NOTE SUR QUELQUES CARACTERISTIQUES DU MARCHE DE GROS D'EL-GHROUSS (WILAYA DE BISKRA)

A.REZEG[1], R. KHIARI[1] et S. BEDRANI[2]
[1]CRSTRA Division Socio économique et culturelle
[2]INA / chercheur associé au CRSTRA

RESUME
Biskra devient l'un des principaux bassins de production légumière du pays. Les cultures abritées produisent entre octobre et mars des tomates, piments et des poivrons dont plus de la moitié à El Ghrouss. Le dynamisme du marché s'est traduit par le fonctionnement de trois marchés de gros pour les légumes l'un à l'ouest à El Ghrouss et l'autre à l'Est à Mziraa et un troisième dans la ville même de Biskra. Grâce à ces marchés de gros, les agriculteurs des Zibans se sont donné les moyens de commercialiser leurs produits.
Ce travail s'intéresse au marché de gros d'El Ghrouss. Il tente d'analyser les stratégies de commercialisation des produits maraîchers dans ce marché et de déterminer l'aire de son influence et les contraintes auxquelles ce marché est exposé.

ABSTRACT
Biskra city become one of the main leaders of the agricultural producers in whole country, the protected corps (Tomato, Pepper) are produce between October and march, and more than half outcome is coming from El Ghrouss, the market is divides into three main wholesales markets, one in the west (d'El Ghrouss), one in the east (M'ziraa) and one in Biskra, Due to these markets the farmers get bigger chance to deal their corps.
The present work is meant to study the wholesale market of d'El Ghrouss (vegetables and fruits), we will try to analysis the strategy of marketing the productions in this field and determine with who it work with and so the faced problems.

I. El Ghrouss : un marché de gros pour une production maraîchère à forte croissance.

Les productions agricoles se sont fortement accrues au cours des trente dernières années dans la wilaya de Biskra (cf. tableau 01). Au cours de cette période, la production maraîchère aurait été, selon les statistiques officielles, multipliée par 7. C'est la production de tomates qui a fait le bond le plus important (facteur de multiplication de 47), suivie par celle de l'ensemble piments-poivrons avec un facteur de multiplication de 15. Quant à la production de pommes de terre, elle est passée de zéro au début des années quatre vingt à environ 1720 tonnes pour la moyenne des deux années 2010 et 2011. Cet accroissement a amené la création de trois marchés de gros pour les légumes, l'un à l'Est de la wilaya (Mziraa) pour les légumes de plein champ, l'autre à l'Ouest à El Ghrouss où les cultures sous serres sont dominantes et un troisième dans la ville même de Biskra.

En vue de mener ultérieurement une étude plus approfondie sur la commercialisation des produits maraîchers dans la wilaya de Biskra, une pré-enquête a été menée pour rassembler quelques éléments sur le fonctionnement du marché de gros d'El Ghrous. Les données de cette étude ont été collectées au moyen d'une enquête et d'observations directes. Des questionnaires ont été passés auprès de 95 acteurs de la filière légumière, à savoir: 66 agriculteurs et 29 grossistes. Les informations recueillies portent sur les principaux produits agricoles vendus, les zones approvisionnées par ce marché, les moyens de transports utilisés par les acheteurs ainsi que les prix de vente et les contraintes de commercialisation.

Tableau 01. Evolution des productions agricoles dans la wilaya de Biskra (en tonnes)

	Moyenne 1981-1982	Moyenne 2010-2011	Facteur de multiplication	Structure 2010-2011
Maraîchage (total)	50 387	372 996	7	100%
• Dont tomates	3 079	145 333	47	39%
• Dont piments et poivrons	4 993	76 949	15	21%
• Dont fèves vertes	6 375	47 490	7	13%
• Dont autres légumes	35 941	103 224	3	28%

Source : Statistiques agricoles Série B

Après la collecte des données, les logiciels Excel et SPSS nous ont servis pour la saisie des données et l'analyse de nos résultats.

1. Les principales caractéristiques du marché de gros.

Le marché de gros d'El Ghrouss, qui s'étend sur une superficie de six hectares, a été crée en 1985. Appartenant à l'APC d'El Ghrouss (Rapport APC 2001), il a reçu le statut de marché national par un arrêté ministériel du 06/02/1994 et a été géré directement par l'APC jusqu'en 1993, année où il a commencé à être géré par un adjudicataire privé. Les revenus annuels qu'il procure à cette commune ont été dérisoires variant entre 40 000 à 100 000 DA (Rapport APC 2008), ne reflétant apparemment pas le volume des marchandises traitées annuellement dans ce marché. Le montant de la location annuelle est versé mensuellement par fraction à la recette de la commune pour contribuer à des projets de développement. (Cahier de charge2010).

