de produits agricoles. Les agriculteurs qui envisagent de se lancer dans de nouvelles cultures doivent être conscients non seulement des coûts de production probables, mais aussi des frais de commercialisation de ces nouveaux produits. Les agents de vulgarisation doivent pouvoir conseiller les agriculteurs et les groupes d'agriculteurs sur ces questions. Les négociants en gros et au détail doivent, bien entendu, être pleinement conscients

des coûts impliqués s'ils veulent exercer ce métier de manière rentable. Enfin, les fonctionnaires gouvernementaux chargés de surveiller l'efficacité des marchés agricoles doivent comprendre parfaitement ce qui correspondent les coûts de commercialisation et les marges bénéficiaires et doivent pouvoir les suivre de façon régulière s'ils veulent proposer des améliorations viables, comme de nouveaux débouchés. Le présent Guide vise notamment à corriger certains des préjugés les plus répandus sur les coûts de commercialisation. Les marges bénéficiaires des négociants sont souvent considérées comme excessives, notamment lorsque l'observateur, comme cela arrive fréquemment, ne peut pas se faire une idée exacte de tous les coûts impliqués.

Ce Guide devrait être particulièrement utile aux responsables de la commercialisation et aux agents de vulgarisation qui sont appelés, dans le cadre de leurs fonctions, à conseiller les agriculteurs en matière de commercialisation et de prix. Il serait souhaitable qu'il soit aussi utilisé par les écoles d'agriculture pour les cours portant sur la commercialisation des produits agricoles. Le Guide peut être utilisé parallèlement à la publication de la FAO La commercialisation des produits horticoles: manuel de référence et de formation à l'usage des vulgarisateurs (Bulletin d'AGS N° 76) et aux vidéos qui l'accompagnent.

Ce Guide a été rédigé par Andrew Shepherd du Service de la commercialisation et

des financements ruraux de la FAO. Il s'appuie sur des observations recueillies de nombreux fonctionnaires de la FAO s'occupant de commercialisation tant à Rome que sur le terrain.

H. de Haen

Sous-Directeur général

Département de l'agriculture

Introduction

La séquence d'opérations qu'implique le transfert du produit de l'exploitation agricole jusqu'au consommateur constitue ce que l'on appelle la chaîne de commercialisation. On trouvera sur la page de gauche des exemples de chaînes de commercialisation.

Le consommateur peut habiter le même village que le producteur ou au contraire être un consommateur de cultures de rapport vivant de l'autre côté de la Terre. Tous les transferts impliquent des activités de commercialisation, sous plusieurs formes. Celles-ci impliquent des coûts. Au niveau le plus élémentaire, ce coût peut

être celui du temps pris par l'agriculteur pour se rendre au pied au marché le plus proche et y rester jusqu'à ce que tous ses légumes soient vendus. Au niveau le plus complexe, un produit peut être stocké pour de longues périodes, transporté sur de longues distances et transformé plusieurs fois avant d'être vendu.

Pourquoi le prix d'un produit vendu dans un magasin ou sur un marché de détail est-il souvent considérablement plus élevé que le prix payé à l'agriculteur? Les coûts de commercialisation ne sont pas toujours bien compris. Si l'on sait bien, par exemple, que les négociants ou les industriels dépensent de l'argent pour transporter ou emballer le produit ou pour acheter le combustible nécessaire au fonctionnement d'un moulin, on oublie parfois qu'il existe beaucoup d'autres coûts moins évidents. Parce que ces coûts ne sont pas toujours visibles, les agents de commercialisation sont souvent accusés de faire des bénéfices excessifs. On compare les prix payés aux agriculteurs par les négociants aux prix payés par les consommateurs pour le même produit et on en conclut que les agriculteurs et les consommateurs sont exploités. Il arrive bien entendu que des négociants réalisent des profits très élevés, mais dans d'autres cas, leurs bénéfices seront réduits ou ils enregistreront même des pertes. De toute évidence, s'ils ne faisaient pas globalement un bénéfice, ils ne seraient plus motivés pour continuer leur métier, au détriment des consommateurs et des agriculteurs.

En règle générale, plus la chaîne de commercialisation est complexe et longue, plus les coûts de commercialisation sont élevés. C'est pourquoi une simple comparaison des prix payés aux agriculteurs avec les prix de vente au détail ne permet pas de juger de l'efficacité du processus de commercialisation dans la mesure où elle ne tient pas compte des coûts impliqués par le déplacement du produit le long de la chaîne de commercialisation, qui va de l'agriculteur au consommateur. Si un agriculteur vit à 20 km d'un marché, il recevra normalement une part plus élevée du prix final qu'un agriculteur qui habite à 200 km de ce marché, puisque ses frais de transport sont moins élevés. Un producteur de produits périssables comme les tomates recevra sans doute une part moins élevée du prix final que le producteur d'un produit non périssable comme la noix de coco, dans la mesure où une partie de sa production risque de ne pas pouvoir être vendue lorsqu'elle arrivera au marché. Un agriculteur qui produit des pommes recevra peut-être une part moins élevée du prix de détail qu'un producteur d'ananas, parce que, même si les pommes peuvent être stockées pendant plusieurs mois de façon à profiter des prix plus élevés vers la fin de l'année, ce qui n'est pas possible pour les ananas, l'entreposage coûte de l'argent. De même, un producteur d'oignons risque de recevoir moins que le producteur de choux-fleurs en pourcentage du prix de détail final, du fait que les oignons peuvent être stockés pendant plusieurs mois. Ainsi, pour comparer utilement les prix payés aux agriculteurs et ceux payés par les

consommateurs, il est nécessaire de connaître tous les coûts impliqués. Ce n'est qu'à cette condition que l'on peut savoir s'il y a un bénéfice excessif, si le système de commercialisation est inefficace ou si les coûts élevés sont justifiés.

Ce guide explique brièvement ce que l'on entend par coûts de commercialisation et la façon de calculer ces coûts. Il est aussi question des marges commerciales. Ce guide sera particulièrement utile aux responsables de la commercialisation et aux agents de vulgarisation qui sont appelés à conseiller les agriculteurs en matière de commercialisation, dans le cadre de leurs fonctions. Parfois, par exemple, les agriculteurs peuvent avoir intérêt à s'associer pour commercialiser ensemble leur production. Toutefois, avant de prendre une telle décision, il faut que quelqu'un, l'agent de vulgarisation par exemple, puisse calculer les coûts impliqués, de façon que les agriculteurs soient sûrs qu'ils ont intérêt à utiliser un mode de commercialisation différent.

Les pratiques commerciales varient tellement d'un pays à l'autre et en fonction du type de produit que le présent Guide ne peut donner que des indications sur les prix et la façon de les calculer. Dans un pays, les agriculteurs livrent eux-mêmes leur production au marché de gros; dans un autre, le produit passera entre les mains de 2 ou 3 négociants avant de parvenir au marché. Les méthodes de commercialisation peuvent aussi varier au sein d'un même pays. Il est impossible par conséquent de

décrire une méthodologie simple pour évaluer les coûts. Pour la même raison, il est clair qu'il n'existe pas de coûts de commercialisation "raisonnables", que les agents de vulgarisation pourraient utiliser des fins de comparaison. Les coûts de commercialisation de n'importe quel produit dépendent des circonstances nationales et locales.

Les responsables gouvernementaux qui souhaitent approfondir la question des méthodes de calcul des coûts de commercialisation pourront se référer à la publication *Costs, Margins and Returns in Agricultural Marketing*, qui est disponible auprès du Service de la commercialisation et des financements ruraux (AGSM) de la FAO à Rome.

Le premier chapitre du Guide résume brièvement les principaux coûts liés à la commercialisation des produits agricoles et explique pourquoi ils peuvent varier dans des proportions aussi importantes. Les chapitres suivants traitent chaque type de coût (conditionnement, manutention, transport, etc.) de manière plus détaillée. Le Guide décrit ensuite comment faire la somme de tous ces coûts pour déterminer les coûts totaux de commercialisation liés au transfert du produit de l'agriculteur au consommateur. Enfin, le dernier chapitre traite des marges commerciales et de la façon dont elles sont calculées et dont il faut les interpréter.

