

UNIVERSITE CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR

FACULTE DES SCIENCES
ET TECHNIQUES (F.S.T)



ANNEE 2010

ECOLE INTER-ETATS DES
SCIENCES ET MEDECINE
VETERINAIRES (E.I.S.M.V.)



N° 03

ANALYSE DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION DU POULET DU PAYS DANS LE DEPARTEMENT DE DAKAR (SENEGAL)

MEMOIRE DE MASTER II EN PRODUCTIONS ANIMALES ET
DEVELOPPEMENT DURABLE

Option : Economie et Politiques d'Elevage

Présenté et soutenu publiquement le 24 avril 2010 à 10 heures
A l'Ecole Inter-Etats des Sciences et Médecine Vétérinaires de Dakar (Sénégal)
Par

Gabriel TENO

Né le 05 Mai 1984 à Semto (Cameroun)

MEMBRES DU JURY

Président:

M. Louis Joseph PANGUI
Professeur à l'EISMV de Dakar

Membres:

M. Bhen Sikina TOGUEBAYE
Professeur à la FST à l'UCAD

M. Germain Jérôme SAWADOGO
Professeur à L'EISMV de Dakar

M. Ayao MISSOHO
Professeur à l'EISMV de Dakar

M. Djiby DIA
Chercheur à l'ISRA-BAME

Directeurs de recherche:

M. Cheikh LY
Professeur à l'EISMV de Dakar

M. Adrien MANKOR
Assistant à l'EISMV de Dakar

✓ **A Dieu le Père Très Haut,**

Pour ton amour inaltérable en vers ma modeste personne, Eternel Dieu le Père Tout Puissant. Ma présence à Dakar n'est qu'une providence de ta part Seigneur. Le séjour et tous les efforts fournis n'ont eu de succès que par ta grâce. Mon avenir également est loin d'être un grand souci pour moi car je sais que tu es là et que tu ne m'abandonneras jamais.

Que ce travail soit pour ta seule gloire. Amen !

✓ **A tous les défunts,**

Membres de la famille, amis et connaissances qui ont quitté ce monde, ainsi qu'à tous ceux qui ont perdu leur vie dans les catastrophes naturelles à l'instar des disparus d'Haïti, que vos âmes reposent en paix et que la terre vous soit légère.

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail :

- **A mes Parents Totouom Vincent et Nguemgno Elise :** Merci pour la patience que vous avez cultivée pendant tout ce temps passé loin de vous. Que le Seigneur vous garde et vous accorde longue vie afin que je puisse vous servir autant que possible. Trouvez en ce travail le fruit mérité de tant d'années de patience et de sacrifices.
- **A Papa Takam Samuel :** Papa, merci pour tout, les mots me manquent. Ce travail est le résultat de ce que tu as semé pendant de longues années sans aucune récolte et sans aucun instant de découragement. Trouve ici, cher Papa, totale fierté et satisfaction car c'est le fruit mérité de tes immenses efforts.
- **A maman Minette, tata Jeanne d'Arc, tonton Basile, tata Marie, Guy Merlin, Mireille Laure, Eugénie, Brice, Jean de Dieu, Carine, Mado Thérèse ...** Ce travail vous est entièrement dédié avec toute mon affection et mon attachement familial.
- **A toi qui viendras parfaire ce modeste travail,** je te le dédie par anticipation.
- **A Abdoulaye Koné,** l'ami de tous les temps : Merci, cher Ami, pour tes conseils, ton soutien et pour le sens particulier que revêt notre amitié. Ce travail est aussi le tien.
- **A Espérance Emmanuella :** Merci pour ton soutien et pour tes qualités particulières.
- **Au Dr Mougang, Dr Moctar, Dr Hellow, Dr Moundjoa, Dr Nkenmogne, Frank Wouembé,** merci pour vos conseils.
- **A Adéline Tsagueu :** Merci pour toute ta complicité. C'est avec beaucoup de joie que je te dédie ce modeste travail.
- **A Hélène Marie Faye :** Je te dédie ce modeste travail.
- **A mes amis Cissé, Meité, Mad ...,** merci pour la solidarité.
- **A mon cher Ami du Cameroun Fotso Chatué Henri :** Je te dédie ce modeste travail.
- **A tous mes Amis de Dakar,** la liste est très longue et je préfère ne pas citer de peur d'oublier certains. Merci pour autant d'années de collaboration.
- **A tous mes Amis du Cameroun : Guy, Gladis, Béranger, Josiane, Clovis, Nadine, Blaise, Lucien, Rodrigue ...** Ce modeste travail vous est entièrement dédié.
- **A la 1^{ère} promotion de l'option EPE du master PADD** sans oublier **Dr Sandeu, Dr Miguir, Dr Eyaravaï, Dr Essomba, ...,** Merci pour les moments passés ensemble.
- **A mon cher pays le Cameroun et au Sénégal,** pays de la téréngala, mes très hauts et vifs remerciements.

REMERCIEMENTS

- ✓ A toi **Dieu Père Tout Puissant et Miséricordieux**, merci pour tous tes bienfaits sans oublier la santé, la force et le courage sans lesquels ce travail n'aurait pas eu lieu.
- ✓ **Au Projet FNRAA-Volaille**, à travers son coordonnateur le **Professeur Ayao Missohou** et à travers **Dr Djiby Dia**, pour m'avoir donné l'opportunité de réaliser ce mémoire.
- ✓ Au **Professeur Cheikh Ly**, pour avoir voulu que ce travail s'inscrive dans la continuité de mes travaux de thèse vétérinaire. Par ce travail, croyez, cher Professeur, à notre très haute et profonde reconnaissance. Hommage respectueux.
- ✓ Au **Docteur Adrien Mankor**, pour tout l'encadrement dont vous m'avez fait bénéficier dans le cadre de ce travail, mais aussi pour la simplicité, les conseils et l'abord facile qui vous caractérisent.
- ✓ Au **Docteur Amadou Abdoulaye Fall**, pour avoir accepté de m'accueillir au Bureau d'Analyses Macro-Economiques de l'Institut Sénégalais de Recherches Agricoles (BAME / ISRA) comme stagiaire dans le cadre de ce travail.
- ✓ Au **Docteur Djiby Dia**, pour l'accueil, l'accompagnement et l'encadrement tout au long de ce travail. Trouvez ici mes remerciements et ma profonde reconnaissance.
- ✓ Au **Docteur Guillaume Duteurtre** : C'est encore ici l'occasion pour moi de vous remercier vivement pour l'encadrement et l'appui que vous m'aviez accordés avec au tant de désintéret durant la réalisation de mes travaux de thèse vétérinaire.
- ✓ Au **Docteur Papa Nouhine Dièye** : Ceci n'est qu'une continuité de mes travaux de thèse vétérinaire réalisés avec votre co-encadrement. Mes vifs remerciements.
- ✓ Aux **Enseignants de l'EISMV et à tous les intervenants du master PADD option EPE**, merci infiniment pour les enseignements reçus, mais aussi pour le sens particulier que vous avez voulu donner à notre formation, rassurez-vous que nous en ferons bon usage.
- ✓ A tout le personnel de l'ISRA-BAME : **Mr Oumar Diop, Mr Idrissa Wade, Mr Cheikh Sadibou Fall, Mame Boly Mané, Mr Argfang Ngom, Mme Somé Soukayna, Mr Alioune Dieng, Adama Guèye, Fota Guèye, etc.** Merci infiniment.
- ✓ A tous mes amis stagiaires : **Waoundé, Tiguidanké, Aminata, Yacine, Mami, El haldj Gning, Mr Lô** : Le séjour fut et reste inoubliable.
- ✓ **Au Dr Moctar**, pour l'aide apportée à ce travail. Mes sincères remerciements.
- ✓ **A Florence Diatta** pour l'aide apportée à la finalisation de ce travail. Mes sincères remerciements.
- ✓ A **Abdou Sané** et **Abdoulaye Soumboundou**, merci pour l'aide au titre de traducteur.
- ✓ A tous ceux que je n'ai pas cité ainsi qu'à tous ceux qui de près ou de loin ont contribué à ma formation, je vous remercie très vivement.

A NOS MAITRES ET JUGES

▶ **A notre maître et président de jury, Louis Joseph PANGUI, Professeur à l'EISMV de Dakar**

Vous avez accepté avec spontanéité de présider ce jury de mémoire malgré votre calendrier très chargé. Vos qualités scientifiques et intellectuelles ne sont plus à démontrer. Veuillez trouver ici l'expression de notre profonde gratitude.

▶ **A notre maître et juge, Monsieur Bhen Sikina TOGUEBAYE, Professeur à la Faculté des sciences et Techniques de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar**

Nous sommes très sensible à cet honneur que vous nous faites en acceptant de siéger dans ce jury. Vos énormes qualités d'homme de science suscitent respect et admiration. Veuillez croire en notre très haute et profonde considération.

▶ **A notre maître et juge, Monsieur Germain Jérôme SAWADOGO, Professeur à l'EISMV de Dakar**

Vous nous faites un très grand honneur en acceptant de juger ce modeste travail. Vos qualités scientifiques et pédagogiques nous ont toujours beaucoup marqué. Veuillez trouver ici l'expression de notre respect et profonde gratitude.

▶ **A notre maître et Directeur de recherche, Monsieur Cheikh LY**

Votre rigueur, vos compétences, vos qualités humaines et scientifiques ont donné à ce travail son cachet scientifique. Nous vous exprimons ici le faible témoignage de notre reconnaissance et profonde considération. Hommage très respectueux.

▶ **A notre maître et juge, Monsieur Ayao MISSOHOU, Professeur à l'EISMV de Dakar**

C'est un plaisir renouvelé pour nous de vous voir juger ce modeste travail qui est d'ailleurs le fruit de votre propre inspiration. Votre rigueur et votre application dans le travail nous ont toujours fasciné. Veuillez croire en notre profonde considération.

▶ **A notre maître, juge et Co-directeur de recherche, Monsieur Adrien MANKOR, Assistant à l'EISMV de Dakar**

Vous nous avez suivi sans faille tout au long de ce travail. La disponibilité et le sens particulier que vous avez voulu donner à ce travail ont beaucoup contribué à sa valeur scientifique. Merci pour votre simplicité, vos conseils et l'abord facile qui vous caractérisent.

▶ **A notre maître, juge et Co-directeur de recherche, Monsieur Djiby DIA, Chercheur à l'ISRA – BAME**

Vous nous avez encadré avec beaucoup de rigueur et d'attention. Votre disponibilité et votre application dans le travail ont suscité à notre niveau beaucoup d'admiration. Veuillez trouver ici le faible témoignage de notre reconnaissance et profond respect.

RESUME

La présente étude a pour but d'analyser le marché et le système de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar (Sénégal). L'approche méthodologique adoptée a consisté dans un premier temps à la recherche bibliographique à travers une collecte de l'ensemble des informations disponibles sur la filière. Par la suite, une enquête a été réalisée auprès de 34 commerçants dans 14 marchés et points de vente du département de Dakar.

L'étude révèle une absence d'organisation des commerçants sur le marché. Les commerçants sont pour la majorité des personnes âgées de l'ethnie Wolof et originaires pour la plupart de la région de Louga. La principale motivation à l'exercice de l'activité est la lutte contre le chômage. Un nombre non négligeable de commerçants (26,5%) se sont retrouvés dans l'activité pour l'avoir hérité d'un parent. Il est également observé un différentiel de prix très élevé, soit 820 FCFA, entre les prix appliqués par les commerçants dans le département de Dakar et les prix proposés en région dans les marchés hebdomadaires. Un gain net moyen de 505 FCFA a été estimé par unité de poulet vendu.

Au total, l'aviculture traditionnelle, important moyen de lutte contre la pauvreté et de renforcement de la sécurité alimentaire, est une activité financièrement rentable. L'aviculture traditionnelle doit donc être soutenue dans la perspective d'un développement durable. Ce soutien sera d'autant plus efficace que l'Etat développe des programmes en faveur de sa promotion et de la commercialisation de ses produits.

Mots clés : Poulet du pays, Commercialisation, Département de Dakar, Sénégal.

ABSTRACT

This present study has for purpose to analyse the market and the system of commercialisation of the local breed chicken in the Dakar department (Senegal). The adopted methodological approach consisted first of all in bibliographical search through a collection of all the information's available in the field of study. After, an investigation was realized next to 34 traders in 14 markets and points of sale in the Dakar department.

The study reveals a lack of trader's organization into the market. The traders are for the majority old persons of the Wolof ethnic group, most of them originary from Louga. The main motivation to the exercise of the activity is to fight against unemployment. Others traders, 26.5%, found themselves in the activity having inherited it from one's parent. It is also noticed a differential of very high prices, that is to say 820 FCFA, between prices applicated by the traders in the Dakar department and proposed prices in region in the weekly markets. An average of a clear profit of 505 FCFA was estimated in each chicken sold.

