

Modes d'accès au marché des petits producteurs d'anacarde du centre du Bénin

Market access methods for small cashew producers in central Benin.

Auteur 1 : KASSIFA Ayédon Théodore..

Auteur 2 : AWODE Ogoubi Richard..

Auteur 3 : AKOSSOU Yves Justin Arcadius..

KASSIFA Ayédon Théodore, (<https://orcid.org/0009-0003-5683-4127>, Doctorant)

Laboratoire d'Analyses et de Recherches sur les Dynamiques Economiques et Sociales (LARDES), Faculté d'Agronomie, Université de Parakou, Bénin Ecole Doctorale des Sciences Agronomiques et de l'Eau (EDSAE), Université de Parakou, Bénin

AWODE Ogoubi Richard, (<https://orcid.org/0009-0009-2196-8209>, Docteur)

Laboratoire d'Analyses et de Recherches sur les Dynamiques Economiques et Sociales (LARDES), Faculté d'Agronomie, Université de Parakou, Bénin

AKOSSOU Yves Justin Arcadius, (<https://orcid.org/0000-0001-5014-3841>, Professeur Titulaire des Universités du CAMES)

Département d'Aménagement et de Gestion des Ressources Naturelles, Faculté d'Agronomie, Université de Parakou, Bénin ; Ecole Doctorale des Sciences Agronomiques et de l'Eau (EDSAE), Université de Parakou, Bénin Unité de Statistique et d'Informatique Appliquées (USIA); Laboratoire d'Etudes et de Recherches Forestières (LERF), Université de Parakou, Bénin

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : KASSIFA .A T, AWODE .O R & AKOSSOU .Y J A (2025). « Modes d'accès au marché des petits producteurs d'anacarde du centre du Bénin », African Scientific Journal « Volume 03, Num 33 » pp: 0058 – 0077.



DOI : 10.5281/zenodo.17669537

Copyright © 2025 – ASJ



Résumé

Les modes d'accès au marché jouent un rôle déterminant dans la capacité des petits producteurs à tirer profit de leurs récoltes. Une compréhension approfondie de ces modes est essentielle pour élaborer des stratégies efficaces visant à améliorer la commercialisation et, par conséquent, les conditions de vie des producteurs. L'objectif de cette étude est d'identifier les modes d'accès au marché des petits producteurs d'anacarde du Centre-Bénin. A cet effet, 254 producteurs d'anacarde choisis de façon aléatoire ont été enquêtés dans les communes de Bantè et de Savalou. La statistique descriptive et un modèle de régression logistique ont été appliqués pour analyser les données collectées. Les résultats montrent que tous les modes de commercialisation garantissent un accès majoritaire au marché dans la zone d'étude, avec une forte prédominance de la vente mixte (94,7 %) et de la vente groupée (94,1 %), offrant ainsi aux producteurs une meilleure sécurité d'accès. L'analyse des déterminants révèle que le prix unitaire, l'intervention des semi-grossistes, la quantité d'anacarde disponible, la formation à la vente, la distance au marché et le respect des normes de qualité influencent cet accès. Ces résultats pourront améliorer l'accès au marché des petits producteurs d'anacarde et accroître la rentabilité de leur activité, contribuant ainsi au développement économique local. En agissant sur les déterminants identifiés, il est possible de renforcer l'accès au marché.

Mots clés : modes de commercialisation, accès au marché, anacarde, déterminants, centre-Bénin

Abstract

Access modes to the market play a vital role in enabling small producers to capitalize on their harvests. A comprehensive understanding of these modes is crucial for developing effective strategies aimed at enhancing marketing practices and, consequently, improving the living conditions of producers. The objective of this study is to identify the market access modes utilized by small cashew producers in Central Benin. To achieve this, 254 randomly selected cashew producers were surveyed in the municipalities of Bantè and Savalou. Descriptive statistics and a logistic regression model were employed to analyze the collected data. The findings indicate that all marketing modes provide significant access to the market within the study area, with a notable predominance of mixed sales (94.7%) and grouped sales (94.1%), thereby offering producers enhanced access security. The analysis of the determinants reveals that unit price, the involvement of semi-wholesalers, the quantity of available cashew, sales training, distance to the market, and adherence to quality standards all influence market access. These insights could facilitate improved market access for small cashew producers and enhance the profitability of their activities, thereby contributing to local economic development. By addressing the identified determinants, it is possible to enhance market access for small producers.

Keywords : marketing modes, market access, cashew, determinants, central Benin

Introduction

Au Bénin, comme dans la plupart des pays en développement, l'agriculture reste un pilier central de l'économie, particulièrement pour les petits producteurs agricoles. Ces pays dépendent largement de l'agriculture pour sa stabilité économique (Akpinfa et al., 2017). Le secteur agricole est également vital pour améliorer la sécurité alimentaire et atténuer la pauvreté des familles rurales (Ba, 2020). Au Bénin, l'anacarde représente la deuxième culture de rente après le coton (Degla, 2015). Elle constitue donc une source importante de revenus en milieu rural. En effet, l'anacarde également connu sous le nom de noix de cajou, est une culture de grande importance économique et sociale au Bénin. Il contribue à 15 % des recettes d'exportation nationales du pays et soutenant 200 000 petits producteurs (Yin et al., 2023).

Dans la partie centrale du Bénin, l'anacarde constitue une source de revenus cruciale pour de nombreux petits producteurs. Toutefois, l'accès au marché, influencé par divers facteurs socio-économiques, logistiques et institutionnels, par ces producteurs demeure un défi majeur (Honfoga et al., 2017). Selon Gomez et al., (2022), les producteurs de noix de cajou sont confrontés à des défis tels que l'instabilité des prix sur le marché intérieur, le manque d'informations sur le marché, le mauvais état des réseaux routiers, les intermédiaires, les matériaux d'emballage modernes, les installations de stockage inadéquates et la faiblesse, voire l'absence, des organisations d'agriculteurs. Les modes d'accès au marché jouent un rôle déterminant dans la capacité des petits producteurs à tirer profit de leurs récoltes. Une compréhension approfondie de ces modes est essentielle pour élaborer des stratégies efficaces visant à améliorer la commercialisation et, par conséquent, les conditions de vie des producteurs (Hinnou et al., 2022). Cet article se propose d'identifier et d'analyser les différents modes d'accès au marché des petits producteurs d'anacarde dans le centre du Bénin, en mettant en lumière les obstacles et les opportunités qui se présentent à eux.

Les recherches récentes montrent que l'adoption de pratiques de production de cajou biologiques et équitables peut améliorer l'efficacité technique des producteurs et leur accès aux marchés internationaux (Zoundji et al., 2023). De plus, l'adoption de plants greffés de cajou a un impact significatif sur la productivité et le bien-être des ménages au Bénin (Hinnou et al., 2023).

