



**HAL**  
open science

## La structure de la consommation et du marché alimentaires en milieu rural

Maimouna Ba, Nicolas Bricas

► **To cite this version:**

Maimouna Ba, Nicolas Bricas. La structure de la consommation et du marché alimentaires en milieu rural. Nicolas Bricas; Claude Tchamda; Florence Mouton. L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur. Enseignements de dix ans d'enquêtes auprès des ménages d'Afrique de l'Ouest, au Cameroun et du Tchad, Agence Française de Développement, pp.63-74, 2016. hal-01995426

**HAL Id: hal-01995426**

**<https://hal.science/hal-01995426>**

Submitted on 26 Jan 2019

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

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

# L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur

Enseignements de dix ans d'enquêtes auprès des ménages  
d'Afrique de l'Ouest, du Cameroun et du Tchad

Nicolas Bricas, Claude Tchamda, Florence Mouton (Coordinateurs)

---



# Sommaire

<b>Préface</b> .....	<b>7</b>
<i>Marie-Cécile Thirion et Florence Mouton</i>	
<b>Remerciements</b> .....	<b>11</b>
<b>Synthèse</b> .....	<b>13</b>
<i>Nicolas Bricas, Claude Tchamda et Florence Mouton</i>	
<b>Introduction</b> .....	<b>19</b>
<i>Nicolas Bricas, Claude Tchamda et Florence Mouton</i>	
<b>1. Méthodologie</b> .....	<b>23</b>
<i>Nicolas Bricas et Claude Tchamda</i>	
1.1. Organisation de l'étude .....	23
1.2. Partenaires de l'étude .....	24
1.3. Bases de données utilisées .....	25
1.4. Concepts et vocabulaire utilisés .....	26
1.5. Précautions dans l'usage des données .....	29
<b>2. Les structures de la consommation alimentaire</b> .....	<b>31</b>
<i>Nicolas Bricas, Claude Tchamda et Pauline Martin</i>	
Introduction .....	31
2.1. L'importance du marché dans la consommation alimentaire .....	31
2.2. Les structures de la consommation alimentaire des pays .....	37
2.3. Les effets du revenu sur la consommation .....	53
2.4. Les effets du mode de vie urbain .....	57
Conclusion .....	58
Références bibliographiques .....	60

<b>3. La structure de la consommation et du marché alimentaires en milieu rural</b> .....	<b>63</b>
<i>Maimouna Ba et Nicolas Bricas</i>	
Introduction .....	63
3.1. Les amylacés de base représentent seulement la moitié de la consommation alimentaire en valeur économique .....	64
3.2. L'approvisionnement alimentaire des ruraux se fait largement par le biais du marché .....	66
3.3. Autoproduction et achats de produits de base amylacés .....	68
3.4. Le marché rural des produits animaux et autres aliments .....	71
Conclusion .....	72
Références bibliographiques .....	73
<b>4. Le secteur agroalimentaire : un point de vue par la consommation</b> .....	<b>75</b>
<i>Nicolas Bricas, Pauline Martin et Claude Tchamda</i>	
Introduction .....	75
4.1. Les produits transformés représentent la moitié de la consommation .....	75
4.2. La part des produits transformés augmente avec l'urbanisation .....	77
4.3. Les différences liées au pouvoir d'achat .....	79
4.4. Les effets des modes de vie urbains .....	83
Conclusion .....	84
Références bibliographiques .....	85
<b>5. La consommation de viandes</b> .....	<b>87</b>
<i>Pauline Martin, Nicolas Bricas, Muriel Figuié</i>	
Introduction .....	87
5.1. La structure de la consommation de viandes .....	87
5.2. Les différences de consommation de viandes entre ruraux et urbains .....	90
5.3. Le marché de la viande .....	93
5.4. Les effets du revenu sur la consommation de viandes en milieu urbain .....	95
Conclusion .....	97
Références bibliographiques .....	98

---

<b>6. L'évolution de la consommation alimentaire au Cameroun de 2001 à 2007</b> .....	<b>99</b>
<i>Eric Jazet Kengap, Pierre Djou, Claude Tchamda, Pauline Martin, Nicolas Bricas</i>	
Introduction .....	99
6.1. Méthodologie des enquêtes utilisées .....	99
6.2. Les structures de la consommation alimentaire .....	101
6.3. Les produits locaux restent majoritaires mais leur part s'érode .....	110
6.4. Un usage croissant de produits transformés .....	111
Conclusion .....	113
<b>Conclusion générale</b> .....	<b>115</b>
<b>Annexe 1. Caractéristiques des enquêtes sur la consommation des ménages</b> ..	<b>118</b>
<b>Annexe 2. Nomenclature et codage des aliments utilisés pour l'analyse des données</b> .....	<b>121</b>
<b>Liste des sigles et abréviations</b> .....	<b>129</b>

