

**ECOLE INTER-ETATS DES SCIENCES ET MEDECINE
VETERINAIRES**

(EISMV)



ANNEE 2014

N°8

**ETUDE DE LA COMMERCIALISATION DU POISSON FRAIS
DANS LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY (NIGER)**

**MEMOIRE DE MASTER EN PRODUCTIONS ANIMALES ET DEVELOPPEMENT
DURABLE**

Spécialité : Economie et Politiques d'Elevage

Présenté et soutenu publiquement le Samedi 08 Mars 2014 à 11H
A l'Ecole Inter-Etats des Sciences et Médecine Vétérinaires (EISMV) de Dakar par :

M. Oumarou ALI ABDOU

Né le 28 Juin 1981 à Agadez (NIGER)

MEMBRES DU JURY

Président :

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

Membres :

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

M. Amadou NDIAYE
Enseignant Chercheur (PhD) à l'UGB
de Saint-Louis

Directeur :

M. Germain J. SAWADOGO
Professeur à l'EISMV de Dakar

Co-directeur :

M. Ali HAROUNA
Ingénieur Forestier / DPA de Niamey

DEDICACES

Au terme de ce travail, je dédie ce mémoire :

- A mon très cher défunt père Monsieur **Ali ABDOU LABO** qui, de son vivant, a mis toute sa sagesse et ses moyens pour que nous soyons utiles dans la vie en général ;
- A ma très chère mère, Madame **Mariama ADAMOU AMADOU** qui n'a jamais cessé de mobiliser toutes ses attentions maternelles et ses ressources financières à la réussite de mon éducation ;
- A ma très chère épouse adorée, désirée **Rahamatou SAHAYA MALIKI** qui n'a ménagé aucun effort à m'assurer une stabilité psychologique ;
- A l'ensemble de mes frères et sœurs de la famille **Ali ABDOU LABO** parmi lesquels je citerai ma **très chère grande sœur Haoua**, qu'elle trouve ici mes sincères et spéciaux remerciements à son égard ;
- A l'ensemble de mes **amis** et **connaissances** sans aucune distinction.

REMERCIEMENTS

Nous remercions vivement tous ceux qui d'une façon ou d'une autre ont contribué à la réalisation de ce travail.

Nos remerciements vont particulièrement :

- A mon Directeur de mémoire Monsieur **Germain Jérôme SAWADO**, Professeur à l'EISMV de Dakar, Coordonnateur des Stages et Formations Post-Universitaires pour son efficacité dans la gestion des Masters, son encadrement, ses sages conseils, sa disponibilité, sa patience et surtout son pragmatisme à toute éventualité pendant toute la période de ma formation à l'EISMV;
- A mon Maître de stage Monsieur **Ali HAROUNA**, Colonel des Eaux et Forêts, Directeur national de la Pêche et de l'Aquaculture (DPA), pour son encadrement, ses conseils, sa disponibilité, son caractère de rassembleur et sa patience durant mon séjour à la DPA;
- A mon Encadreur de terrain, Monsieur **Hamissou LAOUALI**, Commandant des Eaux et Forêts, Chef de la Division aménagement des pêcheries et lutte contre les plantes aquatiques envahissantes (DAPLCPE); pour sa constante disponibilité d'avoir assuré mon encadrement sur le terrain lors de ce stage ;
- Aux Docteurs **Adrien MANKOR** et **Ibrahim THIAM**, pour tout l'encadrement dont vous m'avez fait bénéficier dans le cadre de ce travail ;
- Au Docteur **Amadou NDIAYE**, enseignant chercheur (PhD) à l'UGB de Saint-Louis, pour sa contribution à l'amélioration de ce travail de mémoire ;
- A la **Coopération Technique de la Belgique**, à travers elle le Royaume de la Belgique pour le financement de ma formation. Nous saluons la disponibilité et la compétence du personnel CTB/BTC Niamey et de Dakar.
- A mon tuteur de Dakar **M. Hamza SEYDOU KOROMBE** pour son hospitalité et son soutien sans faille lors de notre séjour à Dakar ;
- Aux Messieurs **Adamou ZAROMEYE**, **Idrissa ALI** et **Oumarou SIAKA** qui ont les qualifications respectives suivantes : Chef de la Division Développement de l'Aquaculture (DDA) à la DPA, Président de l'ONG ADAN à Niamey et Directeur Régional de l'Environnement de Tillabéri, ainsi qu'à Madame **Fadima IBRAHIM**, secrétaire de la DPA.

Mes vifs remerciements vont, en général, à l'endroit de tous les enseignants et chercheurs de l'EISMV de Dakar et de l'Université Abdou Moumouni de Niamey, et en particulier à tous les enseignants et chercheurs du Master Productions Animales et Développement Durable (PA2D).

En fin mes remerciements à ceux qui de près ou de loin, ont contribué à l'élaboration de ce document, qu'ils trouvent ici toutes mes profondes gratitude et ma reconnaissance totale.

HOMMAGES 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**

C'est un énorme privilège pour nous que vous soyez présent dans ce jury. Votre amour du travail bien fait et votre rigueur d'homme de sciences vous ont toujours distingué. 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, pédagogiques, et votre capital d'expériences nous ont beaucoup servi durant nos études de Master. Veuillez trouver ici l'expression de notre respect distingué.

Vous avez accepté de guider ce travail avec une intention ferme. Vos conseils, votre simplicité, vos énormes qualités scientifiques et votre rigueur nous ont éclairés. Nous garderons de vous le souvenir d'un maître humble, dévoué et totalement engagé pour la recherche. Soyez assuré de notre reconnaissance.

- **A notre maître et juge, Monsieur Amadou NDIAYE, Enseignant Chercheur (PhD) à l'UGB de Saint-Louis**

Vous nous faites un très grand honneur en acceptant de participer notre jury et de juger ce modeste travail. Vos énormes qualités scientifiques et votre rigueur nous ont éclairés dès lors que vous avez accepté de faire la contre expertise. Veuillez trouver ici l'expression de notre profond respect.

RESUME

La présente étude a pour objectif d'analyser les circuits de commercialisation du poisson frais en ce sens déterminer les caractéristiques sociales des acteurs, d'en connaître les circuits de commercialisation et d'établir les comptes de résultats des acteurs, dans la Communauté Urbaine de Niamey érigée en cinq (5) arrondissements communaux. La méthodologie de recherche utilisée a consisté à un échantillonnage d'acteurs (pêcheurs, mareyeurs, grossistes et détaillants) et choix des sites (débarcadères, marchés et points de vente) d'enquête. Les données ont été collectées suite à des enquêtes réalisées auprès d'un échantillon de 40 pêcheurs et 50 commerçants au niveau de 2 marchés, 2 points de vente et 7 sites de débarquement des poissons frais de ladite région.

L'étude fait ressortir un manque d'organisation dans l'exercice de cette activité. Les acteurs de cette activité sont dans leur majorité des adultes, d'ethnies et de nationalités diverses. La pêche est l'apanage des hommes tandis que le mareyage et la vente en détail sont dominés par les femmes. Du pêcheur au consommateur il se dégage quatre circuits commerciaux dont deux principaux (circuit court et circuit long). L'analyse comptable nous permis de révéler un écart important de prix moyen (1440FCFA) entre le prix moyen appliqué par le pêcheur et celui du détaillant. En effet, un bénéfice moyen net de 225F à 612F CFA a été estimé par kilogramme vendu par chaque acteur de la chaîne.

La commercialisation de poissons frais apparait comme une activité rentable principalement pour les grossistes et les mareyeurs. En effet, l'Etat doit s'impliquer activement pour une réorganisation socioprofessionnelle des acteurs afin d'améliorer le partage de la valeur ajoutée à tous les niveaux et favoriser l'accès du produit à tous les consommateurs.

Mots clés : Poisson frais, commercialisation, communauté urbaine de Niamey.

ABSTRACT

The present study aimed to identify the marketing channels of fresh fish, different types of actors and their characteristics, and to know the relationships between them, in the region of Niamey erected in five districts. The methodology used consisted in the documentary through the collection of data from institutions and resource persons and research surveys have been conducted among 40 fishers men and 50 traders at two markets, two outlets and seven fish landing sites expenses of the region.

The study revealed a lack of organization in the exercise of this activity. The actors of this activity were in majority adults, and various ethnicities and nationalities. Fishing is dominated by men while the fish trade and retail sales are dominated by women. From fisherman to the consumer it identifies four major trade channels including two (short circuit and long circuit). The financial analysis reveals a significant difference in average price (1440FCFA) between the average price charged by the producer and the retailer. In fact, an average net profit of 225F to 612F CFA was estimated per kilogram sold by each actor in the chain.

Marketing of fresh fish appears to be a profitable business primarily to wholesalers. Indeed, the government must be actively involved for a reorganization of socio-professional actors to improve the sharing of added value at all levels and promote access of the product to all consumers.

Keywords: fresh fish, marketing, headquarter of Niamey.

SIGLES ET ABREVIATIONS

ADAN : Association des Aquaculteurs du Niger.

AMN : Association des Mareyeurs du Niger.

APN : Association des Pêcheurs du Niger.

AVRPN : Association des vendeurs et revendeurs du poisson du Niger.

CEDEAO : Communauté Economique des Etats de l’Afrique de l’Ouest.

CUN : Communauté Urbaine de Niamey.

DFPP : Direction de la Faune, de la Pêche et de la Pisciculture.

DPA : Direction de la Pêche et de l’Aquaculture.

DRE : Direction Régionale de l’Environnement.

DS : Direction nationale de la Statistique.

EISMV : Ecole Inter Etats des Sciences et Médecine Vétérinaires.

F CFA : Francs de la Communauté Financière Africaine

FNAFIP : Fédération Nationale des Associations pour la Filière Poisson.

INS : Institut National des Statistiques.

ONG : Organisateur Non Gouvernementale.

OSP : Organisation Socioprofessionnelle

PA/PSSAII : Projet d’Appui au Programme Spécial à la Sécurité Alimentaire phase II.

PIB : Produit Intérieur Brut.

PNEDD : Programme National de l’Environnement pour Développement Durable.

RGP/H : Recensement Général des Populations et de l’Habitat.

UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africain.