En examinant les chaînes de valeur, les réseaux de commercialisation, ainsi que les politiques et infrastructures en place, cette étude vise à fournir des recommandations concrètes pour renforcer l'intégration des petits producteurs dans le marché global de l'anacarde. Elle s'appuie sur une approche méthodologique combinant des enquêtes de terrain, des entretiens semi-

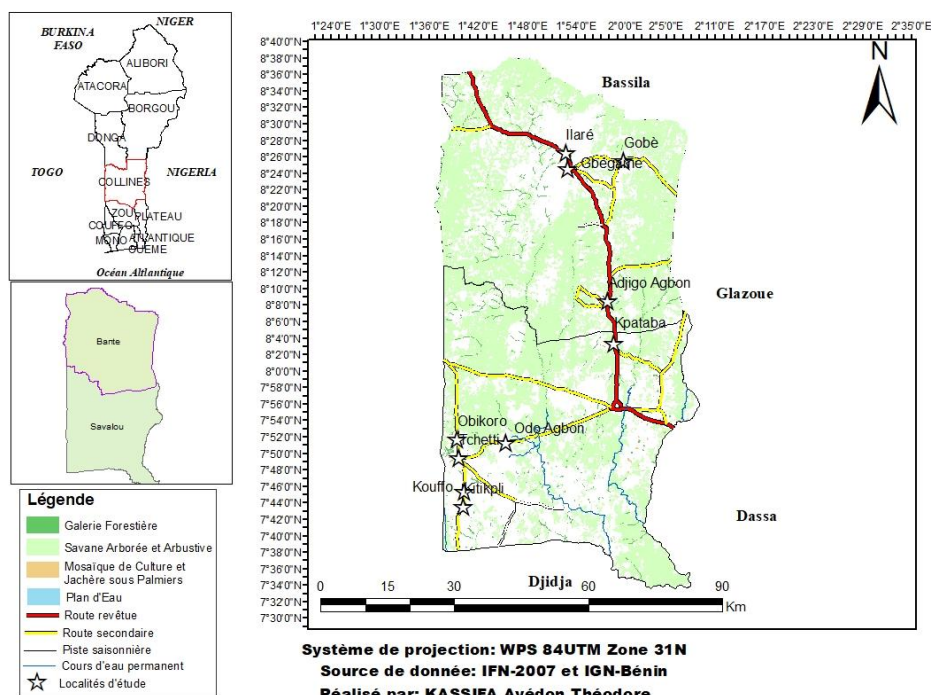
structurés et l'analyse des données secondaires pour offrir une vue d'ensemble des dynamiques actuelles et des perspectives d'amélioration. Les résultats de cette recherche permettront de formuler des recommandations pour faciliter l'accès des producteurs aux marchés, en renforçant leurs capacités organisationnelles et en améliorant la transparence des transactions. Cela contribuera à augmenter les revenus des producteurs et à promouvoir un développement durable de la filière anacarde au Bénin.

1. Matériels et méthodes

1.1. Zone d'étude

L'étude s'est effectuée dans le département des Collines, au Centre du Bénin, limité à l'Ouest par le Togo, à l'Est par le Nigéria, au Nord par la Donga et le Borgou, et au Sud par le Zou et le Plateau. L'agriculture y constitue l'activité principale des habitants (INSAE, 2016). Dans ce département, des discussions ont été menées avec les agents de développement à la base, les agents vulgarisateurs de l'Agence Territoriale de Développement Agricole (ATDA) pour identifier deux communes (Bantè et Savalou) d'importance en matière de production d'anacarde. La figure 1 offre une représentation cartographique de la zone d'étude.

Figure N°1 : Carte de végétation et du réseau routier des communes de Bantè et Savalou



Source : Réalisée par les auteurs, 2024

1.2. Échantillonnage et collecte de données

Les exploitations agricoles produisant de l'anacarde constituent les unités d'observation de cette étude. La méthode d'échantillonnage raisonnée. Un total de 254 producteurs a été interrogé,

réparti entre deux communes avec 125 producteurs dans la commune de Bantè et 129 dans la commune de Savalou.

Les données primaires de cette étude ont été recueillies via des entretiens individuels à l'aide d'un questionnaire structuré, testé et ajusté au préalable. Les chefs de ménage des 254 exploitations sélectionnées ont été interrogés. Les informations collectées portaient sur les caractéristiques socio-économiques des exploitations et les modes de commercialisation des noix d'anacarde. Le questionnaire, digitalisé et administré via l'application mobile KoboCollect, a été utilisé par des enquêteurs formés. Pour garantir la fiabilité des réponses, des techniques d'observation directe et de triangulation des informations ont été employées.

1.3. Théorie de l'accès au marché

L'accès désigne l'ensemble des moyens permettant à une personne de bénéficier de divers biens ou services. La notion de propriété se réfère généralement à des revendications ou des droits qui sont socialement reconnus et soutenus, que cette reconnaissance repose sur des bases légales, coutumières ou conventionnelles. Les détenteurs de ces droits détiennent ainsi un certain pouvoir social. Toutefois, les droits issus de la loi, de la coutume ou de la convention ne sont pas toujours équivalents. Par exemple, certaines actions peuvent être considérées comme illégales selon le droit national, tout en étant acceptées socialement dans un cadre coutumier ou conventionnel, et inversement. De plus, l'accès peut être facilité par des moyens qui ne confèrent pas nécessairement des droits de propriété ou qui ne sont pas validés par des lois, des coutumes ou des conventions. Même sans attribuer de droits explicites, des manipulations idéologiques et discursives, ainsi que les dynamiques de production et d'échange, influencent profondément la manière dont les bénéfices sont distribués au sein de la société.

L'accès aux marchés influence de manière significative la capacité à tirer profit des ressources. En effet, la possibilité de réaliser un profit commercial à partir d'une ressource dépend davantage de l'accès du propriétaire aux marchés que des droits qu'il détient sur cette ressource (Macpherson, 1999 ; Ribot, 1998 ; De Janvry et al., 2001). Les Kayapo et d'autres groupes autochtones, qui récoltent des produits de la forêt tropicale pour les vendre directement à des organisations comme Cultural Survival, Conservation International ou à des marques telles que The Body Shop, ont réussi à obtenir un accès privilégié au marché. Cela leur a permis d'augmenter la part des bénéfices qu'ils tirent de l'exploitation des ressources forestières (Schwartzman, 1992). L'accès au marché est contrôlé par une multitude de structures et de processus (Harriss-White, 1984 ; Ribot, 1998) : accès au capital (équipement et crédit), existence ou non de monopsones, pratiques d'exclusion et formes de collusion entre les acteurs