### 3. La structure de la consommation et du marché alimentaires en milieu rural

*Maimouna Ba et Nicolas Bricas*

#### Introduction

Dans une étude récente de la Banque mondiale sur les marchés alimentaires d'Afrique, Byerlee *et al.* (2013) soulignent la nécessité de « *travailler plus étroitement avec les exploitations agricoles afin de nourrir la population urbaine croissante de la région.* » La politique agricole régionale de l'Afrique de l'Ouest précise quant à elle que « *l'autoconsommation est primordiale dans la stratégie des ménages agricoles, et les marchés de proximité des produits vivriers approvisionnent les populations urbaines.* » (CEDEAO, 2008). Ainsi, l'idée selon laquelle le marché est d'abord et avant tout urbain et que les ruraux autoconsomment largement leur production, persiste.

Pourtant l'analyse des données des enquêtes sur la consommation des ménages ruraux révèle que les achats constituent une part importante de leur consommation alimentaire (cf. chapitre 2). Cette part varie d'un pays à l'autre mais atteint, en moyenne pondérée par la population, un peu plus de la moitié de la valeur économique de cette consommation pour la région étudiée. Le marché rural n'est donc pas négligeable. Il représente environ la moitié du marché alimentaire national, l'autre moitié étant constituée du marché des villes. Si plusieurs auteurs montrent l'importance des productions agricoles commerciales et des activités non agricoles dans les revenus et la sécurité alimentaire des ruraux (Tschirley et Weber, 1994; Barrett *et al.*, 2001), très peu de travaux concernent le marché alimentaire rural. Les analyses portent le plus souvent sur les arbitrages par les agriculteurs entre autoconsommation et recours au marché (cf. par exemple, Fafchamps, 1992 ou Janin, 2006) mais peu sur le marché alimentaire en tant que tel. Or celui-ci n'est pas fréquenté par les seuls agriculteurs mais aussi par des actifs ruraux non agricoles (commerçants, artisans, employés du secteur tertiaire) ou des bénéficiaires de transferts sociaux qu'ils résident dans des villages ou dans des bourgs classés dans le milieu rural mais au mode de consommation proche de celui du milieu urbain. La littérature renseigne très peu sur la structure de la consommation des ruraux et notamment l'importance des produits amylicés de base par rapport aux autres produits d'accompagnement, ou sur l'importance du recours au marché selon les produits. Alors que le chapitre 2 de l'ouvrage présente seulement l'importance relative de la consommation et du marché alimentaire rural dans la consommation et le marché national, le présent chapitre caractérise plus finement la structure de ce marché rural. S'appuyant sur

les données des enquêtes sur les consommations des ménages<sup>[16]</sup>, il analyse la part des différents types d'aliments dans la consommation et dans le marché.

### 3.1. Les amylacés de base représentent seulement la moitié de la consommation alimentaire en valeur économique

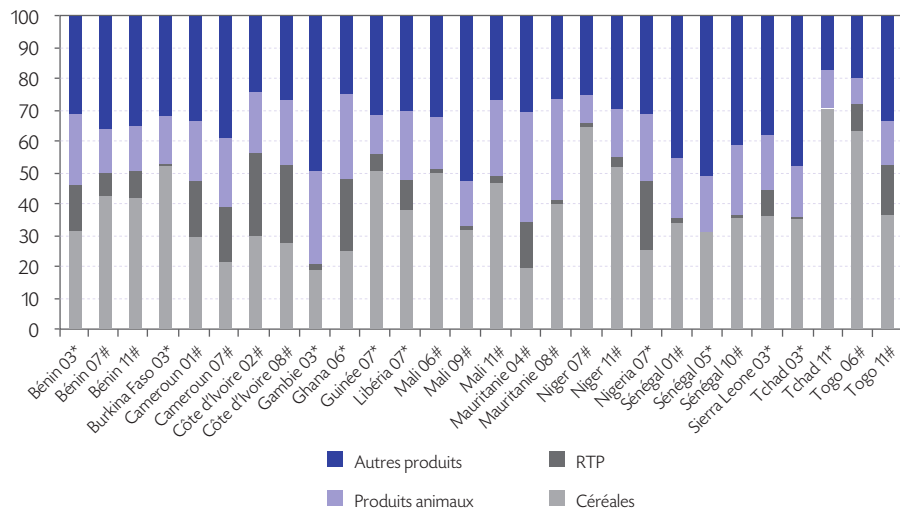
L'alimentation des ruraux en Afrique de l'Ouest comme dans la plupart des pays en développement est traditionnellement constituée d'une base amylacée qui apporte la majeure partie de l'énergie, complétée par une sauce plus ou moins riche apportant d'autres nutriments indispensables et spécifiant le goût (Agbessi-Dos Santos et Damon, 1987 ; Bricas et Akindès, 2012). Avec le désenclavement des zones rurales et la circulation des produits entre régions ainsi que la pénétration des produits venus des villes jusque dans les moindres épiceries de village, avec la monétarisation de l'économie des ménages, comment se répartit aujourd'hui la valeur de la consommation alimentaire des ruraux entre les trois grandes catégories d'aliments que constituent les amylacés de base (céréales et RTP), les produits animaux (viandes, poissons, produits laitiers et œufs) et les autres produits (légumes, légumineuses, fruits, huiles, produits sucrés, condiments, boissons non alcoolisées et plats préparés) ? Cette structure de la consommation (autoproduction + dons + achats) est présentée dans le graphique 24.