Al in all, the family poultry production, important mean of fight against poverty and of reinforcement of the food security is a profitable financially. The family poultry production must therefore be supported in the perspective of a sustainable development. This support will be all the more effective since the government develops programs in favour of his promotion and of the marketing of his products.

Keywords: local breed chicken, commercialisation, Dakar department, Senegal.

LISTE DES ABREVIATIONS

APE	: Accords de Partenariat Economique
ANSD	: Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie
BAME	: Bureau d'Analyses Macro-Economiques
CNA	: Centre National avicole
DIREL	: Direction de l'Elevage
EISMV	: Ecole Inter-Etats des Sciences et Médecine Vétérinaires
FAFA	: Fédération nationale des Acteurs de la Filière Avicole
FAO	: United Nations Organisation for Food and Agriculture
FCFA	: Franc de la Communauté Financière Africaine
FNRAA	: Fonds National de la Recherche Agricole et Agro-alimentaire
FST	: Faculté des Sciences et Techniques
ISRA	: Institut Sénégalais de Recherches Agricoles
kg	: Kilogramme
PDMAS	: Programme de Développement des marchés Agricoles du Sénégal
PIB	: Produit Intérieur Brut
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
TEC	: Tarif Extérieur Commun
UDOPER	: Union Départementale des Organisations Professionnelles d'Eleveurs de Ruminants
UEMOA	: Union Economique et Monétaire Ouest Africain
UNAFA	: Union National des Acteurs de la Filière Avicole
VA	: Valeur Ajoutée

LISTE DES TABLEAUX

PAGES

Tableau I : contribution de l'élevage au PIB national et à la Valeur Ajoutée du secteur primaire	2
Tableau II : évolution annuelle des effectifs du cheptel national de 2002 à 2009 (en milliers de têtes.....)	3
Tableau III : évolution des effectifs de volailles industrielles de 2002 à 2009 (en milliers de têtes.....)	4
Tableau IV : prix moyens mensuels en FCFA / kg des différents produits d'origine animale..	7
Tableau V : différents types de marchés et nombre de commerçants enquêtés	13
Tableau VI : répartition des commerçants en fonction de leur ethnie	15
Tableau VII : répartition des commerçants en fonction de leur région d'origine	16
Tableau VIII : répartition des commerçants en fonction du niveau d'instruction	16
Tableau IX : les principales raisons d'entrée dans l'activité	16
Tableau X : répartition des commerçants selon le lieu de ravitaillement en poulet du pays .	18
Tableau XI : fréquences de ravitaillement en poulet du pays	18
Tableau XII : différents moyens de transport utilisés pour le ravitaillement	18
Tableau XIII : différentes modalités d'achat et de règlement du transport	19
Tableau XIV : répartition des commerçants suivant leurs catégories de clients	20
Tableau XV : disposition des clients à acheter plus cher le poulet du pays	20
Tableau XVI : charges liées à l'activité et charges hors activités	21
Tableau XVII : gain par unité de poulet du pays commercialisé.....	22

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Carte de division administrative du département de Dakar	13
Figure 2 : Disposition des poulets du pays sur le marché de la commercialisation	17
Figure 3 : Autres animaux vendus par les commerçants (pintades, canards, pigeons, etc) .	20

ANNEXE

Fiche d'enquête auprès des commerçants du poulet du pays	31
--	----

AVANT- PROPOS

Contexte de l'étude et cadre institutionnel

Malgré les études qui ont été réalisées dans le but de renforcer l'aviculture traditionnelle au Sénégal, très peu d'études sont faites sur les contraintes à la commercialisation des produits. Ainsi, dans le cadre du projet FNRAA-Volaille lancé en mai 2008 à l'Ecole Inter-Etats des Sciences et Médecine Vétérinaires (EISMV) de Dakar sous le thème « Approche intégrée de l'analyse de la productivité et de la compétitivité en aviculture traditionnelle au Sénégal », un volet sur le système de commercialisation du poulet du pays avait été prévu. C'est dans ce contexte que s'inscrit le présent travail réalisé en cotutelle entre le Service d'Economie Rurale et Gestion de l'Ecole Inter-Etats des Sciences et Médecine Vétérinaires de Dakar et le Bureau d'Analyses Macro-économiques de l'Institut Sénégalais de Recherches Agricoles.

L'EISMV a une double vocation d'enseignement et de recherche. Elle dispense un enseignement supérieur vétérinaire répondant au profil du vétérinaire en Afrique et essentiellement basé sur les résultats de la recherche. Au niveau de la recherche, les missions assignées à l'EISMV sont de contribuer à la promotion de la croissance économique, à la réduction de la pauvreté et à la sécurité alimentaire dans les villes et campagnes des pays membres et non membres à travers des activités de Recherche / Développement et d'Expertise dans les domaines de la santé et des productions animales.

Le BAME est une unité de l'Institut Sénégalais de Recherches Agricoles (www.isra.sn). Le BAME est spécialisé dans les recherches en sciences sociales en appui aux politiques de développement agricole, agro-alimentaire et rural. Il comprend une quinzaine de chercheurs. Le BAME a pour missions de développer des recherches en économie et en sciences sociales, d'aider des décideurs publics à la formulation et au suivi des politiques agricoles, d'appuyer les organisations professionnelles dans la définition de leurs stratégies, de contribuer à la formation de jeunes chercheurs et de cadres compétents.

Table des matières	Pages
INTRODUCTION GENERALE	1
PREMIERE PARTIE.....	2
AVICULTURE AU SENEGAL : IMPORTANCE ET CONTRAINTES	2
Chapitre 1 : Elevage et aviculture moderne au Sénégal	2
1.1 – Contribution de l'élevage à l'économie nationale.....	2
1.2 – Marché de la volaille industrielle locale au Sénégal	3
1.2.1 – Impacts des importations de cuisses de poulets congelées sur l'aviculture moderne.....	3
1.2.2 – Conséquences de l'embargo sanitaire sur le développement de l'aviculture moderne.....	4
1.2.3 – Valorisation insuffisante de la volaille industrielle locale sur le marché.....	4
Chapitre 2 : Aviculture traditionnelle au Sénégal et éléments d'analyse des systèmes de commercialisation.....	6
2.1- Aviculture traditionnelle: Importance et contraintes	6
2.1.1 - Importance de l'aviculture traditionnelle.....	6
2.1.1.1 - Importance socioculturelle.....	6
2.1.1.2 - Importance nutritionnelle.....	6
2.1.1.3 - Importance socio-économique	7
2.1.2 - Contraintes de l'aviculture traditionnelle.....	8
2.1.2.1 - Contraintes génétiques	8
2.1.2.2 - Contraintes alimentaires.....	8
2.1.2.3 - Contraintes sanitaires	8
2.1.2.4- Contraintes économiques et de commercialisation.....	9
2.2 - Eléments d'analyse des systèmes de commercialisation.....	9
2.2.1 - Les marchés des biens et service	9
2.2.2 - Marchés organisés.....	9
2.2.3 – Marchés autogérés.....	10
2.2.4 - Marchés de gré à gré.....	10
DEUXIEME PARTIE.....	12
ANALYSE DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION DU POULET DU PAYS DANS LE DEPARTEMENT DE DAKAR.....	12
Chapitre 1 : Méthode de recherche.....	12
1.1– Echantillonnage et zone d'étude	12
1.1.1- Echantillonnage.....	12
1.1.2 – Zone et période d'étude.....	12
1.2- Différents types d'enquête	13
1.2.1- Enquête exploratoire	13
1.2.2- Enquête transversale ou ponctuelle.....	14
1.2.2.1- Organisation du questionnaire	14
1.2.2.2- Recueil, traitement et analyse des données.....	14
Chapitre 2 : Résultats, discussions et recommandations	15
2.1 - Présentation des résultats.....	15
2.1.1- Caractéristiques socioéconomiques de l'échantillon	15
2.1.1.1 – Structure de l'échantillon en fonction de l'ethnie, l'origine et le sexe de l'enquêté.....	15
2.1.1.2 – Age et statut matrimonial	16
2.1.1.3 – Niveau d'instruction.....	16
2.1.1.4 – Raisons d'entrée et ancienneté dans l'activité.....	16

2.1.1.5 – Importance accordée à l’activité et gestion de la commercialisation.....	17
2.1.1.6 – Assistance dans l’activité	17
2.1.1.7– Organisation sur le marché.....	17
2.1.2 – Pratiques d’achat et d’approvisionnement en poulet du pays	17
2.1.2.1 – Lieux et fréquence d’achat du poulet du pays.....	18
2.1.2.2 – Moyen et coût de transport.....	18
2.1.2.3 – Effectif de poulet du pays généralement acheté et prix unitaire	19
2.1.2.4 – Modalités d’achat et de règlement du transport	19
2.1.2.5 – Taux de mortalité au cours du transport.....	19
2.1.3 – Pratiques de vente du poulet du pays	19
2.1.3.1 – Différentes catégories de clients	19
2.1.3.2 – Critères recherchés par les clients	20
2.1.3.3 – Autres animaux commercialisés.....	20
2.1.3.4 – Gestion technico-économique de la vente.....	21
2.1.3.5 – Dépenses directes et dépenses hors activités.....	21
2.1.3.6 – Analyse de la rentabilité.....	21
2.2 – Discussions.....	22
2.2.1 - Caractéristiques socioéconomiques de l’échantillon et caractérisation des commerçants du poulet du pays	22
2.2.2 – Commercialisation du poulet du pays	23
2.2.3 – Rentabilité liée au commerce du poulet du pays.....	24
2.3 – Recommandations.....	24
2.3.1 – A l’endroit de l’Etat.....	24
2.3.2 – Aux producteurs	25
2.3.3 – Aux commerçants.....	25
2.3.4 – Aux chercheurs.....	25
CONCLUSION GENERALE.....	26
BIBLIOGRAPHIE	27

INTRODUCTION GENERALE

Au Sénégal, les produits de la basse-cour comme le poulet de race locale encore appelé « poulet du pays », contribuent de façon substantielle à la satisfaction de la demande en protéines animales et des besoins financiers de base des producteurs. Les impératifs socioculturels (accueil d'hôtes, dons, mariages, baptêmes, pratiques mystiques, etc.) constituent également les motifs essentiels de la production du poulet du pays en milieu rural (Téno, 2009).

Sur le plan macro-économique, l'aviculture traditionnelle avec une production de 20 798 tonnes de viandes en 2005, soit 16,6% de l'apport national en produits carnés et 61,26% de l'apport total en viandes avicoles (Duteurtre et *al.*, 2010) contribue fortement au PIB du secteur primaire. Le cheptel avicole national s'estime à 35,522 millions de têtes en 2008 dont 61,62% pour l'aviculture traditionnelle (Sénégal, 2009).

L'aviculture traditionnelle a fait l'objet de plusieurs études qui cependant ont peu abordé le système de commercialisation. C'est ainsi qu'une enquête ponctuelle réalisée à Kolda par Missohou et *al.* (2003) montre la forte contribution de l'aviculture traditionnelle aux revenus des ménages. Dans la zone périurbaine de Dakar, l'aviculture traditionnelle constitue une importante source de protéines d'origine animale pour les populations mais contribue peu à la formation des revenus (Traoré, 2005 ; Sèye, 2007). Les études de Ly et *al.* (1999) montrent que l'aviculture traditionnelle est une activité à très fortes potentialités et qu'une réduction des pertes pourrait contribuer à une amélioration de sa contribution à la fourniture de protéines et de revenus aux populations.

Le présent travail prolonge ces études en apportant des informations économiques sur la commercialisation du poulet du pays, notamment les coûts, les acteurs, les flux et l'organisation de la filière. Le travail consiste donc à analyser le marché et le système de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar, principal pôle de demande en produits alimentaires au Sénégal. De façon spécifique, il s'agit de caractériser les différents lieux de vente et les commerçants du poulet du pays, de décrire les pratiques d'approvisionnement et de faire une analyse de la rentabilité de l'activité de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar.

Ce travail comporte deux grandes parties. La première partie présente une revue de la littérature sur l'aviculture au Sénégal avec le cas particulier de l'aviculture traditionnelle. La deuxième partie présente d'une part les travaux de terrain, d'autre part les résultats et leur discussion et enfin les recommandations.

PREMIERE PARTIE

AVICULTURE AU SENEGAL : IMPORTANCE ET CONTRAINTES

Cette première partie est structurée en deux chapitres. Le premier chapitre fait un état des lieux sur l'élevage au Sénégal, en abordant essentiellement l'aviculture semi-industrielle et l'aviculture traditionnelle. Le deuxième chapitre fournit les éléments conceptuels devant servir à l'analyse du marché et du système de commercialisation du poulet du pays dans la ville de Dakar.

