

UNIVERSITE CHEICK ANTA DIOP DE DAKAR

**FACULTE DES SCIENCES
ET TECHNIQUE (FST)**

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



ANNEE 2011



N°3

**ETUDE DE LA COMMERCIALISATION DE LA VIANDE ROUGE DANS LA
COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY (NIGER).**

MEMOIRE DE MASTER II EN PRODUCTIONS ANIMALES ET

DEVELOPPEMENT DURABLE

Option : Economie et Politiques d'Elevage

Présenté et soutenu publiquement le **09 mars 2011 à 16 heures**
A l'Ecole Inter-Etats des Sciences et Médecine Vétérinaires (EISMV) de Dakar Par :
M. Bahari AMADOU ABDOULAYE

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 J. SAWADOGO

Professeur à l'EISMV de Dakar

M. Ayao MISSOHOU

Professeur à l'EISMV de Dakar

Directeurs de recherche : M. Adrien MANKOR

Assistant à l'EISMV de Dakar

M. Assane Marou ZARAFI

Maître de recherche à l'INRAN/Niamey

RESUME :

La présente étude a pour but d'appréhender la commercialisation de la viande rouge dans la communauté urbaine de Niamey à travers les marchés à bétail et les différents points de vente de la viande. Ce qui nous a permis d'identifier le circuit de commercialisation et les différents acteurs qui l'animent. Ainsi pour réaliser cette étude, nous avons d'abord rencontré le personnel de l'abattoir frigorifique de Niamey, la direction de la promotion des filières et des industries animales, les associations des professionnels de la filière bétail-viande, deux associations de défense des droits des consommateurs. Ensuite, nous avons interviewé par catégorie d'acteurs : huit commerçants, six intermédiaires. Puis nous avons interrogé treize bouchers grossistes, trente-neuf bouchers détaillants dont treize acteurs par spécialités (viande crue, viande grillée et viande séchée) des bouchers détaillants, treize restaurateurs, treize consommateurs. Ce qui a permis de tracer le circuit de commercialisation de la viande, de comprendre le processus de formation du prix de la viande. L'étude révèle que la commercialisation de la viande débute à partir de l'abattoir frigorifique de Niamey. De l'abattoir la viande est acheminée sur les points de vente ou marchés de la capitale, auprès desquels viennent s'approvisionner les consommateurs. Elle ressort aussi une prédominance de l'ethnie haoussa, qui est d'ailleurs la seule dans l'exercice du métier de boucher. En plus on remarque une fréquence régulière des ménages à faible revenus et de grande taille sur le marché.

Au terme de cette étude les atouts, les perspectives sont mis en exergue ; les contraintes sont identifiées et des solutions appropriées furent proposées.

Mots clés : Viande rouge, Commercialisation, Niamey.

ABSTRACT

The present study aims at apprehending the marketing of the red meat in the urban community of Niamey, through markets in cattle and the various selling points of the meat. It allowed us to identify the circuit of marketing and the various actors who live it up. So to realize this study, we met at first the staff of the refrigerated slaughterhouse of Niamey, the direction of the promotion of the sectors and the animal industries, the associations of the professionals of the sector cattle-meat, two associations of defense of the rights of the consumers. Then, we interviewed by categories of actors: eight storekeepers, six intermediaries. Then we questioned thirteen butchers wholesalers, new thirty butchers retailers among whom thirteen actors by specialties (raw meat, grilled meat and dried meat) butchers retailers, thirteen restorers, thirteen consumers. What allowed drawing the circuit of marketing of the meat, to understand the process of the training of the price of the meat? The study reveals that the marketing of the meat begins from the refrigerated slaughterhouse of Niamey. Of the slaughterhouse the meat is forwarded on selling points or markets of the capital, beside of which come to stock up the consumers. It also rereleases a dominance of the Hausa ethnic group, who is moreover the only one in the exercise of butcher's job. In more we notice a regular frequency of the housework's with low income and large-sized on the market.

In the term of this study asset, perspectives are highlighted; the constraints are identified and appropriate solutions were proposed.

Keywords: red meat, Marketing, Niamey.

DEDICACES

Je dédie ce travail à :

Mes parents qui n'ont ménagé aucun effort pour la réalisation de cette formation :

Votre patience et votre soutien inlassables ont permis de mener à terme ce travail ; ce document est le votre. Puisse Allah nous prêter longue vie, pour vous servir aussi longtemps que possible.

A la Coopération Technique Belge :

Votre soutien financier m'a permis de participer à cette formation : Trouvez ici l'expression de ma profonde reconnaissance.

Au défunt Dr Idi Assoumane (Directeur Scientifique de l'INRAN) :

Votre implication dans le déroulement dudit travail est sans égale : que votre âme repose en paix et qu'**ALLAH** vous accepte dans son paradis: amen.

REMERCIEMENTS:

Nous remercions toutes celles et tous ceux qui ont contribué à la rédaction de ce document. Mais la liste ne pouvant être exhaustive, nous ne citerons que quelques uns. Il s'agit en effet de :

- ✓ Dr Marou Zarafi pour son assistance et ses multiples conseils prodigués aux moments opportuns ;
- ✓ La Coopération Technique Belge pour son soutien moral et matériel;
- ✓ Dr 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;
- ✓ Dr Soumana Boubé, pour sa disponibilité ;
- ✓ Ma famille dans son ensemble, pour son soutien moral et matériel ;
- ✓ Mon pays hôte le Sénégal, pour son hospitalité inégalable ;
- ✓ Enseignants de l'EISMV et 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, soyez sûrs que nous en ferons bon usage ;
- ✓ Mallam Laouali Abdoul Aziz qui, par son soutien et sa disponibilité, a grandement contribué à la réussite de ce travail ;
- ✓ Tout le personnel de l'abattoir frigorifique de Niamey ;
- ✓ Tous les acteurs de la filière bétail-viande de la capitale du Niamey ;
- ✓ Directeur de la promotion des filières et industries animales ;
- ✓ Adam Gadjimi , Ibrahim Mahamadou ;
- ✓ Ma fiancée Amina Ousmane Chekaraou ;
- ✓ Tantes Nana Bruno, Janet, Ramatou Maikona ;
- ✓ Tontons Sidikou Maikano et Bachir Amadou ;
- ✓ Mes amis et les camarades de l'école ;
- ✓ Sani Abdoul Aziz et Korombé Hamza;
- ✓ Ali Abdou Oumarou ;
- ✓ Etudiants du Master PADD/EPE de la promotion 2009-2010 et 2010-2011.

Je ne saurais comment vous remercier !

A NOS MAITRES ET JUGES

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

**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**

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

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

A notre maître, juge et Directeur de recherche,

Au Docteur Adrien MANKOR, Assistant à l'EISMV de Dakar

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. Merci pour votre simplicité, vos conseils et l'abord facile qui vous caractérisent.

A notre maître, juge et Co-directeur de recherche,

Au Docteur Assane Marou ZARAFI, Chercheur à l'INRAN – Niger

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. Veuillez trouver ici le témoignage de notre reconnaissance et profond respect.

LISTES DES SIGLES ET ABREVIATIONS:

- APE:** Accords de Partenariat Economique ;
- APC:** Afrique, Pacifique, Caraïbe;
- BM:** Banque Mondiale;
- CEDEAO:** Communauté Economique Des Etats de l'Afrique de l'Ouest ;
- CSAO:** Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest ;
- CUN:** Communauté Urbaine de Niamey;
- EM:** Etats Membres;
- FAO:** Food and Agricultural Organisation;
- FMI :** Fond Monétaire International ;
- INS :** Institut National de la Statistique ;
- MA/C :** Ministère de l'Agriculture et du Cheptel ;
- MEIA :** Ministère de l'Elevage et des Industries Animales ;
- MRA:** Ministère des Ressources Animales ;
- OCDE :** Organisation de Coopération et de Développement Economiques ;
- OMC:** Organisation Mondiale du Commerce;
- ONG:** Organisations Non Gouvernementales;
- OP :** Organisation Paysanne ;
- PPEAP :** Projet de Promotion des Exportations Agropastorales ;
- PIB:** Produit Intérieur Brut;
- RGA/C :** Recensement Général de l'Agriculture et du Cheptel ;
- SDR:** Stratégie de Développement Rural ;
- SDRP :** Stratégie de développement accéléré et de réduction de la pauvreté ;
- SRP :** Stratégie de Réduction de la Pauvreté ;
- SIMb :** Système d'information sur les marchés du bétail ;
- TEC:** Tarif Extérieur Commun ;
- UBT:** Unité Bétail Tropical;
- UE:** Union Européenne;
- UEMOA:** Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Evolution de l'effectif des espèces animales (têtes) de la CUN de 2000 -2009.....	3P
Tableau 2: Taxes payées par les commerçants après la vente de l'animal (FCFA/tête).....	5P
Tableau 3: Répartition par carcasse des espèces abattues.....	9P
Tableau 4: Répartition des acteurs du circuit vif en fonction des marché.....	11P
Tableau 5: Répartition des bouchers vendeurs de la viande de crue en fonction des points de vente.....	12P
Tableau 6: Répartition des vendeurs de viande grillée, du kilichi et des restaurateurs par points de vente.....	12P
Tableau 7: Répartition des consommateurs par points de vente.....	13P
Tableau 8: Niveau d'instruction des grossistes.....	15P
Tableau 9: Répartition des bouchers grossistes en fonction de la tranche d'âge.....	15P
Tableau 10: Répartition des différentes catégories de bouchers détaillants en fonction de la tranche d'âge.....	16P
Tableau 11: Niveau d'instruction des bouchers détaillants.....	16P
Tableau 12: Niveau d'instruction des restaurateurs.....	17P
Tableau 13: Niveau d'instruction des consommateurs.....	17P
Tableau 14: Fréquences au marché par niveau du revenu.....	18P
Tableau 15: Fréquences au marché en de la taille du ménage.....	18P
Tableau 16: Prix de la viande par espèce (FCFA/kg).....	19P
Tableau 17: Compte d'exploitation du commerçant vendeur de bœuf.....	20P
Tableau 18: Compte d'exploitation du boucher grossiste.....	21P
Tableau 19: Compte d'exploitation du boucher détaillant (viande grillée).....	22P
Tableau 20: Compte d'exploitation du boucher détaillant (viande crue).....	22P

