



**HAL**  
open science

## Commercialisation de l'igname en Guadeloupe : atouts et contraintes des différents circuits

Carla Barlagne, Camille Le Roux, Jean-Louis Diman, Jean-Marc Blazy

### ► To cite this version:

Carla Barlagne, Camille Le Roux, Jean-Louis Diman, Jean-Marc Blazy. Commercialisation de l'igname en Guadeloupe : atouts et contraintes des différents circuits. Journ'iamas 2012, Institut National de Recherche Agronomique (INRA). UR Agrosystèmes tropicaux (1321).; Chambre Départementale d'Agriculture de Guadeloupe. Baie-Mahault (Guadeloupe), FRA., Sep 2012, Petit-Bourg; Petit-Canal (Guadeloupe), France. pp.27. hal-02750227

**HAL Id: hal-02750227**

**<https://hal.inrae.fr/hal-02750227>**

Submitted on 3 Jun 2020

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

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

# Commercialisation de l'igname en Guadeloupe : atouts et contraintes des différents circuits

Carla Barlagne, Camille Le Roux, Jean-Louis Diman & Jean-Marc Blazy

Mail : carla.barlagne@antilles.inra.fr - Tél. : 05 90 25 59 77

## 1. Problématique et objectifs

L'igname produite en Guadeloupe est principalement commercialisée via des circuits informels. La structuration d'une filière implique de mieux connaître les différents modes de commercialisation actuels et les raisons de leur existence. Des enquêtes menées auprès des producteurs et des distributeurs d'ignames ont permis de caractériser les différents circuits de commercialisation et d'en diagnostiquer les avantages et inconvénients. L'objectif est d'identifier les différentes stratégies de commercialisation.

## 2. Descriptif et résultats

En termes d'offre et de demande, la production annuelle d'igname en Guadeloupe est de 6 300 tonnes pour une consommation de 8 200 tonnes (Chambre d'Agriculture Guadeloupe, 2011, données de 2009), soit un taux de couverture de 78%. Pour ce qui est de l'igname importée pour répondre à la demande, soit 1 900 tonnes, elle provient principalement du Costa Rica et de la Dominique.

En termes de répartition, la production locale emprunte principalement des circuits courts (circuit comptant au plus un intermédiaire). Par extrapolation des données d'enquête, nous estimons que 3 000 tonnes d'ignames sont vendues sur les marchés de détail, par les producteurs eux-mêmes (producteurs-revendeurs) ou par des revendeurs (**Figure 1**). Près de 3 200 tonnes sont réparties entre la vente ambulante, la vente à la ferme, la vente à de petits détaillants (petites surfaces, primeurs et restaurants) et la vente à des collecteurs-grossistes (qui viennent chercher la production sur l'exploitation). Une partie de la production fait bien entendu partie de l'autoconsommation des ménages. Seule une très faible partie de la production (100 tonnes) est commercialisée via les coopératives. Ces éléments de production et de commercialisation permettent dès lors de définir cinq modalités de mise en marché de l'igname par les producteurs locaux, caractérisées par un nombre variable d'intermédiaires et allant de la vente directe (aucun intermédiaire) à la vente à des collecteurs grossistes qui revendent à des détaillants qui eux-mêmes revendent aux consommateurs (**Figure 1**).

La vente directe (vente ambulante et vente à la ferme confondues) est particulièrement informelle. Elle n'implique aucun engagement

contractuel et facilite la commercialisation de la production du fait d'une rémunération plus élevée du produit que par d'autres circuits, de délais de paiement nuls et d'exigences moindres vis-à-vis de la qualité du produit. Elle implique par contre que les producteurs consacrent une part conséquente de leur activité à la commercialisation, ce qui nécessite une organisation adéquate entre activités de production et de commercialisation.

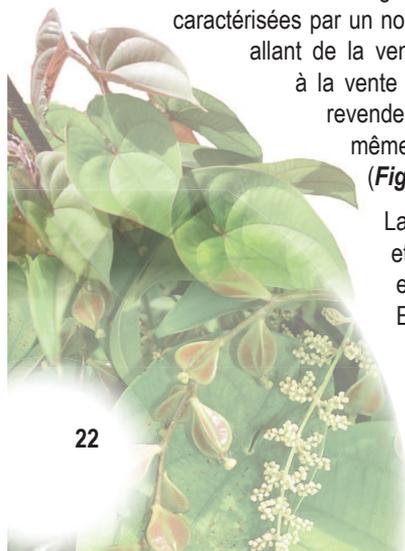
A l'inverse, les circuits de commercialisation les plus longs (comptant deux intermédiaires), notamment via une coopérative, impliquent une contractualisation, tant sur les prix, les volumes prévus, que sur la qualité des tubercules. Le niveau de contraintes peut dès lors paraître trop élevé du point de vue du producteur, ce qui peut expliquer les faibles volumes commercialisés via ce circuit. Pourtant, les coopératives sécurisent l'écoulement de la production en apportant l'assurance de commercialiser toute la production, à un niveau de prix connu à l'avance, un accès aux aides dédiées à la commercialisation ainsi qu'un gain de temps au profit de l'activité de production. Les autres circuits sont caractérisés par des niveaux d'engagement variable entre le producteur et les intermédiaires. S'il y a un contrat, celui-ci est oral et généralement basé sur la confiance. Ces différents circuits présentent des caractéristiques variables vis-à-vis de l'écoulement de la production. Celles-ci sont présentées dans le **Tableau 1**. L'igname d'importation est commercialisée via des circuits longs comptant comme intermédiaires principaux, les entrepreneurs grossistes pour l'igname venant du Costa Rica et les collecteurs grossistes pour l'igname originaire de la Dominique (**Figure 1**).