Chapitre 1 : Elevage et aviculture moderne au Sénégal

Ce chapitre présente la place de l'élevage, en général et de l'aviculture semi-industrielle, en particulier, dans l'économie nationale du Sénégal.

1.1 – Contribution de l'élevage à l'économie nationale

La population pastorale du Sénégal est estimée à plus de 3 millions d'individus. Avec 350 000 familles actives dans le secteur, l'élevage joue un rôle important dans le développement économique et social du pays (Sénégal, 1999). En effet, l'élevage représente environ 4% du PIB (Produit Intérieur Brut) national et en moyenne 28 % de la valeur ajoutée (VA) du secteur primaire (Sénégal, 2009). Cette contribution est pour la plupart assurée par les bovins, les ovins, le lait brut et la volaille traditionnelle (Sénégal, 2009). Cependant, malgré la croissance remarquable au niveau de la filière avicole moderne suite à l'embargo sanitaire, la contribution globale de l'élevage à l'économie nationale est restée relativement stable de 2005 à 2008 (Tableau I) alors que la croissance démographique se renforce à un taux annuel moyen de 2,7%.

Tableau I : contribution de l'élevage au PIB national et à la Valeur Ajoutée du secteur primaire

Année	Part dans le PIB National	contribution à la valeur ajoutée du secteur primaire
2008	3,9%	26,53%
2007	4%	31%
2006	4%	28,57%
2005	3,9%	25%

Source : ANSD (2009)

L'évaluation de la contribution de l'élevage, en plus de la production alimentaire directe (viande, lait, œufs, miel, etc.), inclut les cuirs et peaux, les fibres, le fumier (engrais ou combustible), la traction animale ainsi que l'accumulation des capitaux. Au Sénégal, les animaux sont étroitement associés au tissu social et au bien-être des sociétés rurales et servent de réserves stratégiques. En effet, le cheptel assure une fonction d'épargne et intervient dans la gestion de la sécurité alimentaire des familles rurales en permettant l'achat de céréales en période de soudure (Sénégal, 1997). Ces multiples fonctions sociales déterminent, en grande partie, la logique de gestion des troupeaux. La mise sur le marché d'animaux dépend plus souvent des besoins des éleveurs (trésorerie domestique, santé, alimentation, devoirs

religieux, etc.), que d'une stratégie commerciale planifiée. Ces déstockages déterminés par les besoins domestiques des éleveurs sont, avec la réforme des vaches laitières, des facteurs importants de la production de viande au Sénégal (Soned, 1988; Ly, 1999). Le tableau II donne l'évolution par an des effectifs du cheptel national en milliers de têtes de 2002 à 2009.

Tableau II : évolution annuelle des effectifs du cheptel national de 2002 à 2009 (en milliers de têtes)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009(p)
Bovins	2 997	3 018	3 039	3 091	3 137	3 163	3 210	3 255
Ovins	4 540	4 614	4 739	4 863	4 996	5 109	5 251	5 388
Caprins	3 900	3 969	4 025	4 144	4 263	4 353	4 477	4 598
Camelins	4,0	4,0	4,00	4,1	4,1	4,6	4,7	5
Porcins	291	303	300	309	318	319	327	337
Equins	496	500	504	514	518	518	524	529
Asins	400	400	412	413	415	438	442	445
Volaille traditionnelle	20 207	20 549	20 960	21 527	22 078	22 141	21 889	22 545
Volaille industrielle	5 174	5 100	5 285	6135	7533	12 787	13 633	17 723

p = estimation

Source : DIREL (2010).

1.2 – Marché de la volaille industrielle locale au Sénégal

Le marché de la volaille industrielle locale a connu beaucoup d'évènements dont la majeure partie a été en défaveur de son développement. Ainsi, l'aviculture moderne au Sénégal, a longtemps subi la concurrence des cuisses de poulets congelées importées et vendues à des prix de dumping sur le marché local. En 2000, l'application de la TEC (Tarif Extérieur Commun) a eu comme effet de renforcer la concurrence de la volaille industrielle locale par les produits importés. Mais, depuis 2005, l'embargo sanitaire a permis la relance de l'aviculture moderne au Sénégal dont les effectifs ne cessent de croître. Toutefois, la valorisation de la volaille industrielle locale sur le marché reste encore un réel problème.

1.2.1 – Impacts des importations de cuisses de poulets congelées sur l'aviculture moderne

La filière avicole sénégalaise était devenue une filière intégrée, de l'élevage de reproducteurs à l'abattage, avec une autosuffisance en oeufs de consommation, une croissance de 21% pour la sous-filière « poulet de chair » et de 40% pour la sous-filière « œuf de table », entre 1999 et 2001. Avec l'entrée en vigueur du TEC en 2000, les droits de douane sur les importations de cuisses de poulet sont passés d'environ 60% à 20%. Cela a eu comme conséquence de renforcer les importations de cuisses de poulet, au détriment du développement de la filière locale (Horman, 2004).

Cependant, cette importation massive a eu un impact important en termes d'organisation de la filière et a abouti à l'émergence entre 2000 à 2005 de la

Fédération nationale des acteurs de la filière avicole (FAFA) et de l'Union nationale des acteurs de la filière avicole (UNAFa). L'importation des cuisses de poulet congelées a également eu pour effets l'augmentation du niveau de segmentation des marchés et la modification progressive des habitudes alimentaires. La production de poulets de chair pourrait ainsi bénéficier d'une professionnalisation des producteurs et d'une meilleure organisation de la commercialisation (Duteurtre et al., 2005).

1.2.2 – Conséquences de l'embargo sanitaire sur le développement de l'aviculture moderne

Depuis le 24 novembre 2005, le Sénégal interdisait toute importation de cuisses de poulet congelées, d'œufs frais destinés à la consommation et de matériels avicoles usagés. Cette mesure, prise en raison du principe de précaution contre toute apparition de la grippe aviaire, a permis la relance de l'aviculture moderne locale dont les effectifs ne cessent de croître depuis 2005 (Tableau III).

Tableau III : évolution des effectifs de volailles industrielles de 2002 à 2009 (en milliers de têtes)

Année	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 (p)
Effectifs	5 174	5 100	5 285	6135	7533	12 787	13 633	17 723

p = prévisions

Sources : DIREL (2010)

Les conséquences de la suspension des importations de viandes de volailles ont pu profiter, en partie, aux importations de viandes bovines et d'abats qui se sont accrus sensiblement en 2006. La volaille est restée néanmoins la viande la moins chère sur le marché devant les autres types de viande et le poisson. Nombreux sont les particuliers et propriétaires terriens désireux d'investir. De même, de réelles opportunités existent au plan de la transformation et de la valorisation de la viande et de la fabrication d'aliments.

Toutefois, les acteurs de la filière affichent une certaine prudence et hésitent à trop investir. En effet, beaucoup considèrent que la mesure actuelle de suspension des importations de viandes de volailles ne saurait durer sous sa forme actuelle, soit au seul motif de l'épizootie de grippe aviaire, et pourrait être reconsidérée à terme. Cela en raison de la politique de libre échange telle que définie dans les accords de partenariat économique (APE).

1.2.3 – Valorisation insuffisante de la volaille industrielle locale sur le marché

Le poulet de chair est essentiellement vendu entier. Le manque d'infrastructures d'abattage et de découpe explique en partie cette situation. Il n'existe, jusqu'à présent, au Sénégal, exception faite de quelques initiatives privées modestes, aucune infrastructure d'abattage de volailles, ce qui constitue un réel frein au développement de la filière locale. L'abattage demeure un réel problème. Pourtant un marché potentiel existe. De nombreux éleveurs parmi les structures industrielles en place dans le pays, sont à la

recherche d'une meilleure valorisation de leur production afin de sécuriser l'écoulement des produits sur les marchés. Ces éleveurs s'interrogent sur l'opportunité de développer, en aval, une activité complémentaire d'abattage, de découpe et de conditionnement. Quelques unités industrielles d'abattage pourraient voir le jour à court ou moyen terme. Le Programme de développement des marchés agricoles (PDMAS), projet financé par la Banque mondiale et la Coopération canadienne, envisageait déjà, dans son volet élevage, la création, à titre démonstratif, d'un abattoir de volailles dans le courant de l'année 2008, ce qui n'a pas eu lieu (UBIFRANCE, 2008).

Chapitre 2 : Aviculture traditionnelle au Sénégal et éléments d'analyse des systèmes de commercialisation

Ce chapitre va dans un premier temps faire état des lieux sur l'aviculture traditionnelle au Sénégal en abordant son importance et ses contraintes. Il va par la suite aborder les éléments d'analyse des systèmes de commercialisation.

2.1- Aviculture traditionnelle: Importance et contraintes

L'aviculture traditionnelle est pratiquée presque partout au Sénégal et principalement par les femmes et les enfants. Avant l'interdiction des importations de cuisses de poulets congelées, l'aviculture traditionnelle en 2004 représentait près de 80% du cheptel avicole national. Depuis l'interdiction des importations, on note une baisse relative de la part de l'aviculture traditionnelle dans le cheptel avicole national, une baisse non liée à une quelconque baisse de production. En effet, l'application de l'embargo sanitaire a depuis lors permis le développement de l'aviculture moderne l'amenant à occuper la part la plus importante des productions avicoles nationales. Ainsi, le cheptel de la volaille traditionnelle au Sénégal s'estime à 22,545 millions de têtes en 2009 contre 17,723 millions de têtes de volaille industrielle, soit environ 56 % du cheptel avicole national en 2009 (Sénégal, 2010).

2.1.1 - Importance de l'aviculture traditionnelle

L'aviculture traditionnelle présente une très grande importance, notamment sur le plan socioculturel, nutritionnel, socioéconomique et dans la lutte contre la pauvreté, notamment en milieu rural.

2.1.1.1 - Importance socioculturelle

Le poulet occupe une place importante dans les sociétés africaines. Selon la forme et la couleur du plumage, un sujet peut être destiné au sacrifice, à l'offrande ou à être abattu pour la réception d'un hôte. Ainsi en milieu peul du « Fouladou » (en Haute Casamance), le sacrifice d'un coq de couleur blanche symbolise l'amitié, la sincérité et la considération vis-à-vis de son hôte. Cependant il faut éviter que le coq à abattre ait des plumes hirsutes, car cela empêcherait le retour prochain de l'invité. En pays mandingue, le premier repas que la femme prend après l'accouchement est à base de poulet (Savane, 1996).

2.1.1.2 - Importance nutritionnelle

Dans les pays africains où l'alimentation humaine est un problème préoccupant tant au niveau de la quantité que de la qualité, l'aviculture rurale reste une alternative pour réduire le déficit protéino-calorique (Buldgen *et al.*, 1992). En effet, les produits de l'aviculture rurale sont plus facilement mobilisables, comparativement à ceux des ruminants ou des porcs qui parfois même, dans certaines contrées, peuvent faire l'objet d'interdits religieux ou coutumiers. L'aviculture peut ainsi permettre dans une certaine mesure de prévenir les maladies d'origine nutritionnelle (Bres *et al.* 1991).

Au Sénégal, malgré leur petite taille, les exploitations avicoles familiales rurales contribuent substantiellement à la production de viande. La consommation apparente de la viande est passée de 20 kg per capita par an en 1960 à 13,2 kg par an en 2007 (Sénégal, 2008). L'objectif à l'horizon 2020 est de reporter le niveau actuel de la consommation à 20 kg per capita. D'après les statistiques de l'élevage, l'aviculture prise globalement contribuait à 27 % de la production nationale en produits carnés en 2005. L'aviculture traditionnelle à elle seule contribuait à hauteur de 16 % dans cette production nationale en produits carnés (Sénégal, 1992 à 2005). La part du poulet de race locale dans la production nationale en viandes avicoles était ainsi chiffrée à 61,26% en 2005 (Sénégal, 1992 à 2005). L'aviculture traditionnelle peut donc jouer un rôle déterminant dans le renforcement de la sécurité alimentaire. De plus, la viande et les œufs issus de l'aviculture traditionnelle sont, du fait de leur qualité organoleptique, très appréciés des consommateurs qui les payent plus chers (Guèye, 1998).