LISTE DES FIGURES :

- Figure 1 :** Répartition des espèces abattues au niveau l'abattoir frigorifique de 2005-2009.....9P
- Figure 2 :** Comparaison des marges (carcasse et carcasse plus cinquième quartier) de sept bouchers grossistes abattant de gros ruminant.....21P
- Figure 3 :** Comparaison des revenus des bouchers détaillants (de viande grillée et crue).....22P

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : GENERALITES SUR LA FILIERE BETAIL-VIANDE DANS LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY.	3
CHAPITRE I : PRESENTATION DE L'ELEVAGE DANS LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY.	3
1.1. Les pratiques d'élevage à la CUN	4
1.2. Approvisionnement en animaux de boucherie	4
1.3. Les acteurs du circuit vif	5
1.4. Les acteurs du circuit mort.....	6
CHAPITRE II : PRODUCTION DE LA VIANDE DANS LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY	7
2.1. Les atouts de la production de viande.....	7
2.2. Présentation de l'abattoir frigorifique de Niamey	7
2.3. L'antenne de Goudel	8
2.4. L'offre en viande dans la Communauté Urbaine de Niamey	8
2.5. La demande en viande dans la Communauté Urbaine de Niamey	10
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE LA COMMERCIALISATION DE LA VIANDE ROUGE DANS LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY.	11
CHAPITRE I : METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE.....	11
1.1. Matériel et méthodes.....	11
1.1.1. Zone d'étude et échantillonnage	11
1.1.2. Méthodes d'enquête.....	13
1.2. Traitement et analyse des données	13
1.3. Limites de l'étude	14
CHAPITRE II : RESULTATS	15
2.1. Identification des acteurs de la filière viande.....	15
2.1.1. Les bouchers grossistes.....	15
2.1.2. Les bouchers détaillants	16
2.1.3. Les restaurateurs	17
2.1.4. Les consommateurs	17
2.2. Description du circuit de commercialisation de la viande.....	19
2.2.1. Les points de ventes de la viande de la CUN.....	19
2.2.2. La Distribution de la viande dans la CUN	20
2.3. L'analyse comptable de la filière	20
2.3.1. Le compte d'exploitation du commerçant	20
2.3.2. Le compte d'exploitation du boucher grossiste	21
2.3.3. Le compte d'exploitation du boucher détaillant	22
2.4. Les contraintes de la commercialisation de la viande	23
CHAPITRE III : DISCUSSION DES RESULTATS	25
3.1. Les caractéristiques des acteurs de la filière viande.....	25
3.2. Les comportements des consommateurs	25
3.3. L'apport économique de la filière bétail - viande.....	26
3.4. L'aspect organisationnel de la filière	26
RECOMMANDATIONS	27
CONCLUSION	28
BIBLIOGRAPHIE	29

INTRODUCTION

Au Niger, l'élevage est pratiqué par près de 80% de la population active. Il contribue à 30% du PIB agricole et à 13% du PIB national. Le cheptel est estimé à plus de 33 millions de têtes, soit 12,5 millions d'Unité Bétail Tropical (UBT). Il représente un capital bétail de près de 2000 milliards de FCFA. La vente des produits animaux rapporte près de 288 milliards par an. Cela représente une valeur ajoutée de 240 milliards faisant du Niger un grand pays d'élevage (MEIA, 2009).

La viande rouge principale source de protéines d'origine animale de la population de Niamey, est produite pour sa majeure partie au niveau de l'abattoir frigorifique de Niamey. On estime les abattages annuels à 66686 bovins, 2780 camelins, 113562 ovins et 14947 caprins (MEIA, 2009). La viande produite au niveau de la Communauté Urbaine est destinée essentiellement à la consommation locale.

La consommation de viande à Niamey est passée de 28kg/hbt en 1993 à 11,4kg/hbt en 2004 (FAO, 2004). L'accessibilité à la viande est donc limitée pour la population de la Communauté Urbaine de Niamey réputée être la plus grande consommatrice de viande du pays (MEIA, 2009).

En plus, le Niger est signataire de plusieurs traités régionaux et internationaux dont l'un des objectifs est la réglementation des échanges en produits animaux : TEC-UEMOA et CEDEAO, APE. Le Niger est aussi membre de l'OMC.

Le Niger doit donc prendre des décisions politiques rigoureuses et efficaces afin d'améliorer la commercialisation de la viande. Ce qui permettra de rendre la viande accessible aux consommateurs de la ville de Niamey et d'assurer une bonne application des traités sous régionaux et internationaux. Cependant l'un des problèmes de la filière est de disposer des données complètes, récentes et fiables. En effet plusieurs sources de données sont rencontrées : les données officielles du Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage, les données de l'Institut Nationale de la Statistique, les données récoltées par les ONG et les projets, etc. Les données officielles sont issues des estimations et ne sont pas mises à jour.

La présente étude a pour objectif général de mettre à la disposition de l'Etat nigérien des données sur la commercialisation de la viande rouge au sein de la Communauté Urbaine de Niamey.

Elle a pour objectifs spécifiques d'identifier les différents acteurs de la filière, de décrire le circuit de commercialisation, d'évaluer les comptes des acteurs de la filière et enfin d'identifier les contraintes de la commercialisation de la viande dans la Communauté Urbaine de Niamey (CUN).

Ce travail est divisé en deux grandes parties:

La première partie qui est composée de deux chapitres, présente l'élevage et la production de viande dans la Communauté Urbaine de Niamey.

La deuxième partie comporte trois chapitres. Le premier chapitre présente la méthodologie de la recherche, le deuxième porte sur les résultats de l'étude et le troisième traite de la discussion des résultats obtenus.

PREMIERE PARTIE : Généralités sur la filière bétail-viande dans la Communauté Urbaine de Niamey.

CHAPITRE I : Présentation de l'élevage dans la Communauté Urbaine de Niamey.

En 1903, la région de Niamey a été érigée en chef-lieu du territoire militaire du Niger. Elle est transformée en communauté urbaine en 1998 avec cinq communes : les communes I, II, III, IV et V (**Motcho, 2006**). La population de la Communauté Urbaine est estimée à 1222066 habitants (**INS/ Niger, 2009**).

Des activités d'élevage ont été identifiées dans la zone péri urbaine de Niamey et portent sur plusieurs espèces animales : bovins, caprins, camelins et ovins. L'effectif du cheptel est estimé à 296504 têtes en 2009.

Les espèces animales rencontrées dans la capitale du pays (Niamey) se résument dans les proportions suivantes, décrites dans le tableau 1.

Tableau 1: Evolution de l'effectif des espèces animales (têtes) de la CUN de 2000-2009

Année	Bovins	Ovins	Caprins	Camelins
2000	27332	116834	61891	39
2001	28972	120923	64367	40
2002	30711	125155	66941	40
2003	32553	129536	69619	41
2004	34507	134070	72404	41
2005	36577	138762	75300	42
2006	38775	143619	78312	43
2007	41098	148645	81444	43
2008	43564	153848	84702	44
2009	46176	159234	88090	44

Source : MEIA (2010)

On remarque une augmentation de l'effectif de chacune des espèces animales pendant ces dix dernières années. Les ovins sont majoritaires, suivi des caprins, ensuite les bovins et enfin les camelins dont l'effectif est resté légèrement stable. Les animaux sont, pour l'essentiel vendus pour être abattus.

1.1. Les pratiques d'élevage à la CUN

Selon (Tiemogo, 2006) trois systèmes d'élevage cohabitent à la CUN : le système extensif, le système semi-intensif, le système intensif.

Le système extensif

C'est un élevage qui est basé sur l'utilisation des ressources naturelles par le biais de la transhumance. Pendant la saison des pluies, les animaux (bovins, ovins et caprins) quittent la zone de culture pour pâturer sur les collines et les plateaux impropres à l'agriculture. Après la saison des pluies ils reviennent dans les champs afin de bénéficier des résidus de cultures. Il faut noter que la présence du fleuve constitue une zone de refuge pour les grands troupeaux pendant une partie de l'année, grâce aux riches bourgoutières. Cet élevage est en grande partie dominé par les peulh des villages environnants de la ville de Niamey.

Le système semi-intensif

Le système semi-intensif est pratiqué en majorité par les peulh, qui représentent 77% de cette population. La majorité de ces éleveurs pratiquent parallèlement à cette activité, d'autres activités socioprofessionnelles. Les animaux sont confiés aux bergers qui les conduisent au pâturage le matin et les ramènent dans l'après-midi contre une rémunération mensuelle de 1000FCFA par tête de bovin et 500FCFA par petit ruminant. L'alimentation est composée de pailles, fanes de niébé, son de riz, de mil ou de maïs.

Le système intensif

Le système intensif se pratique en zone périurbaine. Il concerne les coopératives laitières sur les périmètres irrigués et les systèmes améliorés que l'on rencontre au niveau des fermes privées. L'élevage intensif est la pratique de certains éleveurs du secteur tertiaire (commerçants, fonctionnaires). Dans ce système, les animaux sont en stabulation libre dans des enclos ou des étables (cas de la station de Kirkissoye) et bénéficient d'un apport en bourgou (*Echinochloa Stagnina*), en graines de coton et en drêche de brasserie etc.

