

Coûts et valeur ajoutée dans la commercialisation des perches de teck au Sud-Bénin

Augustin K. N. Aoudji^a, Anselme Adégbidi^a, Valentin Agbo^a, Jean C. Ganglo^b, Philippe Lebailly^c

^a Département d'Economie, de Socio-Anthropologie et de Communication pour le développement rural, Faculté des Sciences Agronomiques, Université d'Abomey-Calavi, 01 BP 526 Cotonou, Bénin

^b Département d'Aménagement et Gestion de l'Environnement, Faculté des Sciences Agronomiques, Université d'Abomey-Calavi, 01 BP 526 Cotonou, Bénin

^c Unité d'Economie et Développement rural, Université de Liège – Gembloux Agro-Bio Tech, Passage des Déportés 2 – 5030 Gembloux, Belgique

E-mails : augustin.aoudji@gmail.com (A.K.N. Aoudji) ; ansadegbidi@yahoo.fr (A. Adégbidi) ; gangloj@gmail.com (J.C. Ganglo) ; philippe.lebailly@ulg.ac.be (P. Lebailly)

Résumé

Nous avons analysé les coûts, la valeur ajoutée et ses composantes dans la commercialisation des perches de teck au Sud-Bénin, pour identifier les interventions pouvant améliorer l'efficacité dans le système de commercialisation du bois. 107 commerçants de perches de teck, sélectionnés suivant un échantillonnage par grappes, ont été interviewés dans cinq villes. Les informations sur leurs activités ont été collectées grâce à des entretiens structurés. Ces commerçants se différencient en diverses catégories selon leurs fonctions. La structure des coûts de commercialisation révèle que le transport et les pots-de-vin sont les principales composantes sur lesquelles des gains d'efficacité sont réalisables. La commercialisation des perches de teck génère une valeur ajoutée positive, et constitue donc une activité créatrice de richesse. Il ressort des résultats que toute amélioration des infrastructures de transport dans les régions rurales aura des retombées positives sur le système de commercialisation du bois. Des réformes dans le secteur forestier sont nécessaires pour réduire les pots-de-vin.

Mots clés : commercialisation, coût, valeur ajoutée, bois, teck.

Abstract

Costs and value added in the marketing of teak poles in South Benin

We analysed the costs, the value added and its components in the marketing of teak poles in Southern Benin, to identify areas where interventions can improve efficiency in the timber marketing system. 107 teak poles traders were surveyed in five cities, based on cluster sampling, and information on business was collected by using standardised questionnaires. Traders include various categories according to their marketing functions. The structure of marketing costs showed that transport and rent to civil servants are the main items on which significant efficiency gains can be reached. Teak poles marketing is a wealth creating activity, as it generates a positive value added. The results suggest that any improvement of transport infrastructure in rural areas will benefit to market efficiency. Reforms in the forestry sector are essential to tackle rent-seeking behaviour.

Key words: marketing, costs, value added, timber, teak.

Introduction

L'édification de marchés efficaces pour la foresterie paysanne – c'est-à-dire l'aménagement à but multiple de petites parcelles boisées par les petits exploitants (Harrison *et al.*, 2002) – constitue un défi majeur pour les décideurs (Russell et Franzel, 2004). Cela est nécessaire pour faire de ce type de foresterie, devenu crucial dans la satisfaction des besoins en produits forestiers et la fourniture de services environnementaux (Anyonge et Roshetko, 2003; Russell et Franzel, 2004), une opportunité d'amélioration du revenu des paysans. En effet, la capacité des petits exploitants à tirer un revenu de leur production dépend de l'efficacité à l'étape de la commercialisation (Dorward *et al.*, 2004; Markelova *et al.*, 2009).

Pour éclairer les décideurs sur les orientations de politique, il est nécessaire de leur fournir des données sur la performance du système de commercialisation des produits de la foresterie paysanne. C'est dans cette optique que s'inscrit le présent article dont l'objectif est d'évaluer les coûts de commercialisation et la valeur ajoutée dans le commerce des perches de teck (*Tectona grandis* L.f.) au Sud-Bénin. En effet, la plantation du teck est répandue parmi les petits exploitants du Sud-Bénin qui produisent essentiellement des perches (bois de 5 à 15 cm de diamètre), suivant le régime de taillis. Les coûts de commercialisation traduisent l'efficacité avec laquelle le système de commercialisation remplit ses fonctions au service des

