



Coopératives, stratégies des acteurs face aux difficultés d'approvisionnement et de commercialisation de la noix de cola cas de la SIPA-CI du marché de gros de Bouaké

Dr. Falle Landry Yves

Socio-anthropologue Enseignant-Chercheur, Université ALASSANE Ouattara Bouaké, Côte d'Ivoire

Abstract

The SIPA-CI cooperative is an integral part of the Bouaké Wholesale Market. It intervenes in the field of the cola industry. Despite the pride of place in her field, she has many difficulties in the supply and marketing of cola products. It is in this perspective that the members of this cooperative have put in place strategies to find solutions to the difficulties encountered. These allowed more or less actors to organize the sector in order to be more competitive.

Keywords: cooperatives, strategies, procurement, marketing, cola, SIPA-CI

Introduction

Au lendemain de son indépendance, la Côte d'Ivoire a tourné son économie vers l'agriculture. Le produit national brut était donc estimé à 70 % pour l'activité agricole. Grâce à une politique de défrichage intensif de la forêt, les surfaces cultivées des produits d'exportation s'accroissent de manière progressive. Une agriculture extensive du café et du cacao se met en place, où près d'un Ivoirien actif sur deux devient planteur. C'est dans cette même optique que l'ex Président de la République de Côte d'Ivoire, Henri Konan Bédié affirmait que: « *Aujourd'hui le secteur agricole représente un tiers du PIB, deux tiers des recettes d'exportation et il emploie plus de deux tiers de la population active. On comprendra que l'on ne saurait revenir sur le primat de l'agriculture, fondement de la richesse ivoirienne* ^[1]. » Autrement dit, l'agriculture est d'une importance capitale et un pilier promoteur de l'économie ivoirienne. Le secteur agricole a donc connu une organisation réelle pour une meilleure rentabilité. Ainsi, nous avons eu la création de nombreuses structures d'encadrement et de suivi concernant les cultures d'exportations (café, cacao, hévéa, palmier à huile etc.). Pour mieux organiser ces filières dites « porteur » de l'économie ivoirienne, l'état a mis en place des organes comme la création de la CAISTAB ^[2], autorité de stabilisation des prix publiques de la filière café-cacao, qui a rempli abondamment les caisses de l'Etat grâce à la différence qu'elle percevait entre les prix aux producteurs et les prix à l'exportation. Cette stratégie a permis le développement de la production dans certaines filières (café, cacao, etc...) et n'a pas pu être étendue à d'autres produits agricoles notamment la noix de cola qui connaissait cependant une forte activité informelle ^[3]. Mais au milieu des années 1980, la Côte

d'Ivoire est emportée par la crise de la dette et la chute des marchés internationaux. Elle était donc contrainte à l'ajustement structurel et à la libéralisation de son économie entraînant une baisse des prix des cours mondiaux de café et cacao principaux piliers produits de l'économie ivoirienne entraînant du coup, la réduction des prix aux producteurs. Dans ce contexte de crise, les cultures d'exportation n'étant plus rentable, bon nombre de planteurs cherchent à diversifier leurs spéculations et certains se tournent vers d'autres cultures précisément celle du cola. Longtemps, relégué en seconde position par rapport aux cultures traditionnelles (café, cacao, hévéa etc...); elle a constitué et constitue encore une véritable source de revenus pour les populations productrices. En effet entre 2005 et 2012 le prix FOB (Free on Board) de la noix de cola était en moyenne à 1300 kg FCFA/Kg ^[4]. La production de noix de cola est d'une assez importance économique dans les échanges entre les pays de la zone forestière et sahélienne. Le commerce en est uniquement assuré par le négoce traditionnel, sans aucune intervention de l'Etat à l'inverse des productions de café, cacao, etc.

Néanmoins, il existe dans ce secteur de nombreuses coopératives qui animent la vie de la filière cola et essaient de combler plus ou moins l'absence de l'Etat. S'il existe des coopératives de cola à travers le pays, il est important de souligner que la plupart des « grosses coopératives » se concentrent essentiellement au sein du Marché de Gros de Bouaké (MGB). Le Marché de Gros Bouaké (MGB), épicerie de l'activité de cola en Côte d'Ivoire renferme en son sein de nombreuses coopératives avec leurs problèmes et difficultés. Malgré toutes ces situations difficiles, le marché de Gros à travers ses coopératives, comme la Société Ivoirienne de