- a) Les amylacés (céréales et RTP) représentent, selon les pays, 40 à 60 % de la valeur de la consommation alimentaire. Si les céréales sont partout majoritaires dans cette catégorie, les racines (manioc), tubercules (ignames, patates douces et pomme de terre) et le plantain avoisinent, voire dépassent 20 % de la consommation alimentaire dans certains pays, en particulier du Golfe de Guinée.
- b) Les produits animaux représentent 15 à 25 % de la consommation alimentaire des ruraux, sauf en Mauritanie où elles en constituent le tiers environ. Même dans les pays sahéliens, où l'élevage des ruminants et la production de lait est importante, la part des produits animaux dans la consommation n'apparaît pas significativement plus élevée que dans les autres pays plus humides ou forestiers. La viande sauvage occupe en effet dans ces pays une grande importance dans l'alimentation (cf. chapitre 5 sur la consommation des viandes).
- c) Les autres produits représentent entre 25 et 35 % de la consommation alimentaire. Avec les produits animaux, ils constituent la variable d'ajustement en cas de difficulté financière. En cas de baisse du pouvoir d'achat, les ménages réduisent la diversité et la qualité des sauces riches en micronutriments pour maintenir un apport calorique suffisant avant de réduire la quantité de produit de base (Bricas, 1996).

---

[16] Voir le chapitre 1 - Méthodologie de cet ouvrage sur les sources des données mobilisées et sur le vocabulaire et les concepts utilisés pour cette analyse.

**Graphique 24. Structure de la consommation alimentaire des ruraux par grands groupes d'aliments<sup>[17]</sup> (en %)**



Note : \* correspond aux données traitées par les INS. # correspond aux données traitées par la Banque mondiale. Voir l'encadré du chapitre 1 - Méthodologie pour les précautions d'interprétation des graphiques.

Source : ENCM.

En comparaison avec les données urbaines où ces trois catégories de produits s'équilibrent à peu près à parts égales, l'alimentation rurale est donc largement dominée par les produits amyliacés de base. Cela dit, s'ils apportent la majeure partie de l'énergie, ils ne représentent qu'environ la moitié de la consommation alimentaire en valeur économique. Pourtant ce sont encore ces produits de base qui focalisent l'attention des politiques de sécurité alimentaire. Une telle focalisation peut être interprétée comme l'inertie d'une représentation de la situation alimentaire ancienne. Il y a une trentaine d'années, les disponibilités alimentaires moyennes par habitant étaient inférieures aux seuils reconnus nécessaires pour garantir une quantité de nourriture suffisante pour nourrir la population des pays de la région. Il était alors pleinement justifié de centrer l'attention sur la production céréalière, voire de produits de base. La situation s'est cependant considérablement améliorée depuis les années 1980. Même s'il reste de nombreuses zones en situation de disponibilités céréalières à peine suffisante et de grande vulnérabilité face

[17] Un même pays peut être illustré par plusieurs enquêtes menées à quelques années d'intervalles. Les méthodologies d'enquête et de traitement étant souvent différentes d'une enquête à l'autre, il est hasardeux de comparer ces enquêtes pour en tirer des conclusions sur les évolutions. Ces données sont plutôt présentées comme autant de résultats d'enquêtes indépendantes qui permettent de multiplier les points de vue sur la région étudiée.