producteurs et des consommateurs (Shepherd, 2007). De même, la capacité de toute activité, y compris la commercialisation, à créer de la valeur ajoutée est un élément important pour la société (Lebailly *et al.*, 2000). Cependant, les acteurs opérant dans un système de commercialisation ne constituent pas souvent un groupe homogène selon leur efficacité (Fafchamps et Gabre-Madhin, 2006 ; Lebailly *et al.*, 2000). Partant de ce fait, nous avons élaboré une typologie des commerçants de perches de teck ; puis nous avons évalué les coûts de commercialisation et la valeur ajoutée par catégorie de commerçant, tout en comparant ces catégories entre elles. La prise en compte de la diversité des acteurs est déterminante dans l'efficacité des interventions visant l'amélioration du système de commercialisation ; d'où l'intérêt d'une typologie des commerçants. Nous supposons qu'il existe des opportunités de réduction des coûts de commercialisation des perches de teck. Nous émettons aussi l'hypothèse que la commercialisation des perches de teck est une activité créatrice de richesse, c'est-à-dire qu'elle génère une valeur ajoutée positive.

Méthodologie

Collecte des données

Une enquête auprès des commerçants de perches de teck a eu lieu dans cinq villes du Sud-Bénin (Cotonou, Abomey-Calavi, Porto-Novo, Sèmé-Kpodji, et Ouidah). Étant donné que nous ne disposions pas d'une base de données de ces commerçants, les répondants ont été sélectionnés suivant un échantillonnage par grappes, comme recommandé par Giannelloni et Vernet (2001). L'enquête a couvert environ 15 % des quartiers tirés au hasard dans chaque ville, et un total de 107 commerçants. Les données ont été collectées en mars et avril 2010, en utilisant des questionnaires standardisés. L'interview commence par l'identification des fonctions remplies par le commerçant, en nous basant sur la typologie des fonctions de commercialisation de Goossens (1998). Ensuite, un inventaire détaillé des coûts et des recettes relatifs à la dernière livraison de perches a été fait, en traitant séparément les ventes en gros et celles en détail. Le guide de Shepherd (2007) sur la détermination des coûts de commercialisation a été suivi, pour identifier tous les coûts liés à la commercialisation des perches de teck. Les données ont été collectées en franc CFA (XOF). Le taux de change au moment de l'étude a été utilisé pour les conversions en dollar US (1 XOF = 0,002 US\$).

Traitements et analyses

Nous avons d'abord élaboré une typologie des commerçants de perches, basée principalement sur leurs fonctions d'échange. Ensuite, nous avons déterminé les coûts de commercialisation et la valeur ajoutée par type de commerçant et par segment de marché (gros et détail). Ces paramètres ont été calculés sur la base d'un chargement de 600 perches (unité de vente en gros), afin de permettre les comparaisons entre commerçants. Des analyses de variance à un facteur ont été faites, pour comparer les types de commerçants entre eux.

La comptabilité analytique a été utilisée, pour la détermination des coûts fixes. Le coût total a été calculé en faisant la somme des coûts supportés pendant la commercialisation. La structure des coûts a été obtenue, en calculant le pourcentage de chaque composante dans le coût total. La valeur ajoutée est la différence entre le chiffre d'affaire et les consommations intermédiaires (Lebailly *et al.*, 2000 ; Tallec et Bockel, 2005). Elle englobe les salaires, les frais financiers, les taxes, l'amortissement, et le résultat net d'exploitation qui rémunère les commerçants pour les capitaux investis, le travail familial et le management. Les méthodes de détermination de la valeur ajoutée et de ses composantes sont exposées dans Lebailly *et al.* (2000) et Tallec et Bockel (2005).

Résultats

Typologie des commerçants de perches

Tous les commerçants de perches de teck impliqués dans l'étude sont engagés dans la vente en détail qui constitue la base de leur activité. En plus de cela, une partie des commerçants s'investit dans la vente de perches de teck en gros à d'autres commerçants. À cette étape, deux groupes de commerçants se différencient, selon les fonctions d'échange remplies : les 'grossiste-détaillants' et les 'détaillants'. Les 'grossiste-détaillants' s'approvisionnent auprès des paysans. Ils se séparent en deux catégories, selon le mode d'organisation du transport des perches de teck : les 'gros grossiste-détaillants' et les 'petits grossiste-détaillants'. Le transport est internalisé chez les premiers et externalisé chez les derniers. La différence entre ces deux types de commerçants est liée en réalité au capital de commerce. En effet, le camion de transport, élément dont la possession différencie les deux types de commerçants est un gros investissement – 14 000 000 à 17 500 000 XOF (28000 à 35000 US\$) pour un produit de seconde main. Les 'détaillants' forment aussi deux groupes, selon leur stratégie d'approvisionnement. Le premier groupe s'approvisionne auprès des 'grossiste-détaillants',