¹ S.E. Henri Konan Bédié, dans « La Côte d'Ivoire: une société nouvelle aux frontières nouvelles du développement » Edition Neter, Octobre 1995

² Caisse de stabilisation

³ FIRCA, « acte 12: la filière cola », présentation de la filière cola; numéro 12 du 4 trimestre 2013

⁴ AGRI BI-MENSUEL, N°02-Jeudi 16 juillet 2015

Produits Agricole de Côte d'Ivoire (SIPA-CI) tente de survivre en mettant en place des stratégies pouvoir surmonter ces différents obstacles. Il agira donc à travers cette étude de comprendre les stratégies mises en place afin de faciliter l'approvisionnement et la commercialisation de la noix de cola par la SIPA-CI. Ainsi nous nous posons les questions suivantes: Comment la coopérative SIPA-CI s'organise-t-elle afin de s'approvisionner et de commercialiser ? Quels sont les différents problèmes rencontrés par la coopérative SIPA-CI dans son système d'approvisionnement et de commercialisation de la noix de cola ? Quelles sont les stratégies adoptées par la coopérative pour contourner toutes ces difficultés et favoriser un approvisionnement réel et une commercialisation efficace de la noix de cola ? Quel impact à ces stratégies sur l'approvisionnement et la commercialisation du produit ?

Ainsi à travers cet article, sur un fonds sociologique et une analyse stratégique nous allons montrer et comprendre l'organisation, les acteurs qui agissent et interagissent au niveau de la filière noix de cola, puis de la coopérative SIPA-CI en particulier, ainsi qu'identifier les différents problèmes rencontrés par la coopérative SIPA-CI dans son système d'approvisionnement et de commercialisation.

Enfin, les stratégies élaborées par la SIPA-CI dans le but de contourner les difficultés rencontrées dans le paysage de la noix de cola et leur impact.

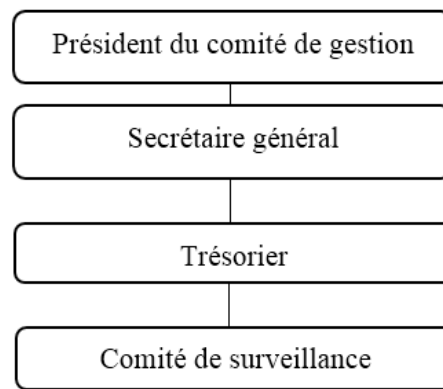
A cette approche, nous avons utilisé des techniques de collectes telles que l'observation directe qui nous a permis de voir de nous-même le fonctionnement pratique de la structure puis le guide d'entretien, qui à travers son administration aux transporteurs de cola, au responsable de la filière cola du grand marché de Bouaké. il s'agissait à travers cet exercice de connaître l'organisation, les différents problèmes rencontrés par celle-ci, dans son système d'approvisionnement et de commercialisation. Enfin de faire ressortir les stratégies adoptées par la SIPA-CI afin de résoudre ces problèmes.

A côté de ces techniques de collectes, nous avons également mobilisé certaines théories comme la théorie de l'analyse stratégique développée par Crozier et Freiberg, (1970). Celle-ci a facilité la compréhension du jeu des acteurs au sein de la filière cola et de SIPA-CI. Puis l'analyse systémique qui a considéré la coopérative comme une globalité ou les acteurs ont de rapports d'interaction. Les acteurs sont liés et interagissent au sein de la structure. Enfin l'interactionnisme qui a mis en évidence la relation existant entre tous les acteurs de la SIPA-CI.

Présentation de la coopérative SIPACI

La Société Ivoirienne de Produits Agricoles de Côte d'Ivoire

(SIPA-CI) dont le siège social est situé à Bouaké au Marché de Gros de ladite ville plus précisément à DOUGOUBA ^[5], sur la route de KATIOLA regroupe en son sein trente-cinq (35) adhérents. Avec un capital de 1500000 FCFA divisé en 150 parts sociales de 10000 FCFA chacune, la structure de la SIPACI comprend un président du comité de gestion, un secrétaire général, un trésorier et le comité de surveillance composé de quatre membres.