Qu'entend-on par coûts de commercialisation et pourquoi varient-ils?

Coûts de préparation et de conditionnement des produits

Si l'on part du principe que la récolte du produit et le transfert de ce produit jusqu'à la sortie de l'exploitation ou jusqu'au lieu du conditionnement font partie du coût de production, alors le premier coût de commercialisation est lié à la préparation du produit. Celle-ci comprend le nettoyage, le tri et le calibrage. A ce premier coût vient s'ajouter pour la plupart des agriculteurs et/ou des négociants le coût du conditionnement: Le conditionnement peut aller d'un simple sac de jute, qui représentera moins d'un pour cent du coût de commercialisation, jusqu'à l'emballage sous plastique pour l'expédition directe des fruits jusqu'au supermarché, qui représentera alors une proportion plus importante du coût de commercialisation.

Coûts de manutention

A tous les stades de la chaîne de commercialisation le produit devra être emballé et déballé, chargé et déchargé, stocké et déstocké. Chaque opération ne

coûte pas grand chose, mais la somme totale de tous ces coûts de manutention peut être assez élevée.

Coûts de transport

Une fois emballé, le produit est ensuite transporté. Dans de nombreux pays, le transport initial peut être effectué par l'agriculteur ou son ouvrier agricole, qui transportera lui-même le produit ou le chargera sur une charrette tirée par un animal de trait. Parfois aussi les négociants envoient leurs agents faire la tournée des agriculteurs pour rassembler leur production dans une zone centrale. Comme noté dans l'introduction, les coûts varieront en fonction de la distance qui sépare l'agriculteur du marché. Mais ils dépendront aussi de la qualité des routes. Un agriculteur vivant à proximité d'une route principale aura probablement des coûts de transport beaucoup moins élevés qu'un autre dont l'exploitation ne sera accessible que par une mauvaise route causant des dégâts aux camions et souvent inutilisable. Les coûts de transport sont moins élevés dans les pays où les camions et les combustibles sont bon marché que dans les pays où les droits d'importation sont élevés. Les propriétaires de camions doivent acheter leurs véhicules; par conséquent, les coûts seront moins élevés là où les taux d'intérêt bancaires sont faibles que là où ils sont élevés.

Parfois les coûts de transport sont assez faciles à calculer, dans la mesure où l'agriculteur ou le négociant paie un prix fixe par kilo au transporteur. Mais comment calculer ce coût lorsque le produit est transporté sur la base du "conteneur", ou lorsque les agriculteurs ou les négociants louent un camion pour transporter plusieurs produits agricoles ensemble? Comment calculer les coûts de transport d'un négociant s'il est propriétaire de son véhicule?

Pertes

Les pertes sont fréquentes dans la commercialisation des produits agricoles. Même si rien n'est véritablement jeté au rebut, les produits peuvent perdre du poids lorsqu'ils sont entreposés ou en transit. Ainsi, un kilogramme d'un produit vendu au détail peut n'être pas comparable au kilogramme vendu par l'agriculteur. Parfois des pertes très élevées sont enregistrées, notamment dans le cas des fruits et légumes périssables. Les pertes sont en général plus élevées pendant la campagne principale, lorsqu'il y a engorgement du marché et que des quantités importantes doivent être rejetées avant d'être vendues. En règle générale, plus la distance est importante entre l'agriculteur et le consommateur, plus les chances de pertes sont élevées.

Le traitement des pertes dans le calcul des coûts de commercialisation est une

question relativement complexe. En particulier, le produit qui a été acheté au producteur mais qui n'a pas été vendu, entraîne de toute façon des coûts pour les opérations de conditionnement, de transport et d'entreposage. Même s'il n'y a pas de perte en quantité, il peut y avoir des pertes de qualité qui seront reflétées dans le prix de vente du produit.

Coûts d'entreposage

L'entreposage représente un coût important pour de nombreux produits. Il a pour but essentiellement de prolonger la disponibilité du produit sur une période plus longue que s'il était vendu immédiatement après la récolte. L'entreposage commercial repose toujours sur l'hypothèse que le prix augmentera suffisamment pendant que le produit sera stocké pour couvrir les coûts d'entreposage. Ces coûts varient en fonction du coût des installations et de leur gestion, mais aussi en fonction du coût du capital utilisé pour acheter le produit qui est stocké. Si un entrepôt est utilisé au maximum de sa capacité pendant toute l'année, les coûts seront de toute évidence moindres que s'il n'est utilisé que pendant quelques mois et encore, à la moitié de sa capacité.

Coûts de transformation

Le traitement représente souvent des coûts importants. Des céréales comme le maïs et le riz doivent être traités. Pour le calcul des coûts de commercialisation totaux, il faut prendre en compte le facteur de conversion du grain non traité en grain traité, de même que la valeur des sous-produits éventuels. On a trop tendance à oublier, par exemple, que le prix payé à l'agriculteur pour un kilo de riz ne peut pas être directement comparé à celui payé par le consommateur pour un kilo de riz blanchi, parce qu'il ne s'agit pas du même produit. De même, un cultivateur de café ne peut pas comparer directement le prix de l'exportation d'un kilo de grain de café vert avec le prix qu'il reçoit pour les cerises de caféier ou même le parchemin.

Les coûts de transformation peuvent varier selon l'efficacité de l'entreprise effectuant la transformation, le débit de l'installation de traitement et la fréquence avec laquelle elle fonctionne. Ils varieront aussi en fonction des coûts de l'entreprise, qui peuvent dépendre de facteurs tels que le prix du carburant, les coûts d'amortissement, les droits d'importation, les impôts et les salaires.

Coûts d'investissement

Les coûts d'investissement sont extrêmement importants, même s'ils ne sont pas très visibles. Pour travailler, un négociant peut avoir à emprunter de l'argent à une

banque. L'intérêt qu'il paie à la banque pour cet emprunt représente un coût. Si un négociant utilise son propre capital, on ne peut pas dire non plus qu'il n'a pas de frais, puisqu'il pourrait déposer cet argent à la banque de façon à gagner des intérêts, au lieu de l'utiliser pour ses opérations commerciales. Le coût de l'utilisation de ses propres fonds est donc égal à l'intérêt qu'il ne percevait pas. Les économistes appellent cela un coût d'opportunité.

Il existe d'autres coûts d'opportunité. Par exemple, un négociant pourrait utiliser son temps à d'autres tâches. Pour qu'il décide de s'occuper de commercialisation, il faut que le bénéfice qu'il tire de cette activité soit plus élevé que ses autres possibilités de revenu. Il faut même parfois qu'il soit nettement plus élevé, notamment lorsqu'il court le risque de perdre de l'argent.

Commissions, redevances et paiements officiels

Les coûts décrits ci-dessus sont les principaux coûts liés à la commercialisation des produits agricoles. Mais il en existe beaucoup d'autres et lorsque l'on mesure ces coûts, il faut les garder tous présents à l'esprit. Ils peuvent être faibles dans un pays et représenter une proportion importante des coûts dans un autre. Les personnes utilisant les marchés doivent payer des droits d'accès au marché. Souvent ils doivent payer pour que leur produit soit pesé. Les négociants doivent

normalement disposer d'une licence et payer des droits de licence. Dans certains marchés, les grossistes demandent des commissions. Il y a aussi les impôts à payer et il faut parfois verser des pots-devin pour franchir des barrages routiers, pendant le transport du produit ou pour obtenir l'autorisation de gérer une affaire. Tous ces coûts doivent être pris en considération dans les calculs.