du marché, soutien par des politiques étatiques imposant l'acquisition de licences professionnelles et des frais d'accès (Biggart, 2002; Hecht et Cockburn, 2010; Shipton et Goheen, 1992). Les marchés influencent également l'accès aux bénéfices que l'on peut tirer des ressources à différentes échelles, de manière souvent subtile et indirecte. La valeur des ressources peut fluctuer lorsqu'elles sont transformées en marchandises ou lorsqu'elles sont extraites par des commerçants nationaux ou internationaux, ou par des agents de l'État. Cela a pour conséquence d'affecter les droits de propriété associés à ces ressources (Appadurai, 1988). Les bancouliers croissaient à l'état sauvage dans les forêts secondaires du Kalimantan occidental, mais étaient rarement utilisés ou revendiqués par les habitants locaux. Avec l'arrivée croissante de migrants des îles de Java et de Madura, un marché s'est développé, car la noix de bancoulier est un ingrédient essentiel de leur cuisine. En conséquence, les villageois ont commencé à limiter l'accès aux arbres dans leurs jachères itinérantes. En d'autres termes, ils ont établi des droits de propriété sur cette nouvelle ressource en raison de son émergence en tant que marchandise. Les forces du marché, englobant l'offre, la demande et leur impact sur les prix, influencent également la manière dont les bénéfices sont répartis. Ces forces ne sont pas toujours sous le contrôle d'acteurs clairement identifiables. Lorsque le prix affecte la capacité d'un individu à réaliser un profit sur la vente de son produit ou à modifier l'accès à celui-ci, il est essentiel d'examiner les origines de ce prix. Celui-ci peut avoir été déterminé par l'État, fixé individuellement, établi collectivement par les vendeurs, ou résultat de l'interaction entre des structures plus larges d'offre (production) et de demande (besoins, revenu disponible, richesse, etc.).

1.4. Analyse des données

Un modèle de régression logistique a été utilisé pour analyser les déterminants de l'accès au marché des petits producteurs d'anacarde enquêtés. La variable dépendante est dichotomique, c'est-à-dire prend la valeur 1 si le producteur a accès au marché et la valeur 0 sinon. Ainsi, l'accès au marché (Z) est une fonction linéaire des variables explicatives (les facteurs sociodémographique et économique (X) des producteurs d'anacarde) comme suit :

$$Z_i = \beta_0 + \beta_j \sum_{j=1}^J (X_{ij}) + \varepsilon_i$$

En recherche scientifique, les analyses économétriques utilisent des variables dépendantes sélectionnées en fonction des études empiriques. Cependant, la littérature montre que les variables explicatives des modèles de déterminants varient selon les études, en fonction de l'objectif, des spécificités et de l'intérêt de chaque recherche (Aminou, 2021; Djontu, 2019;

Ndiaye and Diallo, 2022). Le tableau 1 présente les différentes variables potentielles expliquant l'accès au marché des petits producteurs d'anacarde et les signes attendus pour chacune de ces variables :

- La vente au magasin SIPI (Société d'Investissement et de Promotion de l'Industrie) : Il s'agit d'une variable binaire indiquant si le producteur vend ses produits agricoles au magasin SIPI ou non. Un signe positif est attendu de cette variable. La présence d'un magasin bien établi comme SIPI augmente la visibilité des produits des petits producteurs (Jaouen et al., 2020).
- Prix unitaire de vente (PRIV): variable continue renseignant sur le prix de vente des noix de cajou en FCFA par kilogramme. Un prix unitaire attractif peut inciter les consommateurs à essayer de nouveaux produits, augmentant ainsi leur accès au marché (Saci, 2022). Une stratégie de prix bas aide à pénétrer de nouveaux marchés, surtout dans les segments sensibles au prix, favorisant ainsi une plus grande accessibilité (Delacroix et al., 2014).
- Semi-grossiste (SEGRO): Il s'agit d'une variable binaire indiquant si le producteur livre ses produits au semi-grossiste ou non. Un signe positif est attendu de cette variable. Les semi-grossistes agissent comme des intermédiaires entre les fabricants et les détaillants, facilitant la distribution de produits à des prix compétitifs (Reardon et al., 2021).
- Grande quantité d'anacarde (GRAQ) prend la valeur 1 si le producteur dispose d'une grande quantité d'anacarde et 0 si non. Les producteurs capables de fournir des volumes importants peuvent mieux répondre aux exigences des marchés internationaux (Nkukwana, 2018).
- Activité secondaire (ACTSE) : variable binaire prenant la valeur 1 si le producteur a une activité secondaire en occurrence le commerce et 0 si autrement. Les producteurs qui ont des activités secondaires peuvent mieux s'adapter aux fluctuations du marché (Farcy, 2025).
- Formation sur la vente (FORVE). Il s'agit d'une variable binaire indiquant si le producteur bénéficie de formation sur la vente des noix d'anacarde ou non. Un signe positif est attendu de cette variable. La formation permet aux producteurs et vendeurs de mieux comprendre les caractéristiques des noix d'anacarde, ce qui est essentiel pour répondre aux attentes des consommateurs et se démarquer sur le marché (Gbaguidi, 2020).
- Distance (en kilomètre) entre le village et le marché le plus proche (DISTMA): Le marché constitue un espace informel où les producteurs peuvent se rencontrer et échanger (Tédé et al., 2023). On considère donc que plus le marché est proche, plus le producteur dispose d'informations suffisantes à son sujet.

- Respect des normes de qualité (RENQ): variable binaire prenant la valeur 1 si le producteur respecte les normes exigés par les commerçants et 0 si autrement. Le respect des normes de qualité renforce la confiance des consommateurs dans les produits (Ayokanmbi et Oluwoye, 2020). En respectant les normes de qualité, les producteurs réduisent les risques de retours de produits, de plaintes des clients et de problèmes juridiques, ce qui peut nuire à leur réputation.

Tableau N°1 : Variables explicatives du modèle, leurs niveaux de mesures et signes attendus

<i>Variables</i>	<i>Modalités</i>	<i>Signes attendus</i>
<i>Vente au magasin SIPI (Société d'Investissement et de Promotion de l'Industrie)</i>	0= Non, 1= Oui	+
<i>Prix unitaire de vente (F CFA)</i>	-	+
<i>Semi-grossiste</i>	0= Non, 1= Oui	+
<i>Grande quantité d'anacarde</i>	0= Non, 1= Oui	+
<i>Exercice d'une activité secondaire</i>	0= Non, 1= Oui	-
<i>Formation sur la vente</i>	0= Non, 1= Oui	+
<i>Distance entre le village et le marché le plus proche (Km)</i>	-	-
<i>Respect des normes de qualité</i>	0= Non, 1= Oui	+

Source : Réalisée par les auteurs, 2024

2. Résultats

2.1. Caractéristiques socio-économiques des petits producteurs d'anacarde

Le tableau 2 présente les caractéristiques socioéconomiques des producteurs enquêtés. Il ressort de ce tableau que la majorité des enquêtés sont des hommes (74%) et que les femmes ne représentent que 26% de notre échantillon d'étude. La plupart des enquêtés sont mariés (79%), qui n'ont pas fréquenté une école formelle (54%) et qui exercent seulement des activités agricoles (66,53%). Les producteurs sont âgés de 47 ans en moyenne avec une expérience moyenne de 19 ans dans la production d'anacarde. Dans leurs exploitations, ils emblavent une superficie de 4 hectares en moyenne pour la culture de l'anacarde, avec 8 individus dans le ménage.