Source: Enquête personnelle

Fig 2: Organigramme de la coopérative SIPA-CI

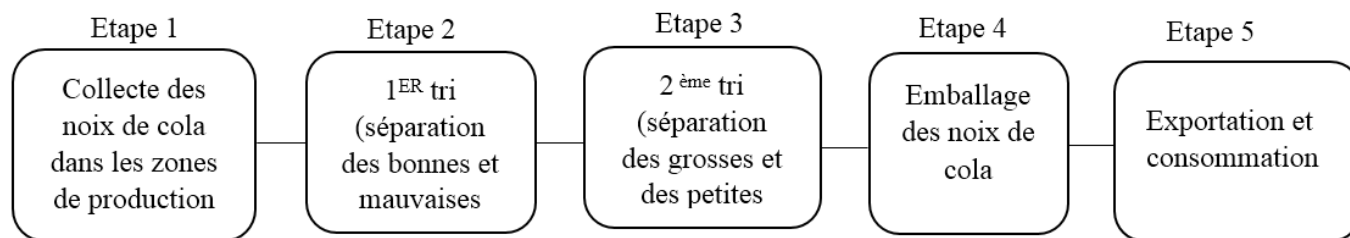
Mission

La mission principale de la coopérative SIPA-CI, c'est d'améliorer les conditions de travail de ses membres, de rechercher les ressources financières et améliorer les conditions de vie de ses adhérents. Elle met l'accent sur l'échange d'expérience entre les membres, la création d'un cadre de solidarité et d'entraide entre les adhérents.

Activités

L'activité principale de la coopérative SIPA-CI est l'achat, l'approvisionnement et la commercialisation de la noix de cola. Elle fait de la collecte de la noix de cola en partant des zones de productions (Tai, Soubré, Man...) jusqu'au Grand Marché de Bouaké. Le Grand Marché de Bouaké est le lieu par excellence de ses activités et du siège de la coopérative. C'est en ce lieu, après la collecte dans les différentes zones de production, qu'elle procède au tri de la noix de cola. Ceci consiste à séparer les bonnes noix des mauvaises. Après avoir sélectionné les bonnes noix, elle procède à un autre tri qui consiste à la séparation des noix les plus grosses et des petites. Enfin, elles sont emballées selon leur forme et couleur dans les paniers et sont exportées vers les pays de la sous-région. Mais cette phase n'est pas si aisée que l'on ne le pense et elle est en proie à de nombreuses difficultés.

⁵ Quartier de Bouaké



Source: Enquête personnelle

Fig 2: Etape des activités de la coopérative SIPA-CI

Dans ces activités et missions la SIPA-CI rencontre beaucoup d'obstacles susceptibles de mettre en mal son bon fonctionnement.

Le problème lié à l'approvisionnement de la noix

L'approvisionnement des noix de cola est gangrené par un phénomène récurrent qui a pour nom la forfaiture. Selon des informations recueillies auprès de certains producteurs, l'un des risques qui peut survenir au moment de l'achat ou de l'approvisionnement de la noix de cola dans les zones de production est la forfaiture. Elle se définit comme une stratégie utilisée par certains collecteurs de produits pour dépouiller ou gruger les producteurs qui cherchent à s'approvisionner. Ils promettent aux producteurs détenir des cargaisons de cola pour les approvisionner ou pour l'achat. Ces derniers y investissent des sommes astronomiques mais en retour aucun produit. De nombreux commerçants sont parfois exposés à ces comportements malhonnêtes venant de ces collecteurs. Les propos de M.O.Y. nous permettent de nous en convaincre: « souvent on donne notre argent à des pisteurs pour aller chercher la cola en brousse pour nous et ils fuient avec l'argent ». (commerçant grossiste). Hormis ce problème, il existe également un problème au niveau de la logistique, c'est le transport des noix de cola.

Les problèmes liés au transport de la noix de cola

Ils se situent à différents niveaux en partant de la conservation de la noix, qu'aux tracasseries routières, les commerçants éprouvent beaucoup de difficultés au cours du transport de la noix de cola.

▪ Les longues distances entre le lieu d'approvisionnement et le lieu de dépôt

La longue distance entre le lieu de stockage et le lieu d'approvisionnement crée des désagréments aux producteurs. Ils perdent beaucoup de noix de cola sur le chemin. Le poids des colas diminue jusqu'à souvent à la perte de la moitié de leur achat ou récolte. Les propos de Mr K.S, transporteur de métier le traduisent: « y'a d'autres qui pourrissent en route donc ça diminue le poids de la cola, souvent aussi quand il fait trop chaud en route la cola brûle. » Cette situation concerne beaucoup de producteurs. La distance expose les noix de cola aux intempéries (soleil, pluie etc.) ce qui occasionne de nombreuses pertes.