Prix et marges

Enfin, les coûts doivent être mis en relation avec les prix de vente au détail. Sur un marché de détail, le matin, les tomates se vendent à un prix élevé qui semble devoir être extrêmement rentable pour le négociant. Mais, le soir venu, celui-ci risque de vendre ses tomates à un prix bien inférieur, dans la mesure où il sait que le lendemain arrivera un nouveau chargement de tomates fraîches. Ce facteur ne doit pas être négligé lorsqu'on compare le prix de vente au montant payé à l'agriculteur. Le prix payé par le consommateur représente donc le prix payé à l'agriculteur pour sa marchandise, auquel s'ajoutent tous les coûts de transfert de celle-ci jusqu'au consommateur, sous la forme où il l'achètera, plus un bénéfice raisonnable pour ceux qui se chargent de la commercialisation et de la transformation, en dédommagement de leur contribution. La part en pourcentage du prix final qui est aspirée par la fonction de commercialisation s'appelle la marge commerciale.

Il arrive que cette marge représente un pourcentage assez élevé et soit utilisée comme argument pour prouver que les agriculteurs ou les consommateurs sont exploités. Toutefois, ces marges élevées sont souvent entièrement justifiées par les coûts impliqués. Il est impossible de savoir si ces marges sont raisonnables ou non, si l'on ne sait pas quoi correspondent ces coûts et comment ils sont calculés.

Coûts de préparation et de conditionnement des produits

Coûts de préparation des produits

La préparation du produit pour le marché prend souvent beaucoup de temps. Toutefois, l'argent dépensé au début de la chaîne de commercialisation pour la préparation et le conditionnement du produit devrait être plus que compensé par des prix plus élevés et des pertes moindres. On peut raisonnablement s'attendre à ce qu'il y ait des coûts plus élevés correspondant des profits plus élevés. Les activités de préparation, qui sont parfois effectuées par les agriculteurs mais plus souvent par les négociants, comprennent:

- nettoyage, pour enlever la terre et les matières étrangères par exemple;
- émondage pour enlever les feuilles, les tiges ou les racines indésirables;
- tri, pour enlever les articles non commercialisables (voir chapitre 5);
- dégermage, par exemple pour les oignons, l'ail ou les pommes de terre;
- calibrage, par taille et par qualité, avant le conditionnement, de façon à accroître la valeur commerciale du produit:
- traitement à la cire et emballage, comme cela se fait pour les oranges dans certains pays, afin de préserver le produit et de le rendre plus attrayant pour le consommateur.

Coûts d'emballage

La plupart des produits agricoles doivent être emballés. Les fruits et légumes de grosse taille, comme les citrouilles et les pastèques, qui peuvent être transportés en vrac, constituent des exceptions. Les légumes-feuilles, comme les choux, peuvent aussi être transportés en vrac: les feuilles extérieures servent en quelque sorte d'emballage, en protégeant les feuilles internes. Dans ce cas, il n'y a pas de

coût d'emballage, mais il faut garder présent l'esprit que les feuilles extérieures sont souvent jetées avant la vente et qu'il y a donc de ce fait un coût sous forme de perte de produit.

Le conditionnement a trois fonctions principales. Tout d'abord, il facilite la manutention et le transport du produit. Les coûts seraient certainement beaucoup plus élevés si tout devait être transporté et déplacé sans aucune forme d'emballage. Deuxièmement, le conditionnement protège le produit. Les efforts qui sont faits pour améliorer le conditionnement de gros visent essentiellement à améliorer la protection offerte, plutôt que la commodité du conditionnement du point de vue de la manutention. Enfin, le conditionnement peut servir à diviser le produit en unités adaptées à la vente au détail et à rendre le produit plus attrayant pour le consommateur, de façon à le vendre au meilleur prix. Mais plus le conditionnement est perfectionné, plus son coût sera élevé.

Assez souvent, l'agriculteur fournit lui-même le conditionnement sous forme de sacs de jute pour le maïs et le riz, qui reste le même tout au long de la chaîne de commercialisation. Les conditionnements plus complexes et plus coûteux, comme les cageots en plastique, sont normalement fournis par le négociant. Le coût de tout conditionnement fourni par l'agriculteur doit normalement être considéré comme un coût de production, lorsqu'il vend directement aux négociants à la sortie de

l'exploitation. Si en revanche, il choisit d'apporter lui-même le produit au marché, parce qu'il estime qu'il en obtiendra un meilleur prix, le conditionnement fait alors partie de ses coûts de commercialisation.

Un fruit ou un légume peut être emballé et re-emballé plusieurs fois au cours de son transfert du producteur au consommateur, selon la durée de la chaîne de commercialisation. L'agriculteur peut utiliser un type de conditionnement (par exemple un sac) pour apporter son produit au marché. Au marché, le négociant pourra transférer le produit dans une caisse en bois ou un cageot en plastique, pour le transporter jusqu'au marché de gros. Un détaillant achetant au marché de gros transfèrera le produit dans un autre type d'emballage, puis le reconditionner (par exemple, dans des sacs en plastique) pour la vente dans sa boutique. Tous ces types de conditionnement impliquent des coûts qui doivent être pris en considération lorsqu'on calcule les coûts totaux de commercialisation.

Le coût de conditionnement le plus simple à calculer est celui où le sac, la caisse, le cageot ou le panier n'est utilisé qu'une seule fois. Il suffit alors de connaître la contenance du conditionnement, afin de calculer le coût de conditionnement par kilogramme. Mais souvent les choses ne sont pas aussi simples. Lorsqu'on utilise des conditionnements de gros plus perfectionnés, on s'efforce en général de les utiliser plusieurs fois. Il faut alors faire une estimation du nombre de fois où l'emballage est

utilisés, pour arriver à un coût par voyage. Il faut aussi prévoir les coûts de remise en état et de retour de l'emballage vide au point de départ de la chaîne de commercialisation. Si un négociant est propriétaire de son véhicule et que tous ses transports se font dans la même direction, c'est-à-dire de l'exploitation à la ville, le coût du retour des emballages est négligeable. Si, toutefois, il doit payer le coût du transport des emballages vides, cela augmente sensiblement ses coûts de conditionnement. La figure 1 donne un exemple de ce type de calcul.

Figure 1

Calcul des frais d'emballage

Supposons que des oranges sont transportées dans des caisses en bois d'une contenance de **20 kg** qui, avec des réparations occasionnelles, peuvent être utilisées pour 10 voyages. Une caisse coûte **10 dollars**, les réparations et le nettoyage **2 dollars** et chaque transport vide vers la zone de production **1 dollar**.

Le coût du conditionnement par voyage est donc:

[(coût originel + réparations) × nbre de voyages] + transport vide
soit

(10 \$ + 2 \$) × 10 voyages + 1 \$ = 2,20 \$ par 20 kg

et

2,20 \$ \diamond 20 kg = 0,11 \$ par kg

Le type de conditionnement utilis \diamond dans un pays et pour une cha \diamond ne de commercialisation donn \diamond e d \diamond pend des co \diamond ts et des avantages qu'implique son utilisation.

Ainsi, les cageots en plastique ont tendance \diamond \diamond tre davantage utilis \diamond s pour commercialiser les produits agricoles dans un pays o \diamond ils sont fabriqu \diamond s, que dans un pays ou ils sont frapp \diamond s d'un droit d'importation de 100 pour cent. Les conditionnements perfectionn \diamond s sont davantage utilis \diamond s lorsqu'ils permettent de r \diamond duire sensiblement les pertes, tandis que les produits non p \diamond rissables n'exigent pas de conditionnement co \diamond teux, dont les avantages seront seulement marginaux. Il convient donc d'envisager chaque fois que possible d'utiliser des conditionnements am \diamond lior \diamond s \diamond base de mat \diamond riaux produits localement.

Co \diamond ts de manutention

Il est assez facile de sous-estimer les co \diamond ts de manutention. Pour chaque op \diamond ration

de manutention, le coût par kilogramme sera négligeable. Mais un produit peut être manipulé de nombreuses fois avant de parvenir au consommateur. Le total de tous ces coûts de manutention individuellement modestes peut atteindre une somme assez considérable, notamment dans les pays où le coût de la main-d'oeuvre est relativement élevé.