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Organigramme des Institutions de la Pêche et de l'Aquaculture.....	4
Figure 2 : Production piscicole contrôlée (en tonne).....	8
Figure 10: Production piscicole mensuelle au petit marché de 2008-2010.....	10
Figure 6 : Répartition des acteurs en fonction du statut matrimonial	14
Figure 7 : Répartition des acteurs selon le niveau d'instruction.....	15
Figure 8 : Schéma de répartition des productions des pêcheurs.....	15
Figure 9 : Circuits commerciaux.....	18

LISTE DES TABLEAUX

Tableau I : Prix de la viande par espèce (F CFA/kg).....	9
Tableau II : Répartition des acteurs enquêtés selon les lieux d'activité.....	11
Tableau III: Répartition des acteurs selon le sexe.....	13
Tableau IV: Répartition des acteurs selon la tranche d'âge.....	13
Tableau V: Lieu de production des pêcheurs.....	15
Tableau VI: Fréquence de pêche et d'achat des acteurs durant la semaine.....	19
Tableau VII: Mode de paiement des fournisseurs de poissons.....	19
Tableau VIII: Espèces couramment achetées et prix du kg au niveau pêcheur..	20
Tableau IX : Moyens et coûts de transport par acteur.....	20
Tableau X : Quantités et coûts de la glace par acteur.....	21
Tableau XI: Compte d'exploitation d'un pêcheur.....	21
Tableau XII: Compte d'exploitation d'un mareyeur.....	21
Tableau XIII: Compte d'exploitation d'un grossiste.....	22
Tableau XIV: Compte d'exploitation d'un détaillant.....	22
Tableau XV : Forces, faiblesses, menaces et opportunités.....	27
Tableau XVI : Analyse des forces, faiblesses, menaces et opportunités.....	28

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU CADRE DE L'ETUDE.....	3
CHAPITRE 1 : CONTEXTE GENERAL DE LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY (CUN).....	3
1.1. Milieu physique.....	3
1.1.1. Situation géographique	3
1.1.2. Réseau hydrologique.....	3
1.2. Milieu humain	3
CHAPITRE 2 : SITUATION DE LA PECHE.....	4
2.1. Cadres institutionnel, législatif et descriptif de la pêche	4
2.1.1. Cadre institutionnel.....	4
2.1.2. Cadre législatif et réglementaire de la pêche	5
2.2. Principales institutions	5
2.2.1. Direction de la pêche et de l'aquaculture.....	5
2.2.2. Organisations des pêcheurs.....	5
2.2.3. Acteurs impliqués dans la commercialisation	5
2.2.3.1. Acteurs directs	6
2.2.3.2. Autres acteurs.....	6
2.2.3.2.1. <i>Consommateurs</i>	6
2.2.3.2.2. <i>Vendeurs de matériels de pêche</i>	7
2.2.3.2.3. <i>Ecailleurs</i>	7
2.3. Description du système de pêche	7
2.3.1. Pêche	7
2.3.2. Outils et engins de pêche	8
2.4. Méthodes de conservation de poisson.....	8
2.5. Demande et offre en poisson dans la CUN	8
2.6. Substituts au poisson.....	9
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE LA COMMERCIALISATION DU POISSON FRAIS DANS LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY.11	

CHAPITRE 1: MATERIEL ET METHODES	11
1.1. Zone et période d'étude	11
1.2. Echantillonnage et choix des sites d'enquêtes.....	11
1.3. Elaboration et test des outils	11
1.4. Enquêtes.....	12
1.5. Analyse des données et rédaction du mémoire	12
1.5.1. Saisie	12
1.5.2. Traitement et analyse des données.....	12
CHAPITRE 2: RESULTATS ET DISCUSSION.....	13
2.1. Résultats	13
2.1.1. Caractéristiques sociales des acteurs	13
2.1.1.1. Sexe et Tranche d'âge.....	13
2.1.1.2. Statut matrimonial et niveau d'instruction	14
2.1.1.3. Lieu d'activité et Ancienneté.....	15
2.1.1.4. Organisation sur le marché	15
2.1.1.5. Rôles des acteurs.....	16
2.1.1.5.1. <i>Pêcheurs</i>	16
2.1.1.5.2. <i>Mareyeurs</i>	16
2.1.1.5.3. <i>Grossistes</i>	16
2.1.1.5.4. <i>Détaillants</i>	16
2.1.1.6. Relations entre les acteurs	16
2.1.1.6.1. <i>Liens entre producteurs--vendeurs de matériels</i>	16
2.1.1.6.2. <i>Relations Producteurs-Mareyeurs et Détaillants-Grossistes</i> . 16	
2.1.2. Commercialisation du poisson frais.....	17
2.1.2.1. Description des circuits commerciaux.....	17
2.1.2.2. Chaine des circuits de commercialisation	17
2.1.2.3. Sources d'approvisionnement.....	18
2.1.2.4. Fréquence d'achat et mode de paiement.....	18
2.1.2.5. Quantités, Moyens de transport et Coûts.....	20
2.1.2.6. Conservation des captures	21

2.1.3. Comptes de résultats des acteurs.....	21
2.1.3.1. Compte d'exploitation des pêcheurs.....	22
2.1.3.2. Compte d'exploitation des mareyeurs	22
2.1.3.3. Compte d'exploitation des grossistes détenteurs d'un véhicule... 23	
2.1.3.4. Compte d'exploitation des détaillants du petit marché	23
2.1.4. Contraintes liées à la commercialisation	24
2.1.4.1. Contraintes institutionnelles	24
2.1.4.2. Contraintes financières et économiques	24
2.1.4.3. Contraintes de commercialisation.....	24
2.2. Discussion	24
2.2.1. Caractéristiques sociales	24
2.2.1.1. Relations entre les acteurs	25
2.2.1.2. Aspect organisationnel de la commercialisation	26
2.2.2. Circuits de la commercialisation.....	26
2.2.5. Rentabilité économique	28
2.2.6. Forces, faiblesses, menaces et opportunités.....	28
2.3. RECOMMANDATIONS.....	29
CONCLUSION GENERALE	30
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	31

INTRODUCTION

Pays continental, le Niger s'étend sur 1 267 000 Km². Il est limité à l'Ouest par le Mali et le Burkina Faso, au Sud par le Nigeria et le Bénin, à l'Est par le Tchad, au Nord par l'Algérie et la Libye. Ses frontières sont distantes de 700 km du golfe de Guinée, et de 1200 km de la mer Méditerranée (**SDPA, 2007**).

Les secteurs agro-sylvo-pastoraux représentent la principale source d'activité économique du pays. Ils occupent plus de 80% de la population active. Sur la période 2007-2009, la contribution de ces secteurs à l'économie nationale est estimée en moyenne à 42,8% du PIB dont près de 25% pour le sous-secteur de l'agriculture, 12% pour l'élevage et près de 4,5% pour les forêts et la pêche. Sur la période 2006-2010, les valeurs ajoutées de ces sous-secteurs ont respectivement progressé en moyenne de 9,5%, 2,1% et 6,3%. Ces secteurs connaissent cependant une forte dépendance vis-à-vis des facteurs climatiques, ce qui a limité la croissance économique et affecté sa durabilité (**PDES, 2012**).

Dans des telles circonstances, la diversification des moyens d'existence est impérative à travers l'exploitation systématique des ressources disponibles. Au Niger, le sous secteur de la pêche est prédominé par la pêche continentale. Cette dernière contribue en moyenne à hauteur de 20 milliards de chiffre d'affaires par an à l'économie nationale. Elle occupe au niveau national 50.000 personnes vivant de la pêche comprenant les pêcheurs, les mareyeurs, les transformateurs (**DPA, 2011a**). Ainsi la pêche peut énormément contribuer à la lutte contre la pauvreté, à la sécurité alimentaire et de manière substantielle à la croissance économique, par la génération des revenus qu'elle procure. La pêche via la commercialisation du poisson peut être plus favorisée avec l'existence des marchés potentiels intérieurs et extérieurs solvables. En outre, l'ichtyofaune Nigérienne renferme un nombre très important d'espèces de poisson dont plusieurs ont un potentiel aquacole certain. Ainsi des espèces ichtyologiques comme *Lates niloticus*, *Tilapia sp*, *Clarias sp* et *Auchenoglanus occidentalis* font l'objet de pêche fluviale et existent aussi au niveau des mares (**SDPA, 2007**).

Le poisson en est une ressource halieutique très importante dans l'alimentation humaine à cause de sa richesse en protéine, son exploitation peut contribuer à renforcer l'économie des ménages non seulement dans les communautés de pêche mais aussi dans les centres urbains tels que Niamey. Donc la commercialisation du poisson contribue pour l'essentiel à l'approvisionnement des grands centres urbains de consommation, par excellence, en poissons frais. Elle est pratiquée par un certain nombre d'agents économiques.

Par ailleurs, la **Communauté Urbaine de Niamey** (CUN) est le principal pôle de consommation du poisson frais au Niger, avec une production locale de 758 tonnes (en 2001) et des importations en poisson frais de 723, 197 tonnes (en

2000) d'après DPA (2011a). L'essentiel de ces quantités importées est consommé par Niamey. Ce qui lui donne cette place de choix en matière de consommation de poisson frais. Cependant, malgré la production locale commercialisée et les importations au sein de la Communauté Urbaine de Niamey, l'offre en poissons frais ne satisfait pas la demande de la population. Face à l'importance économique de la commercialisation du poisson frais à Niamey, il est important de connaître les principes d'organisation qui président la structuration de cette activité. En ce sens connaître les différents types d'acteurs et leur niveau d'organisation, les sources d'approvisionnement (circuits) et les avantages liés à cette activité. Pour cela nous posons la question suivante : **Comment s'organise la commercialisation du poisson frais dans la Communauté Urbaine de Niamey?**

En réponse à cette question, cette étude s'est fixé comme objectif général d'analyser les circuits de commercialisation du poisson frais dans la CUN, et de manière spécifique :

- De déterminer les caractéristiques sociales des acteurs et leur organisation sur le marché.
- De décrire les circuits de commercialisation du poisson frais ;
- D'établir les comptes de résultats des acteurs.

Ce travail est structuré en deux principales parties, scindées en plusieurs chapitres.

La première partie est organisée en deux chapitres :

- le premier chapitre présente le contexte général ;
- et le second chapitre expose la situation de la pêche dans la Communauté Urbaine de Niamey.

La deuxième partie comporte deux chapitres dont le premier chapitre présente la démarche méthodologique utilisée et le deuxième chapitre porte sur les résultats de l'étude et la discussion des résultats obtenus.

Enfin il a été formulé quelques recommandations et présenté une conclusion générale.

PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU CADRE DE L'ETUDE

CHAPITRE 1 : CONTEXTE GENERAL DE LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY (CUN)

1.1. Milieu physique

1.1.1. Situation géographique

Située dans la partie Ouest du pays entre les parallèles 13°35' Nord et 13°24' Sud et les méridiens 2° et 29°15' Est, la ville de Niamey couvre une superficie de 239,30 km². Elle est bâtie de part et d'autre de l'arc du fleuve Niger. Niamey est entourée de part et d'autre par le département de Kollo relevant de la région de Tillabéry. L'altitude varie de 163m à 228m. Cependant, la loi N° 2003-35 du 27 Août 2003 portant découpage administratif du Niger subdivise Niamey en cinq (5) communes urbaines (I, II, III, IV et V) qui sont actuellement érigées en arrondissements communaux (I^{er}, II^e, III^e, IV^e et V^e), (MP/AT/DC, 2008).