2.1.1.3 - Importance socio-économique

L'aviculture familiale est une activité financièrement rentable malgré sa faible productivité. La vente des poulets et des œufs est presque un profit net du moment où l'utilisation d'intrants dans cette activité est faible. L'aviculture traditionnelle constitue ainsi un moyen d'accumulation de capital et le poulet est souvent employé dans le système de troc dans les sociétés où il n'y a pas beaucoup de circulation monétaire (Guèye, 2003). Les revenus générés par la vente sont distribués de manière directe ou indirecte pour le bien-être de tous les membres du ménage. De plus, la viande du poulet de race locale est la plus chère parmi les principaux types de viandes commercialisées dans la ville de Dakar (Sénégal, 2007). Le tableau IV donne les prix moyens mensuels en FCFA par kg de différents produits d'origine animale. Il s'agit de moyennes mensuelles sur 5 marchés de la région dakaroise servant de référence à l'ANSD pour le calcul de l'indice des prix (Tilène, Sandaga, Pikine, Grand Dakar et Gueule Tapée).

Tableau IV : prix moyens mensuels en FCFA / kg des différents produits d'origine animale

Mois / Produits	Jan.	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juill.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Moy.
Poulet du pays	3732	3640	3663	3454	3679	3848	3688	3848	4074	3750	4074	4299	3812
Poulet de chair plumé et vidé	1711	1826	1760	1975	1766	1928	2478	1928	1885	1806	1885	1926	1906
Viande fraîche de mouton	2178	2135	2160	2023	2157	2165	2200	2165	2372	2137	2372	2333	2200
Œuf de poule	62	61	75	75	75	62	75	75	75	70	70	75	71
Bœuf sans os et sans abats	1975	1979	1990	1951	1981	2011	1976	2011	2287	1977	2287	2205	2053
Bœuf avec os et abats	1820	1793	1800	1800	1804	1813	1803	1813	2126	1709	2126	2031	1870

Source : DIREL (statistiques d'élevage en 2007)

L'importance socio-économique de l'aviculture rurale réside également dans la promotion de la femme rurale. En effet, dans la plupart des ménages ruraux, les femmes jouent un rôle fondamental dans la gestion de l'élevage avicole. Cependant, les décisions concernant l'exploitation et la commercialisation de ces volailles reviennent le plus souvent aux hommes, notamment lorsque les effectifs deviennent importants (Guèye, 2000). L'amélioration des revenus des femmes dans le milieu rural pourrait donc passer par l'appui au développement de leurs activités avicoles.

Cependant, le faible niveau des investissements dans ce secteur et le manque de compléments alimentaires dont les volailles ont besoin ainsi que de nombreuses autres contraintes limitent cette contribution dans beaucoup de pays de l'Afrique subsaharienne.

2.1.2 - Contraintes de l'aviculture traditionnelle

L'aviculture traditionnelle connaît des contraintes d'ordre génétique, alimentaire, économique et sanitaire.

2.1.2.1 - Contraintes génétiques

La race locale dominante en aviculture traditionnelle, regroupe des animaux rustiques et bien adaptés à des conditions environnementales difficiles. Cependant, il s'agit d'une race à très faible productivité. En effet, le poids adulte, soit à 1 an et au-delà, est de 1,8 kg chez les mâles et de 1,35 kg chez les femelles (Buldgen et *al.*, 1992). L'âge à l'entrée en ponte est de 25 semaines et le nombre d'œufs par couvée est de 8 à 9 pour une production annuelle de 40 œufs (Sall, 1990; Buldgen et *al.*, 1992 ; Missohou et *al.*, 2002). Tout cela participe à limiter la contribution de l'aviculture traditionnelle au renforcement de la sécurité alimentaire et à la lutte contre la pauvreté.

2.1.2.2 - Contraintes alimentaires

L'alimentation des volailles est essentiellement constituée d'aliments résiduels picorables disponibles au niveau de la concession (Sonaiya et *al.*, 2004). Constituée de la verdure, d'insectes, de grains ou de son de céréales picorés autour des aires de battage ou servis en quelques poignées, l'alimentation de la volaille locale est insuffisante en quantité et en qualité (surtout sa teneur en protéines) particulièrement pendant la saison sèche (Goromela et *al.*, 2006).

2.1.2.3 - Contraintes sanitaires

L'aviculture traditionnelle connaît une morbidité et une mortalité élevées surtout chez les poussins. L'affection la plus meurtrière est la maladie de Newcastle. Cette maladie qui sévit généralement au mois de juin au Sénégal (Guèye, 1998) sous forme épizootique peut décimer jusqu'à 80% du cheptel (Ly et *al.*, 1999). La vaccination contre cette maladie réduit le taux de mortalité des adultes sans pourtant l'empêcher sans doute du fait de l'inadéquation des programmes de vaccination et d'une méconnaissance de la cinétique des anticorps.

Les poussins en aviculture traditionnelle sont particulièrement vulnérables avec une mortalité de 43 à 63% (Missohou et *al.*, 2002). Les causes d'une telle vulnérabilité seraient infectieuses (maladies de Newcastle, pullorose) (Bonfoh, 1997) et non infectieuses par inadéquation du matériel d'élevage ou par prédation (Rigaut, 1989). Une solution au problème de vulnérabilité des poussins, en partie mise en œuvre par les éleveurs eux-mêmes (Aklobessi et *al.*, 1992) et suggérée par Farrell (2000) et Talaki (2000), est de les élever en claustration jusqu'à ce qu'ils puissent atteindre l'âge où ils pourront être moins vulnérables. Selon Lwesya et *al.* (2004), l'élevage des poussins jusqu'à 1 mois d'âge dans une poussinière, permet d'améliorer leur survie et d'augmenter le nombre de couvées/poule/an.

2.1.2.4- Contraintes économiques et de commercialisation

La faible productivité en aviculture traditionnelle limite fortement sa contribution dans la génération des revenus. De plus, les problèmes de commercialisation sont également notables en aviculture traditionnelle et sont liés à l'enclavement des zones de production. Les éleveurs rencontrent des difficultés dans la vente des sujets. Les prix proposés par les intermédiaires qui collectent la volaille au niveau des villages sont très faibles par rapport aux prix dans les centres urbains. Dans la région de Kolda, les études de Dièye et *al.* (2010) rapportent des différentiels de prix de 978 FCFA chez le coq et 662 F CFA chez la poule entre les prix appliqués dans les villages auprès des producteurs et les prix appliqués dans les marchés urbains. Une analyse détaillée montre des différentiels de prix entre les villages et les marchés hebdomadaires de 451 FCFA pour le coq et de 164 FCFA pour la poule, et des différentiels de prix entre les marchés hebdomadaires et les marchés urbains de 527 FCFA pour le coq et 498 FCFA pour la poule (Dièye et *al.*, 2010). Le manque d'informations sur les marchés constitue aussi une contrainte non négligeable.

2.2 - Eléments d'analyse des systèmes de commercialisation

L'analyse du marché des biens et services et des différents types de marchés permet de collecter des informations qui peuvent mieux aider à comprendre le marché de poulet du pays dans la ville de Dakar et son système de commercialisation.

2.2.1 - Les marchés des biens et service

Le marché par définition est le lieu de rencontre entre l'offre et la demande d'un bien ou d'un service. Selon le mode de fonctionnement, on peut distinguer trois types de marchés dont les marchés organisés, les marchés autogérés et les marchés de gré à gré.

2.2.2 - Marchés organisés

Dans le marché organisé les prix sont déterminés en fonction des ordres entrés: on dit que "les prix suivent les ordres". Ce type de marché fonctionne

généralement en continu et toute l'information disponible est accessible simultanément par tous les participants : le marché est transparent.

Tous les acteurs n'ont pas accès à ce type de marché car seuls participent à la négociation les intermédiaires agréés, qui sont par exemple en France les "sociétés de Bourse" pour le marché des titres. Ces sociétés de Bourse jouent donc le rôle de courtiers pour les clients finaux. Il n'y a donc pas à proprement parler de négociation puisque les participants communiquent leurs ordres de façon anonyme.

2.2.3 – Marchés autogérés

Le marché autogéré est une forme de marché organisé qui naît de la volonté de l'ensemble des acteurs à protéger leur filière et mieux défendre leurs intérêts. La différence fondamentale avec les marchés organisés est liée au fait que tous les acteurs ont accès à ce type de marché. Un exemple intéressant de ce type de marché nous vient de l'innovation paysanne initiée par les éleveurs de Gogounou au nord du Bénin (SOS - FAIM, 2006). Ces éleveurs sont aujourd'hui structurés en l'Union Départementale des organisations professionnelles d'éleveurs de ruminants de Borgou et de l'Alibori (UDOPER). Une telle organisation a permis une amélioration du revenu des éleveurs tout en sauvegardant les intérêts des autres acteurs de la filière à travers la mise en place du système de marchés autogérés par les acteurs directement impliqués.

2.2.4 - Marchés de gré à gré

Sur un marché de gré à gré, l'interaction est bilatérale. Les participants font des offres de prix (cotations) et les ventes se font si un vendeur trouve un acheteur au prix proposé, on dit que "les ordres suivent les prix". Le marché est généralement segmenté avec deux grands segments : l'un qui s'établit entre les professionnels du marché et l'autre qui s'établit entre clients et professionnels du marché. Ainsi, dans la région de Kolda au Sénégal, Dièye et *al.* (2010) montrent une segmentation importante du marché traduisant une valorisation du poulet du pays et une amélioration de sa compétitivité.

Les marchés de gré à gré sont également les types de marché où les intermédiaires prédominent dans la commercialisation, ce qui est le cas avec la commercialisation du poulet du pays au Sénégal. Malgré le bouleversement important connu de nos jours par les marchés de gré à gré, avec la diffusion de plus en plus importante des systèmes de négociation électroniques, la commercialisation des produits ruraux reste dominée par ce type de marché. En effet, les intermédiaires existent dans la plupart des régions et correspondent le plus souvent à des groupes ethniques bien définis. Au Sénégal il s'agit majoritairement des hommes du groupe ethnique Wolof (Dièye et *al.*, 2010) de la région de Diourbel. Au Ghana il s'agit le plus souvent des hommes du groupe ethnique Frafra de la haute région orientale du Ghana (FAO, 2000). Au Nord du Bénin ils sont connus sous le nom de Dilaalī (SOS FAIM, 2006).

Il est donc intéressant de bien analyser le marché et le système de commercialisation du poulet du pays de même que les réseaux qui interviennent pour en déterminer les atouts et les faiblesses avant de planifier les interventions sur le marché. La deuxième partie de ce travail porte sur l'analyse du système de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar.

DEUXIEME PARTIE

ANALYSE DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION DU POULET DU PAYS DANS LE DEPARTEMENT DE DAKAR

Cette deuxième partie de l'étude va être consacrée aux travaux de terrain. Elle est structurée en deux chapitres. Le premier chapitre présente la méthode de recherche. Le deuxième présente les résultats obtenus, la discussion de ces résultats et la formulation des recommandations.

Chapitre 1 : Méthode de recherche

La technique d'échantillonnage va ici être présentée, la zone et la période d'étude, les différents types d'enquêtes menées ainsi que les techniques de traitement et d'analyse des données.

1.1– Echantillonnage et zone d'étude

Il s'agit de présenter la technique de l'échantillonnage et la zone où se sont déroulés les travaux de terrain de même que la période de l'étude.

1.1.1- Echantillonnage

L'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon de 34 commerçants répartis dans différents marchés et points de vente du département de Dakar. Le choix des marchés s'est fait de façon aléatoire et raisonné basé sur le principe d'enquêter au moins un marché dans chacun des 4 arrondissements que compte le département de Dakar. Le choix du nombre de commerçants s'est également fait de façon aléatoire. En effet, du fait de la réticence des enquêtés il était quasi impossible de définir le nombre à enquêter. De plus, l'enquêteur est souvent perçu par le commerçant comme étant un concurrent qui est à la quête des informations nécessaires pour son entrée dans le marché, surtout lorsque les questions portent sur les revenus générés par l'activité. Face à tout cela il n'était pas possible de réaliser un échantillonnage par quota. Ainsi, cette étude s'appuie sur un échantillonnage aléatoire avec un objectif d'enquêter le maximum de commerçants dans un marché ou point de vente donné.

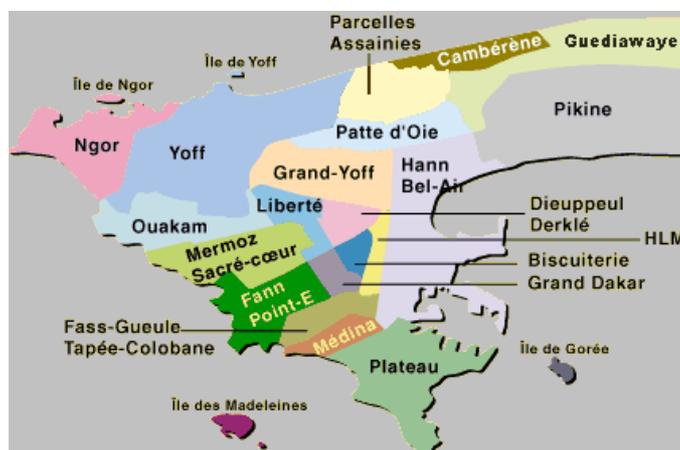
1.1.2 – Zone et période d'étude

L'étude s'est déroulée de septembre à novembre 2009 et a porté sur 13 marchés du département de Dakar dont 9 marchés officiels, 3 informels et 1 point de vente (Tableau V).