1.2. Approvisionnement en animaux de boucherie

La majeure partie de la viande consommée à Niamey, provient des animaux achetés sur les marchés de la région de Tillabéry (Kollo, Torodi, Balleyara, Ouallam, Téra, Namaro, Ayorou, Mehanna, Say). Les marchés à bétail se répartissent en trois catégories : les marchés de collecte, les marchés de regroupement et les marchés terminaux (MRA, 2005).

Les marchés de collecte

Les marchés de collecte sont situés dans la zone pastorale où les éleveurs sont très présents. Ils reçoivent le bétail local et celui des villages voisins. La présentation des animaux sur le marché se fait en fonction des besoins financiers du producteur, qui présente en effet deux à trois têtes de bétail.

Les marchés de regroupement

Les marchés de regroupement sont situés dans la zone agricole où l'on note une forte présence de commerçants et intermédiaires.

Ces marchés reçoivent les animaux achetés sur les marchés de collecte. Leur fréquentation est hebdomadaire, plus intense après la saison des pluies qui coïncide avec le retour des transhumants dans la zone agricole.

Les animaux sont acheminés sur les marchés (collecte et regroupement) à pieds.

Les marchés terminaux

Les marchés terminaux sont situés dans les grands centres urbains, ravitaillés par les marchés de regroupement. Ces marchés approvisionnent les grandes chaînes d'abattage de la ville de Niamey que sont l'abattoir frigorifique de Niamey et les abattages clandestins. Parmi ces marchés terminaux figurent ceux de la Communauté Urbaine de Niamey à savoir : les marchés de la rive droite, le marché de lazaret et le marché de l'aéroport.

Le transport des animaux sur les marchés terminaux est assuré par des camions.

1.3. Les acteurs du circuit vif

Les acteurs du circuit vif se résument aux commerçants et intermédiaires.

Les commerçants

Ces acteurs sillonnent les différents marchés à bétail pour se procurer en animaux, qu'ils vont revendre aux bouchers, aux emboucheurs ou aux amateurs d'élevage (fonctionnaires, retraités, etc.).

Sur le marché, le commerçant s'acquitte de plusieurs taxes et de la commission de l'intermédiaire. Leurs montants sont donnés à travers le tableau 2.

Tableau 2: Taxes payées par les commerçants après la vente de l'animal (FCFA/tête)

Type de taxes	Camelin	Bovin	Petit ruminant
Taxe de présentation	250	150	100/150
Taxe d'identification	500	500	200
Commission Intermédiaire	3000	2000	200
Total	3750	2650	500/550

Source : MRA (2005).

Les intermédiaires

Communément appelés *dilallis*, ils sont chargés de discuter les prix des animaux entre acheteur et vendeur. Les intermédiaires constituent l'élément moteur des transactions commerciales car ils interviennent dans la formation des prix. En fonction des ventes, une somme est prélevée pour la commission de l'intermédiaire. En effet il est rémunéré moyennant le nombre de têtes vendues. Cependant au Niger leur effectif diminue au fil du temps, car ils sont remplacés par les commerçants qui assurent les deux fonctions à la fois.

1.4. Les acteurs du circuit mort

Les bouchers grossistes

Les bouchers grossistes sont ceux qui achètent les animaux auprès des commerçants de bétail et les font abattre à l'abattoir. Ils obtiennent ainsi deux demi-carcasses par animal qu'ils revendent aux bouchers détaillants et consommateurs.

Les bouchers détaillants

Ces acteurs prennent la viande auprès des bouchers grossistes, pour la revendre en détails aux consommateurs sous la forme crue ou transformée. La catégorie des bouchers détaillants se compose des bouchers spécialisés dans la fabrication de la viande salée et séchée au soleil (communément appelé *kilichi*), des bouchers spécialisés dans la viande crue et ceux de la viande grillée. Les bouchers détaillants prennent, la plupart du temps, la viande à crédit auprès des bouchers grossistes.

Les restaurateurs

Les restaurateurs utilisent la viande dans les différents plats, qu'ils offrent aux consommateurs. Les restaurateurs se procurent en viande sur les marchés de la capitale. Les restaurants se répartissent en deux groupes dont le premier correspond à une petite surface où la viande est vendue en petits morceaux dans les plats de riz, de macaroni, ou sous forme de sandwich. Et le second correspond à des grandes surfaces bien aménagées, dans lesquelles la viande est présentée sous forme de brochettes, des boulettes, etc.

Les consommateurs

Ceux sont les usagers qui achètent généralement la viande compte tenu de leur pouvoir d'achat, en vue de l'utiliser dans leur alimentation. Dans cette catégorie, on rencontre toutes les couches sociales de la CUN.

CHAPITRE II : Production de la viande dans la Communauté Urbaine de Niamey

La viande rouge produite est destinée essentiellement à la satisfaction de la demande locale. Cette production est en grande partie assurée par l'abattoir frigorifique de Niamey.

2.1. Les atouts de la production de viande

Les potentialités de production de viande au Niger sont immenses, vu l'importance du cheptel. Le développement de la production de viande peut tirer des avantages : de l'éradication de la peste bovine, de la qualité organoleptique de la viande Nigérienne qui est très appréciée par les consommateurs des pays côtiers, des possibilités d'embouche ovine et bovine le long du fleuve Niger et autour des centres urbains en zone agricole, de la demande potentielle du Nigeria, des possibilités d'exportations du *kilichi*, très sollicité.

2.2. Présentation de l'abattoir frigorifique de Niamey

L'abattoir frigorifique a été créé en 1967, en tant qu'établissement public à caractère administratif. Il se situe dans la zone industrielle en bordure du fleuve sur une superficie de 4,8 ha. A partir de 1985, il devient un établissement public administratif à caractère industriel et commercial jouissant d'une autonomie financière. Sa capacité de production est de 12.000 tonnes par an. Le personnel de l'abattoir est estimé à 67 agents et 400 apprentis bouchers, qui ont la charge des opérations de l'établissement (MRA, 2000).

L'abattoir comprend actuellement : un parc d'attente dans lequel les animaux sont gardés en plein air, une salle d'abattage qui est en même temps la salle d'inspection et de pesée des carcasses et une chambre froide non opérationnelle. La salle d'abattage comprend l'atelier de découpe qui sert à sectionner la carcasse en deux parties et le matériel de pesée.

L'abattage se fait tous les jours de la semaine selon le rite musulman, à partir de 21h et se termine à l'aube.

L'abattoir assure : la saignée, le dépeçage de l'animal et l'inspection de la viande. Il assure aussi la collecte du sang, l'évacuation des effluents et du contenu des viscères. Les carcasses saisies et les issus non comestibles sont détruits dans l'enceinte de l'abattoir. L'évacuation des déchets est facilitée par le biais d'un tuyau d'eau rattaché à une pompe située dans la salle d'abattage.

Les frais d'abattage sont de 35,7 FCFA par kilogramme de viande. La vente de la viande (carcasse et demi carcasse) entre bouchers se fait au sein même de l'établissement le matin avant 10h. Par faute d'une salle de vente, les transactions de vente se font à la porte d'entrée de l'abattoir, en plein air. Ce qui fait de l'abattoir un marché qui s'anime uniquement dans la matinée.

A l'abattoir, le boucher doit se munir d'un numéro d'abattage pour être autorisé à abattre. Mais la lenteur et l'inorganisation administrative limitent l'acquisition

du numéro d'abattage par les bouchers. Après l'acquisition du numéro, un quota d'abattage est imposé pour chaque boucher. Ce quota varie de 1 à 3 têtes par jour selon la capacité financière du boucher.

La production de l'abattoir est estimée à 11.381,273 tonnes en 2009, soit un ratio de 9,31 kg/hbt/an en viande rouge. Ce calcul a été fait sur la base de la formule suivante :

Ratio= (production+importation - exportation + stock) / population totale

Il n'existe pas de stock, ni d'exportation et d'importation de la viande rouge. Ce qui implique que **Ratio** = 11381273/1222066.

L'établissement se trouve actuellement dans un état de dysfonctionnement compte tenu de l'obsolescence des locaux et des équipements dont la majorité est à l'arrêt. C'est le cas particulièrement de la chambre froide actuellement non opérationnelle et de la balance qui est défectueuse.

Pour appuyer l'abattoir frigorifique, une antenne a été créée à Goudel.

2.3. L'antenne de Goudel

Elle a été créée en 1989 au village de Goudel pour décongestionner l'abattoir frigorifique de Niamey. Il s'agit d'une tuerie aux équipements rudimentaires. La production de l'antenne de Goudel est comptabilisée au niveau de l'abattoir. L'antenne a aussi pour but de combattre les abattages clandestins dans les localités de Goudel et Tondibia. En effet ces localités sont éloignées de l'abattoir, ce qui pousse les habitants à s'adonner aux abattages clandestins. Les espèces abattues sont : bovins, ovins et caprins.

En 2009 sa production est estimée à 6,353tonnes pour les espèces abattues, soit 0,05% du total des abattages de la CUN.

2.4. L'offre en viande dans la Communauté Urbaine de Niamey

L'offre est abondante pendant les périodes de crise alimentaire (famine, sécheresse), où les éleveurs vendent à bas prix pour subvenir aux besoins de la famille. Elle devient limitée avec l'afflux des marchands Nigériens sur les marchés à bétail ; ce qui affecte le disponible en viande.

Deux types de viandes sont rencontrés : viandes issues des abattages contrôlés et viandes issues des abattages non contrôlés. Le contrôle de viande est effectué dans des infrastructures appropriées et sous le contrôle des agents du MRA, les viandes non-contrôlés représentent 70% des abattages contrôlés (**MEIA, 2010**).

Le tableau suivant donne une évolution des abattages sur une période de cinq ans.