Tableau N°2 : Caractéristiques socio-économiques des enquêtés

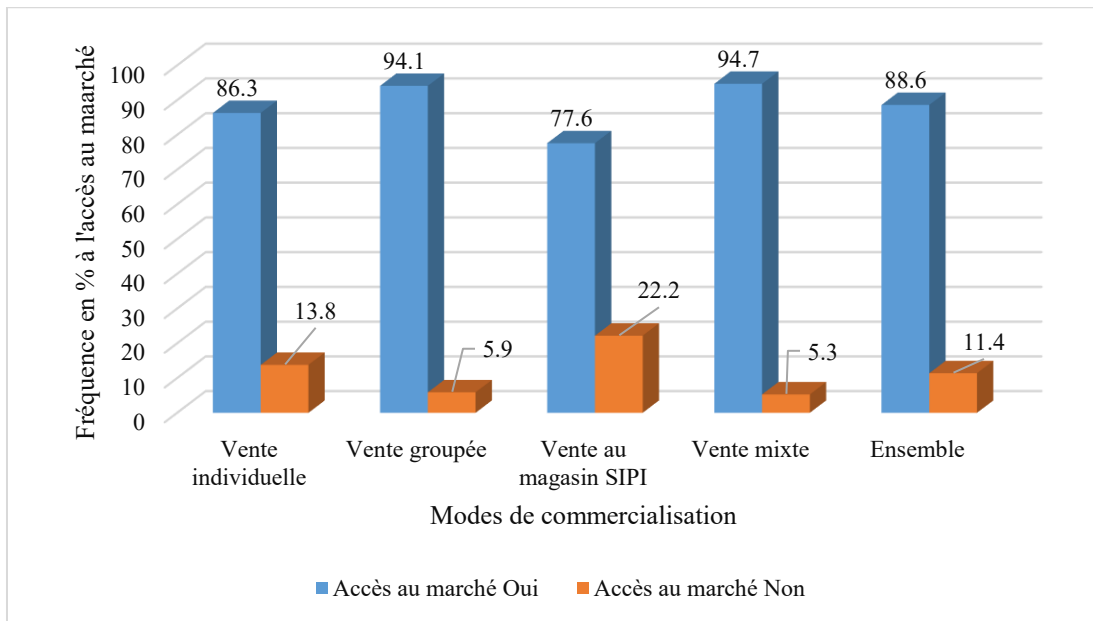
<i>Variables qualitatives</i>	<i>Modalités</i>	<i>Effectifs</i>	<i>Fréquence (%)</i>
<i>Sexe</i>	Masculin	186	74
	Féminin	68	26
<i>Situation matrimoniale</i>	Marié(e)	203	79
	Divorcé(e)	12	4
	Veuf (ve)	37	14
	Célibataire	01	1,5
	Séparé(e)	01	1,5
	<i>Niveau d'éducation</i>	Aucun	139
	Primaire	64	25
	Secondaire cycle 1	32	12
	Secondaire cycle 2	15	5
	Université	04	1
<i>Activité secondaire</i>	Activités agricoles	169	66,53
	Activités non agricoles	85	33,47
<i>Variables quantitatives</i>		Moyenne	Ecart-type
<i>Âge</i>		47	10
<i>Expérience en culture d'anacarde</i>		19	8
<i>Superficie de cajou</i>		4	1
<i>Taille de ménage</i>		8	3

Source : Données d'enquête, 2024.

2.2. Accès au marché des petits producteurs d'anacarde selon les modes de commercialisation

La figure suivante illustre l'accès au marché selon les modes de commercialisation utilisés par les petits producteurs d'anacarde. L'analyse révèle que tous les modes de commercialisation permettent un accès majoritaire au marché, avec une fréquence particulièrement élevée pour la vente mixte (94,7 %) et la vente groupée (94,1 %). Cela indique que ces modes de commercialisation offrent aux petits producteurs une meilleure garantie d'accès au marché dans la zone d'étude.

Figure N°2 : Modes de commercialisation de l’anacarde

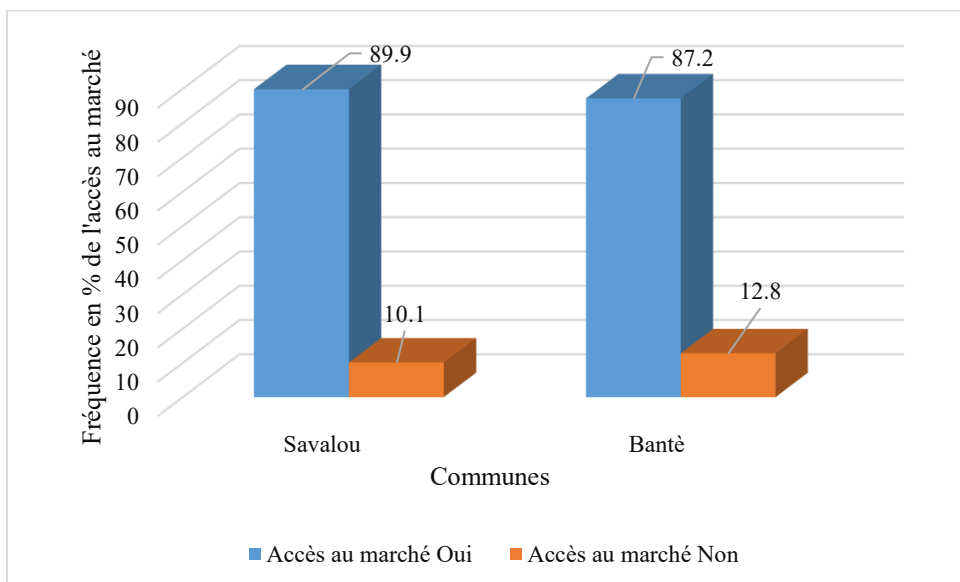


Source : Données d’enquête, 2024.