Cette subdivision de Niamey de trois à cinq communes urbaines et érigées ensuite en cinq arrondissements communaux est due à l'accroissement exponentiel de la population. Ainsi l'augmentation de la population va de paire avec celle des besoins alimentaires. D'où il y a une augmentation assez considérable de la demande en poisson frais dans ladite région.

1.1.2. Réseau hydrologique

Le réseau hydrologique de Niamey est constitué d'une part des eaux de surface du fleuve Niger qui traverse la ville de Niamey sur 15 km (avec un débit maximum de 2.340 m³/s) et de 13 mares dont 2 permanentes et 11 semi-permanentes. D'autre part, il existe des eaux souterraines (d'environ 2,5 millions de m³ dont 20% seulement sont exploitées) contenues dans la formation altérée et fissurée du socle précambrien (MP/AT/DC, 2008).

1.2. Milieu humain

La Région de Niamey a actuellement une population composée d'Haoussa, de Zarma, de Peulh, de Songhaï, de Touareg et une forte communauté étrangère (Maliens, Béninois, Togolais, etc.).

La ville de Niamey comptait 11.790 habitants en 1950. La capitale nigérienne compte 1.222.066 habitants (INS, 2010) cité par DPA (2011a) soit 103 fois plus en l'espace de 60 ans. Le croît annuel de la population est de 5% (RGP/H, 2001). Les principales activités sont le transport, le commerce, l'élevage, l'agriculture, la pêche, l'artisanat, l'industrie et l'administration.

CHAPITRE 2 : SITUATION DE LA PECHE

2.1. Cadres institutionnel, législatif et descriptif de la pêche

2.1.1. Cadre institutionnel

Le secteur de la pêche et de l'aquaculture relève du Ministère de l'Hydraulique et de l'Environnement (MH/E) créé par le décret N°2011-083/PRN/MH/E du 3 juin 2011. Ce décret détermine les attributions du Ministère de l'Hydraulique et de l'Environnement alors que le décret N°2011-084/PRN/MH/E du 3 juin 2011 porte sur l'organisation du Ministère de l'Hydraulique et de l'Environnement. L'organigramme ci-dessous est une illustration des institutions nationales et internationales de développement de la pêche au Niger (figure 1).

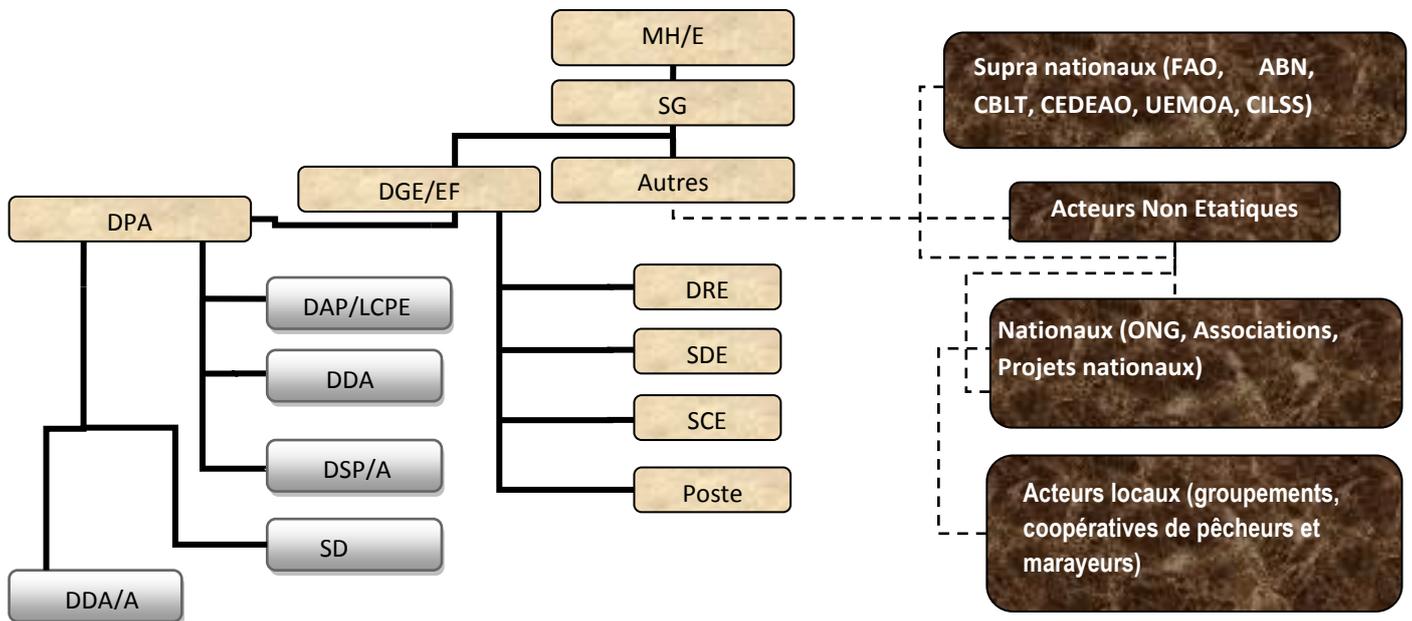


Figure 1 : Organigramme des institutions de la pêche et de l'aquaculture.

Source : SDPA, 2007

Chacune des structures impliquées mène des actions qui doivent concourir à la réalisation des objectifs étatiques visés dans les domaines prioritaires retenus dans le cadre de développement de la pêche et de l'aquaculture. Ceci traduit une meilleure synergie d'actions et des relations fonctionnelles et/ ou hiérarchiques entre les principaux acteurs.

Ainsi pour exécuter son cahier de charge, la DPA est organisée comme suit : une direction, un secrétariat de direction, une division d'aménagement des pêcheries et de lutte contre les plantes aquatiques envahissantes, une division de développement de l'aquaculture et enfin une division de statistiques de pêche et de l'aquaculture.

2.1.2. Cadre législatif et réglementaire de la pêche

La pêche est régie par la loi n° 98-042 du 07 décembre 1998 portant régime de la pêche. Cette loi garantit la responsabilisation et l'implication effectives des communautés de pêche dans les processus de développement à tous les niveaux. L'aquaculture, quant à elle, n'est régie, ni par un texte spécifique, ni par la loi susmentionnée.

2.2. Principales institutions

2.2.1. Direction de la pêche et de l'aquaculture

Sous l'autorité de la Direction Générale de l'Environnement et des Eaux et des Forêts, la Direction de la Pêche et de l'Aquaculture est chargée de :

- ✓ développer des actions d'aménagements de pêcheries et l'empoissonnement des mares et retenues d'eau;
- ✓ vulgariser des nouvelles technologies de production et de conservation du poisson ;
- ✓ développer la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture ;
- ✓ appuyer les communautés riveraines pour la lutte contre les plantes envahissantes dans les plans d'eau.
- ✓ identifier des projets relevant de son domaine de compétence et la coordination des projets ou programme placés sous sa tutelle;
- ✓ enfin élaborer des rapports techniques semestriels de sa direction.

2.2.2. Organisations des pêcheurs

Les principales organisations formelles de la pêche sont :

- ✓ l'Association Nationale des Pêcheurs du Niger (ANPN) reconnue par Arrêté N° 260/MI/DAP/SA du 13 Décembre 1995 ; elle comprend des sections régionales, départementales et cantonales ;
- ✓ l'Association des Mareyeurs du Niger (AMN) par Arrêté N°146/MI/AT/DAPJ/SA du 05 Juin 2000;
- ✓ l'Association des Vendeurs et Revendeurs du Poisson du Niger (AVRPN) reconnue par Arrêté N°085/MI/AT/DAPJ/DLP du 02 Mars 2001;

L'organisation des pêcheurs, des mareyeurs et détaillants en association, a pour but de donner aux acteurs nationaux de la filière un encadrement technique efficace et à les sensibiliser sur la gestion durable des ressources.

2.2.3. Acteurs impliqués dans la commercialisation

La chaîne de commercialisation de cette étude est celle allant du maillon pêcheur à ceux des commerçants.

2.2.3.1. Acteurs directs

Ici, il s'agit des pêcheurs artisanaux donc communément appelés pêcheurs traditionnels et les commerçants de poissons frais composés des mareyeurs, des grossistes et des détaillants. La typologie des acteurs est la suivante :

- ✓ Les pêcheurs : ils capturent les poissons soit dans le fleuve, mares ou retenues d'eau pour les vendre aux commerçants. Ils constituent le premier maillon de la chaîne de commercialisation.
- ✓ Les mareyeurs : ils sont les acquéreurs de poissons des pêcheurs. Ils sont les premiers intermédiaires entre les pêcheurs et les consommateurs finaux. A leur niveau il n'y a aucune transformation ni manipulation du produit frais.
- ✓ Les grossistes : Les grossistes sont les seconds intermédiaires entre les pêcheurs et les consommateurs. Ils assurent la vente en gros de poissons. En effet, certains grossistes sont approvisionnés en poissons par les mareyeurs au niveau de leur lieu de vente alors que d'autres assurent eux-mêmes l'approvisionnement et le transport de la cargaison.
- ✓ Les détaillants : Ils sont les derniers intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs. Ils vendent en détail du poisson aux clients.

2.2.3.2. Autres acteurs

2.2.3.2.1. Consommateurs

Les consommateurs sont de deux types. Il y a les restaurateurs (consommateurs intermédiaires) et les ménages (consommateurs finaux).

Restaurateurs : Les gérants des hôtels et des restaurants/maquis sont les deux types de consommateurs intermédiaires. Ces derniers achètent du poisson frais respectivement auprès des grossistes et détaillants soit par achat à crédits soit par achat au comptant. Les espèces de poisson les plus recherchées par cette clientèle sont les suivantes : *Lates niloticus* communément appelé capitaine, *Oreochromis niloticus*, *Mormyrus rume*, *Auchenoglanus occidentalis*, *Bagrus bajad*, etc. En période de pénuries, les gérants des restaurants/maquis s'approvisionnent auprès des poissonneries modernes où se vendent des poissons frais surgelés de mer. Ils revendent le poisson sous forme frite, braisée ou préparée, aux clients. Toutes les espèces de poisson commercialisées sur le marché, sont présentées aux clients par les tenancières des restaurants et maquis à la différence des gérants d'hôtel qui ont des préférences par rapport aux espèces selon les menus gastronomiques.

Ménages : Les principaux déterminants de la consommation de poisson sont d'ordres économiques basés sur le pouvoir d'achat des ménages, socioculturels et démographiques tenant compte de la taille du ménage, et des

types de préparation entrant dans les habitudes alimentaires. Sur les marchés, le poisson est vendu frais au client et au comptant. Les produits de substitution sont : le poisson de mer, la conserve de poisson, la viande rouge et la chair de volaille.