Tableau 3: Evolution de la production de viande issue des abattages contrôlés de 2005 à 2009 dans la CUN.

Année	Production en Kg
2005	11722002
2006	12116793
2007	11560639
2008	11214968
2009	11381273

Source : MEIA(2010).

La production est relativement stable de 2005-2009 à Niamey, ce qui laisse supposer que l’abattoir frigorifique travaille à pleine capacité.

Pendant les cinq dernières années, la production a atteint une seule fois les 12.000 tonnes. Pourtant la région de Niamey occupe la première place en matière de consommation de viande (30%) au Niger (**MEIA, 2010.**)

La figure suivante donne la répartition en poids (kg) des espèces abattues à l’abattoir au cours des cinq dernières années (2005 à 2009).

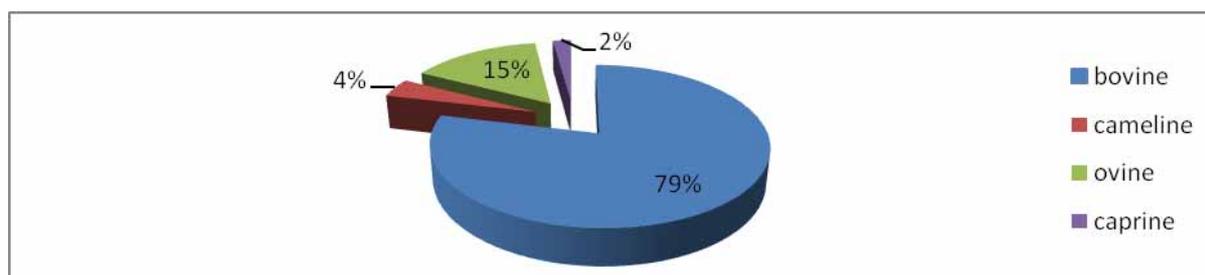


Figure 1 : Répartition des espèces abattues au niveau l’abattoir de 2005-2009.

Source : MEIA(2010).

La quantité de viande bovine représente la majeure partie (**79%**) du total des abattages au niveau de l’abattoir pendant les cinq dernières années. Ensuite suit celle des ovins qui occupe la deuxième place (**15%**). Ce qui s’expliquer par le prix du kg de la viande bovine qui est inférieur à celui de l’ovin, aussi par le niveau de sollicitation de l’espèce. En effet après la viande ovine, celle des bovins est la plus sollicitée par le consommateur.

La création du nouvel abattoir frigorifique d’une capacité de 40000 tonnes à côté de l’ancien, permettra de satisfaire la demande en viande de la population de la ville de Niamey. Cet abattoir moderne prévoit aussi une exportation annuelle de 15000 tonnes de viande.

2.5. La demande en viande dans la Communauté Urbaine de Niamey

L'augmentation de la population de Niamey qui est passée de 35000 habitants en 1960 à 836561 habitants en 2008 (**Mamane, 2008**). Le taux d'accroissement annuel est de 4,8. Ce qui a engendré un accroissement de la demande en viande. Celle-ci est aussi fonction de la période. En effet, elle est plus élevée surtout pendant les fêtes de tabaski et de fin d'année, les vacances qui constituent la principale période en termes de cérémonies (mariages), les congés de Noël et de Pâques.

Conclusion partielle

Malgré l'existence des potentiels de production de viande, notamment l'effectif assez important du cheptel au Niger, la viande produite au niveau de l'abattoir est destinée uniquement à la consommation locale.

Au vu de l'état actuel de l'abattoir qui est vétuste et fonctionne en pleine capacité, de la croissance démographique de la ville de Niamey l'offre en viande ne sera pas à la hauteur de la demande de la population. Ce qui risque d'accroître le niveau d'abattage clandestin.

DEUXIEME PARTIE : Etude de la commercialisation de la viande rouge dans la Communauté Urbaine de Niamey.

CHAPITRE I : Méthodologie de la recherche

1.1. Matériel et méthodes

1.1.1. Zone d'étude et échantillonnage

L'étude a été réalisée dans la Communauté Urbaine de Niamey, au niveau des cinq communes que compte la ville, sur la période de juillet à octobre 2010. Elle a concerné les principaux marchés à bétail de la CUN, les principaux points de vente de la viande crue et quelques points de vente de la viande transformée.

Au niveau des marchés à bétail, nous avons visité le marché de lazaret, le marché de la rive droite et celui de l'aéroport. Ainsi nous avons interviewé 8 commerçants et 6 intermédiaires choisis au hasard.

Tableau 4: Répartition des acteurs du circuit vivant en fonction des marchés.

Marché	Acteurs		Communes
	Commerçant	Intermédiaire	
Aéroport	1	1	IV
Lazaret	4	3	II
Rive droite	3	2	V
Total	8	6	2

Les points de vente de la viande crue concernés par l'étude sont : le grand marché, le nouveau marché, le petit marché et l'abattoir frigorifique. Au niveau de ces trois marchés, on note la présence des bouchers détaillants. Pour les bouchers grossistes on les trouve au niveau de l'abattoir.

Les points de vente de la viande transformée choisis au hasard sont : le rond point Sonni et le terrain musulman pour le *kilichi*, les quartiers Dan Gao, Karagué et Yantala sont retenus pour les restaurateurs et la grillade.

Le choix de l'échantillon s'est fait de manière aléatoire et a concerné les acteurs que sont : les consommateurs, les restaurateurs, les bouchers grossistes et les bouchers détaillants spécialisés en *kilichi*, spécialisés en viande crue et spécialisés en viande grillée. L'effectif de 13 personnes est retenu pour chaque catégorie d'acteurs, exception faite pour les bouchers détaillants qui comprennent 3 spécialités. Dans chacune des 3 spécialités, 13 bouchers ont été interrogés.

Le tableau 5 renseigne sur les acteurs de la viande crue par point de vente visité.

Tableau 5: Répartition des bouchers vendeurs de la viande crue en fonction des points de vente.

Communes	Points de vente de la viande crue	Boucher
II	Petit marché	5
III	Grand marché	4
	Nouveau marché	4
IV	Abattoir	13
Total	4	26

Le tableau 6 donne la répartition des vendeurs de la viande grillée, du kilichi et des restaurateurs par points de vente.

Tableau 6: Répartition des vendeurs de la viande grillée, du kilichi et des restaurateurs par points de vente.

Communes	Point de vente	Acteur		
		Vendeur viande grillée	Vendeur de kilichi	Restaurateurs
I	Yantala	4	-	4
III	Rond point Sonni	-	2	-
	T musulman	-	11	-
IV	Dan Gao	5	-	6
V	Karagué	4	-	3
Total	5	13	13	13

Le tableau suivant donne la répartition des consommateurs par points de vente.

Tableau 7 : Répartition des consommateurs par points de vente.

Points de vente	Consommateur	Communes
Petit marché	4	II
Grand marché	4	III
Nouveau marché	4	
Karagué	1	V
Total	13	3

1.1.2. Méthodes d'enquête

La méthode de recherche comprend deux étapes : une phase exploratoire et une phase d'enquête.

La phase exploratoire comporte deux parties : une partie consacrée à la recherche bibliographique et l'autre partie consacrée aux entretiens avec les personnes ressources au moyen de guides d'entretien. La revue bibliographique a consisté à la lecture et à la synthèse des informations déjà connues basée sur les travaux antérieurs, les statistiques (officielles et informelles). Les entretiens ont consisté à entrer en contact avec les personnes ressources (direction de l'élevage, responsables de la filière bétail-viande, organisations paysannes). Une séance d'entretien dure 15 à 20 minutes.

Cette phase s'est déroulée du 1^{er} juillet au 7 août 2010 en langues locale et française.

L'enquête proprement dite a été faite par le biais d'un questionnaire d'enquête, construit à partir des informations recueillies lors de la phase exploratoire. Cette phase s'est déroulée du 12 août au 5 septembre 2010, sous la forme d'entretien semi directif, après avoir testé le questionnaire. L'entretien semi directif s'est effectué en langues locales (haoussa et zarma-songhaï).

Une séance d'enquête dure environ 40 minutes. Ainsi 6 types de questionnaires ont été élaborés : questionnaire du boucher grossiste, questionnaire du boucher détaillant spécialisé en viande crue, questionnaire du boucher détaillant spécialisé en viande grillée et celui du boucher détaillant spécialisé en *kilichi*, questionnaire du restaurateur et questionnaire du consommateur.

Le questionnaire du boucher grossiste comprend trois parties fondamentales : l'identification, la caractérisation de l'activité du boucher et les coûts de transactions.

Le questionnaire du boucher détaillant se compose de : l'identification et les caractéristiques de l'activité. Ce questionnaire est presque identique pour les 3 spécialités.

Le questionnaire du restaurateur est composé de deux parties fondamentales : l'identification et la description de l'activité du restaurateur.

Le questionnaire du consommateur est composé de deux parties : une partie concerne l'identification du consommateur et une autre partie étudie le comportement de consommation.

1.2. Traitement et analyse des données

La collecte des données s'est effectuée au fur et à mesure de l'évolution de l'étude. Il en est de même pour le traitement et l'analyse des données.

Le logiciel Excel a servi d'outil pour l'analyse et le traitement des données recueillies.

1.3. Limites de l'étude

Les limites de l'étude sont dues à la taille de l'échantillon, à la ponctualité de l'enquête.

Malgré la petite taille de l'échantillon, ce dernier est représentatif dans le cadre de cette étude. L'enquête de type ponctuel s'est faite en un seul passage auprès des personnes enquêtées.

Les limites concernent aussi les informations. Ces informations ont été recueillies sur la base de déclarations des personnes enquêtées.