Dans certains cas, on peut se faire une idée assez exacte des coûts de manutention, comme lorsqu'on a affaire à des porteurs aux marchés de gros, qui prennent un prix fixe par caisse ou par charrette. Dans d'autres cas, toutefois, il n'y a pas de prix fixe. Le coût par objet manipulé devra alors être calculé de façon approximative, en divisant le salaire de l'employé par le nombre de paquets manipulés. Dans le cas d'une main-d'oeuvre occasionnelle, payée à l'heure (sur un marché, par exemple), ce calcul est relativement facile. Mais lorsqu'il s'agit d'un employé du négociant travaillant à plein temps, le calcul est plus difficile. L'employé peut passer de nombreuses heures assis dans un camion sur le trajet entre l'exploitation agricole et le marché. Il ne fait rien pendant tout ce temps-là, mais le négociant doit tout de même le payer s'il veut être aidé pour charger et décharger son camion.

Dans le cas d'une chaîne de commercialisation agriculteur-grossiste-détaillant-consommateur, le produit fera l'objet des manipulations ci-après:

- l'agriculteur ou son employé charge le produit sur une charrette tirée par des boeufs;
- l'employé charge le produit au point de rassemblement et le produit est pesé;
- le grossiste ou son employé transfère le produit dans ses propres emballages;
- le produit est chargé sur le camion du grossiste;
- produit est chargé au marché de gros et transporté dans des locaux occupés par le grossiste ou son agent, où il est pesé;
- produit est débarrassé et trié ou calibré;
- produit est réemballé dans les emballages du détaillant;
- produit est transporté jusqu'au moyen de transport du détaillant;
- produit est chargé au magasin du détaillant;

- produit est emballé dans des sacs en plastique.

Coûts de transport

Les coûts de transport sont la charge de l'agriculteur lorsque celui-ci apporte sa marchandise au marché et des négociants mesure que le produit descend la chaîne de commercialisation jusqu'au consommateur. Parfois, les coûts de transport sont très évidents parce qu'ils impliquent un paiement direct de la part de l'agriculteur ou du négociant un propriétaire de camion, voire de bateau, par unité transportée. Ces coûts sont moins apparents lorsque le négociant, ou même l'agriculteur, possède et conduit son propre véhicule.

Dans d'autres situations, il n'y a pas de dépenses proprement dites, mais il existe tout de même un coût d'opportunité. Par exemple, lorsqu'un agriculteur utilise un moyen de transport à traction animale ou une bicyclette, ou transporte lui-même le produit jusqu'à un marché central, il pourrait utiliser son temps autrement. Il s'agit d'un coût de commercialisation pertinent si l'agriculteur a la possibilité de vendre sa production à la sortie de l'exploitation, mais estime qu'il en tirera un bénéfice supérieur s'il l'apporte lui-même au marché. En revanche, si l'agriculteur n'a pas

d'autre choix que d'apporter le produit au marché, le temps qu'il consacre cette opération peut alors être considéré comme faisant partie de ses coûts de production, dans la mesure où, s'il ne va pas au marché, il ne pourra pas vendre sa marchandise.

Lorsque l'agriculteur paie un transporteur routier "à la pièce" pour transporter sa marchandise jusqu'au marché, le calcul du coût de commercialisation est facile, mais ce n'est pas un mode de transport bon marché. Les transporteurs ne savent pas l'avance s'ils rempliront leur camion et calculent donc leur prix par unité transportée en fonction d'une charge moyenne sur toute la saison ou toute l'année qui est inférieure à la capacité du véhicule. Ainsi, les négociants ou les agriculteurs travaillant en groupe peuvent, s'ils sont sûrs de pouvoir remplir un véhicule, économiser sur les coûts de transport en s'associant pour en louer un. En règle générale, plus le camion est gros, moins le coût du transport par unité est élevé. Les agents de vulgarisation s'occupant de commercialisation peuvent jouer un rôle important en aidant les agriculteurs ou les négociants à s'organiser ainsi.

Lorsque le produit est transporté à la pièce, il suffit de diviser le coût par unité d'emballage par le nombre de kilogrammes dans chaque emballage. Lorsque le camion est loué ou que le négociant utilise son propre véhicule, le calcul est plus difficile, car le véhicule peut être utilisé pour plusieurs produits différents emballés

chacun dans un emballage d'une contenance différente. Pour la plupart des camions, le facteur limitant les quantités transportées est l'espace disponible et non le poids. Ainsi, des produits qui ont un faible rapport poids-volume (par exemple, les poivrons verts) ont un coût de transport plus élevé par kilogramme qu'un produit qui est plus lourd par rapport à son volume. Il faut donc faire une estimation approximative du volume des emballages utilisés pour chaque produit. L'espace disponible dans le camion (moins un certain pourcentage correspondant à l'espace qui ne peut pas être utilisé en raison de la forme de l'emballage, etc.) peut ensuite être divisé par le volume de l'emballage individuel, de façon à obtenir le coût par kilogramme. La figure 2 indique comment faire ce calcul.

Le calcul devient encore plus compliqué lorsque le négociant est propriétaire de son véhicule et qu'il faut évaluer ses coûts de transport. Il faut tenir compte de tellement de facteurs pour calculer le coût par kilogramme pour un voyage qu'il vaut mieux y renoncer, à moins qu'il n'existe pas d'autres informations disponibles pour pouvoir évaluer le coût. Si, par exemple, des négociants utilisent leur propre moyen de transport, tandis que d'autres louent un camion, au trajet ou à la pièce, on peut s'appuyer sur les coûts de ces derniers pour en déduire les coûts d'un négociant possédant son camion'.

Puisque les négociants et les transporteurs sont souvent accusés de faire payer des

prix trop élevés, il est important de savoir quels sont les coûts de transport qu'ils doivent assumer. Ceci inclut:

- le salaire payé au conducteur et, le cas échéant, son assistant;
- le coût du combustible, de l'entretien, des réparations, etc.;
- le coût des permis, taxes routières, assurances et autres paiements nécessaires;
- les coûts correspondant aux paiements effectués en route tels que les péages ou les pots de vin payés aux barrages routiers officiels ou non et les droits d'accès au marché;
- le coût d'investissement du véhicule. Lorsqu'on calcule le coût annuel d'utilisation d'un camion, il faut inclure non seulement le coût des intérêts bancaires payés sur le prêt, mais aussi la dépréciation annuelle (ou la perte de valeur) du camion. Lorsque les routes sont mauvaises, les camions ne durent que quelques années et la dépréciation représente alors un coût important.

*Figure 2***Calcul des coûts de transport**

Supposons qu'il existe **40 m³** d'espace disponible utilisable dans le camion et que la location de ce dernier coûte **500 dollars**. Un conteneur de **0,2 m³** peut contenir **8 kg** de tomates et un de **0,4 m³** **10 kg** de poivrons.

Le coût du transport des **tomates** par conteneur et par kg est donc le suivant:

$$500 \$ \div (40 \text{ m}^3 \div 0,2 \text{ m}^3) = 2,50 \$ \text{ par conteneur}$$

et

$$2,50 \$ \div 8 \text{ kg} = 0,3125 \$ \text{ par kg}$$

Tandis que le coût du transport des poivrons par conteneur et par kilogramme est le suivant:

$$500 \$ \div (40 \text{ m}^3 \div 0,4 \text{ m}^3) = 5,00 \$ \text{ par conteneur}$$

et

$$5,00 \$ \div 10 \text{ kg} = 0,50 \$ \text{ par kg}$$

Après avoir identifié les coûts annuels de transport, il faut calculer la quantité de

travail effectué par le camion pendant une année, afin d'obtenir un coût par tonne et par kilomètre.

Ce coût dépendra des facteurs ci-après:

- les périodes pendant lesquelles le produit est disponible pour être commercialisé;
- les autres services que le camion peut rendre sur les trajets de retour ou lorsqu'il n'est pas utilisé pour commercialiser les produits agricoles;
- les jours pendant lesquelles le camion n'est pas disponible pour cause de panne, réparation, vérification, etc.;
- lorsque la marchandise et le camion sont disponibles, le nombre de voyages et de kilomètres que le camion peut effectuer.