2.3. Accès au marché des petits producteurs d’anacarde selon les communes

L’analyse de l’accès au marché par zone d’étude (figure3) révèle que les producteurs bénéficient d’un accès majoritaire au marché dans toutes les deux communes observées, avec des taux de 89,9 % pour Savalou et 87,2 % pour Bantè. L’importance de l’anacarde, en raison de ses multiples utilisations, facilite sa commercialisation pour les petits producteurs.

Figure N°3 : Accès au marché en fonction des communes



Source : Données d’enquête, 2024.

2.4. Déterminant de l'accès des petits producteurs d'anacarde au marché

Les résultats (tableau 3) indiquent que le prix unitaire de vente par kilogramme exerce une influence positive et significative sur l'accès au marché au seuil de 5% ($p < 0,05$). Ce qui signifie que lorsque le prix de l'anacarde augmente, les producteurs ont tendance à trouver une issue pour commercialiser leurs produits. Lorsque le prix de vente de l'anacarde augmente d'une unité, le logarithme de la probabilité que le producteur accède au marché augmente de 0,001 pour chaque unité supplémentaire du prix de vente de l'anacarde. Ainsi, la probabilité que le producteur accède au marché est $e^{0,001} = 1,001$ fois la probabilité que le producteur n'accède pas au marché, *ceteris paribus*.

La variable semi-grossiste est positivement corrélée avec l'accès au marché au seuil de 1% ($p < 0,01$). Il ressort que les producteurs semi-grossistes ont tendance à vite accéder au marché pour la commercialisation de l'anacarde. La probabilité qu'un producteur semi-grossiste ait accès au marché est $e^{0,106} = 1,112$ fois plus élevée que celle de ses pairs qui ne sont pas semi-grossistes.

La quantité de noix d'anacarde que dispose le producteur influence positivement et significativement son accès au marché au seuil de 5% ($p < 0,05$). Ce résultat traduit les producteurs ayant une grande quantité de noix d'anacarde ont tendance à vite accéder au marché. Lorsqu'un producteur dispose d'une grande quantité de noix d'anacarde, la probabilité qu'il accède au marché est $e^{0,062} = 1,06$ fois supérieure à celle d'un producteur qui dispose d'une petite quantité de noix, toutes choses égales par ailleurs.

La formation sur la vente des produits a une influence positive et significative sur l'accès au marché au seuil de 10% ($p < 0,10$). Ce qui traduit que les producteurs ayant été formés une fois sur la commercialisation des produits agricoles sont plus enclins à accéder au marché pour la vente de leurs produits. La probabilité qu'un producteur formé accède au marché est de $e^{0,150} = 1,162$ fois plus élevée que celle d'un producteur non formé.

La distance entre le village et le marché la plus proche influence positivement et significativement l'accès au marché au seuil de 10% ($p < 0,10$). Il ressort que l'augmentation de la distance entre le village et le marché le plus proche augmente la probabilité que le producteur accède au marché. Lorsque la distance augmente d'une unité, le logarithme de la probabilité que le producteur ait accès au marché augmente de 0,007 pour chaque unité supplémentaire de la distance.

Le respect des normes de qualité exerce une influence positive et significative sur l'accès au marché au seuil de 1% ($p < 0,01$). Ce résultat indique que les producteurs ayant respecté les

normes de qualité ont tendance à accéder au marché que leurs paires n'ayant pas respecté les normes. Lorsque le producteur respecte les normes de qualité, la probabilité d'accéder au marché est de $e^{0,415} = 1,514$ fois supérieure à celle d'un producteur n'ayant pas respecté les normes, toutes choses égales par ailleurs.

Tableau N°3 : Déterminants de l'accès au marché

<i>Paramètres</i>	<i>Coefficient</i>	<i>P>z</i>
<i>Vente au magasin SIPI (Société d'Investissement et de Promotion de l'Industrie)</i>	-0,998	0,989
<i>Prix unitaire de vente (F CFA)</i>	0,001**	0,018
<i>Semi-grossiste</i>	0,106***	0,002
<i>Grande quantité d'anacarde</i>	0,062**	0,046
<i>Exercice d'une activité secondaire</i>	0,054	0,367
<i>Formation sur la vente</i>	0,150*	0,054
<i>Distance entre le village et le marché le plus proche (Km)</i>	0,007*	0,065
<i>Respect des normes de qualité</i>	0,415***	0,001
<i>Constante</i>	-4,938**	0,023
<i>Nombre d'observations</i>	254	
<i>Wald chi2</i>	53,10	
<i>Prob>chi2</i>	0,0000	
<i>Pseudo R2</i>	0,2943	

Source : Données d'enquête, 2024.

3. Discussion

Les résultats de cette étude montrent que les différents modes de commercialisation utilisés par les petits producteurs d'anacarde permettent majoritairement un accès au marché. En particulier, la vente mixte (94,7%) et la vente groupée (94,1%) semblent offrir une meilleure garantie d'accès au marché dans la zone d'étude. Ces résultats corroborent ceux Aïhounton et al., (2016) qui ont également observé que les méthodes de commercialisation collective au Nord-Est du Bénin améliorent l'accès au marché des producteurs de noix de cajou en générant des marges nettes moyennes de 9,08fcfa/Kg pour les collecteurs, 13,12fcfa/Kg pour les détaillants, 10,56fcfa/Kg pour les semi-grossiste. De même, Saka Seko et Yabi, (2023) ont montré que l'appartenance à une organisation de producteurs est un facteur déterminant de l'accès aux

marchés pour la filière anacarde au Bénin. Les producteurs membres de ces organismes ont généralement de meilleures opportunités de commercialisation grâce à une meilleure négociation des prix et des conditions de vente. Cela explique en partie la fréquence élevée d'accès au marché enregistrée pour les modes de vente groupée et mixte dans notre étude.

L'analyse de l'accès au marché des petits producteurs d'anacarde selon les communes révèle des résultats significatifs. Les taux d'accès au marché de 89,9 % pour Savalou et de 87,2 % pour Bantè indiquent que la popularité de l'anacarde, en raison de ses multiples utilisations, facilite la commercialisation pour les producteurs. Ces résultats sont en accord avec ceux de Pany et Coulibaly, (2020) selon lequel la commercialisation des noix de cajou est dominée par de nombreux vendeurs, quelques commerçants contrôlant une part plus importante des revenus du marché. Ces résultats concordent également avec ceux de Tola et al., (2019) qui ont trouvé à travers leur étude que les noix de cajou sont une source majeure de devises étrangères dans la plupart des pays en développement en raison de leur demande croissante et de leur accessibilité aux marchés locaux et internationaux. De même, Mbade, (2019) stipule que le commerce de la noix de cajou devient international, avec l'implication d'acteurs étrangers, notamment indiens, ce qui entraîne une escalade rapide des prix en raison de la demande accumulée et de la création d'emplois.