CHAPITRE II : Résultats

2.1. Identification des acteurs de la filière viande

2.1.1. Les bouchers grossistes

L'ethnie et la religion des bouchers grossistes

Tous les 13 bouchers grossistes interrogés sont de l'ethnie haoussa et de religion musulmane.

Le niveau d'instruction des bouchers grossistes

Cinq bouchers sur les 13 ont un niveau d'instruction primaire, soit un taux d'instruction de 38,46%. Le niveau d'instruction des bouchers est faible.

Le tableau suivant renseigne sur le niveau d'instruction des bouches grossistes.

Tableau 8: Niveau d'instruction des bouchers grossistes.

Niveau d'instruction	Effectif	Pourcentage
Non instruit	8	61,54%
Niveau primaire	5	38,46%
Total	13	100%

Nom instruit : n'est pas allé à l'école française.

Niveau primaire : Ecole primaire.

L'âge des bouchers grossistes

Les bouchers interrogés ont tous l'âge adulte, avec 38,46% de jeunes. Le tableau 9 donne la répartition des bouchers par tranche d'âge.

Tableau 9: Répartition des bouchers en fonction de la tranche d'âge.

Age	Effectif	Pourcentage
20-39 ans	5	38,46%
≥ 40 ans	8	61,54%
Total	13	100%

2.1.2. Les bouchers détaillants

L'ethnie et la religion des bouchers détaillants

Les 39 bouchers détaillants interrogés sont tous des musulmans de l'ethnie haoussa.

L'âge des bouchers détaillants

Les 39 bouchers détaillants interrogés sont tous adultes, mais les bouchers vendeurs de *kilichi* sont plus âgés (≥ 40 ans) que les deux autres catégories.

Le tableau suivant donne la répartition des bouchers détaillants par tranche d'âge.

Tableau 10: Répartition des différentes catégories de bouchers détaillants en fonction de la tranche d'âge.

Boucher	Age	Effectif	Pourcentage
Vendeur viande crue	30-45 ans	13	33,33%
Vendeur viande grillée	25-50 ans	13	33,33%
Vendeur <i>kilichi</i>	≥ 40 ans	13	33,33%
Total		39	100%

Le niveau d'instruction

Le taux d'instruction des bouchers détaillants avoisine les 50%. Mais le niveau d'instruction est primaire.

Le tableau 11 renseigne sur le niveau d'instruction des bouchers détaillants.

Tableau 11: Niveau d'instruction des bouchers détaillants.

Niveau d'instruction	Effectif	Pourcentage
Non instruit	20	51,28%
Niveau primaire	19	48,72%
Total	39	100%

2.1.3. Les restaurateurs

La religion des restaurateurs

Onze des treize restaurateurs rencontrés sont tous de la religion chrétienne. Les deux autres sont de la religion musulmane.

Le niveau d'instruction des restaurateurs

Les restaurateurs sont pour leur majeure partie instruits, soit 84,62 % du total. Le niveau d'instruction primaire est le plus élevé avec 38,46%.

Le tableau 12 décrit les différents niveaux d'instruction des restaurateurs.

Tableau 12: Niveau d'instruction des restaurateurs.

Niveau d'instruction	Effectif	Pourcentage
Non instruit	2	15,38%
Niveau primaire	5	38,46%
Niveau secondaire	2	15,38%
Niveau supérieur	4	30,78%
Total	13	100%

2.1.4. Les consommateurs

Les consommateurs interrogés appartiennent à la religion chrétienne et musulmane. Les musulmans représentent 61,54% de l'effectif.

Le niveau d'instruction des consommateurs

Sur les 13 consommateurs interrogés 10 sont instruits. Le niveau secondaire est plus élevé avec 38,48%.

Le tableau 13 donne le niveau d'instruction des consommateurs.

Tableau 13: Niveau d'instruction des consommateurs.

Niveau d'instruction	Effectif	Pourcentage
Non instruit	3	23,07 %
Niveau primaire	3	23,07 %
Niveau secondaire	5	38,48 %
Niveau supérieur	2	15,38 %
Total	13	100%

La fréquence au marché des consommateurs

Huit consommateurs à faible revenu ont une fréquence journalière au marché. Un seul consommateur à revenu élevé a une fréquence mensuelle.

Le tableau 14 renseigne sur la fréquence des consommateurs au marché, en fonction du revenu.

Tableau 14 : Fréquences au marché par niveau du revenu.

Fréquences Revenu	Journalière	Hebdomadaire	Mensuelle	Total
Faible	8			8
Moyen		4		4
Elevé			1	1
Total	8	4	1	13

La fréquence journalière la plus élevée est 8 et s'observe au niveau des ménages de grande taille. Celle des ménages de petite taille est très faible (1).

Le tableau suivant renseigne sur la fréquence des consommateurs au marché, en fonction de la taille du ménage.

Tableau 15: Fréquences au marché en fonction de la taille du ménage.

Fréquences Taille du ménage	Journalière	Hebdomadaire	Mensuelle	Total
Petite		3	1	4
Moyenne	3	1		4
Grande	5			5
Total	8	4	1	13

Petite taille: 1-5 ;

Taille moyenne : 6-15 ;

Grande taille : ≥ 16 .

Les principaux déterminants de la consommation

Les principaux déterminants de la consommation de viande à la CUN sont : d'ordres économiques basés sur le pouvoir d'achat des ménages ou le prix de la viande, socioculturels et démographiques tenant compte de la taille du ménage et des types de préparation.

De toutes ces viandes rouges, la viande de mouton est la plus appréciée par le consommateur de la CUN, ensuite vient celle du bœuf. Mais compte tenu du prix élevé de la viande de mouton en comparaison à celui des autres espèces, les consommateurs vont vers la viande bovine.

Le tableau 16 donne les prix de viandes des différentes espèces concernées par l'étude.

Tableau 16: Prix de la viande par espèces (FCFA/Kg).

Espèce	Viande sans os	Viande avec os
Ovine	2750	2250
Caprine	2000	1800
Bovine	2250	2000
Cameline	2000	1500

Substituts de la viande

En cas de flambée du prix de la viande des ruminants (ovins et bovins), le produit est remplacé par le poisson (frais ou fumé), la viande de dindon, le niébé, etc.

2.2. Description du circuit de commercialisation de la viande

La commercialisation débute au niveau de l'abattoir frigorifique qui est le premier point de vente de la viande. De l'abattoir la carcasse est acheminée sur les différents points de vente.

2.2.1. Les points de ventes de la viande de la CUN

Les points de vente se répartissent en deux catégories : les marchés traditionnels et les marchés modernes.

Au niveau des marchés traditionnels, les boucheries se présentent sous forme de hangar couvert par un toit en tôle. L'architecture des marchés ne favorise pas le respect des mesures d'hygiène. En effet les extrémités des boucheries ne sont pas couvertes ; ce qui les expose aux mouches et au vent. Ces marchés représentent la majeure partie des marchés de viande de la CUN. Ils regroupent : le petit marché, le grand marché, le nouveau marché, le marché de la rive droite, le marché de Wadata, et celui de Yantala, etc.

Les marchés modernes sont construits en matériaux définitifs. Leur architecture favorise l'application des mesures d'hygiène et de conservation de la viande. Ces marchés se résument essentiellement aux supermarchés tels que: le magasin Score, Marina Market, Hadad Khalid, Vivanda, etc.

Le matériel de découpe est composé de couteau, hache et de coupe-coupe.

2.2.2. La Distribution de la viande dans la CUN

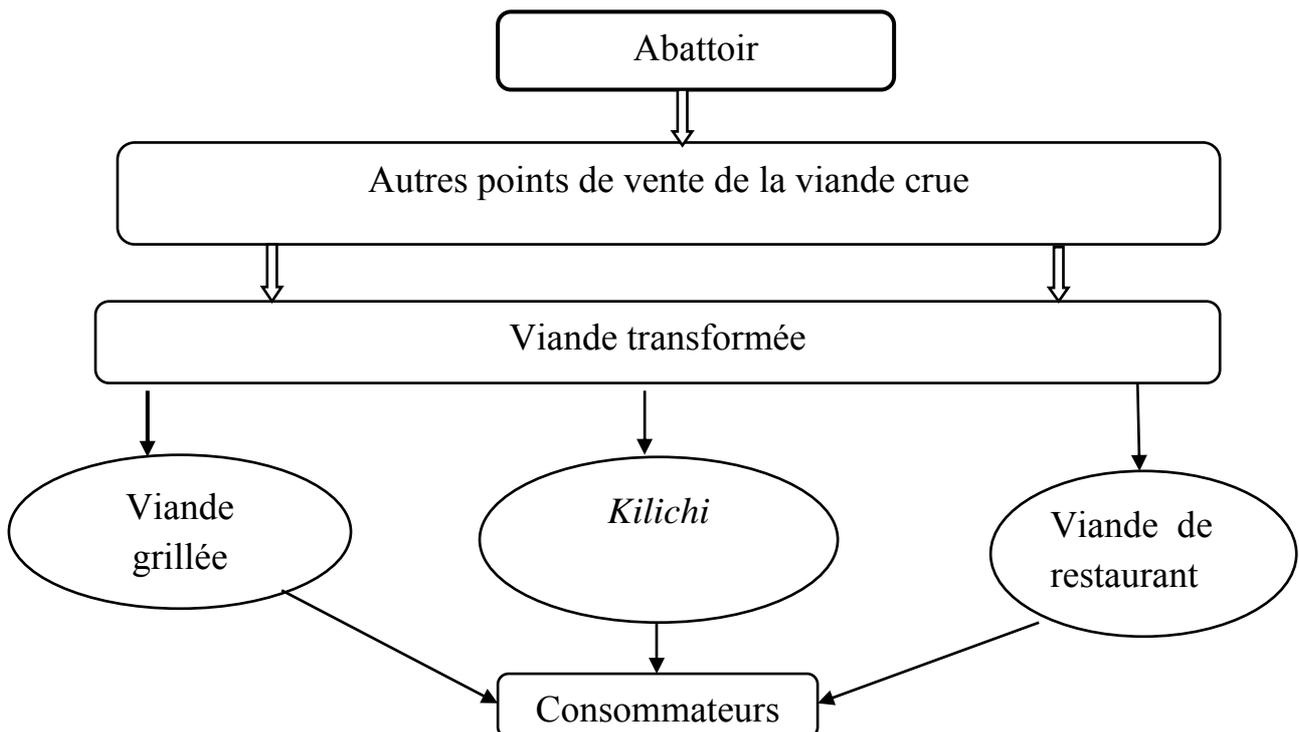
Le boucher grossiste vend la viande au boucher détaillant à partir de l'abattoir. Le boucher détaillant assure sa distribution aux ménages. La viande est vendue soit avec os ou sans os. Mais la vente en découpe traditionnelle se fait le plus souvent avec os et au comptant.