▪ La multiplication des barrages

L'existence de nombreux barrages routiers (officielle, non officielles) ne favorise pas la fluidité routière des transports de marchandises en général et en particulier ceux des noix de cola. Créant ainsi un système de racket des forces sur les producteurs de noix. C'est ainsi que Mr. T.S. nous montre les difficultés qu'ils rencontrent en cours de route, notamment avec les forces de l'ordre en ces termes: « en route, les Eaux et Forêts et les Douaniers fixent des prix supérieurs à nos moyens. Avec les Eaux et Forêts, il faut payer le certificat d'origine plus un document pour les syndicats, les Douaniers aussi nous fatiguent. »

Mais quelles sont les difficultés au niveau de la commercialisation ?

La commercialisation est définie comme étant une série de fonctions séquentielles accomplies pendant le transfert d'un produit depuis la production jusqu'à la consommation. (DESA, 1991; 2005). Ainsi définie, il serait important pour nous de faire ressortir les problèmes liés à ce concept de commercialisation dans le domaine de la noix de cola.

▪ Le manque d'organisation

Notre étude nous a permis de pouvoir déceler un manque d'organisation des commerçants au niveau du système de commercialisation de leur produit. En effet, les commerçants ne travaillent pas de concert en matière de fixation de prix. La vente de la noix de cola se fait de manière délibérée par le commerçant en fonction du prix auquel il a acheté, de sa provenance et de la période d'achat. Ils fixent le prix selon leur bon vouloir. Les propos de certains enquêtés traduisent cet état de fait: « chacun a son prix ici, ça dépend de combien il a acheté sa cola et où ça quitte, mais actuellement moi je vends le panier à 24 000 FCFA. ». M.S.B. (commerçant grossiste). Parallèlement à l'enquête précédent, un autre commercialise sa noix de cola à un prix différent et plus bas. Nous le percevons à travers ses propos: « y a pas de prix fixe, ça varie, actuellement le panier chez moi est à 15 000 FCFA », M.C.A. (commerçant grossiste). Les coopératives qui constituent les premières structures d'encadrement des commerçants peinent à organiser leurs adhérents. « Nous avons des coopératives ici mais eux-mêmes sont pas organisées, donc ils nous aident pas. », affirmé par M.Y.Z. (commerçant grossiste). C'est dans la même logique que Mr. B affirme que: « depuis la crise jusqu'à maintenant j'avoue que

les coopératives ce sont un peu endormis et véritablement elles n'ont rien fait pour leurs adhérents. » Aucune stratégie de gestion commune de stocks régulateurs ou de l'unification du prix de la noix de cola n'a été mise en place par les coopératives. Cette situation s'est amplifiée depuis la crise politico-militaire de 2002 et a perduré jusqu'à aujourd'hui. Ce manque d'organisation conduit à une situation déplorable de nature à fragiliser le marché du cola. C'est dans ce sens que M.D.M.A (commerçant grossiste) affirme que: « *les coopératives ne nous aident pas, ici chacun vend le cola au prix qu'il veut et on va pas lui demander pourquoi il a vendu à tel ou tel prix et ça, ça montre que nous ne sommes pas organisés parce que selon moi on devrait avoir un prix unique pour faciliter la vente* ».

Difficultés liés au stockage de la noix

Table 1: récapitulatif des données sur le stockage

Effectif Difficultés de stockage	Enquêtés	Fréquences
Non	3	6,25 %
Oui	45	93,75%
Total	48	100%

Source: Enquête personnelle

Le tableau ci-dessus présente deux tendances divergentes concernant le stockage de la cola. En effet, nos statistiques nous montrent qu'une toute petite partie de nos enquêtes soit environ 6,25% des producteurs n'ont pas de soucis pour conserver la noix de cola, tandis que la majorité des commerçants soit 93,75% rencontre des difficultés de stockage de leurs noix de cola. En termes de stockage, 93,75% des commerçants ont d'énormes difficultés à acquérir des conteneurs, des box, des sacs et insecticides leur permettant de conserver convenablement la noix de cola de la chaleur ou des insectes qui s'attaquent aux noix, provoquant la destruction de nombreuse noix. Tout ce qui constitue une véritable perte pour ces derniers. Cela se traduit à travers les propos de Mr.D.K: « *les moments quand la chaleur est trop, la cola brûle et ça fait des points points dessus.* »(commerçant détaillant). C'est dans ce contexte qu'un autre enquêté affirme que « *les bêtes qu'on appelle "Sankara" ^[6] entrent dedans et la chaleur aussi gâte. Regarde tout ce qui est entassé derrière toi, c'est gâté et ça nous fait perdre beaucoup d'argent.* » M.S.A. (commerçant grossiste). A l'instar des commerçants ayant des difficultés de conservation de la cola, les informations recueillies auprès de nos enquêtés montrent que 6,25% des commerçants n'ont aucun souci de stockage avec ce produit. « *Non y'a pas de problèmes pour garder ma cola, je mets dans les sacs, je pompe produit dessus et je ferme avec les feuilles d'attiéké. Quand c'est comme ça, ça peut rester des mois sans se gâter.* » Mr.D.C.M (commerçant grossiste)