Concernant les déterminants de l'accès au marché, le prix unitaire de vente par kilogramme a un impact positif et significatif sur l'accès au marché, ce qui est cohérent avec les travaux récents d'Agbongiarhuoyi et al., (2020), qui ont montré que des prix plus élevés incitent les producteurs à commercialiser davantage leurs produits. Une augmentation d'une unité du prix de l'anacarde entraîne une augmentation de 0,001 du logarithme de la probabilité que le producteur accède au marché pour chaque unité supplémentaire du prix de vente de l'anacarde. La variable semi-grossiste, qui est positivement corrélée avec l'accès au marché, souligne l'importance des structures de commercialisation. Les producteurs semi-grossistes, ayant une plus grande capacité de négociation, accèdent plus rapidement aux marchés, ce qui est en ligne avec les conclusions récentes de Mmbando et al., (2015), qui ont également trouvé que les producteurs ayant des relations établies avec les acteurs du marché ont de meilleures opportunités de vente. Ces résultats corroborent également Mensah et al., (2019) qui stipule que les producteurs d'anacardes semi-grossistes, ayant un meilleur accès au marché grâce à leurs ressources et réseaux commerciaux, parviennent souvent à contourner les intermédiaires traditionnels. Cette capacité à accéder directement aux canaux de commercialisation sans passer par des détaillants ou grossistes permet non seulement aux agriculteurs de maximiser leurs

revenus, mais aussi aux utilisateurs finaux d'obtenir les produits à moindre coût. De plus, la quantité de noix d'anacarde disponible pour chaque producteur influence également l'accès au marché. Ce résultat est corroboré par les recherches récentes de Mmbando et al., (2015), qui ont trouvé que les petits exploitants agricoles ayant une production plus importante bénéficient d'un meilleur accès aux marchés en raison de leur capacité à satisfaire les exigences des acheteurs en termes de volume. Cela démontre que la taille de la production est un facteur déterminant dans la dynamique d'accès au marché pour les petits producteurs d'anacarde. Néanmoins, ces résultats ne concordent pas avec ceux de Metrick et Zeckhauser, (1998) qui stipulent que les producteurs de haute qualité peuvent réaliser des bénéfices supérieurs en pratiquant des prix plus élevés ou en vendant de plus grandes quantités, mais l'incertitude liée à la qualité peut conduire à une fixation commune des prix, où la qualité engendre la quantité. La formation sur la vente des produits montre également un impact positif sur l'accès au marché, ce qui rejoint les récents travaux de Howe et al., (2019) qui soulignent l'importance de la formation des producteurs pour améliorer leurs compétences en commercialisation. Cela suggère que des programmes de formation ciblés pourraient renforcer l'accès au marché pour les petits producteurs d'anacarde.

La distance entre le village et le marché le plus proche, bien que corrélée positivement à l'accès au marché, indique que des infrastructures de transport améliorées sont nécessaires pour faciliter l'accès des producteurs aux marchés. Cela est en accord avec les conclusions récentes de Lorz, (2020) qui stipule que l'amélioration des infrastructures de transport réduit les coûts de transport, facilite l'accès des producteurs aux marchés et encourage la coopération internationale. Higgins et al., (2018) affirment également qu'il est nécessaire d'améliorer les infrastructures de transport pour faciliter l'accès des producteurs aux marchés, car les coûts de transport représentent jusqu'à 40 % du prix du marché.

Enfin, concernant le respect des normes de qualité, les résultats de l'analyse indiquent que le producteur qui respecte les normes de qualité, sa probabilité d'accéder au marché est de $e^{0,415} = 1,514$ fois supérieure à celle d'un producteur n'ayant pas respecté les normes. Ce constat est en désaccord avec les travaux de Gretz et Basuroy, (2013) qui ont montrés que la qualité et les effets de réseau sont des facteurs déterminants de la part de marché, mais la qualité ne l'emporte pas toujours ; les effets de réseau peuvent l'emporter sur les effets de qualité dans les phases de croissance et de maturité du cycle de vie de la génération de produits. Cependant, les travaux de Jacobson et Aaker, (1987), vont dans le même sens que nos résultats. Ils stipulent que la qualité des produits joue un rôle crucial dans l'obtention d'un avantage comparatif et

l'augmentation de la rentabilité grâce aux interactions de rétroaction avec d'autres facteurs stratégiques. De même, Tunn et al., (2021) ont montré que la qualité des produits a une plus grande influence sur la préférence des consommateurs pour les systèmes de produits et services basés sur l'accès à long terme au marché.

Conclusion

Cette étude a porté sur l'identification des modes d'accès au marché des petits producteurs d'anacarde du Centre-Bénin. Les résultats révèlent que, dans la zone d'étude, tous les modes de commercialisation assurent un accès majoritaire au marché, avec une prédominance de la vente mixte et de la vente groupée. Ces modes offrent ainsi aux producteurs une meilleure sécurité d'accès. De plus, l'analyse des déterminants a mis en évidence que le prix unitaire de vente, la variable semi-grossistes, la quantité d'anacarde disponible, la formation à la vente, la distance au marché et le respect des normes de qualité influencent l'accès au marché. Ces résultats sont cruciaux pour orienter efficacement les politiques et projets visant un développement durable.