à des baisses accidentelles de production, la malnutrition qui persiste aujourd'hui est moins fréquemment liée à des carences portéino-énergétiques et beaucoup plus liée à des carences en micronutriments, à un mauvais état de santé et un manque de soins adéquats qui maintiennent de fortes prévalences de retards de croissance. Les enjeux alimentaires ne sont donc plus seulement céréaliers et concernent tous les aliments. La qualité nutritionnelle de l'alimentation ne se mesure plus seulement par l'estimation des calories disponibles ou ingérées mais désormais bien plus par la diversité de la ration alimentaire (Savy *et al.*, 2005).

### 3.2. L'approvisionnement alimentaire des ruraux se fait largement par le biais du marché

Pour chacune des trois catégories précédentes, quelle est la part qui provient de l'autoproduction et celle qui provient du marché ? Le graphique 25 présente cette répartition.

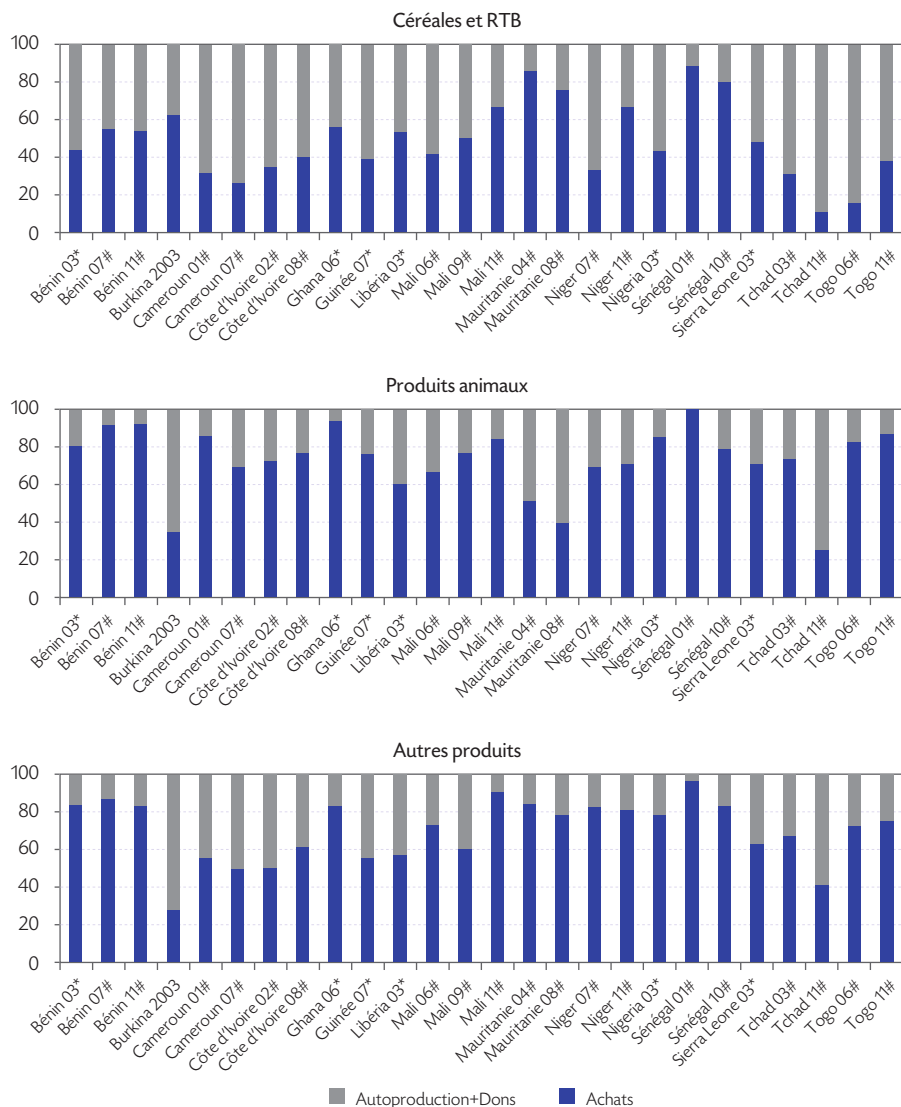
Même si l'on observe d'importantes différences selon les pays, on ne peut plus considérer que les ruraux dépendent essentiellement de leur production de céréales et racines et tubercules pour se nourrir. En moyenne pondérée par la population et sur les 16 pays de l'étude, près de la moitié (47 %) des amylacés consommés en milieu rural est achetée. Cette proportion est cependant nettement plus élevée pour les produits animaux et les autres produits. Toujours en moyenne pondérée, c'est près des quatre cinquièmes en valeur économique (79 %) pour les produits animaux et près des trois quarts (74 %) pour les autres produits qui sont achetés.