alors que le second groupe s'approvisionne directement auprès des paysans. Pour résumer, quatre types de commerçants de perches de teck ont été identifiés : les 'gros grossiste-détaillants', les 'petits grossiste-détaillants', les 'détaillants s'approvisionnant auprès des planteurs', et les 'détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes' qui représentent respectivement 9,35 %, 9,35 %, 64,5 %, et 16,8 % de l'échantillon.

Coûts de commercialisation

Les coûts de commercialisation varient selon le type de commerçant (*tableaux 1 et 2*). Dans le segment de vente en gros, les 'gros grossiste-détaillants' ont des coûts de commercialisation plus faibles. Dans le segment du détail, les 'détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes' présentent les plus faibles coûts de commercialisation ; car ils sont épargnés des opérations d'exploitation, du chargement/déchargement et du transport. Les 'gros grossiste-détaillants' ont des coûts de commercialisation plus faibles que les 'petits grossiste-détaillants' et les 'détaillants s'approvisionnant auprès des planteurs'. L'avantage des 'gros grossiste-détaillants' est due vraisemblablement à la possession d'un plus grand capital, permettant l'internalisation du transport, comme le montre le plus faible coût du transport chez eux (*tableaux 1 et 2*). Les 'petits grossiste-détaillants' et les 'détaillants s'approvisionnant auprès des planteurs' présentent des coûts de commercialisation comparables. Cela s'explique par la similarité du mode opératoire de ces deux types de commerçants dans le segment du détail : approvisionnement auprès des paysans et externalisation du transport du bois.

La structure des coûts de commercialisation pour la vente en gros comprend les manipulations, le transport, les pots-de-vin aux agents de l'état, la commission du courtier intervenant dans les transactions avec les planteurs, les frais de téléphone et de voyage du commerçant, les intérêts financiers, les taxes, et les frais d'agrément (*tableau 1*). En plus de ces composantes, la structure des coûts de commercialisation dans le segment du détail comprend la vente et le gardiennage, la location du dépôt de vente, et l'équipement de ce dépôt (*tableau 2*). Les composantes les plus importantes dans la structure des coûts de commercialisation, par rapport à leur pourcentage sont le transport, les manipulations, et les pots-de-vin aux agents de l'Etat. Ces composantes totalisent ensemble 88-92 % des coûts de commercialisation dans le marché de gros. Leur poids est aussi élevé dans le marché du détail (77-86 % des coûts de commercialisation), sauf pour les 'détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes' (25 %). La particularité chez ces derniers est due à l'absence du coût du

transport et de certaines manipulations. Les opportunités de réduction des coûts de manipulation sont limitées ; car ces coûts englobent des opérations essentielles telles que l'exploitation, le chargement, le déchargement, le tri et le classement des perches.

Le transport des perches de teck de bord plantation au dépôt de vente se fait avec des camions de capacité 15 tonnes, contenant 300-800 perches. Les coûts de transport sont absents chez les 'détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes' (*tableau 2*), car les perches leur sont livrées au dépôt de vente. Les 'gros grossiste-détaillants' tirent avantage de la possession de leur propre moyen de transport, et supportent des coûts de transport plus faibles, quel que soit le segment considéré (*tableaux 1 et 2*).

Les pots-de-vin aux agents de l'Etat avoisinent 25 000 XOF (50 US\$) par chargement de 600 perches, excepté pour les 'détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes chez qui cette rente est plus faible (*tableaux 1 et 2*). Les pots-de-vin sont perçus aux postes de contrôle durant le transport du bois, et lors des procédures d'obtention du permis de coupe, du laissez-passer, de l'agrément et d'autres formalités administratives. Ces frais sont considérés à tort comme des taxes par certains commerçants.

Tableau 1. Structure des coûts de commercialisation dans le marché de gros, pour un chargement de 600 perches (entre parenthèses, se trouve le pourcentage de chaque composante dans le total).