2.2.3.2.2. *Vendeurs de matériels de pêche*

Les vendeurs de matériels de pêches fournissent des équipements tels que les outils, engins et autres accessoires de pêche. Les marchés constituent les principaux lieux de vente : il s'agit du petit marché et du grand marché de Niamey. Les matériels sont importés du Nigeria, du Ghâna et du Togo.

2.2.3.2.3. *Ecailleurs*

L'écailleur assure l'écaillage du poisson, le dépeçage de la peau (qui est aussi vendue), la vidange des viscères et le découpage du poisson en plusieurs morceaux. Le lieu d'écaillage est fonction de la présence d'un vendeur de poisson. Seules les espèces de poisson à écailles sont susceptibles d'être écaillées notamment le capitaine, la carpe, etc. Mais toutes les espèces à peau nue sont exclues telles que *Auchenoglanus occidentalis*, *Clarias sp*, *Mormyrus rume*, *Protopterus annectens*, etc. Le prix d'écaillage d'un poisson est proportionnel au nombre de kilogramme pour toute espèce à écailles confondue. L'écailleur gagne 100F/kg de poisson. Il a un chiffre d'affaire moyen de 3.000F par jour.

2.3. Description du système de pêche

2.3.1. Pêche

La pêche consiste soit à rechercher, à poursuivre, à piéger, à capturer ou à détruire des poissons, des crustacées, des mollusques ou des algues vivant en état de liberté dans les eaux du domaine public, d'origine naturelle ou artificielle, telles que définies par l'Ordonnance N° 93-014 du 02 Mars 1993, portant Régime de l'eau (**DPA, 2011a**).

Malgré un potentiel hydrologique important, la production piscicole contrôlée à Niamey est assez faible. La pêche est pratiquée en grande partie sur le fleuve et dans les mares telles que Kongo Gorou et Tondibia Gorou. Les principales espèces de poisson capturées sont : *Lates sp*, *Sinodontis sp*, *Clarias sp*, *Labeo sp*, *Tilapia sp*, *Auchenoglanus sp*, *Mormyrus sp*, *Protopterus sp*, etc. Il est difficile d'évaluer la production de poisson de la région compte tenu de la prédominance de la pêche informelle et le manque de statistiques fiables. Cependant, la production locale est loin de satisfaire la demande sans cesse croissante due à la pression démographique. Cette situation amène les acteurs à se rabattre sur les productions des autres régions et les importations venant du Mali, du Burkina Faso, du Sénégal, de la Côte d'Ivoire, du Togo et du Bénin. La figure 2 donne les statistiques de production piscicole contrôlée (en tonnes) de la région.

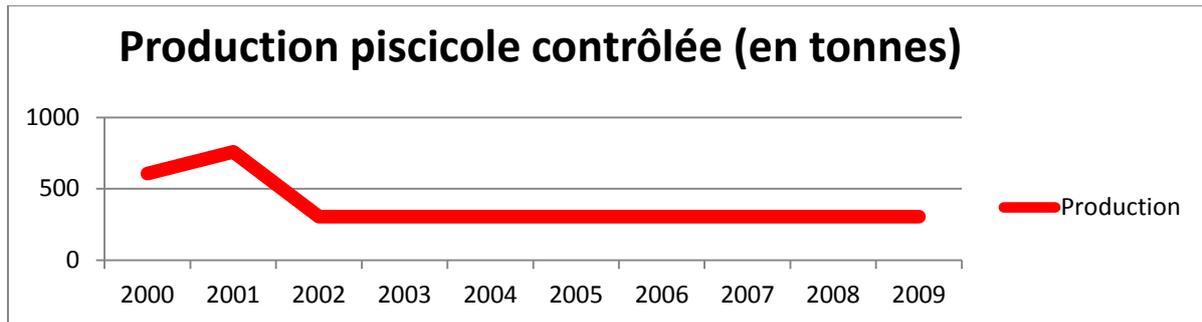


Figure 2: Production piscicole contrôlée (en tonnes).

Source : Institut National de la Statistique (INS, 2010).

La courbe montre une baisse considérable de la production piscicole contrôlée de 758 tonnes en 2001 à 306 tonnes en 2002 et cette quantité était restée constante jusqu'en 2009. Cette constance du tonnage de la production durant au moins huit (8) ans peut s'expliquer par la dégradation de l'environnement et la surexploitation des pêcheries.

2.3.2. Outils et engins de pêche

Dans la région de Niamey il y a quatre (4) principaux types d'outils de pêche repartis suivant les groupes de pêcheurs : les filets maillant, l'épervier, la palangre et la Nasse. Les outils les plus utilisés sont les filets maillants (3365), les filets Nasses (3056) et les filets à palangre non appâtés (2105), (SDPA, 2007).

Les engins (embarcations) de pêche sont les pirogues artisanales et modernes.

2.4. Méthodes de conservation de poisson

Les méthodes de conservation ont pour objectif de limiter les pertes après capture à travers la conservation des produits, de leurs valeurs nutritives et organoleptiques. Elles permettent disponibilité pour faire face à l'accroissement de la demande en poisson. Les méthodes les plus utilisées au niveau de la région sont la conservation par le froid. En effet, dans la pratique, le poisson frais est conservé dans des paniers avec de la glace mélangée à des brisures de scierie et dans des caisses isothermes. Cependant, des congélateurs sont utilisés par les commerçants de la place pour la conservation des produits halieutiques.

2.5. Demande et offre en poisson dans la CUN

La population de Niamey étant de 1.222.066 habitants, ce qui donne une demande annuelle de 2.566 tonnes contre une production régionale inférieure à 2000 tonnes constituées par les captures du fleuve, des mares et des retenues d'eau.

L'offre de poisson fortement déficitaire (un déficit de plus 566 tonnes), entraîne une importation de poisson (frais d'eau douce, congelé de mer) en provenance du Mali, du Sénégal, du Bénin et de la Côte d'Ivoire, dont les quantités annuelles varient de 368,914 à 723,197 tonnes entre 1999 à 2000 (Direction des statistiques et des comptes nationaux du Niger). Mais aussi ces derniers temps des énormes quantités de poissons frais surgelés sont aussi importés de la Chine.

2.6. Substituts au poisson

La période allant de mars à septembre correspond à celle de la production ; les prix de poisson restent souvent inchangés et d'octobre à février ils augmentent (par exemple le *Lates niloticus* peut coûter 4 500F) parce que la production est insuffisante (figure 3).

En cas de flambée des prix de poisson frais notamment pendant la période froide correspondant à la crue du fleuve, le poisson est remplacé par la viande blanche et rouge, le niébé, etc.

La consommation de viande à Niamey est de 11,4kg/habitant/an, contre 6 kg/habitant/an au niveau national (FAO, 2004). Cependant, la conduite d'élevage est coûteuse à Niamey à cause de l'éloignement des aires de pâturage et surtout à la cherté des aliments de bétail. Malgré cela, la population de la Région de Niamey étant consommatrice régulière des produits d'origine animale, associe l'élevage à la pêche pour assurer son approvisionnement en protéines.

Le tableau I donne les prix de viandes des trois différentes espèces animales domestiques.

Tableau I : Prix de la viande par espèces (FCFA/kg) à Niamey-Niger.

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

Source : FAO, 2004

La figure 3 montre l'évolution de la production piscicole contrôlée mensuelle au petit marché de 2008-2010.

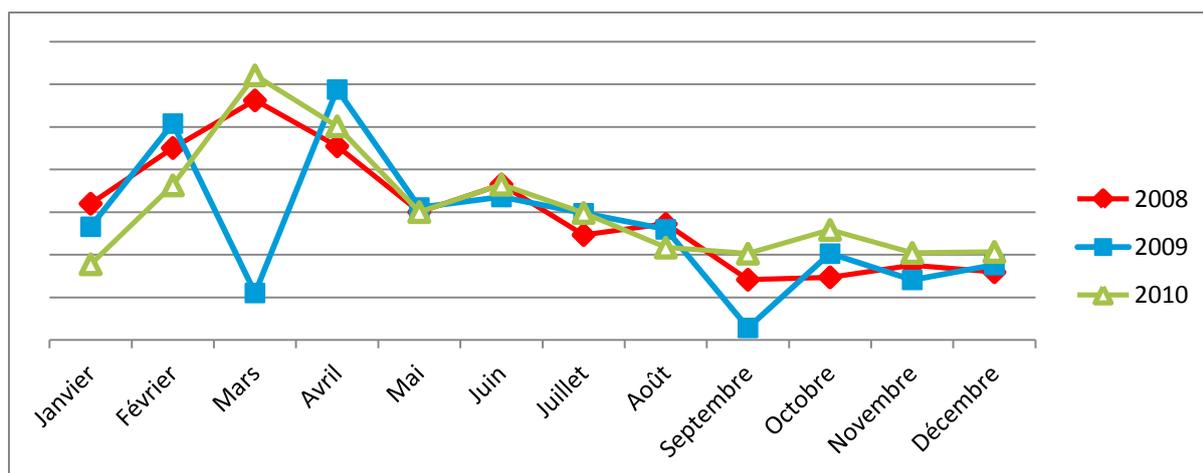


Figure 3: Production piscicole (en kg) mensuelle au petit marché de 2008-2010.

Source : DRE/CUN, 2011

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE LA COMMERCIALISATION DU POISSON FRAIS DANS LA COMMUNAUTE URBAINE DE NIAMEY.

CHAPITRE 1: MATERIEL ET METHODES

1.1. Zone et période d'étude

L'étude a été réalisée au niveau de cinq arrondissements communaux que compte la région de Niamey durant la période allant du 16 août au 16 décembre 2011. Niamey, la capitale est située dans la partie ouest du Niger.

1.2. Echantillonnage et choix des sites d'enquêtes

L'enquête sur le terrain portait sur sept sites de pêche, deux Marchés (Petit marché et Marché Daressalam) et deux points (quartiers Yantala et Plateau) de vente de poissons frais de la région de Niamey.

Les sept sites de débarcadère ont été choisis au hasard sur les vingt trois que compte la région de Niamey. Quant aux marchés de poissons et points de vente de poissons leur choix est surtout lié à leurs caractéristiques afin de nous permettre d'enquêter le maximum d'acteurs après les avoir recensés.

Ainsi l'étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 40 pêcheurs et 50 commerçants (mareyeurs, grossistes, détaillants) choisis au hasard (tableau II).

Le choix porté sur la région de Niamey trouve sa justification en ce sens qu'elle est le principal pôle de commercialisation des produits halieutiques frais au Niger.