Les ruraux apparaissent ainsi largement intégrés au marché, y compris pour leur approvisionnement en produits de base. Même si les comparaisons dans le temps doivent rester très prudentes, la part des achats dans la consommation et quelle que soit la catégorie de produits, semble augmenter. Elle ne baisse qu'au Cameroun du fait d'un changement dans le mode d'estimation de l'autoproduction opéré pour l'enquête de 2007 (cf. chapitre 5).

Cette importance du recours au marché montre que la sécurité alimentaire n'est donc pas seulement assurée par une disponibilité suffisante mais aussi par un pouvoir d'achat suffisant. Celui-ci dépend bien sûr du niveau de production agricole quand celle-ci est, au moins en partie, commercialisée. Mais il dépend également des autres sources de revenus que constituent les activités para-agricoles ou non agricoles et les transferts sociaux. Mais surtout, l'importance du marché rural des produits de base montre que les variations de prix de ces produits peuvent affecter fortement leur sécurité alimentaire.

De façon plus détaillée, on peut analyser l'importance relative des principaux aliments de base au sein de la catégorie des amylacés et la répartition de leur consommation entre achats et autoproduction.

Graphique 25. Mode d'approvisionnement des ruraux selon les grands groupes d'aliments (en %)

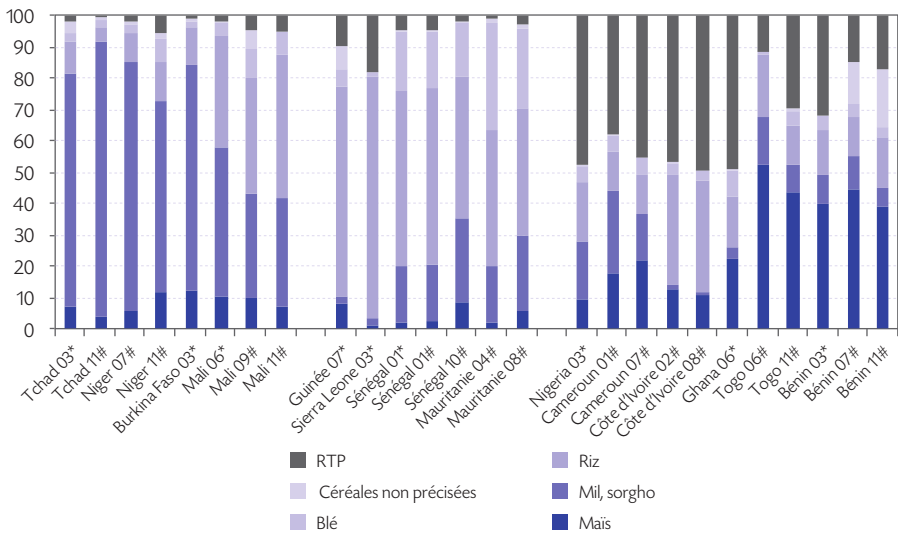


Source : ENCM.

### 3.3. Autoproduction et achats de produits de base amyliacés

La répartition de la consommation en valeur des différents amyliacés est présentée dans le graphique 26.

**Graphique 26. Structure par produits de la consommation des amyliacés en milieu rural (en %)**



Source : ENCM.

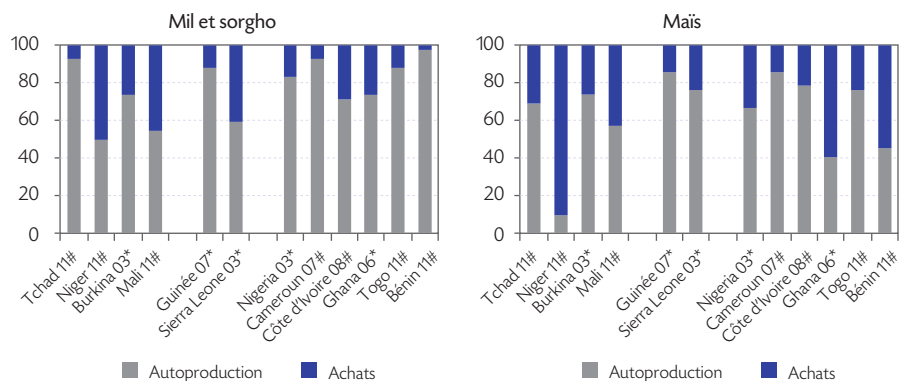
Le mil et le sorgho sont encore très consommés par les ruraux des pays de l'est du Sahel : Tchad, Niger, Burkina Faso et dans une moindre mesure au Mali où ils ont part égale avec le riz. Dans ces pays, le maïs ne représente que moins de 10 % de la valeur des amyliacés consommés.