## 3. Limites et perspectives

Il n'existe pas à proprement parler de mode de commercialisation idéal. La connaissance par les producteurs des avantages et inconvénients de chaque mode de commercialisation (niveau de rémunération, risque lié à l'écoulement, part de l'activité à consacrer à la commercialisation, exigence qualitative) au regard de leurs objectifs et des facteurs de production dont ils disposent (temps, fond de roulement, matériel), leur permettra alors de définir la stratégie de commercialisation la plus adaptée.

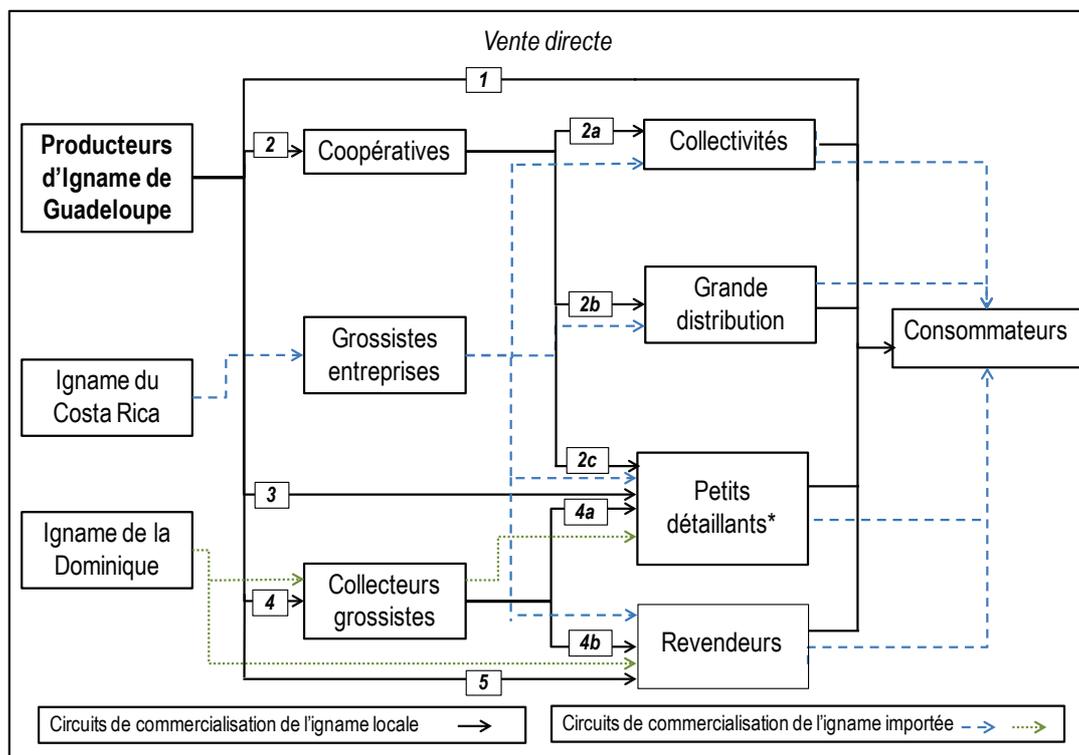
## 4. Pour en savoir plus

Le Roux, C. (2011). Etude des réseaux de commercialisation de l'igname en Guadeloupe. Mémoire de fin d'étude. Petit-Bourg, Guadeloupe, ISTOM, Ecole Supérieure d'Agro-développement International et INRA Antilles Guyane, UR Agrosystèmes Tropicaux: 77 + annexes.



**Figure 1** : Les circuits de commercialisation de l'igname en Guadeloupe.

\*Petits détaillants = Primeurs, supérettes, restaurants



**Tableau 1** : Atouts et contraintes des différents circuits de commercialisation selon les producteurs d'igname.

Circuit de commercialisation	Caractérisation du circuit
Vente directe	Sécurité de l'écoulement moyenne à faible. Rémunération élevée. Temps dédié à la commercialisation élevé et délais de paiement faibles. Volumes écoulés faibles à moyens. Exigences faibles vis-à-vis de la qualité des tubercules commercialisés.
Producteur ↓ coopérative	Sécurité d'écoulement élevée. Rémunération faible mais accès aux aides à la commercialisation. Temps dédié à la commercialisation faible et délais de paiement importants. Volumes écoulés importants. Exigences élevées vis-à-vis de la qualité des tubercules.
Producteur ↓ petits détaillants	Sécurité de l'écoulement faible à élevée. Rémunération moyenne à élevée. Temps dédié à la commercialisation et délais de paiement faibles. Volumes écoulés faibles à importants. Exigences élevées vis-à-vis de la qualité des tubercules.
Producteur ↓ collecteurs grossistes	Sécurité d'écoulement élevée. Rémunération faible. Temps dédié à la commercialisation et délais de paiement faibles. Volume écoulés importants. Exigences faibles vis-à-vis de la qualité des tubercules.
Producteur ↓ revendeurs	Sécurité d'écoulement élevée. Rémunération élevée. Temps dédié à la commercialisation et délais de paiement faible. Volumes écoulés faibles. Exigences faibles vis-à-vis de la qualité des tubercules.

# Journ'ïames 2012

## Journée technique sur l'igname

25 septembre à l'INRA de Duclos, Petit-Bourg

2 octobre d au CFPPA de Petit-Canal

### Actes