Tableau II: Répartition des acteurs échantillonnés en selon les lieux d'activité

Acteurs	Noms des marchés	Types d'acheteur	Nombre
Pêcheurs	Sites de débarcadère	Pêcheurs	40
Commerçants	Marchés	Mareyeurs	15
	Marchés	Grossistes	10
	Points et marchés	Détaillants	25
Total			90

1.3. Elaboration et test des outils

Elaboration: un questionnaire typique à chaque type d'acteur a été réalisé sur la base de l'atteinte des objectifs spécifiques du thème. Le questionnaire élaboré a été soumis aux responsables de la DPA et DRE/CUN. Dans le cadre de notre travail, l'enquête exploratoire a constitué une phase préalable des enquêtes par questionnaires adressés aux acteurs. Il a été procédé aux amendements des questionnaires puis élaboration de la deuxième version suivie de la présentation élargie de celle-ci et adoption d'amendements. Sur la base de toutes les informations à recueillir lors des enquêtes, des questionnaires par type comprenant trois grandes sections ont été élaborés :

-La première section est consacrée aux caractéristiques sociales des pêcheurs et commerçants de poissons frais.

- La deuxième section sur la description des circuits de commercialisation du poisson frais ; lieu et mode d'achat et la pratique de vente.
- Enfin la troisième section est focalisée sur les coûts de transactions des acteurs.

Test Terrain et adoption définitive des questionnaires : Un test terrain du questionnaire a été réalisé sur un choix raisonné d'un (1) site (Néini Goungou) de débarquement et un point de vente de poissons (Yantala) proposés par les responsables de la DPA. Ce questionnaire a été testé auprès de 10 acteurs différents et, après des amendements, il a été revu et finalisé. Ainsi deux (2) questionnaires différents ont été finalisés pour être administrés aux pêcheurs et aux commerçants (mareyeurs, grossistes et détaillants). Par la suite, l'enquête proprement dite auprès des acteurs a été menée.

1.4. Enquêtes

Les enquêtes sur le terrain ont été réalisées auprès de 40 pêcheurs au niveau des sites (débarcadères) et 50 commerçants au niveau des marchés et points de vente. La quête des données a été faite à l'aide d'un questionnaire par type d'acteur lors des entretiens individuels.

1.5. Analyse des données et rédaction du mémoire

1.5.1. Saisie

La saisie des données recueillies a été conduite sur le tableur Excel.

1.5.2. Traitement et analyse des données

Après les enquêtes, il a été procédé au dépouillement des données. Cette dernière a été faite de la manière suivante:

- ✚ Codage des réponses : c'est un système qui permet de transférer l'ensemble des informations recueillies des questionnaires administrés sur la grille de dépouillement qui est fonction des sections desdits questionnaires et guides. Pour se faire, il a consisté à faire une codification des données sur le tableur Excel.
- ✚ Analyse des données : l'analyse des données statistiques a été effectuée conformément aux objectifs spécifiques de l'étude à l'aide du logiciel Excel. Ensuite, les données ont été analysées sous forme de tableaux et de graphiques commentés puis interprétés.

Le calcul de la marge brute (MB) d'un opérateur s'effectue de la manière suivante = prix de revient - prix d'achat et celui du taux de la marge brute se présente comme suit : $Taux\ MB = (MB * 100) / \text{Prix d'achat}$.

CHAPITRE 2: RESULTATS ET DISCUSSION

2.1. Résultats

2.1.1. Caractéristiques sociales des acteurs

Les acteurs de notre échantillon sont caractérisés en fonction de leur sexe, leur âge, leur situation matrimoniale et selon leur niveau d'instruction. Ils se caractérisent aussi par leur ancienneté dans les activités et leur niveau d'organisation sur le marché. Il a été aussi relaté les rôles des acteurs et leurs relations.

2.1.1.1. Sexe et Tranche d'âge

La structure de notre échantillon est caractérisée selon le sexe et la tranche d'âge.

Tous les pêcheurs sont de sexe masculin sans distinction de catégorie. La répartition des mareyeurs en fonction de sexe montre que 67,7% sont des femmes contre 33,3% des hommes. La composition des grossistes nous donne 90% des grossistes hommes et 10% sont des femmes. Parmi les détaillants nous remarquons que les femmes représentent 60% et les hommes 40%. Nous remarquons qu'il y a plus de 60% des femmes qui exercent le mareyage et détaillantes contrairement chez les grossistes où elles ne représentent que 10%.

Tableau III : Répartition des pêcheurs et commerçants selon le sexe de la zone d'étude.

Sexe	pêcheurs			Mareyeurs			Grossistes			Détaillants		
	Mas	Fém.	Total	Mas	Fém.	Total	Mas	Fém.	Total	Mas	Fém.	Total
Effectif	40	0	40	5	10	15	9	1	10	10	15	25
Pourcentage	100	0	100	33,33	66,67	100	90	10	100	40	60	100

Les pêcheurs enquêtés sont en majorité des adultes dont 90% ont un âge supérieur ou égal à 30 ans. Le tableau IV montre que les mareyeurs sont en grand nombre des adultes soit 93,3% du total. Cependant 6,7% des mareyeurs constituent la classe des moins âgés [14-29]. Les résultats des enquêtes menées auprès des grossistes ont montré que 90% des grossistes sont des adultes [30-45] ans et 10% sont moins âgés. Il y a 16,7% des moins âgés parmi les détaillants contre 73,3% des détaillants adultes dont l'âge est compris entre 30 et 45ans.

Tableau IV : Répartition des acteurs selon la tranche d'âge de la zone d'étude

Acteurs	Pêcheurs		Mareyeurs		Grossistes		Détaillants	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Tranche d'âge (année)								
14-29	4	10	1	6,67	1	10	3	12
30-45	20	50	9	60	3	30	19	80
> 45	16	40	5	33,33	6	60	3	8
Total	40	100	15	100	10	100	25	100

L'observation globale de ce tableau IV montre que la majorité des acteurs de la pêche, du mareyage et de la vente en détail ont un âge compris entre 30 et 40 ans. Cependant, la majorité des grossistes a plus de 45 ans.

2.1.1.2. Statut matrimonial et niveau d'instruction

Les pêcheurs sont, en majorité, mariés à 95% contre seulement 5% de célibataires. Tous les mareyeurs et les grossistes sont des mariés. Cette figure indique que sur 25 détaillants enquêtés 86,3% sont mariés contre 13,7% de célibataires. Globalement plus de 85% des producteurs et commerçants de poisson sont mariés. La figure 4 donne la répartition des acteurs par situation matrimoniale.

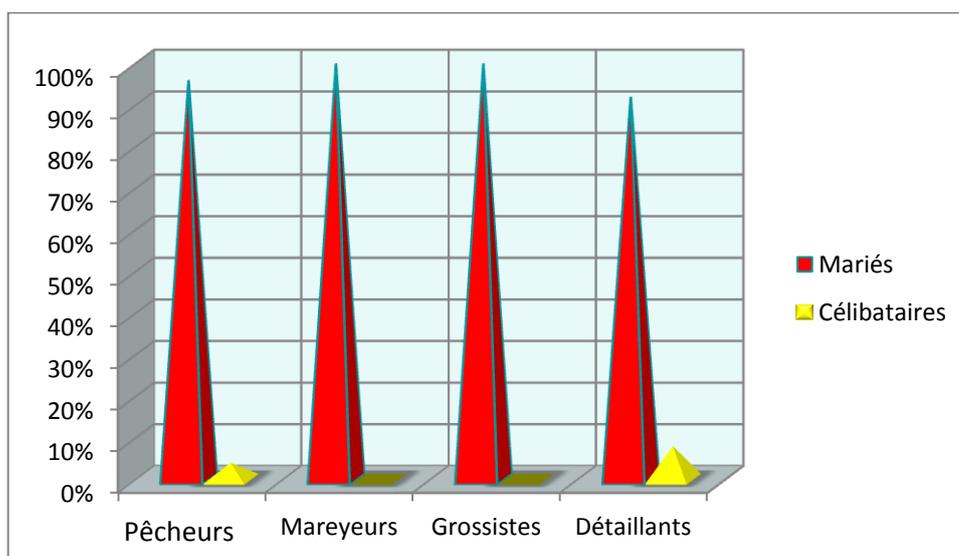


Figure 4 : Répartition des acteurs en fonction du statut matrimonial

La figure 5 donne la répartition des acteurs par niveau d'instruction. Douze (12) pêcheurs sur les 40 ont un niveau d'instruction primaire, soit un taux de 30%. Nous remarquons que les mareyeurs sont en majorité instruits soit 53,3%. Mais il faut noter que cette instruction est de niveau primaire. Il y a beaucoup d'instruits parmi les grossistes avec un pourcentage avoisinant 70% malgré que le niveau demeure primaire. C'est la seule catégorie des acteurs qui compte jusqu'à 10% de personnes ayant un niveau secondaire.

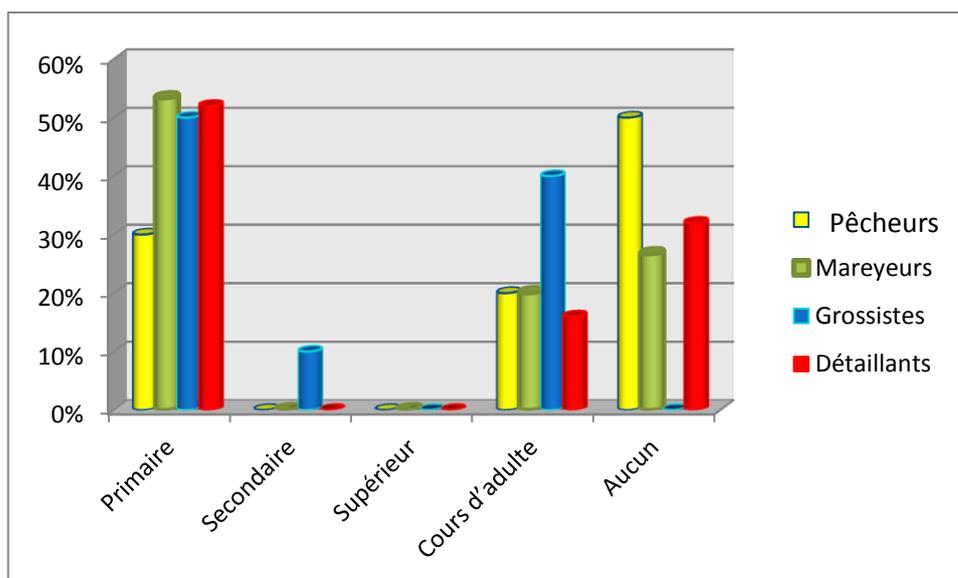


Figure 5 : Répartition des acteurs selon le niveau d'instruction

2.1.1.3. Lieu d'activité et Ancienneté

Dans le cadre de notre étude les pêcheurs pêchent au niveau du Fleuve et mares tandis que les commerçants vendent dans les marchés et points de vente (tableau V).