Comme on le voit, les coûts sont multiples et, comme ils s'ajoutent les uns aux autres, ils peuvent rendre le transport extrêmement coûteux. Dans de nombreux cas, le transport constituera le principal coût de commercialisation. Il est donc essentiel que ce coût soit calculé correctement. Des erreurs coûteuses peuvent être commises si,

par exemple, une coopérative de village décide d'acheter un camion pour faire concurrence aux négociants. Si la coopérative sous-estime les coûts d'exploitation du camion ou surestime la quantité de marchandises à transporter, elle risque de subir des pertes importantes.

[Table des matières](#) - [Suivante](#) >

[Home](#)":81/cd.iso" "http://www24.brinkster.com/alexweir/"">

Pertes de produits

[Table des matières](#) - < [Précédente](#) - [Suivante](#) >

Si un commerçant achète un kilogramme de produit à un agriculteur, quelle fraction de ce kilo parviendra-t-il à revendre? Et quel sera le prix moyen des produits revendus? Les pertes de produits après la récolte, notamment de produits frais, peuvent être considérables, en termes tant qualitatifs que quantitatifs (ce qui affecte le prix de revente).

Les causes de pertes sont nombreuses et variées et nous ne les examinerons pas en détail ici². L'une des plus importantes est souvent liée au fait que l'agriculteur produit plus que les commerçants ne veulent acheter, ou que les commerçants achètent plus qu'ils ne peuvent revendre aux consommateurs. En cas d'excédent, les pertes matérielles sont élevées, et/ou les agriculteurs et les commerçants doivent vendre à perte.

A cause des mauvaises méthodes de récolte et de manutention et l'exploitation (produits écrasés ou exposés au soleil), les denrées peuvent être déjà très abîmées avant même d'être vendues aux commerçants.

Une mauvaise manutention par le commerçant et ses employés peut aggraver la situation. Lorsque les camionneurs sont payés "à la pièce", les agriculteurs et les commerçants tentent d'embrasser autant de produits que possible par unité de transport. Cela risque d'être un mauvais calcul, car les pertes résultant de l'endommagement des produits excèdent souvent les économies réalisées sur les coûts de transport. Les produits peuvent être abîmés en transit, à cause des secousses sur des routes inégales, de l'exposition au soleil sur le toit d'un car, ou des températures élevées à l'intérieur d'un camion ou d'autres véhicules (si un camion reste en panne sur le bord d'une route deux ou trois jours, tout la cargaison risque d'être perdue). Les retards et la mauvaise manutention au marché de gros

peuvent aggraver la situation. Il arrive parfois, par exemple, qu'un produit qui avait été correctement emballé par l'agriculteur ou le commerçant soit déversé même le sol des magasins de gros, ce qui ne manquera pas de l'abîmer.

A tous les stades de la chaîne de commercialisation, des produits doivent être jetés. Cela peut être prévu (comme pour les feuilles de choux mentionnées précédemment) mais, la plupart du temps, il s'agit de pertes dues à une mauvaise manutention. Il faut donc procéder à un tri à chaque stade de la chaîne pour séparer les produits abîmés des produits en bon état.

Le poids des produits peut diminuer même si rien n'est jeté. La plupart des produits agricoles diminuent de poids en transit et pendant l'entreposage parce qu'ils perdent de l'humidité. Cela n'est pas nécessairement mauvais. Par exemple, les coréales supportent mieux l'entreposage si elles sont sèches. Mais cela signifie que, pour un kilo de produits acheté à l'agriculteur, le commerçant n'en aura pas un kilo à revendre au consommateur.

Pour cette raison, essayez d'estimer les pertes. Cela ne sera pas facile mais moins que vous ne parveniez à suivre les livraisons sur toute la longueur de la chaîne de commercialisation. De plus, ces pertes varient selon les saisons; des fruits de qualité médiocre, invendables à un moment de pléthore où les prix sont bas, peuvent

très bien se vendre en cas de pénurie. La plupart des ministères de l'agriculture peuvent vous fournir des estimations des pertes, qui serviront de point de départ pour vos propres évaluations. Cependant, on a souvent tendance à exagérer les pertes, et les chiffres officiels doivent donc être utilisés avec discernement.

Figure 3

Calcul du coût des pertes de produit

Supposons qu'avec un taux de perte de **10 pour cent**, **1 kg** de tomates achetées par le négociant et l'agriculteur donne **900 grammes** (0,9 kg) de tomates disponibles pour la vente au consommateur. Le négociant achète les tomates et l'agriculteur au prix de **5 \$ le kilogramme**; les coûts de commercialisation sont de **2 \$** par kilogramme de tomates achetées. Le prix de vente des tomates est de **8 \$ le kilogramme**.

Les coûts sont les suivants:

1 kg achetées et 5 \$ le kilo = 5,00 \$

1 kg emballage et transport et 2 \$ le kilo = 2,00 \$

Coûts totaux = 7,00 \$

Produit des ventes ou 8 \$ x 0,9 kg = 7,00 \$

D'où $\text{marge du négociant} = 0,20 \$$

La méthode indiquée ci-après est plus courante **mais elle est erronée**.

1 kg acheté 5 \$ le kilo = 5,00 \$

1 kg emballé et transporté 2 \$ le kilo = 2,00 \$

10 pour cent de perte ou 5 \$ x 0,1 = 0,50 \$

Coûts totaux = 7,50 \$

Produit des ventes ou **8 \$ x 1 kg = 8,00 \$**

D'où $\text{marge du négociant} = 0,50 \$$

La seconde méthode de calcul est, de toute évidence, **erronée** parce qu'elle suppose que le négociant tire un produit de la vente d'une marchandise qui a déjà été "perdue".

Note: Nous reviendrons sur la méthodologie correcte dans le chapitre 9 où on trouvera un exemple détaillé de calcul de coût de commercialisation.

La meilleure façon de calculer les pertes consiste à comparer la quantité de produits revendus avec la quantité achetée à l'agriculteur. C'est la méthode la

plus exacte, et les coûts d'emballage, de transport, de manutention et d'entreposage des produits perdus sont inclus. La figure 3 donne un exemple de ce type de calcul, ainsi que de la méthode d'évaluation habituelle, qui est erronée.

En plus des pertes quantitatives, il y a des pertes qualitatives. On parle de pertes qualitatives lorsque le commerçant doit vendre une partie d'un arrivage à un prix inférieur au reste, soit qu'une partie des produits ait été abîmée en transit, soit que ceux-ci se soient détériorés en attendant d'être vendus, ou encore parce que le commerçant craint que sa marchandise ne se détériore avant d'avoir une autre possibilité de la vendre. Dans de nombreux pays, les denrées périssables, telles que fruits et légumes, sont vendues au rabais le samedi soir parce que les marchés sont fermés le dimanche. Ces produits risquent en effet de n'être plus vendables le lundi matin à cause de la concurrence de produits plus frais nouvellement arrivés.

Figure 4

Calcul du prix de vente moyen pondéré

Supposons un lot de **100 kg** de tomates composés de:

50 kg vendus à 2,00 \$ = 100 \$

20 kg vendus à 1,40 \$ = 28 \$

20 kg vendus $\diamond 1,00 \$ = 20 \$$

5 kg vendus $\diamond 0,40 \$ = 2 \$$

(5 kg invendables)

Produit total de la vente = 150 \$

Le prix de vente moyen par kilogramme se calcule donc comme suit:

150 \$ $\diamond 100 \text{ kg} = 1,50\$$

Pour estimer le prix de revente per \diamond u par le commer \diamond ant pour des produits qu'il a probablement achet \diamond s \diamond l'agriculteur \diamond un prix unique au kilo, il faut donc tenir compte du fait que tout l'arrivage ne sera probablement pas revendu \diamond un m \diamond me prix. Il y aura des variations de prix non seulement \diamond cause des diff \diamond rences de qualit \diamond , mais aussi \diamond cause des fluctuations de l'offre et de la demande sur le march \diamond . Pour \diamond tablir le prix moyen per \diamond u par le commer \diamond ant, il faut donc calculer un prix moyen pond \diamond r \diamond . La figure 4 donne un exemple de ce calcul.