La cherté des magasins

La cherté des magasins constitue un problème majeur pour les commerçants dans la commercialisation de leur produit poussant certains commerçants à vouloir même abandonner l'activité de cola. C'est dans ce sens que Mr B.S affirme que:

« *les magasins sont trop chères et ça nous fatigue, on n'arrive même pas à s'en sortir; moi-même je veux plus vendre cola là.* »(commerçant grossiste). Cette situation pousse certains commerçants à quitter leur magasin et à vendre leur produit sur des étales faites sur place, ou à même le sol ce qui leur permet d'échapper au coût trop élevé de la location des magasins et à certaines taxes municipales. Pour supporter cette redevance un peu trop excessive, d'autres utilisent la stratégie de « l'association » pour les louer ensemble. Les propos d'un enquêté nous permet de nous en convaincre « *travail de cola peut pas payer magasin, les prix des magasins varient entre 100 000 et 150 000FCFA, y a d'autres commerçants qui ont un peu donc ils se mettent à six ou sept pour louer un magasin. Et puis y a d'autres magasins même qui sont fermés parce que ça ne marche pas.* » M.D.A.K (commerçant grossiste).

La concurrence déloyale

Il existe une forte concurrence déloyale entre les zones de production et la SIPA-CI. En effet, les zones de production ne ravitaillent plus convenablement les coopératives installées hors de leur zone de production notamment la SIPA-CI. Ils préfèrent commercialiser directement leur production de cola aux exportateurs ou acheteurs présents sur les lieux de production. Cette situation est confortée par les propos de M.DAS: « *quand les gens chargent le cola à Anyama, Soubré, Danané, ils ne passent plus ici ils vont directement livrer le cola au Mali, Burkina et autre. Et ça ne nous arrange pas, ça diminue nos clients et ça fait qu'on ne vend plus normalement.* » (commerçant grossiste). Nombreux sont les commerçants grossistes qui vont chercher directement le cola dans les zones de production cela afin d'éviter de payer des taxes des coopératives. Réduisant du coup le prix du coût des charges financières. Les zones de production deviennent de facto des lieux de commercialisation. Il n'est plus nécessaire pour les producteurs d'acheminer ou de convoier à des prix faramineux et avec des efforts considérables les noix de cola sur les sites habituels comme le grand Marché de Gros de Bouaké. Ils traitent directement avec les acheteurs de l'hinterland (Mali, Burkina, Niger..) or ceux-ci avaient pour habitude de transiter par le Marché de Gros. Le prix des noix est donc sous-estimé dans les zones de production, créant ainsi une concurrence déloyale entre certaines zones de production et la coopérative SIPA-CI.

Elaboration des stratégies d'approvisionnement et de commercialisation de la noix de cola face aux difficultés rencontrées

La précaution dans le chargement lors de l'approvisionnement

Lors des chargements des camions, les différents commerçants et transporteurs ont tendance à prendre certaines dispositions. Celles-ci sont motivées par un souci de prudence et de précaution lors du transport de la noix de cola. Le rangement et l'emplacement particulier des sacs de cola à l'intérieur du camion de chargement. Vols commis par des revendeurs ou personnes véreuses. Cette disposition spéciale

⁶ Sankara est en langue malinké qui signifie des insectes rongeurs de noix de cola

diminue le taux de vol des sacs en cours de route. Egalement empêcher que certains sacs ne chutent en chemin. Tout ceci est confirmé par les propos de M.O.S « *On prend nos précautions lors du chargement en changeant l'emplacement des sacs pour ne pas qu'on nous vole et aussi que d'autres sacs ne tombent pas en route* ». (transporteur)