Coûts (XOF)	Type de commerçant*	
	GGD	PGD
Transport	38265 (32,9) a	82000 (48,7) b
Manipulations	40400 (34,8) a**	47750 (28,4) a
Pots-de-vin	24061 (20,7) a	25124 (14,9) a
Commission du courtier	3500 (3,0)	4500 (2,7)
Communication	200 (0,2)	1100 (0,7)
Voyage du commerçant	1300 (1,1)	3095 (1,8)
Frais financiers (intérêts seulement)	533 (0,5)	250 (0,1)
Taxes	5144 (4,4)	2062 (1,2)
Dépenses d'agrément	2854 (2,5)	2417 (1,4)
Total	116258 a	168298 b

* GGD et PGD signifient respectivement 'gros grossiste-détaillant' et 'petit grossiste-détaillant'.

** Les chiffres suivis d'une même lettre sur une ligne donnée ne sont pas différents au seuil de 5 %.

Tableau 2. Structure des coûts de commercialisation dans le marché de détail, pour un chargement de 600 perches (entre parenthèses, se trouve le pourcentage de chaque composante dans le total).

Coûts (XOF)	Type de commerçant *			
	GGD	PGD	DAP	DAG
Transport	38265 (27,1) a	82000 (44,0) b	78841 (42,7) b	0 (0,0)
Manipulations	45600 (32,3) a,b**	53750 (28,8) a	40058 (21,7) b	5139 (21,1) c
Pots-de-vin	24061 (17,1) a	25124 (13,5) a	24639 (13,3) a	1019 (4,2) b
Commission du courtier	3500 (2,5)	4500 (2,4)	3696 (2,0)	0 (0,0)
Télécommunication	200 (0,1)	1100 (0,6)	343 (0,2)	1417 (5,8)
Voyage du commerçant	1300 (0,9)	3095 (1,7)	945 (0,5)	1667 (6,8)
Vente et gardiennage	14725 (10,4)	8800 (4,7)	11896 (6,4)	1944 (8,0)
Location du dépôt de vente	4200 (3,0)	2990 (1,6)	8594 (4,7)	3500 (14,4)
Frais financiers (intérêts seulement)	533 (0,4)	250 (0,1)	502 (0,3)	933 (3,8)
Taxes	5144 (3,6)	2062 (1,1)	7768 (4,2)	4046 (16,6)
Dépenses d'agrément	2854 (2,0)	2417 (1,3)	5978 (3,2)	3819 (15,7)
Equipement du dépôt	609 (0,4)	316 (0,2)	1449 (0,8)	870 (3,6)
Total	140992 a	186404 b	184710 b	24355 c

* GGD, PGD, DAP, et DAG signifient respectivement 'gros grossiste-détaillant', 'petit grossiste-détaillant', 'détaillant s'approvisionnant auprès des planteurs', et 'détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes'.

** Les chiffres suivis d'une même lettre sur une ligne donnée ne sont pas différents au seuil de 5 %.

Valeur ajoutée et ses composantes

La valeur ajoutée est positive dans les deux segments de marché (*tableaux 3 et 4*). La commercialisation des perches de teck est donc une activité créatrice de richesse. Etant donné que le transport est internalisé chez les 'gros grossiste-détaillants', il se décompose en coût de gasoil, maintenance, salaire du conducteur, et amortissement ; les deux derniers éléments étant inclus dans la valeur ajoutée. La valeur ajoutée varie selon le type de commerçant dans les deux segments de marché (*tableaux 3 et 4*). Ces variations reflètent les différences entre types de commerçants, dans les fonctions de commercialisation remplies. Ainsi, les 'gros grossiste-détaillants' produisent la plus grande valeur ajoutée dans les deux segments de marché.

Le résultat net d'exploitation (RNE) est positif chez tous les types de commerçants, mais il existe des différences d'une catégorie à l'autre (*tableaux 3 et 4*). Le RNE représente généralement la plus grande part de la valeur ajoutée (entre 32 et 50 % dans le segment de vente en gros, et entre 59 et 87 % dans celui du détail). La commercialisation des perches de teck génère des emplois, et les ouvriers sont les deuxièmes plus gros bénéficiaires de la valeur ajoutée. Les salaires représentent 27-43 % de la valeur ajoutée dans le segment de gros et 7-

28 %, dans celui du détail. Le reste de la valeur ajoutée est réparti entre les pots-de-vin, les frais financiers, les taxes aux niveaux local et national, et l'amortissement.

Tableau 3. Compte de production-exploitation des commerçants dans le marché de gros, pour un chargement de 600 perches.