La figure 4 donne des recettes du commer \diamond ant une image tr \diamond s diff \diamond rente de celle que l'on aurait eue si l'on s' \diamond tait bas \diamond sur le prix de sa premi \diamond re vente au march \diamond , qui aurait sans doute \diamond t \diamond de 2 dollars le kilo.

Coûts d'entreposage

On entrepose les produits agricoles afin de prolonger la période pendant laquelle ils sont disponibles pour les consommateurs. Pour les produits vivriers de base, l'entreposage long terme est évidemment essentiel: (même si la période de récolte ne dure que quelques mois, il faut pouvoir consommer les denrées pendant toute l'année. L'entreposage peut se faire à l'exploitation, ou bien au niveau du commerçant (commerce privé ou office de commercialisation) ou du consommateur. Lorsqu'il s'agit de denrées périssables, l'entreposage permet de prolonger une période de disponibilité très courte. Cependant, cette pratique n'est viable que si les produits peuvent être revendus après entreposage à un prix supérieur à leur prix au moment de la mise en entrepôt, la différence devant couvrir la totalité des coûts d'entreposage et représenter un encouragement pour le commerçant à prendre un risque de perte.

Les coûts d'entreposage entrent dans ces catégories:

- coûts liés au fonctionnement des entrepôts, c'est-à-dire le coût effectif par kilo qui doit effectivement être payé pour placer les produits dans un

entrepôt ordinaire ou frigorifique. Ces coûts comprennent différents éléments tels que dépréciation des bâtiments, systèmes de sécurité, électricité et autres coûts de services et d'entretien;

- coûts liés au maintien de la qualité des produits pendant l'entreposage, par exemple le coût des produits chimiques;
- coûts liés aux pertes qualitatives et quantitatives pendant l'entreposage;
- coût financier pour le propriétaire des produits pendant l'entreposage.

Le principal facteur influant sur les coûts d'entreposage est le taux d'utilisation de la capacité. Si l'entrepôt est souvent utilisé à pleine capacité, les coûts unitaires sont faibles. Lorsque l'entrepôt reste vide, la plupart du temps, les coûts sont élevés.

Lorsque les produits sont placés dans des entrepôts commerciaux, il est relativement simple de calculer les coûts matériels d'entreposage pour le commerçant, car ceux-ci sont établis sur des bases telles que kilo/ jours, caisse/semaines ou tonne/mois; on peut donc calculer le coût par kilo pour la période pendant laquelle les produits sont entreposés. Mais si le commerçant loue tout un entrepôt, et y ajoute ou en retire

des marchandises \diamond tout moment, il faudra avoir une idée du nombre moyen de conteneurs/kilogrammes entreposés pendant la période de location de l'entrepôt. La figure 5 donne un exemple de ce calcul.

Figure 5

Calcul des coûts de stockage

Supposons qu'un entrepôt est loué pour **120 jours** pour un coût total de **600 \$** et que sa contenance moyenne pondérale est de **250 sacs** de pommes de terre.

Le coût du stockage s'obtient comme suit:

600 \$ \div **120 jours** = 5,00 \$ par jour

5 \$ \div **250 sacs** = 0,02 \$ par sac/jour

Les produits subissent en général des pertes quantitatives pendant l'entreposage. Cela peut être voulu (par exemple, lorsqu'on sèche les céréales pour qu'elles supportent mieux l'entreposage) ou accidentel, si les produits sont mal entreposés. En ce qui concerne les produits frais, les pertes quantitatives sont presque inévitables, quelle que soit l'efficacité de l'entreposage. Les pertes matérielles pendant l'entreposage doivent être considérées comme des coûts, comme on l'a

indiqué au chapitre 5. Les pertes qualitatives sont aussi inévitables, et, pour le commerçant, se traduisent par une baisse du prix de revente des produits. Comme indiqué au chapitre 5, il est important d'avoir une estimation exacte du prix moyen pondéré auquel les produits entreposés sont revendus.

Figure 6

Calcul des coûts de stockage en fonction de la durée

Supposons qu'un négociant achète des pommes de terre au tarif de **10 \$ le sac** et qu'il les entrepose pendant 4 mois. Pour ce faire, il doit emprunter de l'argent **12 pour cent par an**.

Le coût de l'intérêt bancaire s'obtient comme suit:

$$10 \$ \times 0,04 \text{ (12\% par an sur 4 mois)} = 0,40 \$ \text{ par sac}$$

Les véritables coûts de stockage par sac de pommes de terre seront calculés comme suit:

$$\text{Coût du stockage pendant 120 jours} = 0,02 \$ \text{ par jour} = 2,40 \$$$

$$\text{Intérêt bancaire de 0,40 \$ par sac} = 0,40 \$$$

Coût total par sac = 2,80 \$

Il est facile d'ignorer le fait que l'entreposage des produits représente un coût financier pour le commerçant. Mais si l'on n'en tient pas compte, on a une impression totalement inexacte des coûts de commercialisation. La figure 6 donne un exemple de calcul réaliste des coûts d'entreposage, y compris les coûts supplémentaires tels que les intérêts bancaires. Cet exemple suppose qu'il n'y a pas de perte. Cependant, une période d'entreposage de quatre mois entraînera presque certainement des pertes, dont il faut tenir compte dans les calculs.

Coûts de transformation

La transformation d'un produit implique de toute évidence des coûts liés au fonctionnement de l'installation de traitement. Pour calculer les coûts de commercialisation, toutefois, il faut prendre en compte deux autres aspects importants des coûts de transformation. Tout d'abord, comme pour les pertes de produits, il n'y a aucune équivalence entre un kilo de produit acheté à l'agriculteur et un kilo de produit transformé vendu au consommateur. Il faut par conséquent se demander quelle quantité de produit est effectivement vendue au consommateur,

lorsqu'un kilogramme est acheté par l'agriculteur. Deuxièmement, la transformation peut donner lieu à un sous-produit, qui est souvent commercialisable. La valeur de ce sous-produit doit donc être incluse dans les calculs.

Le coût du produit alimentaire proprement dit entrant dans la fabrication de produits alimentaires ayant subi des transformations très complexes et qui sont vendus dans les supermarchés (par exemple les repas prêts à consommer) peut représenter une très faible proportion du prix de vente au détail (parfois moins de 10 pour cent). Le reste est constitué par les coûts de transformation, de conditionnement et d'autres coûts de commercialisation. Toutefois, dans le présent Guide, nous ne parlerons que du coût de la transformation primaire.

Quelques exemples de transformation primaire:

- paddy en riz usiné (conversion 65-70 pour cent; sous-produit: son);
- maïs en farine de maïs (conversion 65-85 pour cent; selon la qualité de la farine; sous-produit: son);
- thé vert en thé noir (conversion 28-32 pour cent; aucun sous-produit);

- coton en peluche de coton (taux de conversion 30-35 pour cent; sous-produit: graine de coton);
- cerises de caféier en grains de café vert (taux de conversion approximativement 18 pour cent ; aucun sous-produit);
- coprah en huile de noix de coco (taux de conversion 60-65 pour cent; tourteaux de coprah);
- graines de soja en huile (taux de conversion environ 18 pour cent; sous-produit: farine de soja); - palmier huile en huile de palme (taux de conversion 18-24 pour cent; sous-produits: palmistes et tourteaux).

Figure 7

Calcul des coûts de transformation

Supposons qu'une rizerie transforme le riz non décortiqué au taux de **70 pour cent** (0,7) et obtient des sous-produits vendables représentant **25 pour cent** du poids du riz non décortiqué. Les coûts de transformation **par kilogramme** de riz décortiqué ont été évalués à **0,20 \$**, qui représentent les coûts annuels totaux de la rizerie divisés par le nombre de kilogrammes de riz non décortiqué traité. Le prix d'achat

du riz non décortiqué était de **1,50 \$ le kilo** et les sous-produits ont une valeur de **0,50 \$ le kilo**.