Le choix porté sur le département de Dakar se justifie par le fait que c'est le principal pôle de demande en produits alimentaires au Sénégal. En effet, comme dans toute économie, les activités de production agricole sont principalement tournées vers la satisfaction de la demande des grandes villes afin de capter une clientèle à pouvoir d'achat relativement élevé.

Tableau V : différents types de marchés et nombre de commerçants enquêtés

Type marché	Nom du marché	Localisation	Nombre commerçants enquêtés
Marchés officiels (9)	Marché Tilène	Médina	5
	Marché Fass	Fass	1
	Marché Castor	Castor	3
	Marché Grand Yoff	Grand Yoff	4
	Marché HLM	HLM	1
	Marché Gueule Tapée	Gueule Tapée	2
	Marché Nguelaw	Grand Dakar	2
	Marché Grand Dakar	Grand Dakar	1
	Marché Sandaga	Sandaga	1
Marchés informels (3)	Marchés Wakhnané	Colobane	3
	Marché Rocdiné	Rocdiné	5
	Marché Rondpoint ONU	Amitié	4
Point de vente (1)	Point de vente Sandaga	Sandaga	1
Total	13 marchés ou points de vente		34



Source : Bathy Dabo et Maguette Diack, 2007

Figure 1 : Carte de division administrative du département de Dakar

1.2- Différents types d'enquête

La méthode utilisée est la méthode classique de réalisation des enquêtes. Deux types d'enquêtes ont été menés. La première est une enquête exploratoire et la seconde une enquête transversale et par questionnaire.

1.2.1- Enquête exploratoire

L'enquête exploratoire comporte deux grandes parties : une partie consacrée aux recherches bibliographiques et une autre partie consacrée aux entretiens avec les personnes-ressources aux moyens des guides d'entretien. La revue bibliographique a consisté à la lecture et à la synthèse des informations déjà connues en aviculture notamment l'aviculture rurale, mais aussi des informations relatives au marché et à son mode de fonctionnement. Les entretiens ont consisté à entrer en contact avec les différents acteurs de la filière avicole notamment les commerçants, les restaurateurs et les structures publiques comme le CNA et la DIREL. Ainsi, 3 types de guides d'entretiens ont été élaborés dont un à l'endroit des commerçants, un administré aux restaurateurs et un pour les structures publiques. Les informations issues de

cette étape ont servi à la construction du questionnaire de l'enquête ponctuelle.

1.2.2- Enquête transversale ou ponctuelle

Il s'agit d'une enquête formelle et par questionnaire fondée sur les résultats de l'enquête exploratoire. Elle s'est faite selon un seul passage au moyen des fiches d'enquête.

1.2.2.1- Organisation du questionnaire

Sur la base de toutes les informations recueillies lors des entretiens et enquêtes préliminaires, un questionnaire comprenant 4 grandes sections a été élaboré. Ce questionnaire a été testé auprès de 5 commerçants avant d'être finalisé.

La première section du questionnaire est consacrée à l'identification du lieu de l'enquête et de l'enquêté. Trois types de marchés ont été recensés, à savoir, les marchés officiels, les marchés informels et les points de vente. Dans le cadre de cette étude, les marchés officiels correspondent aux lieux de vente situés au sein des marchés officiellement reconnus tels que le marché Tilène, le marché Castor, etc. Les marchés informels font référence aux lieux de vente situés hors des marchés officiellement reconnus et regroupant un nombre d'acteurs relativement élevé. Enfin, les points de vente renvoient aux lieux de vente situés hors des marchés officiellement reconnus et regroupant un nombre d'acteurs relativement restreint (en général un à trois commerçants).

La deuxième section du questionnaire porte sur les caractéristiques socioéconomiques des commerçants. La troisième section s'intéresse au ravitaillement en poulet du pays par les commerçants. La quatrième section enfin porte sur la vente de poulet. Pour cette dernière section le client 1, client 2, client 3 renvoient respectivement aux différentes catégories d'acheteurs par ordre de fréquence d'achat décroissant. De même client prix 1, client prix 2, client prix 3 correspondent aux différentes catégories d'acheteurs par ordre de pouvoir d'achat décroissant.

1.2.2.2- Recueil, traitement et analyse des données

Le recueil de données s'est fait à travers 13 marchés de la ville de Dakar et auprès de 34 commerçants du poulet du pays. Ce recueil a nécessité des ressources humaines dont un traducteur, mais aussi du matériel telles que les fiches d'enquête. Une séance d'enquête dure environ 30 à 45 minutes, mais d'avance cela nécessite de consacrer beaucoup de temps pour convaincre les commerçants.

Pour le traitement et l'analyse des données, une maquette de saisie a été réalisée sur le logiciel Epi Info afin de créer une base de données. Cette base de données a été par la suite exportée, d'abord sur le tableur Excel, puis d'Excel vers le logiciel SPSS où les analyses statistiques ont été effectuées.

Chapitre 2 : Résultats, discussions et recommandations

Dans ce chapitre sont présentés et discutés les résultats de l'analyse du système de commercialisation du poulet du pays dans la ville de Dakar. Des recommandations sont par la suite formulées sur la base de ces résultats.

2.1 - Présentation des résultats

Dans un premier temps, les caractéristiques socioéconomiques de l'échantillon vont être présentées. Par la suite seront présentés les résultats sur les pratiques d'achat, d'approvisionnement et de vente du poulet du pays. Les résultats sont présentés en tenant compte du nombre de réponses effectivement enregistrées.

2.1.1- Caractéristiques socioéconomiques de l'échantillon

L'ethnie, la ville ou la région d'origine, le sexe, l'âge, le statut matrimonial et le niveau d'instruction des commerçants vont être décrits. En effet, les caractéristiques socioéconomiques des commerçants peuvent déjà servir comme éléments préliminaires d'analyse du marché de poulet du pays dans le département de Dakar. La détermination de ces caractéristiques permet de connaître la nature des acteurs sur le marché. Aussi, les raisons de l'activité, l'ancienneté dans l'activité, l'importance accordée à l'activité et l'organisation sur le marché sont-elles autant de caractéristiques qui vont nous permettre de caractériser les commerçants du poulet du pays dans le département de Dakar.

2.1.1.1 – Structure de l'échantillon en fonction de l'ethnie, l'origine et le sexe de l'enquêté

Les commerçants de notre échantillon sont majoritairement de l'ethnie Wolof, soit 85,3% du total de commerçants enquêtés (Tableau VI). A côté de cette ethnie on note les groupes ethniques Serer, Maure et Mandingue qui sont très faiblement représentés. Cette commercialisation est également réalisée presque par les hommes car aucune femme commerçante n'a été rencontrée sur le marché.

Tableau VI : répartition des commerçants en fonction de leur ethnie

Ethnie	Effectifs	Pourcentage
Wolof	29	85,3
Serer	3	8,8
Maure	1	2,9
Sossé	1	2,9
TOTAL	34	100

Les commerçants sont pour l'essentiel, originaires de la région de Louga, soit 67,6% du total des commerçants enquêtés (Tableau VII). Ensuite viennent les régions de Diourbel, puis de Fatick et de Thiès. Les régions de Dakar et de Ziguinchor sont très peu représentées.

Tableau VII : répartition des commerçants en fonction de leur région d'origine

Origine	Effectifs	Pourcentage
Louga	23	67,6
Diourbel	5	14,7
Fatick	2	5,9
Dakar	1	2,9
Thiès	2	5,9
Casamance	1	2,9
TOTAL	34	100

2.1.1.2 – Age et statut matrimonial

L'âge moyen des commerçants de notre échantillon est de 47 ans. L'âge minimum rencontré est de 22 ans, contre un maximum de 72 ans. Pour ce qui est du statut matrimonial, les commerçants de notre échantillon sont pour la plupart mariés, soit un pourcentage de 88,2%, contre 11,8% de célibataires.

2.1.1.3 – Niveau d'instruction

La commercialisation du poulet du pays est en général réalisée par des individus non instruits, soit 90,6%. Seulement 3,1% ont atteint le niveau d'études primaires et 6,3% le niveau secondaire (Tableau VIII).

Tableau VIII : répartition des commerçants en fonction du niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Effectifs	Pourcentage
Non instruit	29	90,6
Niveau primaire	1	3,1
Niveau secondaire	2	6,3
TOTAL	32	100

2.1.1.4 – Raisons d'entrée et ancienneté dans l'activité

La commercialisation du poulet du pays est avant tout un moyen de lutter contre la pauvreté, affirment 64,7% des commerçants enquêtés (Tableau IX). Une proportion de 26,5% de commerçants ont hérité le métier de leurs parents. Enfin, 8,8% de commerçants exercent l'activité juste par passion, en général comme activité secondaire.

Tableau IX : les principales raisons d'entrée dans l'activité

Motivations	Effectifs	Pourcentage
Un moyen de survie	22	64,7
Hérité d'un parent	9	26,5
Juste par passion	3	8,8
TOTAL	34	100

L'échantillon montre que, dans la moyenne, les commerçants du poulet du pays dans la ville de Dakar sont dans l'activité depuis 23 ans. Les moins anciens sont dans l'activité depuis 2 ans tandis que les plus anciens y sont depuis 50 ans.

2.1.1.5 – Importance accordée à l'activité et gestion de la commercialisation

L'échantillon montre que pour la plupart des enquêtés, soit 94,1%, la commercialisation du poulet du pays est une activité principale ; contre 5,9% seulement qui l'exerce comme activité secondaire. Pour la gestion de la commercialisation, la plupart des commerçants du poulet du pays, soit 88,2%, exercent l'activité pour leur propre compte. Un petit nombre, soit 8,8%, exercent l'activité en association. Enfin, 2,9% exercent au compte d'autrui.

2.1.1.6 – Assistance dans l'activité

Pour l'assistance dans la commercialisation du poulet du pays, 48,5% des commerçants exercent l'activité sans aucune assistance, alors que 51,5% sont assistés dans leur activité. Quant à la nature de cette assistance, il s'agit pour la plupart de temps de la main d'oeuvre familiale avec un pourcentage de 81,3%, mais aussi parfois de la main d'oeuvre salariée (18,8%).

2.1.1.7– Organisation sur le marché

L'essentiel des commerçants enquêtés (85,3%) ont déclaré ne pas être organisés sur le marché, contre seulement 14,7% qui affirment être regroupés en association ou coopérative. De même, 61,8% des commerçants ne font aucune cotisation, tandis que 20,6% font des cotisations régulières et 17,6% des cotisations occasionnelles. Les cotisations régulières sont généralement journalières ou mensuelles et représentent 77,8% du total des cotisations, contre 22,2% de cotisations occasionnelles. Le montant par cotisation tourne autour de 1000 à 2000 FCFA. Les poulets du pays sur le marché de la commercialisation sont soit contenus dans des poulaillers construits au sein du marché, pour ne sortir qu'au moment de la vente, soit exposés en plein air sur le sol (Photos 1).



Source : Téno, 2010

Figure 2 : Disposition des poulets du pays sur le marché de la commercialisation

2.1.2 – Pratiques d'achat et d'approvisionnement en poulet du pays

Dans cette section, il s'agit de ressortir les différents circuits d'approvisionnement du département de Dakar en poulet du pays, les fréquences d'achat, les effectifs généralement achetés, les moyens de transport utilisés, les prix appliqués à l'achat, les modes de paiement à l'achat et au transport ainsi que les mortalités au cours du convoi.

2.1.2.1 – Lieux et fréquence d’achat du poulet du pays

Les principaux lieux de ravitaillement du département de Dakar en poulet du pays sont par ordre d’importance la région de Louga (32,4%) et la région de Thiès (17,6%) (Tableau X). Ensuite, viennent la région de Kaolack (11,8%), les zones périphériques de Dakar (11,8%) et la région de Diourbel (11,7%). Le reste des ravitaillements, soit 14,7% correspondent à des ravitaillements dans la ville de Dakar tels que les ravitaillements auprès des grossistes.

Tableau X: répartition des commerçants selon le lieu de ravitaillement en poulet du pays

LIEUX	Commerçants (%)
Région de Louga	32
Région de Thiès	17,6
Région de Kaolack	11,8
Périphérie de Dakar	11,8
Région de Diourbel	11,7
Sur place auprès des grossistes	14,7

Pour la fréquence, 52,9% des ravitaillements se font une fois par semaine, 44,1% de 2 à 3 fois par semaine et 2,9% tous les jours (Tableau XI).