La « collaboration » avec les forces de l'ordre

La « collaboration » ou « corrompre les forces de l'ordre » est l'un des moyens et l'une des stratégies utilisés par les transporteurs et commerçants pour pallier aux difficultés rencontrées lors du transport et de l'acheminement de la noix de cola. Cette stratégie leur permet de contourner les problèmes de « racket » venant des forces de l'ordre et des tracasseries routières. Ce qui leur éviterait bien évidemment la dégradation de la noix de cola par la chaleur, vu que les tracasseries routières leur font passer des heures interminables sur les routes. C'est ce qui pousse M.D.M.B (transporteur) d'affirmer que: « *Arrivé chez les eaux et forêts et les douaniers, je ne parle pas beaucoup, je paye vite l'argent là comme ça le soleil ne brule pas le cola.* » Cette posture permet aux producteurs de gagner en temps et de pouvoir approvisionner les adhérents dans les délais requis. Ce sont les deux grandes stratégies employées par les membres de la SIPA-CI pour pouvoir s'approvisionner facilement et ravitailler leur zone d'action de manière efficace.

Mais quelles sont les stratégies de commercialisation ?

La vente à crédit

La stratégie de la vente à crédit est l'une des stratagèmes la plus utilisée par les membres de la coopérative SIPA-CI. A travers celle-ci, elle leur permet de maintenir certains des clients, d'en trouver d'autres et aussi de pouvoir résister un temps soit peu à la concurrence déloyale et autres problèmes liées à la commercialisation. Même si cela les expose souvent à des risques (le non remboursement, difficultés à rentrer en possession de leur fonds) ils se sentent obligés de procéder de cette manière pour pouvoir évacuer les stocks de cola existants. C'est ainsi que M.KIMI (commerçant détaillant) affirme: « *je vends à crédit et y a pas de délais de remboursement. je fais ça pour garder ma clientèle et pour gagner d'autres* ». Les propos de M.B.M.C (commerçant grossiste) viennent conforter la précédente: « *on est obligé de vendre à crédit et prendre l'argent après. Souvent, on ne connaît même pas la personne à qui on donne la cola pour aller vendre pour nous et si tu as la chance que ta cola n'a pas brûlé en route, les gens vendent et te donnent ton argent dans deux ou trois mois* »

Table 2: Présentation des données recueillies sur la commercialisation

Vente à crédit	Enquêtés	Fréquence
Non	8	16,66%
Oui	40	83,33 %
Total	48	100%

Source: Enquête personnelle

Ce tableau présente les différentes tendances observées autour de la vente de la noix de cola. En effet, nous avons observé en termes de pourcentage qu'une partie des commerçants soit

environ 16% ne vendent pas la noix de cola à crédit, alors que la majorité soit 83% des commerçants pratique la vente à crédit.

La baisse des prix de la noix de cola et l'installation hors magasins

Bon nombre de commerçants, face à la concurrence menée par les zones de production et le prix élevé pour la location des magasins, font de la baisse du prix de la noix de cola un moyen pour pouvoir palier à cette situation. D'autres préfèrent quitter les magasins pour s'installer à même le sol afin d'éviter de payer des magasins à coûts élevés. C'est dans ce sens que M.TAK (commerçant grossiste et détaillant) affirme que: « *je diminue le prix, je donne et après je viens prendre l'argent.* »

Les redevances des magasins et les axes trop élevées poussent certains commerçants à quitter les lieux de commerce normaux et habituels (box, étalages municipales etc.) pour s'installer définitivement dans les zones de productions afin d'avoir un accès direct et facile au produit. Ainsi, à partir de ces zones de production, ils parviennent à les convoyer vers les lieux d'écoulement au niveau des pays limitrophes qui apparaissent comme les principaux clients de la coopérative SIPA-CI sans transiter par la coopérative.