Le coût de transformation du kilogramme de riz non décortiqué s'obtient comme suit:

Un kilogramme de riz non décortiqué acheté = 1,50 \$

Coût de transformation soit **1 kg x 0,20 \$ = 0,20 \$**

Coûts totaux = 1,70 \$

Moins le produit de la vente du sous-produit soit

1 kg x 0,25 x 0,50 \$ = 0,12 \$

Seuil de rentabilité du prix de vente par kilogramme de riz non décortiqué = 1,58 \$

Seuil de rentabilité du prix de vente par kilogramme de riz décortiqué:

1,58 \$ x 0,7 = 2,25 \$

Pour calculer les coûts de transformation, il faut connaître le taux de conversion, la quantité de sous-produit, la valeur du sous-produit et les coûts de transformation. La

figure 7 donne un exemple de ce type de calcul.

Bien entendu, il ne sera pas toujours possible d'obtenir des informations fiables sur les coûts de transformation. Ceux-ci inclueront non seulement les coûts de fonctionnement de l'installation, tels que combustibles, entretien et réparations, mais aussi le coût de la main d'oeuvre, le coût de l'investissement dans l'installation et les locaux et le coût d'opportunité du temps du propriétaire. Il ne serait pas réaliste de demander à l'agent de vulgarisation de calculer le total de tous ces coûts. Toutefois, l'agent peut peut-être obtenir des informations sur les coûts de transformation proprement dits. Les Ministères de l'agriculture ont parfois des budgets types pour ces installations en fonction de leur taille, de même que les banques qui prêtent de l'argent au propriétaire. Ces budgets types seront modifiés en fonction des circonstances et de la capacité effective de l'installation concernée.

Coûts d'investissement

Nous avons déjà laissé entendre que les coûts d'investissement sont un élément important des coûts de commercialisation. Ces coûts varient d'un pays à l'autre selon le niveau des taux d'intérêt. Ils comprennent:

- le coût de l'argent nécessaire pour acheter la marchandise et la stocker. Beaucoup de petits négociants achètent la marchandise, la vendent et utilisent le produit de la vente pour acheter davantage, de sorte que leurs besoins en capital d'exploitation sont limités. En revanche, les négociants qui achètent la marchandise et la stockent pendant de longues périodes auront des besoins importants en capital d'exploitation. Dans certains pays, les négociants achètent aux agriculteurs avant même la récolte, c'est-à-dire qu'ils achètent le "champ" ou "l'arbre". Ainsi, ils doivent financer la marchandise qu'ils achètent pendant des périodes encore plus longues et leurs coûts de commercialisation sont par conséquent plus élevés;
- le coût d'investissement d'un entrepôt ou d'un camion si le négociant en est propriétaire;
- le coût d'investissement d'autres bâtiments ou matériels, comme espaces de bureaux, les balances, le matériel pour sécher le grain, etc.;
- la dépréciation (ou perte de valeur) du véhicule, de l'entrepôt ou du matériel dont le négociant, le meunier, etc. est propriétaire.

Le calcul des coûts d'investissement pour une petite quantité de marchandises est

une opération bien trop complexe lorsque l'objectif est simplement de calculer les coûts de commercialisation de légumes produits par un groupe d'agriculteurs qui vendent leur production à la ville voisine. Comme noté dans d'autres chapitres du présent Guide, il vaut mieux utiliser les tarifs commerciaux pour la location de services, tels que les tarifs de transport ou de stockage, ou les coûts forfaitaires de meunerie, même si le négociant utilise ses propres véhicules ou installations. Ces tarifs commerciaux, calculés par le transporteur, le propriétaire de l'entrepôt ou d'autres, comprendront déjà les coûts d'investissement.

Toutefois, les agents de vulgarisation sont parfois appelés à conseiller une coopérative qui désire construire un entrepôt ou un moulin mais ou acheter un camion. Dans ces circonstances, il convient de comparer les coûts d'investissement et d'amortissement avec les revenus annuels des activités de la coopérative une fois couverts les coûts d'exploitation directs. Les coûts d'investissement sont les intérêts payés à la banque sur le prêt. A supposer que les taux d'intérêt soient constants, ces coûts peuvent être calculés à l'avance sur une base annuelle, si l'on sait quelle proportion du "principal" (c'est-à-dire du montant total emprunté) est remboursé chaque année.

L'amortissement peut être calculé selon la méthode linéaire. Dans ce cas, la durée de vie du véhicule et du bâtiment est évaluée et son coût, moins sa valeur

La casse à la fin de sa vie utile, est divisée par le nombre d'années de service pour obtenir la dépréciation annuelle. Une autre méthode plus précise consiste à fixer la dépréciation à un certain pourcentage par an. De cette façon, la valeur diminue plus rapidement les premières années que par la suite. Si un camion valant 10 000 dollars perd 10 pour cent par an de sa valeur, la dépréciation la première année est de 1 000 dollars, la seconde de 900 (c'est-à-dire 10 pour cent de 10 000 dollars - 1 000 dollars)

Même si la dépréciation est prise en compte, on risque encore d'avoir une impression trompeuse de la rentabilité d'une opération. C'est le cas, notamment, dans les pays à taux d'inflation élevés. Si un avoir se déprécie sur la base de son prix d'achat, cela revient à sous-estimer les fonds nécessaires pour remplacer l'avoir quand il ne pourra plus être utilisé. Par exemple, un camion qui coûte aujourd'hui 10 000 dollars coûtera plus de 60 000 dollars à remplacer après 10 années d'utilisation, si l'inflation est de 20 pour cent par an. Dans ce cas, le camion doit être révalué à sa valeur supposée de remplacement et le calcul de l'amortissement doit être fait sur le chiffre ainsi révalué.

Calcul des coûts de commercialisation

Une fois que tous les coûts ont été calculés, il convient d'en faire la somme pour obtenir les coûts totaux de commercialisation. Le calcul varie selon la complexité de la chaîne de commercialisation, selon qu'il y a transformation ou non et selon le nombre d'intermédiaires. La figure 8 indique une possibilité de calcul parmi d'autres.

Figure 8

Calcul des coûts

Supposons que des agriculteurs cultivant des tomates attendent sur le bord de la route que des négociants viennent leur acheter leurs tomates. Ils transportent les tomates dans des paniers et les vendent aux négociants à 0,50 dollar le kg. Les négociants transfèrent les tomates dans des caisses en bois réutilisables contenant 10 kg. Ils apportent ensuite les tomates à un marché de gros, où elles sont achetées par les détaillants au prix moyen de 0,90 dollar le kg. Ces détaillants transfèrent à leur tour les tomates dans leurs emballages qu'ils utilisent pour les transporter jusqu'à leur magasin ou leur comptoir et vendent les tomates au consommateur dans des sacs de plastique contenant chacun 500 g de tomates. Les pertes sont considérables. En ce qui concerne les négociants, elles représentent 10 pour cent, de sorte que les négociants ne vendent que 0,9 kg pour chaque kilogramme acheté au producteur. Les détaillants à leur tour perdent encore 10 pour cent de ce qu'ils achètent, de sorte qu'ils ne vendent que 0,81 kg pour chaque

kilogramme acheté par le négociant l'agriculteur. Le prix de vente au détail moyen est de 1,17 dollar le kg.