Le riz domine dans les pays de l'ouest de la région étudiée : Guinée, Mauritanie, Sénégal et Sierra Leone. Dans ces deux premiers pays, le mil est encore présent et représente environ 20 à 25 % selon les enquêtes, mais on constate que le blé est également bien présent dans la consommation puisqu'il occupe environ la même place que le mil.

Les pays du Golfe de Guinée (Bénin, Cameroun, Côte d'Ivoire, Ghana et Togo) se caractérisent par une plus grande diversité d'amyliacés consommés. Les racines et tubercules occupent jusqu'à près de la moitié de la valeur des amyliacés au Cameroun, en Côte d'Ivoire, au Ghana et au Nigeria. Le maïs est important au Bénin et au Togo. La part du riz est donc limitée sauf en Côte d'Ivoire où elle atteint le tiers de la valeur des amyliacés.

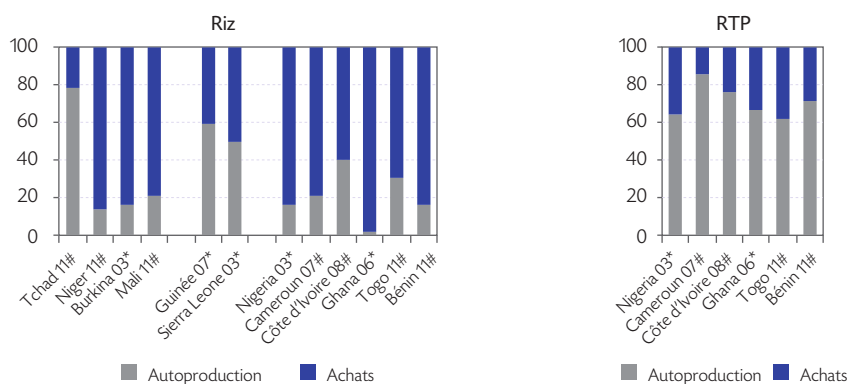
La part des achats dans la consommation rurale des principaux amylacés est présentée dans les graphiques 27 et 28.

**Graphique 27. Parts de l'autoproduction et des achats dans la consommation rurale des mil, sorgho et maïs (en %)**



Source : ENCM.

**Graphique 28. Parts de l'autoproduction et des achats dans la consommation rurale du riz et des RTP (en %)**



Source : ENCM.

Le premier constat que l'on peut tirer de ces résultats porte sur les amylacés les plus cultivés et consommés par les ruraux dans chaque pays :

- mil et sorgho dans les pays de l'est du Sahel (Tchad, Niger, Burkina Faso, Mali) ;
- riz au Mali, en Guinée et en Sierra Leone ;
- racines, tubercules et banane plantain au Nigeria, au Cameroun, en Côte d'Ivoire et au Ghana ;
- maïs au Togo et au Bénin.

Dans ces pays et pour ces amylacés, la part de l'autoproduction est dominante dans la consommation des ruraux. Mais les achats ne sont pas négligeables, loin de là. Ils avoisinent la moitié de la consommation au Niger et au Mali pour le mil et le sorgho, en Guinée et Sierra Leone pour le riz et au Bénin pour le maïs. Il existe donc bien un marché rural pour ces amylacés de base « traditionnel ». Il peut s'agir d'excédents de production vendus ou de mise en marché d'une partie de la production au moment des récoltes pour faire face à des besoins monétaires. Mais cela signifie que ces produits ne sont pas vendus qu'à la seule destination des marchés urbains, mais aussi des consommateurs ruraux, agriculteurs ou non.