Le transport de la viande de l'abattoir aux points de vente se fait soit par vélo, taxi, moto, etc. Les frais de transport sont variables, ils tiennent compte surtout du moyen de transport utilisé et de la quantité de viande transportée.

La présentation de la viande varie en fonction du type de marché. Ainsi sur les marchés traditionnels la viande est vendue par: tas, morceau à la découpe à la demande du consommateur, par kg. Les prix varient de 200 FCFA à 2750 FCFA. Sur les marchés modernes la viande est vendue au kg ou par morceau.

Après la vente la viande est emballée, dans un papier au niveau des marchés traditionnels et dans un plastique sur les marchés modernes.

Schéma : Circuit de distribution de la viande à Niamey



2.3. L'analyse comptable de la filière

2.3.1. Le compte d'exploitation du commerçant

Pour le commerçant, le bénéfice est fonction de la saison, la période de l'année et de l'afflux des marchands nigériens.

Le tableau 17 fait ressortir les dépenses et charges opérées par le commerçant de gros ruminants avant sa mise en vente sur le marché.

Tableau 17: Compte d'exploitation du Commerçant vendeur de bovin

Charges	Montant (FCFA)	Produits	Montant (FCFA)
Achat bovin	163375	Vente bovin	195.000
Alimentation	1575		
Transport	1200		
Commission Intermédiaire	2125		
Taxes	500		
Salaire	9800		
Bénéfice	16425		
Total	195.000	Total	195.000

Le commerçant de bovin gagne un bénéfice de 16425 FCFA.

2.3.2. Le compte d'exploitation du boucher grossiste

Le tableau 18 renseigne sur le coût de production d'un bovin de 250 kg

Tableau 18: Compte d'exploitation du Boucher grossiste

Charges	Montant FCFA	Produits	Montant FCFA
Achat bovin	385714	Vente carcasse	385714
Frais de transport	5571	Vente 5ème quartier	57857
Commission intermédiaire	2142		
Frais d'abattage	8925		
Taxes	500		
Salaire	9800		
Bénéfice	30.919		
Total	443571	Total	443571

Le boucher réalise un bénéfice de **30919 FCFA** pour un bovin de 250 kg.

La figure suivante donne respectivement : une comparaison des marges pour les bouchers grossistes spécialisés dans l'abattage de gros ruminants.

Le bénéfice du boucher grossiste est conditionné par la vente du cinquième quartier.

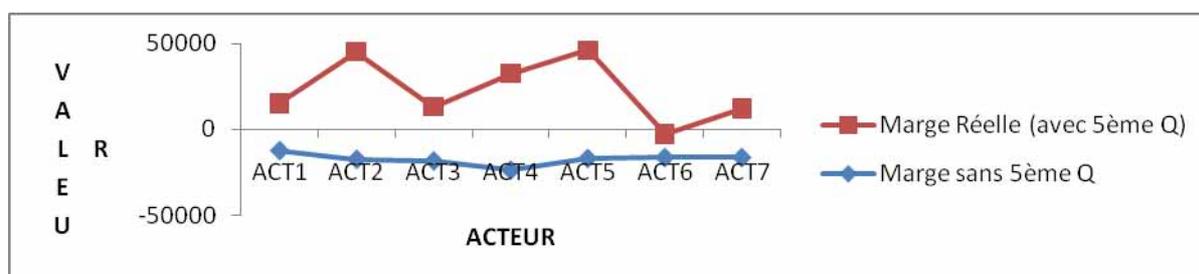


Figure 2 : Comparaison des marges (carcasse et carcasse plus cinquième quartier) de sept bouchers grossistes abattant de gros ruminants.

2.3.3. Le compte d'exploitation du boucher détaillant

Le tableau 19 renseigne sur les coûts de production de la viande grillée d'un gros ruminant.

Tableau 19: Compte d'exploitation du Boucher détaillant (viande grillée)

Charges	Montant (FCFA)	Produits	Montant (FCFA)
Achat carcasse	140250	Vente viande	235833
Autres dépenses	15083		
Salaire	9800		
Bénéfice	70700		
Total	235833	Total	235833

Le boucher spécialisé dans la grillade tire un bénéfice moyen de **70700 FCFA**.

Ce tableau 20 renseigne sur la vente de la viande crue, réalisée par le boucher détaillant.

Tableau 20: Compte d'exploitation du Boucher détaillant (viande crue)

Charges	Montant (FCFA)	Produits	Montant (FCFA)
Achat carcasse	130950	Vente viande	162657
Autres dépenses	2964		
Salaire	7350		
Résultat	21393		
Total	162657	Total	162657

Le boucher détaillant vendeur de viande crue tire un bénéfice moyen de **21393 FCFA**.

La figure suivante compare les revenus des bouchers détaillants vendeurs de la viande grillée et des bouchers vendeurs de la viande crue.

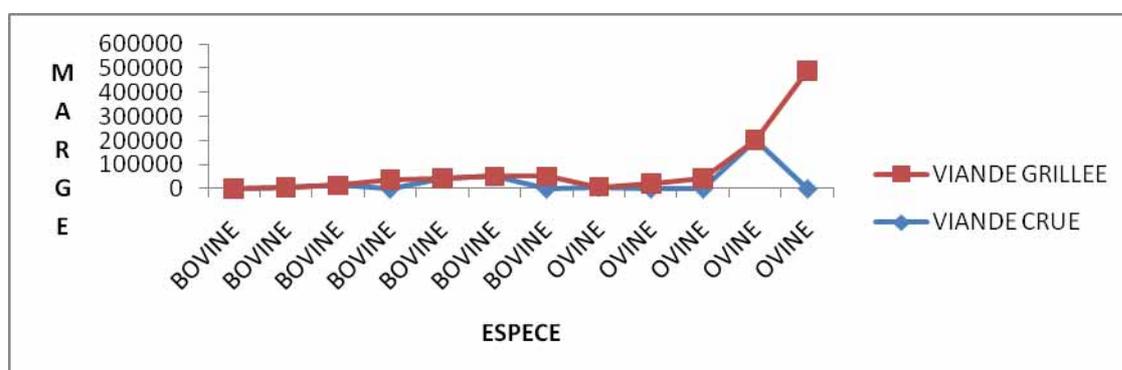


Figure 3: Comparaison des revenus des bouchers détaillants (de viande grillée et crue).

Le revenu généré par la viande grillée est supérieur à celui de la viande crue.

L'organisation socioprofessionnelle de la filière

Quatre syndicats de bouchers cohabitent au niveau de la filière : deux syndicats pour les bouchers grossistes et deux pour les bouchers détaillants.

Les syndicats des bouchers grossistes sont: le syndicat des bouchers de la CUN (S.B. FA INNNTA) et le syndicat national des bouchers indépendants du Niger(SNBIN). Les deux syndicats des bouchers détaillants sont : le syndicat des bouchers détaillants du Niger(SYNBOUDENI) et le syndicat national des bouchers et revendeurs de viande (SNBRV).

On note en plus la présence de:l'organisation des consommateurs du Niger (ORCONI), de l'association de défense des droits des consommateurs (ADDC WADATA), de l'association des professionnels de la filière bétail-viande (ANBV) et l'association des professionnels des cuirs et peaux, bétail-viande du Niger.

2.4. Les contraintes de la commercialisation de la viande

Les contraintes à la commercialisation de la viande dans la Communauté Urbaine de Niamey sont d'ordre institutionnel, technique et économique.

Au plan institutionnel

L'absence d'organisations efficaces susceptibles d'être des partenaires crédibles auprès des organismes de financement. Le niveau élevé de l'abattage clandestin qui a des conséquences sur le montant de la taxe d'abattage déjà faible limitant ainsi le financement de nouveaux investissements.

La régression continue de la consommation de viande au sein de la population persiste surtout devant l'aggravation de la crise économique.

La mauvaise gestion de l'abattoir constitue l'un des premiers obstacles au développement de la commercialisation de la viande. C'est le cas de l'attribution du numéro et du quota d'abattage, qui est source de nombreuses controverses entre les bouchers et la direction de l'abattoir.

Au plan technique

La vétusté des infrastructures et de l'équipement de l'abattoir limitent ses capacités en termes de prestation. La production se fait en violation des normes en matière d'hygiène et de sécurité des agents. C'est le cas des carcasses accrochées aux perchoirs qui tombent souvent sur le sol insalubre de la salle d'abattage de l'abattoir.

La balance défectueuse au niveau de l'abattoir est à la base de nombreuses controverses entre les bouchers détaillants et grossistes, notamment le respect des prix retenus lors des négociations.

La chambre froide de l'abattoir n'est pas opérationnelle, ce qui ne facilite pas le ressuyage des carcasses, voire leur conservation.