BIBLIOGRAPHIE

- Agbongiarhuoyi, A.E., Uwagboe, E.O., Agbeniyi, S.O., Famuyiwa, B.S., Shittu, T.R., 2020. Analysis of farmers' cashew nuts marketing channels and information frequency: Implications for cashew sustainability in Nigeria. *World Rural Obs.* 12, 23–30. <https://www.academia.edu/download/64617034/Cashew%20Journa%20Paper%20Agbons.pdf>
- Aïhounton, D.G.B., Yabi, J.A., Bachabi, F.X., Yegbemey, R.N., Kindemin, A.O., Labiyi I.A. (2016). Socio-economic determinants of the economic profitability of cashew nuts marketing in North-Eastern- Benin : Case study of Tchaourou municipality. *International journal of innovation and scientific research*, 21, 212-219. <http://www.ijisr.issr-journals.org/>
- Akpinfa, E. D., Kissira, A., Akpo, M.A., Houssou, C.S., (2017). Evaluation Du Coût Economique De La Dégradation Des Terres Dans La Zone Agro-Ecologique Du Centre Bénin. <https://core.ac.uk/reader/236406290>
- Aminou, F. A. A. (2021). Efficacité technique des petits producteurs du maïs au Bénin. *European Scientific Journal*, 14(19), 110-134. <http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n19p109>
- Appadurai, A., 1988. *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press. [https://books.google.com/books?hl=fr&lr=&id=6JqTcziwKTYC&oi=fnd&pg=PR7&dq=App+AdurAi++A.++\(1986\),+The+Social+Life+of+Things%C2%A0++Commodities+in+Cultural+Perspective,++Cambridge,+Cambridge+University+Press.&ots=Xo705mPTs3&sig=c76wE_VnnngH4-57NsaiexbiOsM](https://books.google.com/books?hl=fr&lr=&id=6JqTcziwKTYC&oi=fnd&pg=PR7&dq=App+AdurAi++A.++(1986),+The+Social+Life+of+Things%C2%A0++Commodities+in+Cultural+Perspective,++Cambridge,+Cambridge+University+Press.&ots=Xo705mPTs3&sig=c76wE_VnnngH4-57NsaiexbiOsM)
- Ayokanmbi, F.M., Oluwoye, J., 2020. Improving consumer confidence in food safety and nutritional quality. *J Multidiscip Eng Sci Technol* 7, 12723–12728.
- Ba, M. (2020). La propriété du bétail a-t-elle une incidence sur la sécurité alimentaire ? Cas de la Mauritanie rurale. <https://univ-pau.hal.science/hal-03088715>
- Bandara, B. E. S., De Silva, D. A. M., Maduwanthi, B. C. H., & Warunasinghe, W. (2016). Impact of food labeling information on consumer purchasing decision : With special reference to faculty of Agricultural Sciences. *Procedia Food Science*, 6, 309-313. <https://doi.org/10.1016/j.profoo.2016.02.061>
- Biggart, N.W. (Ed.), 2002. *Readings in Economic Sociology*, 1st ed. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9780470755679>
- Chou, H.L., & Chou, C. (2019). A quantitative analysis of factors related to Taiwan teenagers' smartphone addiction tendency using a random sample of parent-child dyads. *Computers in Human Behavior*, 99, 335-344. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.032>

- Degla, P. (2015). Technical Efficiency in Producing Cashew Nuts in Benin's Savanna Zone, West Africa. <https://doi.org/10.22004/AG.ECON.210310>
- De Janvry, A., Sadoulet, E., Wolford, W., 2001. Access to land and land policy reforms. UNU World Institute for Development Economics Research Helsinki. <http://www.staff.ncl.ac.uk/david.harvey/AEF806/AccessToLand.pdf>
- Delacroix, E., Debenedetti, A., Sabri, O., 2014. Les stratégies de prix. Maxi Fiches 2, 90–93. https://shs.cairn.info/article/DUNOD_PINSO_2014_01_0090?tab=texte-integral
- Djontu, M. A. (2019). Les déterminants de l'efficacité des institutions de microfinance au Cameroun. Journal of Academic Finance, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4835914>
- Farcy, H., 2025. L'amélioration du fonctionnement des marchés agricoles. Économie Rurale 41, 45–53. https://ageconsearch.umn.edu/record/349754/files/ecoru_0013-0559_1959_num_41_1_1675.pdf
- Gbaguidi, I., 2020. Commerce et chaînes de valeur dans les activités porteuses d'emplois (TRAVERA): Cas de l'anacarde au Bénin. ILO 1. https://www.academia.edu/download/103264411/wcms_742438.pdf
- Gomez, D., Fatty, L. K. M., Pinga, E. S., & Gomez, M. (2022). An Assessment of the Marketing Challenges Faced by Cashew Farmers in Kombo South District of The Gambia. Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology, 1061-1072. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2022/v40i1031179>
- Gretz, R. T., Basuroy, S. (2013). Why Quality May Not Always Win : The Impact of Product Generation Life Cycles on Quality and Network Effects in High-tech Markets. Journal of Retailing, 89(3), 281-300. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2013.05.002>
- Harriss-White, B., 1984. State and market: state intervention in agricultural exchange in a dry region of Tamil Nadu, South India. Concept Publishing Company. [https://books.google.com/books?hl=fr&lr=&id=euLqBScT00YC&oi=fnd&pg=PR5&dq=hArriss+B.\(1984\),+State+and+Market%C2%A0:+State+Intervention+in+Agricultural+Exchange+in+a+Dry++Region+of+Tamil+Nadu,+South+India,+New+Delhi,+Concept+Publishing+Company.&ots=v1B76E1B4e&sig=nQGtiAXqVgc2TAXlWy-OtyahudA](https://books.google.com/books?hl=fr&lr=&id=euLqBScT00YC&oi=fnd&pg=PR5&dq=hArriss+B.(1984),+State+and+Market%C2%A0:+State+Intervention+in+Agricultural+Exchange+in+a+Dry++Region+of+Tamil+Nadu,+South+India,+New+Delhi,+Concept+Publishing+Company.&ots=v1B76E1B4e&sig=nQGtiAXqVgc2TAXlWy-OtyahudA)
- Hecht, S.B., Cockburn, A., 2010. The fate of the forest: developers, destroyers, and defenders of the Amazon. University of Chicago Press. [https://books.google.com/books?hl=fr&lr=&id=XrLl2LxX488C&oi=fnd&pg=PR5&dq=hecht+s.,+COCKBurn+A.\(1989\),+The+Fate+of+the+Forest%C2%A0:+Developers,+Destroyers,](https://books.google.com/books?hl=fr&lr=&id=XrLl2LxX488C&oi=fnd&pg=PR5&dq=hecht+s.,+COCKBurn+A.(1989),+The+Fate+of+the+Forest%C2%A0:+Developers,+Destroyers,)

+and+Defenders++of+the+Amazon,+London,+Verso.&ots=tMYjOLqf-

9&sig=7lcgInW3u_1O5WKxyjmtxfZ6w6I

Higgins, A., McFallan, S., Marinoni, O., McKeown, A., Bruce, C., Chilcott, C., & Pinkard, L. (2018). Informing transport infrastructure investments using TraNSIT: A case study for Australian agriculture and forestry. *Computers and Electronics in Agriculture*, 154, 187-203. <https://doi.org/10.1016/j.compag.2018.09.008>

Hinnou, C. L., Ayédoun, O. A. A., Tede, S., & Obossou, A. R. E. (2022). Socio-economic determinants of adoption of good cashew production practices in Benin Republic. *Journal of Agricultural Extension*, 26(4), Article 4. <https://doi.org/10.4314/jae.v26i4.3>

Hinnou, C.L., Bonou-Zin, D.C.R., Ayedoun, A.O., (2023). Impact of cashew grafted plants adoption on productivity and household welfare in Benin. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(3), Article 3. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2023.023.3.1>

Honfoga, B., Dossou, J., Agboton, S., & Sommer, H. (2017). Determinants of Cashew Growers' Participation in a Joint Contract Farming-and-processing Investment Project in Benin. *Journal of Experimental Agriculture International*, 14(3), Article 3. <https://doi.org/10.9734/JEAI/2016/28918>