Eléments (XOF)	Type de commerçant*	
	GGD	PGD
Perches de teck	71250 a***	73500 a
Transport	0	82000
Carburant	21238	0
Maintenance du camion	583	0
Autres**	7854	11112
Consommations intermédiaires	100925 a	166612 b
Salaires	45733	47750
Pots-de-vin	24061	25124
Frais financiers (intérêts et assurance)	1367	250
Total taxes	5699	2062
Taxes locales	2708	0
Taxes nationales	2991	2062
Amortissement	9722	0
Résultat net d'exploitation	85492	35702
Valeur ajoutée brute	172075 a	110888 b
Chiffre d'affaire	273000 a	277500 a

* GGD et PGD signifient respectivement 'gros grossiste-détaillant' et 'petit grossiste-détaillant'.

** Cela comprend la commission du courtier, le voyage du commerçant, les télécommunications, et les dépenses d'agrément.

*** Les chiffres suivis d'une même lettre sur une ligne donnée ne sont pas différents au seuil de 5 %.

Note: Les consommations intermédiaires découlent de la somme des coûts d'achat des perches de teck, le transport, le carburant, la maintenance du camion, et des autres frais. La valeur ajoutée brute est la différence entre le chiffre d'affaire et les consommations intermédiaires. Elle est décomposée en salaires, pots-de-vin, frais financiers, taxes (somme des taxes locales et nationales), amortissement et résultat net d'exploitation.

Tableau 4. Compte de production-exploitation des commerçants dans le marché de détail, pour un chargement de 600 perches.

Éléments (XOF)	Type de commerçant*			
	GGD	PGD	DAP	DAG
Perches de teck	71250 a***	73500 a	69928 a	268333 b
Transport	0	82000	78841	0
Carburant	21238	0	0	0
Maintenance du camion	583	0	0	0
Autres**	12054	14102	19557	10403
Consommations intermédiaires	105125 a	169602 b	168325 b	278736 c
Salaires	65658	62550	51954	7083
Pots-de-vin	24061	25124	24639	1019
Frais financiers (intérêts et assurance)	1367	250	502	933
Taxes	5699	2062	7768	4046
Taxes locales	2708	0	2667	787
Taxes nationales	2991	2062	5101	3259
Amortissement	10331	316	1449	870
Résultat net d'exploitation	176158 a	131596 b	127971 b	93034 c
Valeur ajoutée brute	283275 a	221898 b	214284 b	106986 c
Chiffre d'affaire	388400 a	391500 a	382609 a	385722 a

* GGD, PGD, DAP, et DAG signifient respectivement 'gros grossiste-détaillant', 'petit grossiste-détaillant', 'détaillant s'approvisionnant auprès des planteurs', et 'détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes'.

** Cela comprend la commission du courtier, le voyage du commerçant, les télécommunications, la location du dépôt, et les dépenses d'agrément.

*** Les chiffres suivis d'une même lettre sur une ligne donnée ne sont pas différents au seuil de 5 %.

Note: Les consommations intermédiaires découlent de la somme des coûts d'achat des perches de teck, le transport, le carburant, la maintenance du camion, et des autres frais. La valeur ajoutée brute est la différence entre le chiffre d'affaire et les consommations intermédiaires. Elle est décomposée en salaires, pots-de-vin, frais financiers, taxes (somme des taxes locales et nationales), amortissement et résultat net d'exploitation.

Discussion et conclusion

L'étude a pour objectif d'étudier la commercialisation des perches de teck au Sud-Bénin, en analysant les coûts de commercialisation, la valeur ajoutée et sa répartition. Quatre types de commerçants opèrent dans le système de commercialisation. Le transport et les pots-de-vin sont les principales composantes des coûts de commercialisation, offrant des opportunités d'amélioration de l'efficacité. Le transport représente souvent un élément clé dans les coûts de commercialisation des produits agricoles en Afrique au Sud du Sahara (Fafchamps et Gabre-Madhin, 2006; Jatau, 2008). En dehors de l'effet de la distance, les coûts de transport sont influencés par la qualité des routes (Shepherd, 2007). Par conséquent, toute amélioration des infrastructures de transport en milieu rural peut contribuer à la réduction des coûts de transport. Cependant, il paraît difficile de viser l'amélioration des conditions de transport dans

le seul cadre de la commercialisation du bois. Une telle amélioration pourrait s'inscrire dans une politique globale visant l'efficacité dans la commercialisation des produits agricoles.