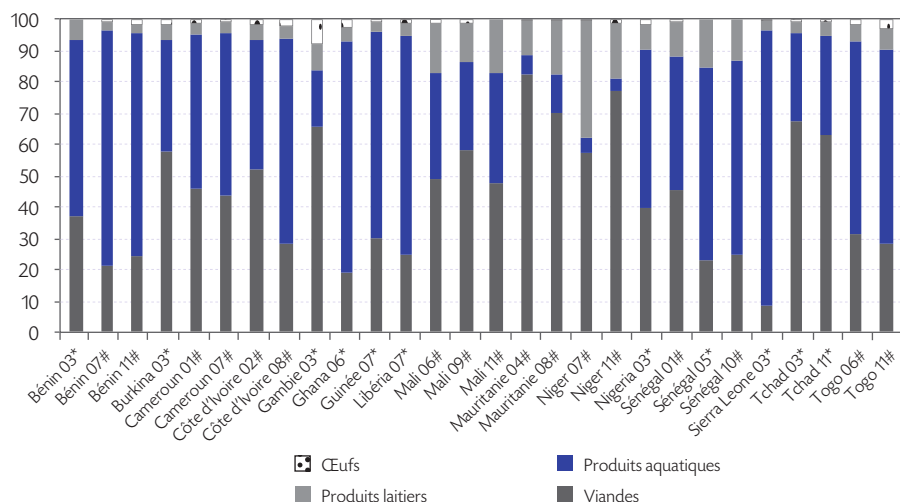
Le second constat porte sur le riz. D'une façon générale, cette céréale est proportionnellement plus achetée qu'autoproduite sauf au Niger où elle est très peu consommée par les ruraux et en Guinée ou Sierra Leone, gros producteurs, où la moitié environ de cette céréale est autoproduite. La pénétration du riz dans la consommation des ruraux apparaît donc largement liée à la pénétration du marché et pas seulement à l'extension de la culture de cette céréale. Dans les pays où la consommation rurale de riz est importante, on constate qu'une partie significative de celle-ci est le fait de riz importé. Il représente ainsi le tiers de la consommation rurale en Guinée, 70 % au Sénégal, 40 % en Côte d'Ivoire.

Enfin, dans les pays du Golfe de Guinée, les racines, tubercules et plantains sont majoritairement autoproduits par les ruraux. Environ le tiers de leur consommation provient du marché et est très majoritairement le fait de produits transformés : cossettes, farine, semoule, couscous, bâtons de manioc ou, dans certains pays, cossettes et farine d'igname. Les microentreprises rurales de transformation de ces produits ne visent donc pas seulement les marchés urbains, mais aussi le marché des ruraux. Ces produits présentent l'avantage d'une plus longue durée de conservation, permettant un stockage et une plus grande disponibilité dans le temps, et sont par ailleurs plus commodes d'utilisation.

### 3.4. Le marché rural des produits animaux et autres aliments

La répartition par produits animaux des achats des ruraux est présentée dans le graphique 29.

**Graphique 29. Structure par produits des achats de produits animaux des ruraux (en %)**

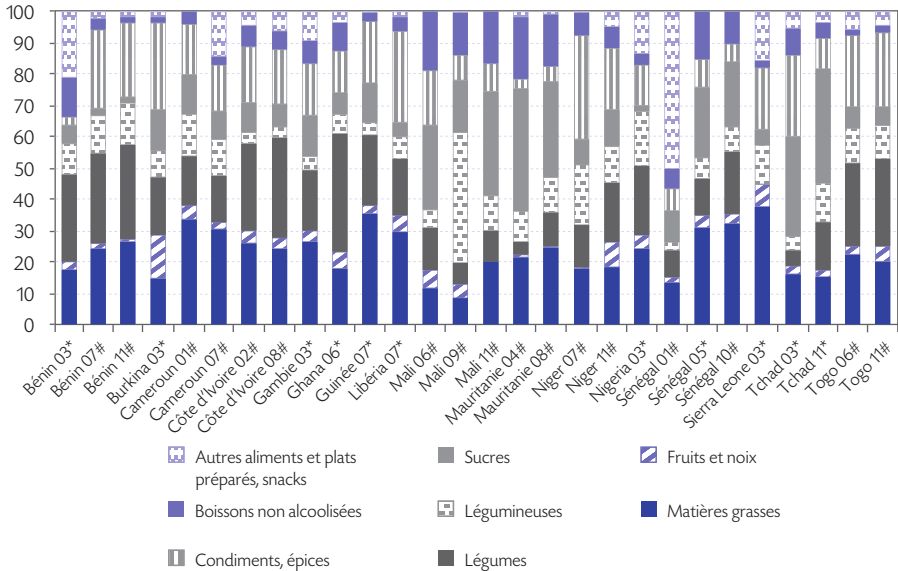


Source : ENCM.

Ces données révèlent l'importance des produits aquatiques, et en particulier du poisson séché, dans le marché rural des produits animaux. A part au Niger et en Mauritanie où la consommation de ces produits est très limitée, ils occupent une place à peu près équivalente à celle des viandes. Les produits laitiers sont peu achetés par les ruraux, sauf au Niger, au Mali, en Mauritanie et dans une moindre mesure au Sénégal. L'importance relative des différentes viandes dans la consommation et la part qu'y occupent les achats et l'autoproduction sont détaillées dans le chapitre 4.