Au plan économique

A ce niveau on note : l'absence de subvention de la part de l'Etat, la difficulté d'accès aux crédits, l'insuffisance de structures d'octroi de crédits. En effet la Banque Régionale de Solidarité est actuellement la seule structure qui octroi du crédit aux producteurs. Cependant la durée de l'emprunt est courte. La première banque agricole du Niger (BAGRI), quant à elle vient juste d'être créée.

Les famines récurrentes occasionnent d'énormes pertes au sein du cheptel. C'est le cas de 100000 têtes d'animaux dans la partie nord du pays suite à la crise alimentaire qui sévit actuellement dans le pays.

Les bouchers détaillants s'endettent souvent auprès des bouchers grossistes. Cet endettement au niveau de la vente de la viande fait augmenter le prix du kilogramme car les prêts (entre grossiste et détaillant) se font à des taux usuraires à cause des risques élevés de non remboursements.

CHAPITRE III : Discussion des résultats

3.1. Les caractéristiques des acteurs de la filière viande

Les bouchers grossistes et détaillants enquêtés sont tous de l'ethnie haoussa. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que le métier de boucher est exercé au Niger uniquement par l'ethnie haoussa. Cela n'est pas le cas au Sénégal, où l'on retrouve presque toutes les ethnies (SANE, 2010).

Les bouchers grossistes et détaillants interrogés sont tous de religion musulmane. Ceci peut être dû à la prédominance de la religion musulmane dans le pays.

Les bouchers grossistes et détaillants ont un niveau d'instruction qui est inférieur à 50%. Ce résultat confirme celui obtenu par SANE (2010) à Dakar de 47,4%. Les bouchers de Niamey de niveau primaire (38%) sont supérieurs à ceux observés par SANE 2010 à Dakar de l'ordre de 23,4%.

Tous les bouchers de la ville de Niamey ont un âge relativement jeune, supérieur à 18ans. En effet après leurs adolescences les jeunes partent en exode vers les villes. Ce phénomène est identique à celui observé à Dakar par SANE(2010).

Les bouchers détaillants vendeurs de *kilichi* sont tous âgés (≥ 40 ans). En effet pour fabriquer du *kilichi* il faut une certaine expérience.

Les consommateurs de la ville de Niamey ont un niveau d'instruction de 76,93% qui est inférieur à celui obtenu à Dakar par SANE (2010) de l'ordre de 87,5%.

3.2. Les comportements des consommateurs

Sur les marchés traditionnels la viande est vendue au client avec os et au comptant. Ce résultat confirme celui obtenu par SANE à Dakar en 2010.

Les consommateurs à faible revenus partent tous les jours au marché pour acheter de la viande. Leurs fréquences régulières au marché peuvent être dues au manque de moyens financiers. En effet le manque de moyens les empêche de payer des quantités considérables et de posséder du matériel de conservation de viande.

Les consommateurs des familles de grande taille vont fréquemment au marché pour s'approvisionner en viande. La taille de leurs ménages les conduit à se procurer quotidiennement de la viande parce que n'ayant pas la possibilité de faire du stock.

Les consommateurs préfèrent la viande ovine. Cette préférence peut s'expliquer par son goût qui est meilleur à celui des autres ruminants.

La consommation en viande rouge est de 9,31kg/hbt/an dans la CUN. Ce ratio est proche de la moyenne sahélienne de l'ordre de 10-12kg/hbt/an.

Les déterminants du comportement du consommateur corroborent ceux obtenus à Dakar (Mankor, 2001) cité par Duvergé, 2006.

3.3. L'apport économique de la filière bétail - viande

Le commerçant de gros ruminant a obtenu un bénéfice de 16425FCFA. Ce résultat est inférieur à celui observé dans l'espace UEMOA, qui est de 35450 FCFA /tête de bovins dans le commerce local.

Le boucher grossiste réalise un bénéfice de 30919FCFA. Le boucher détaillant vendeur de la viande grillée obtient 70700FCFA, contre 21393FCFA pour le boucher détaillant vendeur de la viande crue. Le boucher détaillant spécialisé dans la grillade gagne des meilleurs bénéfices par rapport aux autres bouchers.

Le prix du kg de la viande bovine (sans os) est de 2250 FCFA dans la CUN. Ce résultat est largement supérieur au prix de référence du bovin au niveau de l'espace UEMOA de 1481FCFA.

3.4. L'aspect organisationnel de la filière

L'effectif des intermédiaires est en régression au Niger. Ce résultat infirme celui obtenu par le Projet de Promotion des Exportations Agro-sylvo-pastorales (2002), faisant cas d'un effectif assez important des intermédiaires dans la commercialisation de la viande.

Malgré la présence des associations des acteurs de la filière et des syndicats de bouchers, la commercialisation de la viande paraît inorganisée.

La mauvaise gestion au niveau de l'abattoir se répercute sur le prix de la viande et le niveau de consommation de la viande. Ce qui freine la bonne marche de la commercialisation de la viande à la CUN.

Au regard de l'état actuel de la filière, la libéralisation totale des marchés qui prévaut à l'OMC n'est cependant pas l'approche qui convient la plus au Niger et à sa filière bétail viande. Notamment avec une Europe qui subventionne ses exportations et soutient financièrement ses producteurs. Les éleveurs Nigériens doivent faire face au désengagement de l'État, aux sécheresses répétitives, aux problèmes d'espace et à la faible motorisation des moyens de production et de transport.

Recommandations

La commercialisation de la viande à la CUN n'est pas au bon fixe. Il s'agit de la mauvaise organisation du circuit et des acteurs de la filière viande, de la vétusté des infrastructures et de l'équipement de l'abattoir. Au regard de ce qui précède, nous adressons les recommandations suivantes à l'état et aux acteurs de la filière viande.

A l'Etat

De veiller à l'application rigoureuse des mesures d'hygiène au niveau de l'abattoir frigorifique de Niamey. L'Etat doit également augmenter les structures d'octroi de crédits agricoles, revoir les modalités et la durée de l'emprunt.

Une implication de l'Etat dans la fixation d'un prix officiel pour les viandes, distinguant plusieurs catégories de viande. Cette implication doit s'appesantir sur la professionnalisation des acteurs, sur l'organisation des rencontres avec les acteurs afin de négocier le prix avec les professionnels de la filière viande et de veuillez à son application.

De doter l'abattoir d'une balance de meilleure qualité et d'aménager une salle de vente pour la viande, en attendant la finition du nouvel abattoir frigorifique.

Développer la lutte contre l'abattage clandestin, par la promotion de l'abattage industriel et contrôlé. Il s'agit de favoriser l'émergence d'hommes d'affaires privés formels. Dans ce cadre les expériences de fabrication de *kilichi* doivent être soutenues d'avantage notamment dans la recherche de marchés à l'exportation.

Aux acteurs de la filière

Aux professionnels de la filière d'œuvrer de manière efficace pour l'amélioration du circuit de commercialisation du bétail et de la viande. Ceci passe d'abord par la fusion des deux syndicats des bouchers grossistes en un seul syndicat et aussi la fusion des deux syndicats de bouchers détaillants en un syndicat unique. Ensuite la création d'une structure qui regroupe le syndicat des bouchers grossistes et le syndicat des bouchers détaillants. La nouvelle structure avec l'aide des Ministères techniques, doit travailler à la redéfinition des rôles et attributions des différents acteurs et intervenants.

Conclusion

La demande en viande au niveau de la Communauté Urbaine de Niamey augmente au cours de ces dernières années, suite à l'augmentation de la population de la ville. Au même moment la consommation en viande connaît une régression.

Notre étude qui s'est déroulée dans la CUN, a pour objectif d'améliorer la commercialisation de la viande à Niamey. L'étude s'est appesantie sur l'identification des acteurs de la filière, la description du circuit de commercialisation, l'évaluation des comptes des acteurs et les contraintes de la commercialisation de la viande.

Au niveau des acteurs de la filière, on note la présence des bouchers grossistes et détaillants, des restaurateurs et des consommateurs dans le circuit de commercialisation. L'étude révèle aussi que le métier de boucher est exercé uniquement par des haoussa dans la CUN.

La commercialisation prend naissance à l'abattoir frigorifique de Niamey, qui est la principale infrastructure de production de viande. Au niveau de l'abattoir, les bouchers grossistes assurent la vente de la viande aux bouchers détaillants. Ensuite les bouchers détaillants assurent sa mise en vente sur les marchés modernes et traditionnels. La viande est vendue par tas sur les marchés traditionnels et par morceau sur les marchés modernes.

La fréquence d'achat au marché est motivée par le revenu et la taille du ménage. En effet les ménages à faible revenu et les ménages de grande taille sont les plus réguliers au marché.

Les consommateurs manifestent plus de préférence à la viande ovine. En effet cette dernière est la plus appréciée des viandes rouges à Niamey. Mais compte tenu de son prix qui est supérieur à celui des autres viandes, les consommateurs vont vers la viande bovine.

Les bouchers détaillants vendeurs de viande grillée semblent les mieux rémunérés du circuit de la commercialisation.

Les contraintes de la commercialisation sont dues en majeure partie à la mauvaise organisation des acteurs de la filière, notamment les bouchers. Elles sont aussi liées à l'insuffisance de structures d'octroi de crédit et au manque de subvention de la part de l'Etat, aux matériels et équipement de l'abattoir qui sont obsolètes.

Au terme de cette étude, nous avons formulé des recommandations à l'endroit de l'Etat et des acteurs de la filière pour un meilleur approvisionnement de la CUN en viande.

BIBLIOGRAPHIE

1. Boukar M., 1999

Etude sur la facilitation du commerce pour les aspects couvrant la filière élevage.- 57 p.

2. Document cadre pour la relance du secteur de l'élevage au Niger, 2001

Etats des lieux, axes d'intermédiaires et programmes prioritaires.- 109 p.