Howe, P. D., Marlon, J. R., Mildenberger, M., & Shield, B. S. (2019). How will climate change shape climate opinion? *Environmental Research Letters*, 14(11), 113001. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/ab466a>

INSAE. (2016). Cahier des villages et quartiers de ville du département des Collines (RGPH-4, 2013) (p. 1-30). Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique. https://instad.bj/images/docs/insae-statistiques/enquetes-recensements/RGPH/1.RGPH_4/resultats%20finaux/Cahiers%20villages/Cahier%20des%20villages%20et%20quartiers%20de%20ville%20des%20Collines.pdf

Jacobson, R., & Aaker, D. A. (1987). The Strategic Role of Product Quality. *Journal of Marketing*, 51(4), 31-44. <https://doi.org/10.1177/002224298705100404>

Jaouen, A., Jaeck, M., Joly, C., Kessari, M., 2020. Les magasins de producteurs: vers un renouveau de l'action collective des PME agricoles 1. *Rev. Int. PME* 33, 261–296. <https://www.erudit.org/en/journals/ipme/2020-v33-n3-4-ipme05797/1074816ar/abstract/>

Kwak, S. G., & Kim, J. H. (2017). Central limit theorem : The cornerstone of modern statistics. *Korean journal of anesthesiology*, 70(2), 144-156. <https://doi.org/10.4097/kjae.2017.70.2.144>

- Lorz, O. (2020). Investment in trade facilitating infrastructure : A political-economy analysis. *European Journal of Political Economy*, 65, 101928. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101928>
- Macpherson, C.B., 1999. *Property: Mainstream and critical positions*. University of Toronto Press.
- Mbade, S. A. (2019). Agro-Business of Cashew Nuts in Casamance (Senegal) : Strengths, Constraints and Industrialisation Prospects. *European Scientific Journal ESJ*, 15(15). <https://doi.org/10.19044/esj.2019.v15n15p363>
- Mensah, E., Bannor, R. K., Abele, S., Kyire, S. K. C., & Oppong Kyeremeh, H. (2019). Value chains and comparative advantage assessment of the Ghanaian cashew sector. *International Journal of Value Chain Management*, 10(3), 196. <https://doi.org/10.1504/IJVCM.2019.10022068>
- Metrick, A., & Zeckhauser, R. (1998). Prix et quantité : Mécanismes d'équilibre du marché lorsque les consommateurs sont incertains de la qualité. *Journal of Risk and Uncertainty*. *Journal of Risk and Uncertainty*, 17(3), 215-243. <https://doi.org/10.1023/A:1007734917706>
- Mmbando, F. E., Wale, E. Z., & Baiyegunhi, L. J. S. (2015). Determinants of smallholder farmers' participation in maize and pigeonpea markets in Tanzania. *Agrekon*, 54(1), 96-119. <https://doi.org/10.1080/03031853.2014.974630>
- Ndiaye, I., & Diallo, M. A. (2022). Efficacite technique des exploitations agricoles familiales de mil dans le Bassin arachidier du Senegal. *Agronomie Africaine*, 34(2), Article 2. <https://www.ajol.info/index.php/aga/article/view/233084>
- Nkukwana, T.T., 2018. Global poultry production: Current impact and future outlook on the South African poultry industry. *South Afr. J. Anim. Sci.* 48, 869–884. <https://www.ajol.info/index.php/sajas/article/view/181613>
- Pany, J.B., Coulibaly, Y.O.(2020). *La noix de cajou en Côte d'Ivoire : la filière cajou, un succès en trompe-l'œil*.torrossa.com. Online Digital Bookstore. <https://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=4944757&publisher=FZ2990>
- Reardon, T., Liverpool-Tasie, L.S.O., Minten, B., 2021. Quiet Revolution by SMEs in the midstream of value chains in developing regions: wholesale markets, wholesalers, logistics, and processing. *Food Secur.* 13, 1577–1594. <https://doi.org/10.1007/s12571-021-01224-1>
- Ribot, J.C., 1998. Theorizing Access: Forest Profits along Senegal's Charcoal Commodity Chain. *Dev. Change* 29, 307–341. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00080>

- Saci, S., 2022. Stratégie de lancement d'un produit sur un nouveau marché en Algérie Cas: SARL PHENIX MIZRANA (PhD Thesis). Université Mouloud Mammeri. <https://dspace.ummo.dz/items/1dcdaa9e-5696-4add-8f07-596030743793>
- Saka Seko, C., Yabi, A.J., 2023. Characterisation of stakeholders involved in cashew nut marketing in Benin. *Afr. Sci. J.* 3, 802–802. <http://afsj.com/index.php/AfricanScientificJournal/article/view/623>
- Schwartzman, S., 1992. Non-timber products from tropical forests: evaluation of a conservation and development strategy. New York Botanical Garden.
- Shipton, P., Goheen, M., 1992. Introduction. Understanding African land-holding: Power, wealth, and meaning. *Africa* 62, 307–325. <https://www.cambridge.org/core/journals/africa/article/introduction-understanding-african-landholding-power-wealth-and-meaning/ACF66D5AB03387E34DBA3D08DF7D2136>
- Tédé, S., Sodjinou, E., Hinnou, L.C., 2023. Déterminants de l'adoption des technologies de sédentarisation de la production d'igname au Centre-Bénin: une analyse basée sur la régression probit. *Ann. L'Université Parakou-Sér. Sci. Nat. Agron.* 13, 85–100. <https://sna.fu-up.bj/ojs/index.php/sna/article/view/86>
- Tola, J., Mazengia, Y., & Ethiopian Institute of Agricultural Research (EIAR), Pawe Research Center, Pawe, Ethiopia. (2019). Cashew production benefits and opportunities in Ethiopia : A Review. *Journal of Agricultural and Crop Research*, 7(2), 18-25. https://doi.org/10.33495/jacr_v7i2.19.105
- Tunn, V. S. C., Van Den Hende, E. A., Bocken, N. M. P., & Schoormans, J. P. L. (2021). Consumer adoption of access-based product-service systems : The influence of duration of use and type of product. *Business Strategy and the Environment*, 30(6), 2796-2813. <https://doi.org/10.1002/bse.2894>
- Yin, L., Ghosh, R., Lin, C., Hale, D., Weigl, C., Obarowski, J., Zhou, J., Till, J., Jia, X., You, N., Mao, T., Kumar, V., & Jin, Z. (2023). Mapping smallholder cashew plantations to inform sustainable tree crop expansion in Benin. *Remote Sensing of Environment*, 295, 113695. <https://doi.org/10.1016/j.rse.2023.113695>
- Zoundji, G. C., Vodouhe, F., Houngbèmè, J.-F. D., & Yabi, J. A. (2023). Adoption and Technical Efficiency of Organic and Fair-Trade Cashew Production in Benin (West Africa). <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2686754/v1>