Tableau V: Lieu de production des pêcheurs

Lieu de pêche/producteurs	Effectif	Pourcentage
Fleuve	36	90
Mare	4	10

L'ancienneté moyenne dans l'exercice de leurs métiers est de 15 ans chez les pêcheurs et 10 ans chez les commerçants. Dans leur métier, les commerçants ont une ancienneté de 4 ans au minimum et 25 ans au maximum.

2.1.1.4. Organisation sur le marché

La majorité des pêcheurs (55 %) et mareyeurs (73,33%) enquêtés ont affirmé être organisés sur le marché respectivement en association nationale des pêcheurs du Niger (ANPN) et en association des mareyeurs du Niger (AMN). Les détaillants s'attèlent à leurs activités en collaboration avec leurs fournisseurs ; seuls 36% ont adhéré à leur association des vendeurs et revendeurs du poisson du Niger (AVRPN). Cependant, les grossistes n'ont aucune organisation.

De même, 85,71% des acteurs (pêcheurs, mareyeurs et détaillants) adhérents à une de ces organisations respectives, ne font aucune cotisation tandis que 14,29% la font mais de façon occasionnelle.

2.1.1.5. Rôles des acteurs

2.1.1.5.1. Pêcheurs

Nous avons relevé que 70% des pêcheurs confient les produits de pêche à leurs femmes (mareyeuses). Ces dernières se rendent à Niamey pour la vente du poisson. Environ 30% de pêcheurs confient leurs productions aux détaillants moyennant une commission.

2.1.1.5.2. Mareyeurs

La majorité des mareyeuses sont des femmes de pêcheurs ou leurs proches. Les clients des mareyeurs sont les détaillants (soit 66,7%) et des grossistes du petit marché soit 33,3%.

2.1.1.5.3. Grossistes

Dans notre échantillon cette catégorie est composée des grossistes dits intermédiaires (30%) qui se trouvent au petit marché et des grossistes nommés grossistes-transporteurs ou commerçants-transporteurs (70%) basés uniquement au marché Daressalam. Certains de ces grossistes transporteurs de notre échantillon (20%) possèdent leurs propres véhicules aménagés pour le transport du poisson frais. Les clients des grossistes sont principalement les détaillants (70%) et les restaurateurs (20%). Les ménages représentent seulement 5% des clients qui achètent directement du poisson auprès des grossistes.

2.1.1.5.4. Détaillants

Les quantités de poisson achetées par les détaillants auprès des grossistes et pêcheurs varient entre 30 à 80 kg par jour. Les principaux clients des détaillants sont les ménages.

Dans le cadre de notre étude il faut noter que nous avons considéré comme consommateurs finaux les ménages.

2.1.1.6. Relations entre les acteurs

Le processus de production et de commercialisation de poisson frais engendre des relations entre les acteurs de la chaîne.

2.1.1.6.1. Liens entre producteurs--vendeurs de matériels

Les pêcheurs s'adressent aux vendeurs de matériels pour s'approvisionner en outils et engins de pêche. L'achat des embarcations fabriquées en planche se fait sur commande. Car les vendeurs n'achètent pas des pirogues et les stocker dans les boutiques.

2.1.1.6.2. Relations Producteurs-Mareyeurs et Détaillants-Grossistes

Le pêcheur a des liens étroits avec les mareyeurs et les détaillants. Les pêcheurs ont des fortes relations parentales et conjugales avec les mareyeuses. Et ces dernières assurent souvent l'achat des outils et/ ou engins de pêche aux

pêcheurs. Cela leur donne le privilège d'être les premières clientes à être servies avant tout autre acheteur. Mais les jeunes pêcheurs préfèrent confier les captures directement aux détaillants moyennant une commission pour mieux gagner. Cela crée un climat de confiance entre les deux acteurs. Les grossistes cèdent des poissons aux détaillants qui les revendent au même endroit ou au niveau des points de vente.

2.1.2. Commercialisation du poisson frais

La commercialisation du poisson s'effectue à l'état frais après la pêche et fait intervenir un certain nombre d'acteurs. Elle débute au niveau des pêcheurs qui constituent le premier point de vente et d'achat de poisson. Du débarcadère le poisson est acheminé par le mareyeur/ et ou grossiste sur les différents points de vente puis revendu au consommateur final à travers un détaillant ou restaurateur.

2.1.2.1. Description des circuits commerciaux

D'après notre enquête, nous avons distingué plusieurs circuits commerciaux le long de la chaîne de commercialisation. Mais la longueur du circuit est non seulement liée à l'augmentation des opérateurs intervenant dans la chaîne mais aussi aux sources d'approvisionnement. Ainsi nous avons les circuits suivants :

- ✓ Circuit court : Le circuit court comporte au maximum deux opérateurs intermédiaires. On parle de circuit court intégré lorsqu'un consommateur intermédiaire intègre le circuit court en aval de la chaîne. Ce consommateur intermédiaire est un restaurateur.
- ✓ Circuit long : Ce circuit est le prolongement du circuit court auquel il faut intégrer au minimum deux (2) opérateurs outre le mareyeur. Ces opérateurs sont un grossiste et un détaillant. Ce circuit peut aussi être long et intégré lorsque le produit frais est vendu aux consommateurs finaux (ménages) sous forme d'un produit transformé par l'intermédiaire d'un restaurateur.

2.1.2.2. Chaîne des circuits de commercialisation

Nous avons considéré comme intermédiaire d'un circuit commercial tout agent économique qui opère entre le pêcheur et le consommateur final de la chaîne de commercialisation. D'une manière générale les acteurs qualifiés d'intermédiaires, sont les commerçants de poisson dans le cadre de cette étude. Il existe donc quatre (4) circuits commerciaux de poisson frais à Niamey (figure 6) :

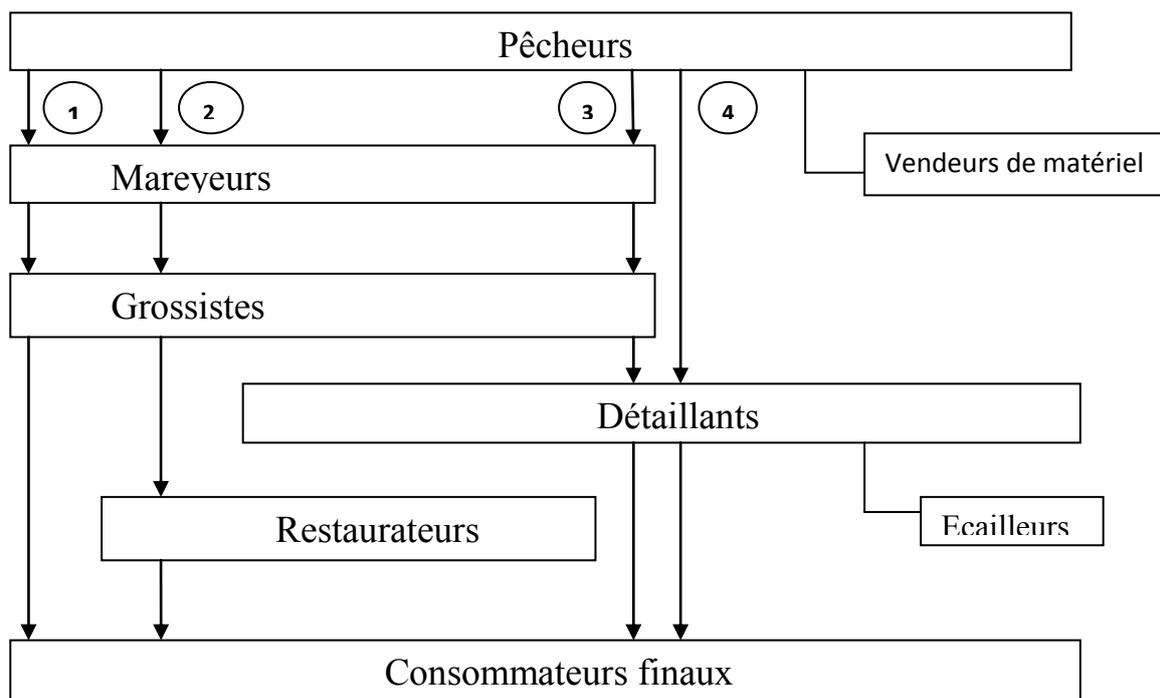


Figure 6 : Circuits commerciaux du poisson frais

- Trois (N°1, N°2 et N°4) circuits courts dont N°1 et N°4 sont des circuits courts simples et le N°2 est un circuit court intégré;
- Un (N°3) circuit long simple.

Un même commerçant de poisson peut avoir plusieurs circuits d'écoulement différents. Plus le nombre d'opérateurs est important plus le circuit devient long.

2.1.2.3. Sources d'approvisionnement

La communauté urbaine de Niamey est ravitaillée suivant deux (2) sources d'approvisionnement. Il s'agit de poissons apportés par les mareyeurs des régions de Niamey et Tillabéri pour le petit marché puis des cargaisons de poissons frais du fleuve Niger par les grossistes du marché Daressalam. En effet, chez les grossistes-transporteurs 60% d'entre eux s'approvisionnent dans les villages riverains nigéro-maliens (Laberranga, Karou, Ouata, Gouna, Boutiya, Baraméy, Yacine, etc.) du fleuve Niger au moyen de la pinasse, et 40% poursuivent l'axe routier d'Ayorou (région de Tillabéri) jusqu'au Mali dans des véhicules personnels aménagés pour s'approvisionner auprès des collecteurs.

2.1.2.4. Fréquence d'achat et mode de paiement

Les opérateurs de la commercialisation opèrent chacun selon son calendrier personnel, l'importance de leur clientèle et la capacité des congélateurs (tableau VI). Tous les pêcheurs capturent les poissons plus de 3 fois par semaine. Quatre vingts pourcent (80%) des mareyeurs achètent 3 fois

les poissons auprès des pêcheurs alors que 70% des grossistes ne s'approvisionnent que 2 fois hebdomadairement. Tous les détaillants s'approvisionnent plus de 3 fois par semaine.

Tableau VI: Fréquence de pêche et d'achat des acteurs durant la semaine.

Fréquence	Acteurs							
	Pêcheurs		Mareyeurs		Grossistes		Détaillants	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
1 fois	-	-	-	-	-	-	-	-
2 fois	-	-	3	20	7	70	-	-
3 fois	-	-	12	80	1	10	-	-
Plus de 3 fois	40	100	-	-	2	20	25	100
Total	40	100	15	100	10	100	25	100

Le mode de paiement des fournisseurs peut être au comptant, au comptant et à crédit puis à crédit (tableau VII). Ce dernier illustre que 86,66% de mareyeurs achètent de poissons à crédit auprès des pêcheurs contre 13,34% au comptant et à crédit puis 20% au comptant. Concernant les grossistes, 70% payent les poissons au comptant auprès des mareyeurs, 20% prennent à crédit contre 10% qui s'en approvisionnent au comptant et à crédit. S'agissant des détaillants, 68% s'approvisionnent à crédit contre 20% à crédit et 12% au comptant et à crédit.