3. Duvergé A., 2006

Etude du circuit long de la filière de Tambacounda jusqu'à Dakar.- Mémoire : ISTOM : Dakar.- 91 p.

4. FAO, 2004

Guide pratique de l'approche filière : le cas de l'approvisionnement et de la distribution des produits alimentaires dans les villes.- 34 p.

5. Fondation pour l'agriculture et la ruralité dans le monde, février 2008

Améliorer le fonctionnement des marchés agricoles en Afrique de l'Ouest.-75 p.

6. GADJIMI A., 2004

Etude des filières de commercialisation du bétail et des sous produits de l'élevage dans le département de MAINE SOROA.- 60 p.

7. Gomma A., 2000

Étude sur la production des ruminants en milieu urbain et périurbain de Niamey, Niger : AD-VSF-FP1.- 77 p.

8. Hadi M., 2000

Contribution du Système d'Information sur les Marchés à Bétail (SIMB) du Niger.- 26 p.

9. Hugo B., 2004

Portrait de la filière bétail au Niger et de son positionnement dans le commerce International : UPA Développement international (UPA DI).- 40 p.

10. Institut National de la Statistique du Niger, 2009

Répertoire National des Communes.- 540 p.

11. Inter-réseau Développement rural

Consommation urbaine de viandes en Afrique l'Ouest. [En ligne]

Accès internet:<http://www.inter-reseau.org/revue-grain-de-sel/46-47-repondre-aux-évolutions/article/consommation-urbaine-de-viandes-en> ;(consulté le 6 septembre 2010).

12. Mamane O. ; Oumarou M., 2008

Urbanisation sauvage à Niamey.-27 p.

13. Motcho H., 2006

La réforme de la communauté urbaine de Niamey.- 19p.

14. NIGER. Cabinet du Premier Ministre, 2008-2012

Stratégie De Réduction de la Pauvreté.- 133 p.

- 15. NIGER. Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage et Mission Française de Coopération et d'Actions Culturelles, 1995**
Etude des Filières Elevage: Bétail, Viande, Cuirs et Peaux, Lait.-Niamey : MAG/EL.-76 p.
- 16. NIGER. Ministère de l'Agriculture et du Cheptel, 2010**
Note sur l'atelier régional de validation du projet de l'étude sur les modèles de gestion des filières agricoles prioritaires de l'UEMOA et session de formation des acteurs à l'utilisation des modèles.-Niamey : MA/C.-4 p.
- 17. NIGER. Ministère de l'Elevage et des Industries Animales, 1970-2009**
Annuaire des séries statistiques d'élevage.-Niamey : MEIA.- 157 p.
- 18. NIGER. Ministère des Ressources Animales, 2006**
Stratégie de Développement Rural : plan d'action.-Niamey : MRA.- 147 p.
- 19. NIGER. Ministère des Ressources Animales, 2005**
Les filières d'élevage : atouts, contraintes et actions à mettre en œuvre.-Niamey : MRA- 8 p.
- 20. NIGER. Ministère des Ressources Animales, 2003**
Stratégie de Développement Rural : mise en œuvre.- Niamey : MRA.-57 p.
- 21. NIGER. Ministère des Ressources Animales, 2000**
Etude sur la production des ruminants en milieu urbain et péri urbaine de Niamey.-Niamey : MRA.-78 p.
- 22. NIGER. Ministère de l'Economie et des Finances, décembre 2004**
Etude d'impact des Accords de Partenariat Economique sur l'économie du Niger.-167 p.
- 23. Papa N ; Banaon N et Léa V., 2009**
CIRAD, rapport filière bétail / viande bovine, régions est et sahel.
- 24. Projet de développement des exportations et des marchés agro-sylvo-pastoraux, 2008**
Filières bétail-viande, cuirs et peaux.- 56 p.
- 25. République du Niger, 2008**
Projet de construction du nouvel l'abattoir frigorifique de Niamey.
- 26. Recensement General de l'Agriculture et Cheptel, 2005-2007**
Analyse des résultats des enquêtes sur les marchés à bétail et le cheptel aviaire.- Niamey : RGAC.-99 p.
- 27. SANE A., 2010**
Etude de la distribution de viande dans la ville de Dakar (Sénégal).
Thèse : Med.vet: Dakar ; 19.- 137 p.
- 28. Tiemogo H., 2006**
Commercialisation du bétail et de la viande à la Communauté Urbaine de Niamey.- 32 p.
- 29. Union Monétaire des Etats Ouest Africain, 2006**
Simulation bétail-viande.- 6 p.

ANNEXES :

Questionnaire d'enquête sur la Commercialisation de la viande à la Communauté Urbaine de Niamey : Boucher grossiste

Date :

N° Fiche :

I. Identification de l'enquêtée :

Nom et prénom:.....

Age :.....

Ethnie :.....

Religion :.....

Niveau d'instruction :.....

II. Caractérisation de l'activité du boucher grossiste :

Nature de l'espèce abattue : 1. Bovine 2. Caprine 3. Cameline 4. Ovine

Marché de provenance des animaux: 1. Collecte 2. Regroupement 3. Terminal

Quel est le moyen de transport utilisé (du marché à l'abattoir) ?

Mode d'acquisition de l'animal : 1. A crédit 2. Au comptant

Nature des clients :.....

Appartenez-vous à une organisation :.....

III. Coûts de transaction du boucher grossiste

Prix d'achat/Espèce	Frais de transport/ Espèce	Frais d'abattage/kg	Impôts et taxes versées	Prix de vente du kg a la sortie de l'abattoir
Bovine				
Caprine				
Cameline				
Ovine				
Porcine				

Questionnaire d'enquête sur la Commercialisation de la viande à la Communauté Urbaine de Niamey : Boucher détaillant

Date :

N° Fiche :

I. Identification de l'enquêtée : Identique au I du boucher grossiste

II. Caractéristiques de l'activité :

Mode d'acquisition de la viande : 1. A crédit 2. Au comptant

Lieu d'approvisionnement : 1. Abattoir 2. Marché

Etude de la commercialisation de la viande rouge dans la Communauté Urbaine de Niamey (Niger).	Study of the marketing of the red meat in the urban community of Niamey
RESUME	ABSTRACT
<p>La présente étude a pour but d’appréhender la commercialisation de la viande rouge dans la communauté urbaine de Niamey, à travers les marchés à bétail et les différents points de vente de la viande. Ce nous a permis d’identifier le circuit de commercialisation et les différents acteurs qui l’animent.</p> <p>Ainsi pour réaliser cette étude, nous avons d’abord rencontré le personnel de l’abattoir frigorifique de Niamey, la direction de la promotion des filières et des industries animales, les associations des professionnels de la filière bétail-viande, deux associations de défense des droits des consommateurs.</p> <p>Ensuite, nous avons interviewé par catégories d’acteurs : huit commerçants, six intermédiaires. Puis nous avons interrogés treize bouchers grossistes, trente-neuf bouchers détaillants dont treize acteurs par spécialités (viande crue, viande grillée et viande séchée) des bouchers détaillants, treize restaurateurs, treize consommateurs. Ce qui a permis de tracer le circuit de commercialisation de la viande, de comprendre le processus de la formation du prix de la viande.</p> <p>L’étude révèle que la commercialisation de la viande débute à partir de l’abattoir frigorifique de Niamey. De l’abattoir la viande est acheminée sur les points de vente ou marchés de la capitale, auprès desquels viennent s’approvisionner les consommateurs.</p> <p>Elle ressort aussi une dominance de l’ethnie haoussa, qui est d’ailleurs la seule dans l’exercice du métier de boucher. En plus on remarque une fréquence régulière des ménages à faible revenus et de grande taille sur le marché.</p> <p>Au terme de cette étude les atouts, les perspectives sont mis en exergue ; les contraintes sont identifiées et des solutions appropriées furent proposées.</p>	<p>The present study aims at apprehending the marketing of the red meat in the urban community of Niamey, through markets in cattle and the various selling points of the meat. It allowed us to identify the circuit of marketing and the various actors who live it up.</p> <p>So to realize this study, we met at first the staff of the refrigerated slaughterhouse of Niamey, the direction of the promotion of the sectors and the animal industries, the associations of the professionals of the sector cattle-meat, two associations of defense of the rights of the consumers.</p> <p>Then, we interviewed by categories of actors: eight storekeepers, six intermediaries. Then we questioned thirteen butchers wholesalers, new thirty butchers retailers among whom thirteen actors by specialties (raw meat, grilled meat and dried meat) butchers retailers, thirteen restorers, thirteen consumers. What allowed drawing the circuit of marketing of the meat, to understand the process of the training of the price of the meat?</p> <p>The study reveals that the marketing of the meat begins from the refrigerated slaughterhouse of Niamey. Of the slaughterhouse the meat is forwarded on selling points or markets of the capital, beside of which come to stock up the consumers.</p> <p>It also rereleases a dominance of the Hausa ethnic group, who is moreover the only one in the exercise of butcher's job. In more we notice a regular frequency of the housework's with low income and large-sized on the market.</p> <p>In the term of this study asset, perspectives are highlighted; the constraints are identified and appropriate solutions were proposed.</p>
<p>Mots clés : Viande rouge, Commercialisation, Communauté Urbaine de Niamey.</p>	<p>Keywords: Red meat, Marketing, Urban community of Niamey.</p>
<p>M. Bahari AMADOU ABDOULAYE TEL: +221777357031; +22796294254 E-MAIL: DENNANI@yahoo.fr Quartier Dan Gao (Commune IV, Niamey /NIGER)</p>	<p>M. Bahari AMADOU ABDOULAYE Phone n°: +221777357031; +22796294254 E-MAIL: DENNANI@yahoo.fr Dan Gao Ward (Commune IV, Niamey / NIGER)</p>