L'activité du marché de gros d'El Ghrouss est favorisée par le réseau routier qui le dessert et qui lui a permis de devenir un pôle d'attraction commercial (figure 1). En effet, le marché est implanté à proximité de l'intersection des routes suivantes :

- Route nationale n° 46 reliant Biskra, Bousaada, Alger.
- Route de wilaya n° 03 reliant El Ghrouss, Foughala, Tolga, Biskra.
- Route de wilaya n° 05 reliant El Ghrouss, Doucen, Ouled Djellel, Sidi Khaled.

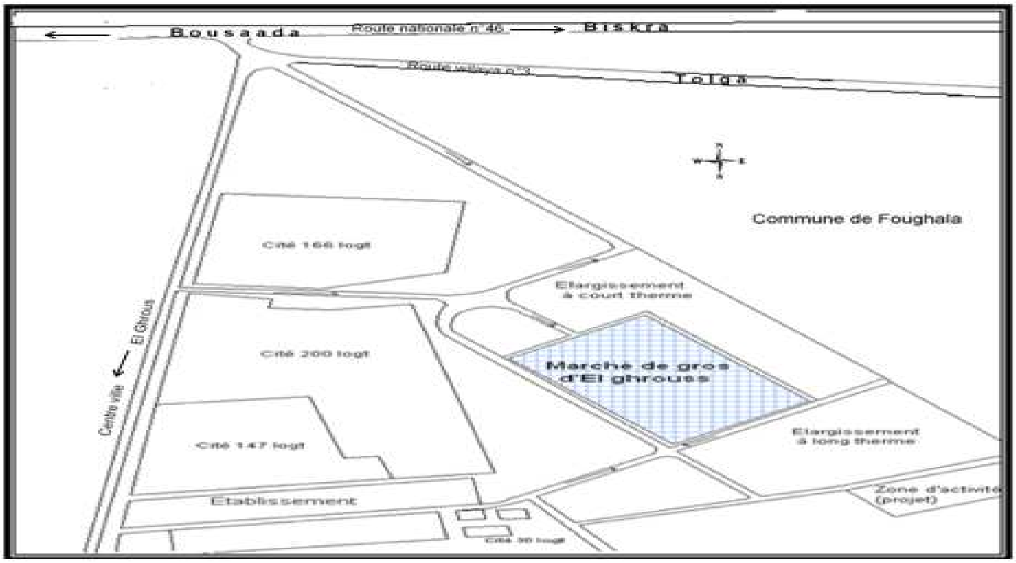

Figure 01 : Situation du marché de gros d'El-Ghrouss

En nous appuyant sur nos enquêtes, nous avons pu établir la carte qui représente l'aire d'influence du marché d'El Ghrouss à l'échelle nationale (figure 02). Nous pouvons constater que le champ d'influence de ce marché est grand, notamment au Nord du pays. Les commerçants y arrivent ainsi de toutes les wilayas pour s'approvisionner en produits agricoles d'autant plus que la production au Sud est précoce comparativement aux régions du Nord. Les wilayate qui reçoivent le plus de marchandises d'El Ghrous sont quand même principalement les wilayate limitrophes (M'sila et Batna), Alger faisant l'exception.

Les fréquences de visite des acheteurs se montent en majorité à quatre fois par semaine (figure 3).

Notons également que la plupart des commerçants possèdent leur propre moyen de transport qui est représenté le plus souvent par les camions et ces derniers diffèrent seulement par la marque et le tonnage. Comme nous avons pu constater que les capacités des camions sont faibles (2,5 à 7 tonnes) ce qui peut augmenter le coût de commercialisation du fait qu'il n'y a pas d'économie d'échelle (cf. tableau ci-dessous).