Discussion

La question de l'approvisionnement dans la filière cola a été abordée par ALOKO N'guessan Jean (2000) dans le même sens que nous, il nous présente les modes de production et d'approvisionnement du cola. A travers son article, il nous renseigne également sur le fait que la noix de cola disponible au Marché de Gros de Bouaké provient quasi-totalité des zones forestières de la Côte d'Ivoire (Sud-ouest, ouest ...). Les espaces géographiques les plus souvent cités sont les régions de Man, Guiglo, San Pedro, Soubré, Dabou.... Dans ce schéma de production dit naturel, le rôle du paysan devient de plus en plus actif. En effet, celui-ci intègre le colatier dans son système de production en préservant les jeunes plants et les arbres de colatiers (de même que les palmiers) durant les phases cruciales de défriche-brulis. Toutefois, le colatier comme le caféier et le cacaoyer, nécessite un entretien continu afin d'atteindre de bons rendements. Ainsi défini, il faut dire que l'approvisionnement dans la filière cola connaît certains problèmes qu'il nous est important d'élucider de la suite de notre développement. Au niveau de la commercialisation, la CIFOR (Center for International Forestry Research) nous renseigne sur la commercialisation de la noix au Cameroun. La commercialisation du cola comme en Côte d'Ivoire se fait sur le marché extérieur (Tchad, RCA) comme intérieur. Il existe des coopératives comme la SIPA CI pour défendre les droits des acteurs du secteur du cola et également permettre à d'être beaucoup plus efficace dans leur travail.

Conclusion

Nous pouvons dire que la coopérative SIPACI rencontre beaucoup de problèmes et de difficultés tant au niveau de l'approvisionnement qu'au niveau de la commercialisation. A cet effet, Ces membres ont mis en place plusieurs stratégies pour s'approvisionner et commercialiser leur noix de cola. Cette situation s'explique par le fait que les membres de la

coopérative éprouvent d'énormes difficultés à transporter, à conserver la noix et sont confrontés à une forte concurrence déloyale exercée par les zones de production qui sont censées les approvisionner. Stratégies qui a leur permis de contourner ou de trouver certaines réponses aux problèmes énoncés. Elles ont permis un approvisionnement facile et efficace des commerçants et producteurs. Mais celles-ci ont un impact souvent négatif et une certaine lourdeur sur le prix et le conditionnement du cola. Cependant vu le rôle que joue la noix de cola dans l'industrie et l'économie ivoirienne, il s'avère nécessaire que l'Etat s'implique davantage dans ce secteur pour une organisation véritable des coopératives dans le but d'améliorer la qualité des noix et de la production et assurer un label véritablement ivoirien.

Reference

1. Agri Bi-Mensuel, 16 juillet Le parlement adopte la loi d'Orientation Agricole de Côte d'Ivoire (LOACI) dite Loi Sangafowa, N°2-Jeudi, 2015.
2. Alfred Kouame. 29 Juillet Fratmat. Info Abidjan Côte d'Ivoire: Filière cola-Producteurs et exportateurs créent deux sociétés coopératives pour être dynamiques, 2015.
3. Aloko-N'guessan J. Cola, espace et sociétés: étude de géographie sociale et culturelle de la filière de la cola au marché de Gros de Bouaké, Université de Cocody, Abidjan Côte d'Ivoire, 2000.
4. Aloko- N'guessan J. Le rôle et l'impact spatial du marché de Gros de Bouaké, article inédit, 2000, 17.
5. Bernard Njongarir, La voix du paysan, Cola: Transactions commerciales: aperçu sur le marché de la cola au Cameroun, 2009.
6. Crozier M, Friedberg E. L'acteur et le système, Paris, Editions du Seuil, 1977, 431.
7. Dabie Axel Nassa. Approvisionnement en produits vivriers d'une ville secondaire ivoirienne à l'ère de la mondialisation: l'exemple de Divo, 2010.
8. FAO. Les circuits d'approvisionnement alimentaires des villes et le fonctionnement des marchés urbains en Afrique, Archives de documents FAO, département de l'agriculture, 2001.
9. FIRCA, acte 12 la filière cola, présentation de la filière cola; numéro 12 du 4^{ème} trimestre, 2013.
10. Jules Tchongologo, 14 Août, ivoiregion.net, Dix ans après le marché de Gros de Bouaké rouvre ses magasins, 2013.
11. Lecri D abidjan. nethome, La filière cola: la commercialisation pose un problème, 2014.
12. Le Parti Ecologique Ivoirien. Commercialisation des produits vivriers: le marché de gros de Bouaké se meurt, consulté le 20/02/2017
13. Salon De L'agriculture Et Des Ressources Animales, Août, L'agriculture ivoirienne à l'aube du, 1999, 21.
14. Seri Hubert Z. Décembre Projet de plan d'actions de L'appexco-CI, 2012-2013-2015.
15. Tresor Fabossa. 26 Août. l'analyse stratégique de Michel Crozier et Erhard Friedberg, 2015.