Tableau XI : fréquences de ravitaillement en poulet du pays

Fréquences	Pourcentage
Tous les jours	2,9
Deux à trois fois par semaine	44,1
Une fois par semaine	52,9

2.1.2.2 – Moyen et coût de transport

Les moyens de transport utilisés par les commerçants pour se ravitailler en poulet du pays sont les moyens de transport commun. Parmi ces moyens de transport commun, le moyen le plus utilisé est le car « Ndiaga Ndiaye » (Tableau XII). D’autres moyens utilisés sont le bus et le taxi commun. Cependant, certains commerçants se ravitaillent sur place auprès des grossistes.

Tableau XII : différents moyens de transport utilisés pour le ravitaillement

Moyen de transport	Pourcentage
Car Ndiaga Ndiaye	64,3
Bus	3,6
Taxi commun	7,1
Car « Ndianga ndiaye » et bus	17,9
Aucun moyen de transport utilisé	7,1

S’agissant du coût du transport, les commerçants allouent en moyenne 6210 FCFA pour le transport. La somme maximale accordée au transport est de 40 000 FCFA. Les ravitaillements sur place ne nécessitent pas de coût de transport.

2.1.2.3 – Effectif de poulet du pays généralement acheté et prix unitaire

Les commerçants du poulet du pays achètent en moyenne 110 poulets par ravitaillement. L'effectif minimal acheté par ravitaillement est de 10 poulets contre un maximum de 275 poulets.

Pour le prix par unité à l'achat du poulet du pays, le prix moyen enregistré est de 2140 FCFA. Le prix minimum à l'achat est de 1250 FCFA, contre un maximum de 2800 FCFA.

2.1.2.4 – Modalités d'achat et de règlement du transport

L'achat du poulet du pays se fait beaucoup plus au comptant. Mais l'achat à crédit survient de temps en temps. Le règlement du transport par contre ne se fait pratiquement qu'au comptant (Tableau XIII).

Tableau XIII : différentes modalités d'achat et de règlement du transport

Modes de règlement à l'achat et au transport		Effectifs	Pourcentage
Règlement achat	Au comptant	22	64,7
	A crédit	3	8,8
	Au comptant et à crédit	9	26,5
TOTAL		34	100
Règlement transport	Au comptant	26	92,9
	A crédit	0	0
	Au comptant et à crédit	2	7,1
TOTAL		28	100

2.1.2.5 – Taux de mortalité au cours du transport

Le nombre moyen de mortalités au cours du voyage est estimé à de 6 poulets. Sachant que les commerçants achètent en moyenne 110 poulets par convoi, on obtient le pourcentage de mortalité par convoi qui est de 5,45 %.

2.1.3 – Pratiques de vente du poulet du pays

Cette section est consacrée dans un premier temps au recensement des clients potentiels suivant leur fréquence d'achat et leur aptitude à acheter plus cher le poulet du pays. Elle va par la suite recenser les critères recherchés par ces derniers à l'achat, les différents prix appliqués par les commerçants à la vente au détail et en gros, les modalités de vente, le nombre moyen de poulets vendus par jour et le gain du commerçant par unité de poulet vendu. Enfin, elle va consister à évaluer les dépenses directes liées à l'activité, les dépenses hors activités et les autres types d'animaux commercialisés.

2.1.3.1 – Différentes catégories de clients

Les commerçants de poulet du pays témoignent à 72,7% que leurs premiers clients sont les ménages (Tableau XIV). Beaucoup de commerçants, soit 66,7%, ont classé les sacrificateurs (ceux qui achètent le poulet du pays pour les sacrifices) comme étant leurs deuxièmes clients de poulet du pays. Enfin, les commerçants ont affirmé à 81,5% que les restaurateurs sont leurs troisièmes clients de poulet du pays.

Tableau XIV : répartition des commerçants suivant leurs catégories de clients

Type client	Client 1 (%)	Client 2 (%)	Client 3 (%)
ménages	72,7	27,3	0
restaurateurs	9,1	6,1	81,5
sacrificateurs	18,2	66,7	18,5
TOTAL	100	100	100

Suivant l'aptitude à acheter plus cher le poulet du pays, l'échantillon atteste à 80,8% que ce sont les sacrificateurs qui achètent plus cher le poulet du pays (prix 1) (Tableau XV). Ensuite, viennent les ménages qui sont classés à 77% (prix 2). Enfin, on a les restaurateurs qui sont classés à 95,5% comme les moins disposés à acheter plus cher le poulet du pays (prix 3).

Tableau XV : disposition des clients à acheter plus cher le poulet du pays

Type client	Client prix 1 (%)	Client prix 2 (%)	Client prix3 (%)
ménages	19,2	77	4,5
restaurateurs	0	3,8	95,5
sacrificateurs	80,8	19,2	0
TOTAL	100	100	100

2.1.3.2 – Critères recherchés par les clients

Le poids est pour l'ensemble des commerçants le critère de choix du poulet du pays par les ménages et les restaurateurs. Par contre, pour le poulet du pays destinés aux sacrifices, 93,9% des commerçants affirment que la couleur et le sexe sont les principaux critères de choix. Pour la couleur il s'agit le plus souvent des poulets à plumage bicolore ou tricolore généralement connus sous le nom de « guinar pétao » en Wolof, ou alors des poulets à plumage unique blanc ou rouge. Pour le sexe c'est le coq qui est le plus demandé.

2.1.3.3 – Autres animaux commercialisés

La plupart des commerçants du poulet du pays, soit 93,5%, sont aussi commerçants d'autres animaux. Il s'agit le plus souvent des animaux de la basse cour tels que les pintades, les pigeons, les dindes, les canards, les perroquets, les lapins, etc. (Photos 2) mais aussi des animaux de ferme dont les poulets de chair et les poulets de réforme.



Source : Téno (2010)

Figure 3 : Autres animaux vendus par les commerçants (pintades, canards, pigeons, etc.)

2.1.3.4 – Gestion technico-économique de la vente

Le nombre moyen de poulets vendus par jour est de 29 poulets. Le minimum de vente par jour se situe à 5 poulets et le maximum à 125 poulets. Pour le prix de vente au détail, le prix moyen enregistré par unité de poulet vendu est de 2960 FCFA avec un prix minimum de 2300 FCFA contre un maximum 2700 FCFA. Pour la vente en gros (aux revendeurs), le prix moyen appliqué est de 2515 FCFA. Le prix unitaire des plus gros poulets du pays (gros coq) est en moyenne de 4020 FCFA et peut même aller jusqu'à 6000 FCFA. Pour le mode de vente, il faut noter que la plupart de temps les ventes se font au comptant et à crédit, affirment 88,2% des commerçants. Seulement 11,8% de commerçants déclarent vendre leurs poulets uniquement au comptant.

2.1.3.5 – Dépenses directes et dépenses hors activités

L'évaluation des dépenses directes liées à la commercialisation du poulet du pays va se fonder sur des hypothèses formulées à partir des résultats obtenus :

- le nombre moyen de poulets vendus par jour est de 29 ;
- la fréquence de ravitaillement moyenne est de 2 fois par semaine ;
- le nombre moyen de mortalité par convoi est de 6 poulets ;
- toutes les ventes se font au détail.

A partir de la fréquence de ravitaillement de 2 fois par semaine, on obtient les dépenses moyennes mensuelles de 49680 FCFA qui représentent les frais de convoyage.

A côté des frais de convoi, existent d'autres frais liés à l'activité que sont les frais de gardiennage, de location de l'emplacement, d'alimentation et d'abreuvement des animaux, de municipalité, de transport et nutrition du personnel qui sont en moyenne de 122110 FCFA par mois. On a aussi les pertes liées aux mortalités lors du convoi qui sont estimés à 102720 FCFA par mois. Cela conduit à estimer l'ensemble des dépenses directes liées à l'activité au montant de 171790 FCFA par mois (Tableau XVI). Pour les dépenses hors activités, elles sont estimées à 96315 FCFA par mois.

Tableau XVI : charges liées à l'activité et charges hors activités

Type de dépenses	Coût moyen mensuel en FCFA
Frais de ravitaillement	49 680
Autre frais liés à l'activité	122 110
Pertes dues aux mortalités lors du convoyage	102 720
Total dépenses directes liées à l'activité	274 510
Dépenses hors activités	96 315

2.1.3.6 – Analyse de la rentabilité

D'après les résultats, en considérant que toutes les ventes se font au détail, on arrive à estimer le gain brut moyen par poulet vendu comme étant la différence entre le prix unitaire moyen de la vente au détail (2960 FCFA) et le prix unitaire moyen à l'achat (2140 FCFA), ce qui donne 820 FCFA. On peut

ainsi évaluer le gain net par poulet vendu (505 FCFA) (Tableau XVII). Cela permet aussi d'estimer ce qu'un commerçant de poulet du pays pourrait gagner en moyen par mois connaissant que le nombre moyen de poulet vendu par jour est de 29 et que le mois commercial compte 30 jours, soit $505 \times 29 \times 30 = 439\,350$ FCFA.

Tableau XVII : gain par unité de poulet du pays commercialisé

Avantages et coûts	Valeurs en FCFA
Gain brut par unité de poulet vendu	820
Coût par unité de poulet commercialisé	315
Gain net par unité de poulet vendu	505

2.2 – Discussions

Certains résultats de l'étude vont être discutés à l'instar des caractéristiques socioéconomiques de l'échantillon, la caractérisation des commerçants du poulet du pays, les pratiques de la vente et la rentabilité liée à la commercialisation du poulet du pays.

2.2.1 - Caractéristiques socioéconomiques de l'échantillon et caractérisation des commerçants du poulet du pays

L'échantillon montre que les commerçants du poulet du pays dans le département de Dakar sont majoritairement les hommes du groupe ethnique Wolof. Ces résultats confirment ceux obtenus dans la région de Kolda par les travaux de Dièye et *al.* (2010) où les intermédiaires dans la commercialisation du poulet du pays étaient en majorité les hommes de l'ethnie Wolof connus aussi sous le nom de Dioula. Ceci confirme également le mode de fonctionnement des marchés de gré à gré où les intermédiaires entre les producteurs et les autres commerçants appartiennent généralement à des groupes ethniques bien définis (SOS FAIM, 2006 ; FAO, 2000). La commercialisation du poulet du pays est une activité où on retrouve très peu de jeunes, la plus part de temps il s'agit des personnes âgées, car même si l'âge moyen est de 47 ans on y trouve beaucoup d'individus qui se situent au-delà de cette moyenne et atteignant même les 72 ans. Cette prédominance des personnes âgées sur le marché s'explique aussi par le niveau très élevé de commerçants non instruits révélé par notre échantillon (90,6%). D'après le témoignage de certains commerçants, la commercialisation du poulet du pays est une activité très complexe en raison du marchandage sur les prix à l'achat et à la vente, ce qui explique l'absence des femmes dans l'activité. Par contre ces femmes sont les plus impliquées dans la production. La plupart des commerçants du poulet du pays (88,2%) sont mariés, ce qui implique une charge familiale. D'où l'importance de l'aviculture traditionnelle comme source de revenu et moyen de lutte contre la pauvreté. Ce résultat est confirmé par ceux obtenus par les travaux de Missouhou et *al.* (2003) dans la région de Kolda montrant une forte contribution de l'aviculture traditionnelle aux revenus des ménages. Nos résultats montrent également que la commercialisation du poulet du pays est au départ pour beaucoup de commerçants (64,7%) un

moyen de lutte contre le chômage et la pauvreté. Il n'existe pratiquement pas d'organisation sur le marché du poulet du pays. Cela se traduit par la quasi absence de cotisations ou tontines par les commerçants, ce qui aurait été bénéfique dans l'accroissement réciproque de leur chiffre d'affaire et le renforcement de leur activité. Les rares cotisations qui sont souvent réalisées vont beaucoup plus dans le sens d'aider un collègue en situation de malheur ou devant organiser une cérémonie joyeuse, mais très peu dans le sens de la relance et du renforcement de leur activité.

2.2.2 – Commercialisation du poulet du pays

La vente du poulet du pays dans le département de Dakar a lieu essentiellement à l'état vivant. En effet, même si l'abattage a souvent lieu au marché, le poulet du pays se vend d'abord à l'état vivant. Ce résultat confirme celui obtenu par les travaux de Téo (2009) affirmant que dans la région de Dakar l'achat du poulet du pays par les ménages se fait essentiellement à l'état vivant. Bien que certains commerçants disposent sur place de moyens d'abattage afin de répondre aux exigences de certains clients, le prix d'abattage, en moyenne 75 à 100 FCFA, reste à la charge du client. Mais pour la plupart des commerçants, il n'existe pas de moyens d'abattage sur place et de ce fait le poulet est vendu et livré uniquement à l'état vivant.