Un marché fonctionne efficacement si les transactions qui s'y déroulent sont transparentes, c'est-à-dire que tous les acheteurs et tous les vendeurs sont informés des prix pratiqués et des quantités disponibles. De façon générale, un marché transparent est un marché où les ventes se font aux enchères. De ce point de vue, le marché d'El Ghrous ne fonctionne pas aux enchères. Les vendeurs (en général ce sont les agriculteurs) arrivent au marché avec leurs productions et s'installent auprès d'une bascule dont le propriétaire est un prestataire de services. Chaque acheteur qui se présente devant un producteur négocie les prix et les quantités de façon confidentielle avec ce producteur. Quand les producteurs arrivent sur le marché avec leurs productions, ils s'informent sur les prix en faisant le tour de leurs collègues déjà présents sur le marché. Ils ne semblent pas être informés des prix qui se pratiquent sur les principaux marchés de consommation.

Tableau 02 : Le tonnage des camions utilisés par provenance

Provenance	2,5 tonnes	+ de 2,5 et moins de 7 tonnes	7 tonnes et +
Msila, Batna, Djelfa, El Oued Khenchela,	3	4	1
Bouira, Sétif, Constantine, O.El Bouaghi, BBA	5	1	/
Alger	3	3	/
Autres wilayat	3	6	/
Total	14	14	1