	Par kg acheté l'agriculteur
Achat de tomates l'agriculteur (1 kg x 0,50 \$)	0,50 \$
Emballage (0,50 \$, boîte de 10 kg)	0,05 \$
Main-d'oeuvre employée par le grossiste pour emballer, charger et décharger	0,02 \$
Transport jusqu'au marché de gros (1,50 \$ par boîte 10 kg)	0,15 \$
Frais en route tels que barrages routiers	0,01 \$
Droits d'accès au marché	0,01 \$
Honoraires du courtier	0,02 \$
Coûts totaux	0,76 \$
Quantité vendue (0,9 kg x le prix de vente moyen pondéré de 0,90 \$ par kg)	0,81 \$
Bénéfice brut du négociant	0,05 \$

Prix d'achat du détaillant (0,90 x 0,9 kg)	0,81 \$
Droits d'accès au marché	0,01 \$
Emballage pour le transport du marché au magasin	0,02 \$
Rémunération des porteurs sur le marché	0,01 \$
Transport jusqu'au magasin (0,9 kg x 0,50 \$ par boîte de 10 kg)	0,04 \$
Pesage, coût des sacs en plastique et emballage pour la vente au détail (pour 0,81 kg)	0,02 \$
Coûts totaux pour le détaillant	0,91 \$
Produit de la vente de 0,81 kg (0,9 kg x 0,9) pour un prix de	
vente moyen pondéré de 1,17 \$ le kg	0,95 \$
Bénéfice brut du détaillant	0,04 \$

Le bénéfice brut du grossiste et du détaillant doit bien sûr couvrir tous les coûts qui ne peuvent pas être calculés par kilogramme. Ces coûts sont répartis tout au long de l'année et ne peuvent être attribués qu'avec de grandes difficultés à des produits particuliers. Le capital d'exploitation et les droits de licence sont des coûts supportés par le grossiste, tandis que le détaillant assume, parmi d'autres coûts, les dépenses occasionnées par la location et l'exploitation de son magasin de vente au

détail. Ainsi, le bénéfice net de l'un comme de l'autre sera bien inférieur son bénéfice brut.

Marges commerciales

Une marge commerciale est le pourcentage du prix de vente moyen pondéré final pris par chaque maillon de la chaîne de commercialisation. Cette marge doit couvrir les frais qu'implique le transfert du produit d'un maillon de la chaîne au suivant et assurer un bénéfice raisonnable à ceux qui effectuent ce transfert. La figure 9 indique comment calculer cette marge.

Il est souvent question des "marges" lorsqu'on analyse l'efficacité des systèmes de commercialisation. Or, ces marges sont souvent mal interprétées, même lorsqu'elles sont correctement calculées. Présenter en pourcentage du prix de vente final la part de tel ou tel intermédiaire peut donner une impression éminemment trompeuse si l'on ne connaît pas les coûts que cela implique. Souvent les gens qui font des recherches sur les coûts et les marges de commercialisation partent de l'hypothèse que les négociants exploitent les agriculteurs. Un simple regard sur les marges, et ils s'imaginent avoir la preuve de ce qu'ils avancent. Par exemple, le calcul de la figure 9

pourrait susciter le commentaire ci-après: "Les intermédiaires gardent plus de la moitié du produit de la vente des tomates". Une telle analyse peut ensuite être utilisée pour justifier l'intervention du gouvernement dans la commercialisation, que ce soit pour fixer des prix minimums ou pour mettre en place un office de commercialisation. Or, comme nous l'avons vu au chapitre 9, il est tout fait possible d'obtenir de telles marges avec des coûts raisonnables et des bénéfices nets très modestes pour les deux intermédiaires concernés.

Figure 9

Calcul des marges commerciales

Ces calculs reposent sur les chiffres donnés dans le chapitre précédent, à savoir: prix d'achat de l'agriculteur 0,50 \$ le kg, prix de vente en gros moyen pondéré 0,90 \$ le kg et prix de vente au détail moyen pondéré 1,17 \$ le kg (voir figure 8).

Part revenant au producteur $0,50 \$ \div 1,17 \$ = 0,427$ ou 43%

Marge du grossiste $(0,90 \$ - 0,50 \$) \div 1,17 \$ = 0,342$ ou 34%

Marge du détaillant $(1,17 \$ - 0,90 \$) \div 1,17 \$ = 0,230$ ou 23%

Marge totale = 0,572 OU 57%

Un simple regard sur les marges et leur évolution ne permet pas de conclure qu'il existe un problème. Si l'on pense qu'il y a un problème, il faut approfondir la question en étudiant les coûts de commercialisation. Par exemple, depuis quelques années, de nombreux pays ont réduit le rôle des offices de commercialisation des centrales et renforcé le rôle des intermédiaires privés dans la commercialisation des centrales. Une comparaison entre les marges de l'ancien système et celles du nouveau système peut faire apparaître un écart tendant à montrer que les négociants privés prennent des marges plus élevées. Cette comparaison peut amener des personnes qui ne connaissent pas bien le problème à réclamer le retour à l'office de commercialisation. Ces gens auront tendance à penser que les négociants font des bénéfices excessifs. Mais l'office de commercialisation enregistrait sans doute des pertes chaque année. Ses marges étaient faibles parce qu'elles ne reflétaient pas pleinement ses coûts. Le gouvernement a peut-être dû passer par perte et profit les montants perdus par l'office, ce qu'il ne ferait pas pour le secteur privé. En outre, la privatisation du système de commercialisation fait souvent partie des "Programmes d'ajustement structurel", qui entraînent fréquemment une hausse rapide des taux d'intérêt. Tandis que l'office de commercialisation bénéficiait sans doute de prêts subventionnés à faible intérêt, les négociants privés doivent maintenant assumer la totalité du coût du capital. En outre, l'ajustement structurel s'accompagne souvent d'une forte dévaluation de la monnaie locale. Cela fait monter le coût des biens d'investissement, tels que les camions, et par

conséquent les frais de commercialisation.

Parce qu'elles sont exprimées en pourcentage, les marges semblent élevées. Et parce qu'une marge aura été estimée "raisonnable" à un moment donné, on aura tendance à ne pas accepter que cette marge puisse et doive changer. Par exemple, certains gouvernements ont annoncé un jour que les cultivateurs de cultures de rapport recevraient un certain pourcentage du prix à l'exportation. Ce pourcentage pourra avoir été établi lorsque les prix des cultures de rapport étaient élevés; il n'est plus raisonnable si les prix baissent. Si l'agriculteur reçoit 80 pour cent du prix à l'exportation du café lorsque le prix à bord est de 2 000 dollars la tonne, cela permet une marge commerciale de 400 dollars la tonne. Si le cours mondial du café s'effondre, de sorte que le prix à bord n'est plus que de 1 000 dollars, et que l'on insiste pour que les agriculteurs reçoivent encore 80 pour cent, cela signifiera que la marge ne sera plus suffisante pour couvrir les coûts. À l'exception des coûts d'investissement qui baissent en même temps que les prix, les frais de commercialisation resteront plus ou moins constants en termes nominaux. Par conséquent, la baisse des cours des produits fera que les marges de commercialisation augmenteront en pourcentage tout en restant constantes en termes nominaux.

Comme expliqué dans l'encadré de la page 59, une augmentation des marges commerciales due à l'augmentation des frais de commercialisation ne signifie pas

forcément une augmentation des bénéfices faits par les intermédiaires. En outre, lorsque les agriculteurs ne reçoivent qu'une part relativement faible du prix de vente, cela ne veut pas dire forcément qu'ils sont exploités. Les marges totales dépendent de la longueur de la chaîne de commercialisation et de la mesure dans laquelle le produit est stocké ou transformé. Pour savoir si les marges sont raisonnables, il faut savoir calculer les coûts.

[Table des matières](#) - [Précédente](#) - [Suivante](#)

[Home](#)":81/cd.iso" "http://www24.brinkster.com/alexweir/"">

Notes de bas de page

[Table des matières](#) - [Précédente](#)

1. Pour avoir des précisions sur le calcul des coûts, se reporter à Costs, Margins and Returns de Lawrence Smith, Marketing and Agribusiness Development Paper N° 1, Service de la commercialisation et des financements ruraux, FAO, Rome.

**2. On trouvera des informations supplémentaires sur les cultures horticoles dans
Prévention des pertes après récolte: fruits, légumes, racines et tubercules, Manuel
de formation FAO N° 17/2, Rome, 1989.**

[Table des matières](#) - [Précédente](#)