La vente du poulet du pays dans la ville de Dakar se fait essentiellement par unité au prix moyen de 2960 FCFA. Pour un gros poulet du pays (gros coq), le prix peut aller jusqu'à 6000 FCFA l'unité. Il faut aussi noter que le poulet du pays est le type de viande le plus cher parmi les principales viandes commercialisées dans la ville de Dakar (Sénégal, 2007). Ces résultats sont proches de ceux de Guèye et *al.* (1998) pour lesquels la viande et les œufs issus de l'aviculture traditionnelle sont, du fait de leur qualité organoleptique, très appréciés des consommateurs qui les payent plus chers. Pour les clients, ce sont les sacrificateurs (ceux qui achètent pour les sacrifices) qui ont le pouvoir d'achat le plus élevé, ensuite viennent les ménages et enfin les restaurateurs. En effet, il n'existe souvent pas de discussions sur le prix du poulet destiné aux sacrifices. La toute première somme demandée par le commerçant correspond donc à ce que va payer le client. Pour les commerçants, leur plus faible pouvoir d'achat s'explique tout simplement par le fait qu'ils doivent aussi revendre le poulet afin de tirer leur profit. Pour les critères recherchés par les différents types de clients, le poids est le critère le plus recherché par les ménages et les restaurateurs tandis que la couleur et le sexe sont les critères recherchés dans le cadre des sacrifices, ce qui corroborent les résultats obtenus par Téo (2009). Quant à la disposition administrative du marché du poulet du pays, les résultats témoignent une absence de structuration car même les lieux de vente logés au sein des marchés officiels sont d'accès très difficile. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'initialement la construction du marché n'avait pas tenu en compte les commerçants du poulet du pays, et il a donc fallu que ces derniers se battent pour trouver un coin dans le marché où mener leur activité.

2.2.3 – Rentabilité liée au commerce du poulet du pays

Pour la rentabilité, les résultats montrent que la commercialisation du poulet du pays est une activité suffisamment rentable car un commerçant de poulet du pays pourrait gagner en moyenne 439 350 FCFA par mois, ce qui est très important comme gain. Les résultats ont également permis d'estimer un gain net moyen de 505 FCFA par unité de poulet du pays vendu par les commerçants de la ville de Dakar. Par rapport aux différents prix appliqués, on note un différentiel de prix de 820 FCFA par rapport aux prix appliqués en région dans les marchés hebdomadaires par les intermédiaires Dioula et les prix appliqués dans la ville de Dakar par les commerçants. Ces résultats corroborent ceux obtenus dans la région de Kolda par les études de Dièye et *al.* (2010) où des différentiels de 527 FCFA pour le coq et 498 FCFA pour la poule avaient été observés entre les prix proposés dans les marchés hebdomadaires par les « bana bana » et les prix appliqués dans les marchés urbains par les commerçants. Tout cela explique le faible gain que les producteurs tirent de leurs produits, d'où la nécessité de penser à une bonne organisation de la filière avicole traditionnelle au Sénégal. Cette organisation pourrait se faire en copiant le modèle de marché mis en place dans l'élevage de bétail au nord du Bénin (SOS FAIM, 2006) dit « marché à bétail autogéré », c'est-à-dire géré par les acteurs directement impliqués. Il s'agit d'un modèle de marché qui montre qu'une stratégie gagnant-gagnant entre les producteurs, les commerçants et les intermédiaires est possible et que mieux faire profiter les producteurs de leurs produits ne signifie pas nécessairement éliminer les commerçants et les intermédiaires.

2.3 – Recommandations

La discussion des résultats obtenus à partir du présent travail en combinaison avec les enseignements d'autres auteurs conduit à proposer un certain nombre de recommandations à l'endroit de l'Etat et des différents acteurs de l'aviculture traditionnelle pour un soutien et un développement durable de cette forme d'aviculture. Ainsi, des recommandations vont être formulées à l'endroit de l'Etat, des producteurs, des commerçants et des chercheurs.

2.3.1 – A l'endroit de l'Etat

En général, le marché de volaille locale n'est pas structuré, la plupart du temps il s'agit de marchés informels ou points de vente. De ce fait l'Etat du Sénégal doit veiller à la mise en place des marchés de volailles traditionnelles aussi structurés à l'image du « marché à bétail autogéré » qu'on retrouve au Nord du Bénin. Cette mise en place pourra non seulement faciliter l'accès au poulet du pays par les consommateurs, mais aussi rendre beaucoup plus formelle la commercialisation du poulet du pays renforçant ainsi la rencontre entre l'offre et la demande. Les systèmes d'informations sur le marché doivent également être améliorés en prenant bien en compte le volet aviculture traditionnelle.

2.3.2 – Aux producteurs

Pour les producteurs, un regroupement sous forme d'organisation reconnue et structurée pourrait les aider à mieux mener leurs activités et défendre leurs intérêts. Cela permettra de veiller à la transparence sur les prix appliqués par les « bana bana » afin de réduire au maximum les différentiels de prix observés entre les villages et les marchés urbains. Ainsi, les producteurs doivent avoir des représentants capables d'une part de les informer des variations de prix dans les marchés hebdomadaires et urbains, mais aussi de plaider pour eux auprès des différents promoteurs de l'aviculture rurale et en particulier auprès de l'Etat.

2.3.3 – Aux commerçants

Les commerçants de poulet du pays sont appelés à se regrouper en organisation structurée et reconnue pour une meilleure gestion de leur activité et la défense de leurs intérêts. Aussi, un effort reste à faire afin de rendre le poulet du pays plus accessible et disponible sur le marché des consommateurs, notamment, à travers l'intensifiant des activités de collecte dans les grandes zones de production. Enfin, les commerçants du poulet du pays doivent plaider auprès de l'Etat afin que dans chaque marché il y ait un emplacement réservé à la commercialisation du poulet du pays, ce qui les rendraient plus visibles pour les acheteurs.

2.3.4 – Aux chercheurs

Il s'agit pour les chercheurs d'intensifier leurs activités sur les moyens à utiliser pour réduire les contraintes à la commercialisation du poulet du pays. Aussi, une enquête dans les grandes zones de ravitaillement en poulet du pays telle que la région de Louga devrait être menée afin de mieux apprécier les différentiels sur les prix appliqués en région et dans le département de Dakar.

CONCLUSION GENERALE

Au Sénégal, l'aviculture rurale présente une importance capitale comme source de protéines facilement mobilisables et comme moyen de lutte contre la pauvreté. De plus, le poulet du pays qui y est produit renferme des caractères socio-culturels et mystico-sociaux irremplaçables. Toutefois, malgré cette importance, l'aviculture traditionnelle fait face à de nombreuses contraintes dont les contraintes à la commercialisation de ses produits.

L'étude a été menée en vue d'appréhender le marché et le système de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar. L'approche méthodologique adoptée a consisté dans un premier temps à la recherche bibliographique sur l'aviculture au Sénégal, et plus particulièrement l'aviculture traditionnelle, en abordant son importance et ses contraintes. Par la suite, une enquête a été réalisée auprès de 34 commerçants dans 13 marchés et points de vente du département de Dakar. Les données recueillies de cette enquête ont fait l'objet d'un traitement électronique au moyen du logiciel Epi Info et SPSS afin d'obtenir un certain nombre de résultats.

L'étude révèle une absence d'organisation des commerçants sur le marché. Les commerçants sont pour la majorité des personnes âgées de l'ethnie Wolof et d'origine de Louga pour la plupart. La principale motivation à l'exercice de l'activité est la lutte contre le chômage, affirment 64,7% des commerçants. D'autres commerçants (26,5%) se sont retrouvés dans l'activité pour l'avoir hérité d'un parent. Certains le font juste par passion notamment comme activité secondaire. Il est également observé un différentiel de prix très élevée, soit 820 FCFA, entre les prix appliqués par les commerçants dans le département de Dakar et les prix proposés en région dans les marchés hebdomadaires. Un gain net moyen de 505 FCFA a été estimé par unité de poulet du pays vendu dans le département de Dakar. Il a été estimé à 439350 FCFA le gain moyen mensuel d'un commerçant du poulet du pays dans le département de Dakar.

Au total, l'aviculture traditionnelle, important moyen de lutte contre la pauvreté et de renforcement de la sécurité alimentaire, est une activité financièrement rentable. De plus, le poulet de race locale qui y est produit n'est pas connu d'interdit religieux et occupe une place de choix dans la vie sociale et religieuse de la population sénégalaise renforçant ainsi les liens sociaux. L'aviculture traditionnelle doit donc être soutenue dans la perspective d'un développement durable. Ce soutien sera d'autant plus efficace que l'Etat développe des programmes en faveur de sa promotion et de la commercialisation de ses produits.

BIBLIOGRAPHIE

- 1 - Aklobessi K.K., Guitoba K., Kenkou G.K. et Kougbenya L., 1992:** Evaluation de la méthodologie d'étude de base de la production avicole rurale en Afrique. CRDI.-Lomé : Bureau régional pour l'Afrique Centrale et Occidentale. Rapport du Togo.- 20 p.+ annexes
- 2 - Bathy D. et Maguette D., 2007 :** Projet de Recensement des Daras du Département de Dakar. CATIS (Coalition Africain Talibé International Sénégal), Juillet 2007.-13p.
- 3 - Bonfoh B., 1997 :** Les domaines pathologiques et les contraintes sur la productivité des poules dans les systèmes avicoles extensifs en Gambie : Propositions et Solutions. Thèse : Biologie animale : Dakar (FST) ; 26.
- 4 - Bres P., Leclercq P. et Pagot J., 1991 :** Aviculture en zone tropicale.- Montpellier: CIRAD-E.M.V.T.- 186p.
- 5 - Buldgen A., Determinan F., Sall B. et Compere R., 1992:** Etude des paramètres démographiques et zootechniques de la poule locale du bassin arachidier sénégalais. *Rév.Elev.Méd.Vét. Pays Trop.*, **45** (3-4) : 341-347.
- 6 - Dieye P. N., Missohou A. et Faye A., 2010 :** L'aviculture familiale: un levier pour améliorer les revenus des éleveurs pauvres au Sud du Sénégal (En cours / In : Faye B., Duteurtre G. « L'élevage : richesse des pauvres »), Chapitre 13. p. 191-201. Editions Quae/Paris.
- 7 - Doumbia F., 2002:** L'approvisionnement en intrants de la filière avicole moderne au Sénégal. Thèse : Méd. Vét. : Dakar ; 27.
- 8 – Duteurtre G., Faye M.D. et Dièye P.N. ; 2010 :** Productions animales au Sénégal.-Dakar: DPS. *L'agriculture sénégalaise à l'épreuve du marché, ISRA-Karthala*, pp 32.
- 9- Duteurtre G., Dièye P.N. et Djiby Dia, 2005 :** L'impact des importations de volailles et de produits laitiers sur la production locale au Sénégal. *Etudes et documents-ISRA*, **8 (1)** : 78 p.
- 10 - FAO, 2000 :** Aviculture source de profit et de plaisir (Contributions de l'aviculture aux moyens d'existence durables). [En ligne], accès internet : <http://www.fao.org/docrep/008/y5114f/y5114f00.htm> (consulté le 09 Janvier 2010).
- 11 - Farrell D., 2000:** A simple guide to managing village poultry in South Africa.- Queen island (Australia): University of Queensland.-56 p.
- Faye D., 2003:** Commercialisation du mouton DE TABASKI 0 Dakar en 2003. Thèse : Méd. Vét. : Dakar; 21.
- 12 - Goromela E.H., Kwakkel R.P., Verstegen M.W.A. et Katule A.M. ; 2006 :** Strategies to optimize the use of scavengeable feed resource base by smallholders in traditional poultry production systems in Africa: A review 54 [En ligne]. *African Journal of Agricultural Research*, 1(3), 091-100. Accès internet: <http://www.academicjournals.org/AJAR> (page consulté le 15 avril 2009).