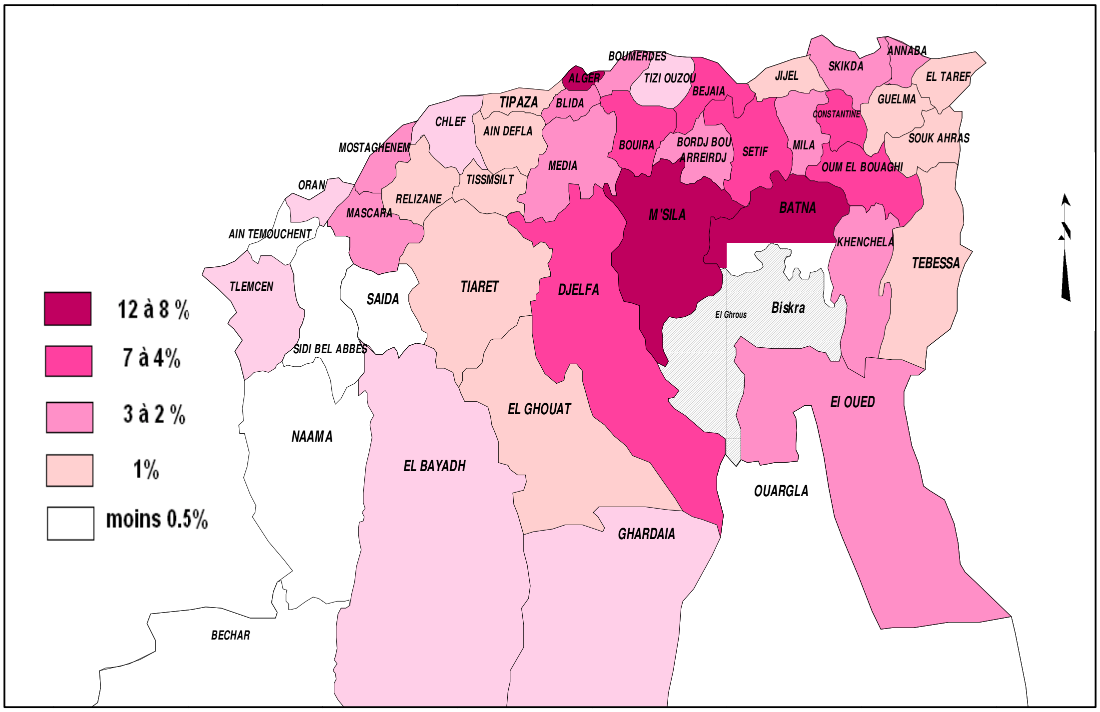

Figure 02 : Aire d'influence du marché de gros d'El-Ghrouss

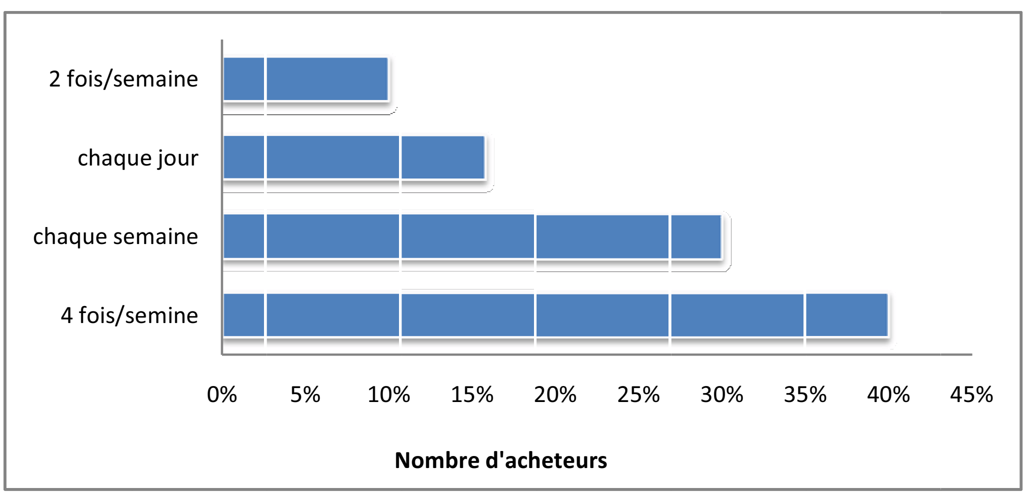

Figure 03 : La fréquence du flux entrant par semaine vers le marché d'El Ghrouss

L'offre des produits maraîchers de la région d'El Grouss se fait aux moments où elle est minimale dans le Nord du pays. Les prix varient fortement selon la demande exprimée par les wilayte du Nord, laquelle demande est fonction des récoltes produites dans ces wilayates. Ainsi, le prix de la tomate passe entre février et avril de 80 DA à 30 DA. Pour ce qui est de la tomate de qualité moindre, elle est vendue à des faibles prix (2 DA) pour subir une transformation au niveau des usines.

Les agriculteurs, dans leur majorité, remplacent, dès le mois de février, la culture des tomates par celle des melons pour procéder à la vente de ces derniers à des prix très élevés (environ 250 DA le Kg) à la fin du mois d'avril.

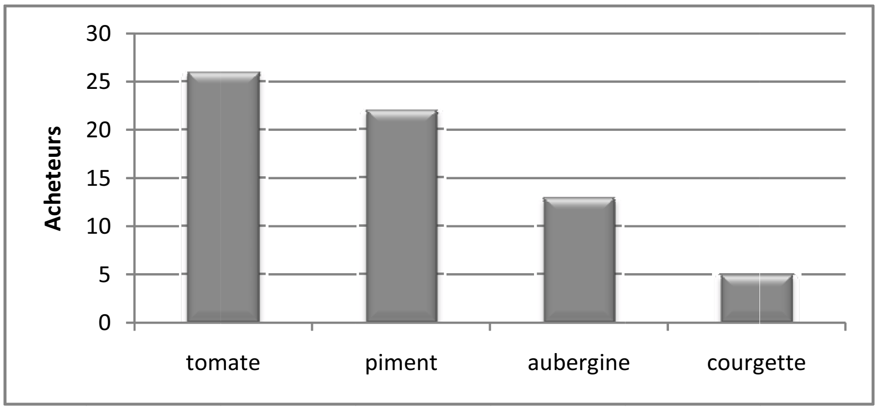

Figure 04 : Les principaux produits commercialisés dans le marché d'El Ghrouss.