Concernant les « Autres produits », le graphique 30 présente l'importance relative des principaux produits achetés dans cette catégorie par les ruraux.

**Graphique 30. Structure par produit des achats des « Autres produits » par les ruraux (en %)**



Source : ENCM.

Les matières grasses représentent entre 20 et 30 % de la catégorie « Autres produits » dans les achats des ruraux. Les légumes ont une place à peu près équivalente sauf dans les pays de l’est du Sahel où leur part est plus faible. Les condiments et épices totalisent environ 15 à 25 % des achats. Le sucre apparaît enfin significativement important en Mauritanie, au Mali, au Sénégal et au Niger où on peut supposer qu’il est associé à la consommation de thé, répandue dans ces pays.

## Conclusion

Si les ruraux autoproduisent encore une part importante de leur alimentation, ils recourent désormais largement au marché pour leurs approvisionnements. Les variations de prix des aliments n’affectent donc pas seulement leurs revenus mais aussi leurs dépenses, ce qui tend à rapprocher les déterminants de leur sécurité alimentaire de celle des urbains. S’ils consomment très majoritairement des produits locaux, y compris des produits transformés, ils recourent aussi à des produits importés. En moyenne pondérée par la population, la part des aliments importés dans la valeur économique de la consommation de la région étudiée est de 23 %. Il s’agit notamment du riz et dans une nettement moindre mesure du blé, qui ont pénétré

(et semblent poursuivre leur pénétration) non seulement les marchés urbains, mais aussi désormais les marchés ruraux. Selon les pays, les huiles et le sucre peuvent être aussi en partie importés lorsque ces pays n'en produisent pas assez ou quand les produits importés sont moins chers que les produits locaux.

Ces analyses révèlent en tout cas que l'on ne peut plus assimiler les ruraux à des producteurs agricoles. D'une part, une proportion croissante des ruraux ont des activités non agricoles ou péri-agricoles (transformation, transport, commerce, services à l'agriculture) et accèdent à l'alimentation quasi exclusivement par le biais du marché, et d'autre part s'ils sont agriculteurs, ils vendent une partie de leur production pour acheter leur nourriture.

Malgré leur importance, les marchés ruraux sont cependant très peu étudiés, alors que leur importance stratégique justifierait que l'on y prête plus d'attention.

## Références bibliographiques

Agbessi-Dos Santos H. et M. Damon (1987), *Manuel de nutrition africaine : Eléments de base appliqués*, IPD, ACCT, Karthala, Paris, 332 p.

Barrett C.B., T. Reardon et P. Webb (2001), "Nonfarm Income Diversification and Household Livelihood Strategies in Rural Africa : Concepts, Dynamics, and Policy Implications", *Food policy*, 26(4), pp. 315-331.

Bricas N. (1996), « L'effet de la crise sur l'alimentation des populations urbaines en Afrique », In Coussy J. et J. Vallin (Eds.), *Crise et population en Afrique*, CEPED, coll. Les études du CEPED, n° 13, pp. 183-207.

Bricas N. et F. Akindès (2012), « Afrique de l'Ouest », In Poulain J.P. (Ed.), *Dictionnaire des cultures alimentaires*, PUF, Paris, pp. 21-30.

Byerlee D., A.F. Garcia, A. Giertz et V. Palmade (2013), *Growing Africa - Unlocking the Potential of Agribusiness : Main Report*, Banque mondiale, Washington D.C.  
<http://documents.worldbank.org/curated/en/2013/03/17427481/growing-africa-unlocking-potential-agribusiness-vol-1-2-main-report>.

CEDEAO (2008), *La politique agricole régionale de l'Afrique de l'Ouest : l'ECOWAP*.

Fafchamps M. (1992), "Cash Crop Production, Food Price Volatility and Rural Market Integration in the Third World", *American Journal of Agricultural Economics*, 74(1), pp. 90-99.

Janin P. (2006), « L'ambivalence du marché dans la sécurisation alimentaire en milieu rural sahélo-soudanien », *Afrique contemporaine*, 217(1), pp. 91-105.



Savy M, Y. Martin-Prével, P. Sawadogo, Y. Kameliet et F. Delpuech (2005), "Use of Variety/Diversity Scores for Diet Quality Measurement : Relation with Nutritional Status of Women in a Rural Area in Burkina Faso", *European Journal of Clinical Nutrition*, 59(5), pp. 703-716.

Tschirley D. L. et M. T. Weber (1994), "Food Security Strategies under Extremely Adverse Conditions : The Determinants of Household Income and Consumption in Rural Mozambique", *World Development*, 22(2), pp. 159-173.