- 13 - Guèye E. F., 2003:** Gender issues in family poultry production systems in low-income food deficit countries, **18** (4): 185-195
- 14 - Guèye E.F. : 2000 :** The role of family poultry in poverty alleviation, food security and the promotion of gender equality in rural Africa *Outlook on Agriculture*, **29** (2): 129-136.
- 15 - Guèye E. F., 1998:** village egg and fowl meat production in africa, *World's poultry science journal*, **54** (1) 73-86.
- 16 – Horman D., 2004 :** (Chicken Connection) :Le poulet africain étouffé par l'Europe. [En ligne], accès internet : http://www.alternatives-economiques.fr/chicken-connection--le-poulet-africain-etouffe-par-l-europe-par-denis-horman_fr_... (consulté le 06 février 2010).
- 17 - Lwesya H., Phoya R.K.D., Safalaoh A.C.L. et Gondwe T.N.P., 2004:** Rearing chicks in enclosures under village conditions: effect on growth and reproductive performance of hens. *Livestock Research for Rural Development*, **16** (11).
- 18 - Ly C, 1999 :** Etude sur le rôle et l'importance du sous-secteur de l'élevage dans l'économie nationale: formulation d'une stratégie nationale de développement Rapport définitif.-Dakar : SONED-AFRIQUE.-MEFP.- 90p.
- 19 - Ly C., Savane M., Seck M. T. et Faye A, 1999:** L'aviculture rurale au Sud du Sénégal. *Cahiers Agriculture*, **8** : 123-125
- 20 - Missohou A., Dièye PN, Faye A. ; 2003 :** Potentialités et contribution de la volaille locale aux revenus agricoles des ménages ruraux des villages polarisés par les ECB dans les communautés rurales de l'arrondissement de Dabo au sud du Sénégal. Bureau de Coopération Sénégal-Suisse ; Sénégal, Juillet 2003.
- 21 - Missohou. A., Dièye P.N. et Talaki E, 2002:** Rural poultry production and productivity in southern Senegal 2002. [En ligne]. Accès internet : <http://www.lrrd.org/lrrd14/2/miss142.htm> (consulté le 03 Décembre 2009).
- 22 - Rigaut M., 1989 :** Une expérience d'intensification de l'aviculture villageoise en région de Ségou, République du Mali. Thèse : Med. Vét. : Alfort.
- 23 - Sall B.; 1990:** Contribution à l'étude des possibilités d'amélioration de la production en aviculture traditionnelle : mesure du potentiel de la race locale et des produits d'un croisement améliorateur.-Thiès : INDR.- 32p.
- 24 - Savane M. ; 1996 :** L'aviculture rurale au Sénégal, contraintes et perspectives zoo économiques : Cas de la haute Casamance. Thèse: Méd Vét: Dakar; 9
- 25 – Sénégal. Ministère de l'économie et des Finances, 2009 :** Situation économique et sociale du Sénégal en 2008, ANSD.-271p. [En ligne]. Accès internet : http://www.ansd.sn/publications/annuelles/SES_2008.pdf (consulté le 10 janvier 2010).

- 26 – Sénégal. Ministère de l’Elevage, 2009 :** Statistiques d’élevage en 2009.-Dakar : DIREL
- 27 – Sénégal. Ministère de l’Elevage, 2008 :** Données statistiques sur les productions et importations de viandes au Sénégal.-Dakar : DIREL.
- 28 - Sénégal. Ministère de l’Elevage, 2007 :** Statistiques d’élevage en 2007.-Dakar : DIREL
- 29 – Sénégal. Ministère de l’Economie et des Finances, 1999 :** Contribution de l’élevage à l’économie nationale.-Dakar : DPS.
- 30 – Sénégal. Ministère de l’Elevage, 1997 :** Situation de l’élevage, note de conjoncture.-Dakar : DIREL.-18p.
- 31 - Seye E.M., 2007:** Evaluation d’un transfert de Paquet technique en Aviculture familiale et de son impact sur la génération de revenus et l’égalité du genre. Thèse: Méd Vét: Dakar; 12
- 32 - Sonaiya E. B. et Swan S. E. J., 2004:** Small-Scale Poultry Production. Technical guide. FAO Animal Production and Health Manual.-Rome: FAO.
- 33 - Soned, 1988:** Etude sur les circuits commerciaux du bétail et de la viande au Sénégal Tome I.-Dakar, SONED.-99p.
- 34 - SOS-FAIM, 2006 :** Les marchés de bétail autogérés : Un exemple Béninois ; *Dynamiques paysannes*. (10) : 8p.
- 35 - Talaki E., 2000 :** Aviculture traditionnelle dans la région de Kolda (Sénégal). Thèse : Méd.vét. : Dakar ; 10
- 36 - Teno G., 2009 :** Etude des déterminants de la consommation du poulet du pays : Cas de la région de Dakar (Sénégal). Thèse : Méd. Vét. : Dakar ; 36
- 37 - Traoré M., 2005 :** Evaluation de l’impact d’un transfert de paquet technique (amélioration génétique et des conditions d’élevage) sur la génération de revenus en aviculture traditionnelle dans les Niayes. Thèse Méd. Vét. : Dakar ; 23
- 38 – UBIFRANCE, 2008 :** Note de synthèse sur la filière avicole au Sénégal. [Ressource électronique], accès internet : www.ubifrance.fr/secteur/fiche.asp? (Consulté le 3 / 11 / 2009).
- 39 - Wikipédia :** Carte administrative du département de Dakar. [En ligne]. Accès internet : http://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Dakar_communes_d%27arrondissement.png (consulté le 21 février 2010).

Analyse du marché et du système de commercialisation du poulet du pays dans la ville de Dakar (Sénégal)

I-Identification du lieu de commercialisation et de l'enquêté

a-Identification du marché :

Nom du marché..... Date : /___/___/___/ n°
fiche :.....

Localisation:.....

Type de marché: 1. Marché officiel, 2 – Marché informel, 3- Point de vente

Nombre de commerçants de poulet du pays:..... Date

d'implantation :.....

b-Identification de l'enquêté :

Nom et Prénom: Ethnie: sexe : Origine: Age : Marié :

célibataire :

Niveau d'instruction : 1- non instruit, 2-niveau primaire, 3- niveau 2nd I, 4-niveau 2nd II

II-Caractérisation des commerçants du poulet du pays de la ville de Dakar

Raison de l'activité : 1-Un moyen de survivre Ancienneté dans l'activité :

2-hérité des parents ou d'un oncle

3-parce qu'elle génère beaucoup de profit

4- juste par passion

5- autres

Type d'activité : a) principale b) secondaire , si secondaire préciser la principale :

Statut dans l'activité: 1- Travail seul et à son propre compte ;

2- Travail en association

3- Travail au compte d'autrui, si oui vous êtes rémunéré à

combien :

Avez-vous des aides: 1) oui

2) non

si oui :

a) main d'œuvre salariale (si oui coût) :

b) main d'œuvre familiale

c) autre (à préciser) :

Organisation sur le marché:

1. Pas d'organisation 2. Gestion par groupe 3. Comité de gestion/coordination :

1-association, 2-Coopérative, 3-Syndicat

Cotisation :

1. Pas de cotisation 2. Cotisation journalière :..... Cotisation hebdomadaire.....
3. Cotisation mensuelle :..... 4. Cotisation annuelle :..... 5. Autres :

III- Pratiques d'achat et d'approvisionnement en poulet du pays

Où/dans quels marchés avez-vous acheté les poules? :

- 1) marchés de Louga
- 2) marchés de Diourbel
- 3) marchés de Thiès
- 4) marchés de Bambey
- 5) dans un marché dakarois (préciser)
- 6) autre (à préciser)

Quelle est la fréquence des achats ? : a) quotidien b) hebdomadaire nombre de fois :
c) mensuel nombre de fois :

- Moyen(s) de transport: a) car « ndiagandia »
b) bus
c) car « ndiagandia » et bus
d) taxi commun
e) pas de transport

- Prix par unité de poulet acheté : - Coût du transport par voyage :

- Effectif généralement acheté :

Règlement achat poulet : a) au comptant, b) à crédit, c) au comptant et à crédit

Règlement du transport poulet: a) au comptant, b) à crédit, c) au comptant et à crédit

Nombre moyen de mortalité au cours du convoi :

IV- Pratiques de la vente du poulet du pays

- Clients par ordre d'importance: 1- ménages, 2- restaurateurs, 3- sacrificateurs

- Clients par ordre de pouvoir d'achat décroissant : 1-ménage, 2- restaurateurs, 3- sacrificateurs

- Critères recherchés lors de l'achat selon le type de client :

- | | | |
|---------------|---------------------|--------------------|
| a - ménages : | b – restaurateurs : | c - sacrificateurs |
| 1- taille | 1- taille | 1- taille |
| 2- sexe | 2- sexe | 2- sexe |
| 3- couleur | 3- couleur | 3- couleur |
| 4- autres | 4- autres | 4- autres |

- Quel est le genre le plus cher et pourquoi: 1-coq, 2-poule

-Mode de paiement par l'acheteur: 1) comptant: 2) crédit:

Pourquoi ?:

-Autres dépenses liées à l'activité:

a- frais de location de l'emplacement : 1-oui, 2-non, si oui
montant/mois :

b- frais de gardiennage : 1-oui, 2-non, si oui
montant/mois :

c-Perception municipale : 1-oui, 2-non, si oui
montant/jour :

d-Dépenses journalières pour alimentation et abreuvement des oiseaux :

e-Dépenses journalières pour transport et nutrition :

-Dépenses hors activités :

Dépenses par jour pour la charge familiale :

Autres dépenses (à préciser) :

-Prix moyen de la vente au détail :

-Prix moyen de la vente en gros :

-Prix d'un gros coq :

-Nombre de moyen de poulets vendus par jour :

-A combien estimez-vous votre gain brut moyen par poulet vendu :

-Autres animaux commercialisés: a) les poulets de réforme b) les poulets de
chair

c) les pintades d) les lapins e) autres

Observations :

ANALYSE DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION DU POULET DU PAYS DANS LE DEPARTEMENT DE DAKAR (SENEGAL)	ANALYSE OF SYSTEM OF COMMERCIALISATION OF THE LOCAL BREED CHICKEN IN THE DAKAR DEPARTMENT (SENEGAL)
<p>RESUME</p> <p>La présente étude a pour but d'analyser le marché et le système de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar (Sénégal). L'approche méthodologique adoptée a consisté dans un premier temps à la recherche bibliographique à travers une collecte de l'ensemble des informations disponibles sur la filière. Par la suite, une enquête a été réalisée auprès de 34 commerçants dans 14 marchés et points de vente du département de Dakar.</p> <p>L'étude révèle une absence d'organisation des commerçants sur le marché. Les commerçants sont pour la majorité des personnes âgées de l'ethnie Wolof et originaires pour la plupart de la région de Louga. La principale motivation à l'exercice de l'activité est la lutte contre le chômage. Un nombre non négligeable de commerçants (26,5%) se sont retrouvés dans l'activité pour l'avoir hérité d'un parent. Il est également observé un différentiel de prix très élevé, soit 820 FCFA, entre les prix appliqués par les commerçants dans le département de Dakar et les prix proposés en région dans les marchés hebdomadaires. Un gain net moyen de 505 FCFA a été estimé par unité de poulet vendu.</p> <p>Au total, l'aviculture traditionnelle, important moyen de lutte contre la pauvreté et de renforcement de la sécurité alimentaire, est une activité financièrement rentable. L'aviculture traditionnelle doit donc être soutenue dans la perspective d'un développement durable. Ce soutien sera d'autant plus efficace que l'Etat développe des programmes en faveur de sa promotion et de la commercialisation de ses produits.</p> <p>Mots clés : Poulet du pays, Commercialisation, Département de Dakar, Sénégal.</p>	<p>ABSTRACT</p> <p>This present study has for purpose to analyse the market and the system of commercialisation of the local breed chicken in the Dakar department (Senegal). The adopted methodological approach consisted first of all in bibliographical search through a collection of all the information's available in the field of study. After, an investigation was realized next to 34 traders in 14 markets and points of sale in the Dakar department.</p> <p>The study reveals a lack of trader's organization into the market. The traders are for the majority old persons of the Wolof ethnic group, most of them originary from Louga. The main motivation to the exercise of the activity is to fight against unemployment. Others traders, 26.5%, found themselves in the activity having inherited it from one's parent. It is also noticed a differential of very high prices, that is to say 820 FCFA, between prices applicated by the traders in the Dakar department and proposed prices in region in the weekly markets. An average of a clear profit of 505 FCFA was estimated in each chicken sold.</p> <p>Al in all, the family poultry production, important mean of fight against poverty and of reinforcement of the food security is a profitable financially. The family poultry production must therefore be supported in the perspective of a sustainable development. This support will be all the more effective since the government develops programs in favour of his promotion and of the marketing of his products.</p> <p>Keywords: Local breed chicken, Commercialisation, Dakar Department, Senegal.</p>
<p>Auteur : Gabriel TENO E-mail : tenogabriel@yahoo.fr B.P. 984: Bafoussam- Cameroun. Tel: (+221) 77 528 09 25 (Sénégal) / (+237) 7 751 59 83 (Cameroun).</p>	<p>Autor : Gabriel TENO E-mail : tenogabriel@yahoo.fr PO Box. 984: Bafoussam- Cameroon. Tel: (+221) 77 528 09 25 (Senegal) / (+237) 7 751 59 83 (Cameroon).</p>