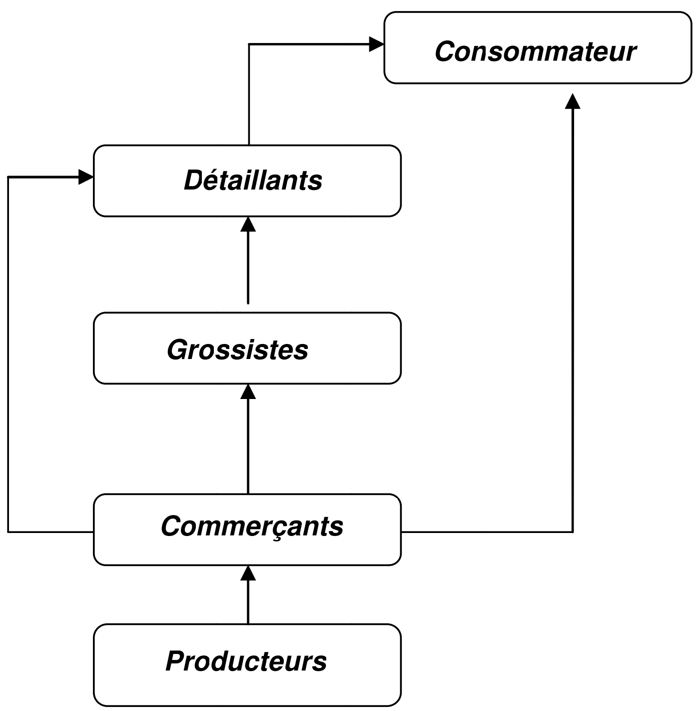

Figure 05 : Circuit de commercialisation des produits maraîchers

L'opération de la vente s'effectue directement entre l'agriculteur et le commerçant. Aucun de ces deux opérateurs ne procède à un conditionnement quelconque. L'absence d'effort de présentation des produits aux consommateurs fait qu'ils sont moins bien valorisés sur le marché. En outre, l'absence de conditionnement pour la préservation de la qualité peut aussi induire la perte d'une partie des produits. Le chargement des produits agricoles s'opère dans des caisses (ou caissettes) en vrac, du camion de l'agriculteur à celui du commerçant. Ce dernier à son tour, vend les produits soit au grossiste ou au détaillant soit au consommateur directement. Le circuit de la commercialisation peut être ainsi schématisé comme dans la figure ci-dessus.

II. Ce qu'il faut améliorer pour un meilleur fonctionnement du marché de gros.

a) L'absence d'infrastructures de base et d'administration.L'augmentation de la production agricole dans la zone d'El Ghrouss ne s'est pas accompagnée d'une politique d'aménagement du marché de gros.

Au moment de l'enquête, l'aire du marché ressemble à un terrain vague. Il y a un manque flagrant d'équipements et d'infrastructures (eau potable, assainissement, électricité …).

Le marché ne comporte pas de bâtiments couverts pour se protéger contre les intempéries ou les rigueurs de l'été.

Il y a absence de structures de stockage (chambres froides) ce qui impose souvent aux agriculteurs de vendre à prix bas leur production pour éviter des pertes. Il n'y a pas une administration du marché qui contrôle et enregistre les entrées et les sorties.

b) L'asymétrie de l'information sur les prix.

Bien sûr, il n'y a pas d'affichage des prix, ni un système de vente aux enchères qui garantit la transparence des transactions. Par ailleurs, on note une relative asymétrie de l'information dans la connaissance des prix entre les vendeurs et les acheteurs. Les producteurs sont nettement désavantagés par rapports aux négociants, ces derniers étant informés régulièrement des prix qui se pratiquent sur les marchés de consommation qu'ils approvisionnent, alors que les producteurs ne disposent pas d'un système d'information identique. Cela fait que les prix se négocient plutôt en faveur des acheteurs.

c) L'absence d'organisation des producteurs.Parmi les autres problèmes qui se posent dans la commercialisation, il faut mentionner l'absence de coopératives de commercialisation, coopératives qui pourraient permettre aux producteurs de mieux valoriser leurs produits :

- en offrant un interlocuteur unique aux différents négociants,
- en mettant en place un système d'information rapide sur les prix pratiqués sur les marchés de consommation,
- en réalisant des infrastructures de stockage suffisantes pour stocker les produits en attendant des conditions favorables du marché.

CONCLUSION

L'étude que nous avons présentée montre que le champ d'influence du marché de gros d'El Ghrouss touche la majorité des wilayas du pays notamment celles du Nord. Les conditions favorables à la précocité des cultures qui caractérisent la région ont participé à l'élargissement de l'aire d'influence de ce marché et par conséquence à l'augmentation des revenus des agriculteurs. Le marché de gros d'El Ghrouss a créé donc une dynamique économique importante dans les Zibans. Cependant, cette activité n'a pas connu d'encadrement sur le plan organisationnel ce qui s'est traduit sans doute par l'abaissement de la plus value générée. Des investissements sont donc nécessaires pour créer un marché moderne qui fonctionne avec la possibilité de conditionner et de stocker sous-froid. La conception d'un marché moderne assure une meilleure commercialisation des produits et constitue ainsi un vecteur d'incitation pour l'accroissement des superficies en cultures maraîchères.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. **Cahier de charge du marché du gros d'El Ghrouss** (2010), la commune d'El Grouss.
2. **Rapport APC**, (2001), Etat de l'agriculture de la région d'El Ghrouss.
3. **Rapport APC**, (2008), Etat de l'agriculture de la région d'El Ghrouss.
4. **Statistiques agricoles Série** B.