Tableau VII : Mode de paiement des fournisseurs de poissons.

Mode de paiement	Acteurs					
	Marayeurs		Grossistes		Détaillants	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Comptant	3	20	7	70	3	12
Comptant et crédit	2	13,34	1	10	17	68
Crédit	13	86,66	2	20	5	20
Total	15	100	10	100	25	100

Le prix du kilogramme de poisson frais varie d'une espèce à une autre et est aussi saisonnier. Mais les pêcheurs vendent aux mareyeuses à 1.250F voire 1.500F CFA le kg de poisson toutes espèces confondues. A ce prix s'ajoutent les divers frais (manutention, charges de transport...) estimés à 500F CFA. Ainsi le kg de poisson sera revendu par les mareyeuses à un prix qui excède souvent 1750F CFA (cf. tableau VIII).

Tableau VIII : Espèces couramment achetées et prix moyen du kg au niveau pêcheur dans la zone d'étude.

Espèces de poisson	Prix du Kg selon les saisons	
	Meilleure saison	Mauvaise saison
<i>Lates niloticus</i>	3000 à 3500	4000 à 6000
<i>Tilapia sp</i>	1500 à 1750	2000 à 2500
<i>Clarias sp</i>	600	1000
<i>Mormyrus sp</i>	1500	2000
<i>Schilbe mystus</i>	1750	2000 à 2500
<i>Alestes baramose</i>	1500	2000
<i>Labeo sp</i>	1500	2000
<i>Bagrus sp</i>	1750	2000 à 2500

Ce tableau illustre la vente de poissons frais aux particuliers et non pas aux mareyeurs.

2.1.2.5. Quantités, Moyens de transport et Coûts

L'analyse des résultats de notre enquête montre que seuls 10% des pêcheurs produisent une quantité de captures supérieure ou égale à 50kg pour être transportée au marché. Par fréquence hebdomadaire, plus de 53,33% de mareyeurs et 32% de détaillants transportent pour la commercialisation une quantité de captures inférieure à 100kg. Quant aux grossistes, 80% d'entre eux commercialisent plus de 1000kg par semaine. (Tableau IX).

Tableau IX : Moyens et coûts de transport par acteur.

Acteurs	Distance (Km)	Quantité (Kg)	Moyens de transport	Coût (F CFA)
Pêcheur	5-15	50	Bus de transport urbain	750
Mareyeuse	100	100	Mini bus «Hiace»	7 500
Grossiste du Petit marché	5-15	120	Bus de transport urbain	750
			Mobylette	1 500
Grossiste du Dar es Salam	250	1 000	Camionnette + pirogue à moteur	75 000
Grossiste transporteur Dar es Salam	400	2 000	Véhicule Land Rover L8	100 000
Détaillant Petit marché	3	40	Taxi	1 000
	0,002	30	-	-

Les moyens de transport et de locomotion possibles sont utilisés pour acheminer les produits halieutiques : du transport à pied jusqu'au transport par camionnette, en passant par la pirogue, la charrette à bœufs, la mobylette et la

bicyclette. Selon le mode de transport les quantités moyennes transportées sont croissantes du pêcheur au grossiste (Tableau ci-haut)

2.1.2.6. Conservation des captures

La grande majorité des opérateurs enquêtés ne disposent pas de moyens de stockage adéquats ou modernes comme le réfrigérateur, le congélateur et l'entrepôt frigorifique. Seuls 30% des pêcheurs utilisent de la glace pour la conservation des captures. Tous les mareyeurs utilisent de la glace pour la conservation des produits avant la vente. Quant aux grossistes, ils possèdent tous des réfrigérateurs et congélateurs installés au niveau des étals. Cependant, seuls 12% des détaillants disposent d'un moyen de stockage (paniers) et ou achètent de la glace.

Tableau X : Quantités et coûts de la glace par acteur.

Acteurs	Quantités Poisson(kg)	Lieu production/d'achat	Quantité de la glace (kg)	Coût de la glace (F CFA)
Pêcheur	50	Fleuve	20	1 000
Mareyeur	100	Débarcadère	30	1 500
Grossiste marché Dar es Salam	1 000	Débarcadère	30	20 000
Grossiste-transporteur marché Dar es Salam	2 000	Débarcadère	1400	105 000
Détaillant Petit marché	30	Petit marché	10	500

Ils achètent des barres et morceaux (de 1kg) de glace d'un montant de 1.000F CFA à 105.000F CFA. Cette quantité de glace (la barre de glace pèse 10 kg et coûte 750F) résisterait au trajet le long du fleuve Niger entre Ayorou et les rives maliennes. Quant aux grossistes détenteurs de véhicules, ils achètent 100 à 140 barres de glace à chaque tour à partir de Niamey; ce qui leur permet de conserver les poissons frais collectés du Mali au Niger sans grand risque d'altération.

2.1.3. Comptes de résultats des acteurs

L'analyse comptable concerne les comptes d'exploitation des pêcheurs, des mareyeurs, des grossistes détenteurs d'un véhicule et de celui des détaillants au marché. Pour cela, nous avons considéré un même prix moyen du kg de poisson toutes espèces confondues soit 1.378F CFA au niveau pêcheur, 1.983F CFA auprès d'une mareyeuse, 2.595F CFA au niveau grossiste et 2.820F CFA chez les détaillants. Il n'a pas été tenu compte des dépenses familiales, de celles hors activités, des pertes de captures et l'autoconsommation.

2.1.3.1. Compte d'exploitation des pêcheurs

Le pêcheur réalise un bénéfice net mensuel de **139 620F CFA** pour une quantité moyenne de captures de 35 kg pêchées par semaine.

Tableau XI : Compte d'exploitation d'un pêcheur.

RUBRIQUES	VALEUR (F CFA)
PRODUITS	
Chiffre d'affaire (Vente de poissons)	192 920
TOTAL DES PRODUITS	192 920
CHARGES	
Dépenses intermédiaires	28 300
Permis de pêche et taxes	1 700
Main d'œuvre familiale	22 500
Sous total 1	52 500
Dotation aux Amortissements	800
Sous total 2	800
TOTAL CHARGES	53 300
RESULTAT NET	139 620

Ce compte nous illustre que le pêcheur effectue peu des dépenses intermédiaires hormis l'achat d'outils et d'embarcations de pêche et réalise un bénéfice net annuel de **1 675 440F CFA** (tableau XI).

2.1.3.2. Compte d'exploitation des mareyeurs

Le mareyeur réalise un bénéfice net mensuel de **176 040F CFA** pour une quantité moyenne de captures de 112 kg par semaine soit 448 kg par mensualité. Le compte d'exploitation nous montre que le mareyeur achète des produits et effectue aussi des dépenses intermédiaires. Suite à cela il réalise un bénéfice net de **2 112 480 FCFA** durant l'année autour d'un taux de marge brute de 43,9%.

Tableau XII : Compte d'exploitation d'un mareyeur.

RUBRIQUES	VALEUR (F CFA)
PRODUITS	
Chiffre d'affaire (Vente de poissons)	888 384
TOTAL DES PRODUITS	888 384
CHARGES	
Achat des captures (Kg)	617 344
Sous total 1	617 344
Dépenses intermédiaires	30 000
Transport	65 000
Sous total 2	95 000
TOTAL CHARGES	712 344
RESULTAT NET	176 040

2.1.3.3. Compte d'exploitation des grossistes détenteurs d'un véhicule

Un grossiste détenteur de véhicule réalise un bénéfice mensuel de **4 382 480 FCFA** correspondant à 8 tours par mois avec une cargaison hebdomadaire moyenne de 2 614kg. On constate que le taux de la marge brute (30,86%) de ce grossiste est moins élevé que celui du mareyeur. En outre le grossiste fait plus de dépenses intermédiaires que le mareyeur mais ce dernier gagne moins que son fournisseur. Le bénéfice net réalisé par an est estimé à **52.589.760 FCFA**. (Tableau XIII)

Tableau XIII: Compte d'exploitation d'un grossiste.

RUBRIQUES	VALEUR (F CFA)
PRODUITS	
Chiffre d'affaire (Vente de poissons)	20 734 248
TOTAL DES PRODUITS	20 734 248
CHARGES	
Achat des poissons (Kg)	14 408 368
Main d'œuvre familiale	125 000
Dotations aux amortissements	8 400
Sous total 1	14 541 768
Achat des barres de glace	840 000
Commission des collecteurs	25 000
Autres dépenses intermédiaires (tracasseries routières, taxes et autres)	190 000
Sous total 2	1 055 000
Carburant	680 000
Lubrifiant	40 000
Entretien	35 000
Sous total 3	755 000
TOTAL CHARGES	16 351 768
RESULTAT NET	4 382 480

2.1.3.4. Compte d'exploitation des détaillants du petit marché

Le détaillant vendeur de poisson tire un bénéfice net annuel de **434.400 FCFA** pour une quantité moyenne de 88kg par semaine.

Tableau XIV: Compte d'exploitation d'un détaillant.

RUBRIQUES	VALEUR (F CFA)
PRODUITS	
Chiffre d'affaire (Vente de poissons)	992 640
TOTAL DES PRODUITS	992 640
CHARGES	
Achat des poissons (Kg)	913 440
Sous total 1	913 440
Dépenses intermédiaires	43 000
Sous total 2	43 000
TOTAL CHARGES	956 440
RESULTAT NET	36 200

Le mareyeur et le détaillant (8,67% taux de marge brute) font moins de dépenses financière et physique que le grossiste mais ce dernier en gagne plus.

2.1.4. Contraintes liées à la commercialisation

2.1.4.1. Contraintes institutionnelles

Au plan institutionnel, les contraintes se singularisent par l'absence d'une législation fiable et adéquate relative à la filière et le nombre assez important des organisations socioprofessionnelles qui n'existent souvent que de nom.

2.1.4.2. Contraintes financières et économiques

L'absence de crédits et de financement au profit des acteurs handicape la pérennité des différentes activités commerciales de poisson frais. En plus des problèmes de financement, la chaîne de commercialisation fait face à l'existence de deux marchés stables ne disposant pas d'une structure efficace de gestion.

2.1.4.3. Contraintes de commercialisation

De manière générale les contraintes liées à la commercialisation sont énumérées comme suit :

-  Prix du kg élevé au niveau du maillon grossiste de la chaîne ;
-  Insuffisance d'équipements de pêche ;
-  Manque de fiabilité de moyens de transport : manque de camionnettes isothermes ;
-  Manque de moyens adéquats de stockage et de conservation ;
-  Contraintes de production car s'il y a du poisson partout, les grossistes n'iront pas jusqu'au Mali transporter les produits halieutiques issus du même fleuve ;
-  Coupure d'électricité : délestages récurrents au cours de la saison chaude entraînant l'altération rapide des captures congelées et celles étalées dans les plateaux.