L'importance des pots-de-vin versés aux agents de l'Etat découle du fait que le commerce du bois est sujet à des lois auxquelles peu de commerçants se conforment. L'existence de pots-de-vin traduit une faible efficacité dans le système de commercialisation des perches ; car ce coût n'est pas la contrepartie d'un service de commercialisation. En outre, il constitue une contrainte majeure à la foresterie paysanne, compte tenu de son effet négatif sur le revenu des planteurs. En effet, étant donné que le prix du bois sur pied est une valeur résiduelle (Burns *et al.*, 1999), toute rente perçue lors de la commercialisation amenuise le revenu des paysans. Pour réduire ce type de comportement, nous nous accordons avec Siebert et Elwert (2004) sur la nécessité d'entreprendre des réformes dans le secteur forestier, et d'améliorer le fonctionnement de l'administration forestière.

Le commerce des perches de teck génère une valeur ajoutée positive dont les commerçants sont les principaux bénéficiaires. Cette valeur ajoutée est limitée essentiellement au transfert du bois jusqu'au dépôt de vente ; car il n'y a pas de transformation véritable en dehors d'un équarrissage manuel. Toutefois, les possibilités de transformation sont limitées, vu le faible diamètre des bois.

Dans un même segment, on note des différences significatives entre types de commerçants suivant les coûts de commercialisation, la valeur ajoutée, et le résultat net d'exploitation. La coexistence d'agents d'efficacité variables dans un marché signifierait que les gros commerçants bénéficient de rente, et ne tirent pas avantage de leur plus grande productivité, pour éliminer les agents moins performants (Fafchamps *et al.*, 2005). Ainsi, des mesures visant à accroître la compétition, par exemple la réduction des barrières d'entrée, peuvent avoir des effets positifs.

Remerciement

Les auteurs remercient la Commission Universitaire pour le Développement (Belgique), pour avoir financé cette étude, à travers le Projet Interuniversitaire Ciblé « Contribution au développement d'une filière de teck au départ des forêts privées du Sud-Bénin (Département Atlantique) ».

Références bibliographiques

- Anyonge CH, Roshetko JM. Production de bois à la ferme: orienter les agriculteurs vers le marché. *Unasylva* 2003 ; 54 : 48-56.
- Burns GA, Whiting RM, LeGrande GM, Dickson JG. Wildlife linkages: volumes and values of residual timber in riparian zones in eastern Texas. *Forest Ecol Manag* 1999 ; 114 : 321-27.
- Dorward A, Kydd J, Morrison J, Urey I. A policy agenda for pro-poor agricultural growth. *World Dev* 2004 ; 32 : 73-89.
- Fafchamps M, Gabre-Madhin E. Agricultural markets in Benin and Malawi. *AfJARE* 2006 ; 1 : 67-94.
- Fafchamps M, Gabre-Madhin E, Minten E. Increasing returns and market efficiency in agricultural trade. *J Dev Econ* 2005 ; 78 : 406-442.
- Giannelloni J-L, Vernet E. *Etudes de marché* 2^e éd. Paris : Vuibert, 2001.
- Goossens F. *Commercialisation des vivres locaux - Le secteur informel dans une perspective dynamique*. Rome : FAO, 1998.
- Harrison SR, Herbohn JL, Niskanen AJ. Non-industrial, Smallholder, Small-scale and Family Forestry: What's in a Name? *Small-scale Forest Economics, Management and Policy* 2002 ; 1 : 1-11.
- Jatau DF. Profitability assessment of *Borassus aethiopum* (Mart) marketing in Adamawa State, Nigeria. *J. Agri. Soc. Sci.* 2008 ; 4 : 159-64.
- Lebailly P, Dogot T, Bien PV, Khai TT. *La filière rizicole au Sud Viêt-Nam - Un modèle méthodologique*. Gembloux (Belgique) : Presses agronomiques de Gembloux, 2000.
- Markelova H, Meinzen-Dick R, Hellin J, Dohrn S. Collective action for smallholder market access. *Food Policy* 2009 ; 34 : 1-7.
- Russell D, Franzel S. Trees of prosperity: Agroforestry, markets and the African smallholder. *Agroforest Syst* 2004 ; 61-62 : 345-55.
- Shepherd AW. *A guide to marketing costs and how to calculate them* - Revised and reprinted 2007. Rome : FAO, 2007.
- Siebert U, Elwert G. Combating Corruption and Illegal Logging in Benin, West Africa- Recommendations for Forest Sector Reform. *J Sustain Forest* 2004 ; 19 : 239-61.
- Talleg F, Bockel L. *L'approche filière - Analyse financière*. Rome : FAO, 2005.