2.2. Discussion

2.2.1. Caractéristiques sociales

Dans le cadre de notre étude, l'échantillon illustre que ce sont les pêcheurs qui sont le premier maillon de la chaîne. Cette affirmation est confirmée par RGAC (2011) en disant que les principaux acteurs de la filière pêche sont les pêcheurs ; sans eux pas de poisson. Les pêcheurs sont tous des hommes et sont aussi majoritaires parmi les commerçants de poissons frais. Contrairement, au mareyage et la vente en détail qui deviennent de plus en plus l'apanage des femmes. Cela s'explique par le fait que l'acquisition du matériel des pêcheurs est fournie à crédit, le plus souvent, par des mareyeuses qui, en retour, se font livrer toutes les captures du pêcheur destinées à la vente. Les intermédiaires commerciaux sont les mareyeurs qui se portent acquéreurs de la marchandise

(poisson pêché), négocient le prix et cherchent des acquéreurs qui peuvent être des commerçants, des transformateurs ou des consommateurs (RGAC, 2011). L'activité du grossiste-transporteur est généralement dominé par les hommes et ceci parce que les femmes s'intéressent plus au mareyage. Ce qui explique l'absence des femmes parmi les grossistes du marché Dar es Salam. La pêche et la commercialisation du poisson est une activité dominée par des acteurs adultes ; la classe d'âge [30-45] ans est dominante chez les pêcheurs, les mareyeurs et les détaillants. La majorité des grossistes sont des personnes âgées. La prédominance des personnes âgées dans la production et sur le marché peut s'expliquer par un nombre élevé des instruits basiques révélé par notre échantillon. La grande majorité des pêcheurs et commerçants du poisson frais sont des mariés, cela suppose à quel point cette activité peut procurer de revenus dans la prise en charge familiale. Ce qui explique le degré d'importance de cette activité lucrative comme source de revenus et contribue à la lutte contre la pauvreté.

Les pêcheurs de notre échantillon opèrent plus sur le fleuve qu'au niveau des mares. Quant aux commerçants du poisson frais, la majorité exerce les activités aux marchés.

La majorité des pêcheurs le long du fleuve sont organisés en association des pêcheurs. Ces résultats sont contraires à ceux de Madagascar (2004) qui affirme qu'étant très individualistes, les pêcheurs continentaux n'ont jamais monté des structures d'organisations professionnelles, en groupements ou associations. L'essentiel des commerçants du poisson frais ne sont pas organisés en association. En effet, les associations se disloquent et se reconstituent à cause de la mauvaise gestion des membres notamment les détournements de fonds de caisses et de fois leur incompétence à juguler certaines tensions internes auxdites organisations. Ces résultats corroborent avec ceux de CAE (2001), dans la plupart des cas, les membres connaissent assez leurs rôles respectifs ; les adhérents découragés ne viennent plus aux réunions statutaires. Ce qui entraîne une confusion et un manque de confiance entre les adhérents et aussi un refus catégorique des cotisations. Ce phénomène aboutit à l'émergence d'autres associations et des fédérations. Ainsi beaucoup d'acteurs ont préféré abandonner ces organisations. Par conséquent, chaque acteur essaie indépendamment des autres de chercher des solutions aux problèmes qu'il rencontre (Toily, 2009). Cependant, l'ensemble des grossistes déclarent ne jamais avoir eu d'association. Cela peut s'expliquer par le nombre très restreint des grossistes au niveau du petit marché d'une part et la présence des grossistes de nationalité étrangère au marché de Daressalam d'autre part.

2.2.1.1. Relations entre les acteurs

La relation liant les pêcheurs aux mareyeuses est fondée sur la fidélité, la confiance et les liens de parenté ou d'alliance. Toily (2009) affirme que l'étude filière permet de rendre compte des relations d'interdépendance qui existent

entre les différents acteurs de la filière. Ainsi suivant le degré de parenté ou d'affection, chaque pêcheur applique des règles convenues avec des mareyeuses qui sont le plus souvent leurs épouses. En effet, il s'agit plutôt d'un système de distribution-commercialisation de poissons frais : c'est la relation fournisseur-clients où les fidèles clients viennent s'approvisionner auprès du fournisseur selon un mode de règlement déjà convenu une fois que la marchandise est livrée. Cependant, ce mécanisme relationnel n'existe pas entre les grossistes de Daressalam et leurs clients.

2.2.1.2. Aspect organisationnel de la commercialisation

Les agents économiques ont établi un système de clientélisme parfaitement organisé et qui datait. En effet, les pêcheurs, dans leur grande majorité, sont obligés de confier leurs captures aux mareyeuses. Mais certains pêcheurs délèguent un d'entre eux pour acheminer la production au marché auprès des détaillants moyennant une commission après la vente. Les mareyeurs se transportent auprès des producteurs pour s'approvisionner. Les captures sont conditionnées et conservées sous glace dans des sacs en polyéthylène et transportées dans des taxis-brousse, bus de transport inter-localités ou à moto. Ils ravitaillent en poisson soit les détaillants, soit les grossistes au petit marché. Ceci montre à quel degré l'activité demeure encore traditionnelle. Ces résultats confirment ceux de RGAC (2011) qui affirme que l'organisation de la commercialisation du poisson est à l'état archaïque. Quant aux grossistes du marché Dar es Salam, ils ont développé un système d'entente ; ils partent à tour de rôle auprès des collecteurs s'approvisionner le long du fleuve Niger jusqu'au Mali.

2.2.2. Circuits de la commercialisation

Les poissons se commercialisent le plus souvent entier. En outre, les lieux de débarquement et de collecte de poissons frais constituent les différentes sources d'approvisionnement. En plus ces dernières sont fonction de circuits commerciaux définis par chaque type d'acteur selon sa stratégie. C'est pourquoi la diversité des sources d'approvisionnement va de paire avec une multiplicité des circuits qui nécessiteraient la définition des critères tels que la nature du produit (poisson frais), la dimension spatiale du circuit, les agents économiques et les quantités fournies.

Le mode d'achat est généralement à crédit entre le pêcheur et la mareyeuse. Au petit marché, il est très rarement à crédit entre le mareyeur et grossiste. La vente et l'achat se font presque toujours au comptant entre le mareyeur et le grossiste puis entre le détaillant et le consommateur (ménage). Ce qui explique pourquoi les détaillants de poisson frais arrivent à écouler leurs produits dans la même journée.

La fréquence d'approvisionnement hebdomadaire de l'ensemble des agents économiques est de 2 à 3 fois par semaine sauf pour les détaillants du

petit marché qui s'approvisionnent en quantités suffisantes à écouler de façon journalière.

Le choix d'un mode de transport est déterminé par le rayon d'approvisionnement et d'action, la quantité transportée, l'accessibilité des lieux de débarquement et la disponibilité financière de l'acteur.

De manière générale, les moyens de transport sont relatifs au type d'acteur et à ses moyens financiers. Il est à remarquer que 1/3 des grossistes et 1/10 des détaillants possèdent leurs propres moyens de transport. En effet, il est plus rentable de disposer d'un moyen de transport personnel dans l'exercice de cette activité commerciale pour des importantes quantités que d'en payer les frais.

Les quantités de poisson achetées varient selon le type d'acteur et le mode de transport des captures. La conservation (aussi bien pendant la pêche et la collecte que pendant le transport et la vente dans les centres de consommation) se fait avec de la glace produite à Niamey et dans les localités de Tillabéri. La majorité des pêcheurs traditionnels n'utilisent pas de glace ou ne respectent pas les normes de conservation. D'après RGAC (2011) il faut 1kg de glace pour conserver 2kg de poisson. On observe la même chose chez les détaillants du petit marché. En effet, le détaillant expose son produit frais sans glace dans un plateau métallique installé sur les étals. Il est évident que dans cette situation, les poissons frais doivent être écoulés rapidement, dans un délai ne dépassant guère deux jours pour certaines espèces. Parce que les espèces carnivores telles que le *Lates niloticus* s'altèrent moins vite que les espèces herbivores (*Clarias sp*, *Tilapia sp*, etc.). Cependant, le mode de vente en détail et le système à tour de rôle obligent respectivement les grossistes-intermédiaires et les grossistes-transporteurs à se munir des congélateurs pour conserver leurs produits.

Les pêcheurs, bien qu'étant les acteurs principaux de la pêche, sont lésés dans la répartition des revenus parce qu'ils n'ont pas accès aux marchés de consommation. Ce résultat est proche de ceux obtenus par CAE (2001) pour lequel le circuit de commercialisation est monopolisé par les mareyeuses qui imposent les règles du jeu.

Les agents économiques de la commercialisation du poisson frais utilisent plus les circuits courts et intégrés contrairement aux détaillants des points de vente et aux grossistes du marché Dar es Salam, où tout le monde emprunte les circuits longs. Par ailleurs, même si le circuit long pourrait être le plus rentable, il n'est pas exclus qu'il pourrait souvent être le plus risqué car l'ensemble de cargaison peut s'altérer à cause de la distance ou d'éventuelles pannes techniques. Ce résultat corroborent ceux de CAE (2001), qui affirme que la denrée étant hautement périssable, l'immobilisation de ces véhicules en cours de route par des pannes ou autres causes peut entraîner la détérioration et la perte de toute la cargaison.

2.2.5. Rentabilité économique

L'analyse comptable permet de savoir si les acteurs tirent des profits ou tournent en pertes dans la commercialisation du poisson frais. Les résultats nets des comptes d'exploitation des différents opérateurs de la commercialisation, sont positifs : les chiffres d'affaires issus de la vente des produits couvrent les charges. C'est pourquoi la marge brute de chaque opérateur lui permet de tirer un revenu assez consistant pour continuer son activité. CFA.

Cependant, les pêcheurs qui confient directement leurs produits aux détaillants moyennant une commission, cumulent ainsi les marges intermédiaires des mareyeurs et grossistes. D'où ils gagent plus de revenus bruts par rapport aux autres acteurs qui respectent le principe de la chaîne commerciale.

Entre le pêcheur et le détaillant, le prix moyen double soit une augmentation de 104,6% par rapport au prix de cession pêcheur. En fonction des espèces et de la taille les prix peuvent varier du simple au double (CAE, 2001). L'analyse des comptes d'exploitation de ces opérateurs, nous renseigne que tous ces opérateurs sont solvables.

2.2.6. Forces, faiblesses, menaces et opportunités

Le tableau (XV) donne des forces faiblesses, opportunités et menaces de la commercialisation du poisson frais permettant de mettre en évidence les forces et faiblesses qui sont internes à cette activité et d'en identifier les opportunités et menaces présentent à l'extérieur (tableau XVI).

Tableau XV: Forces, faiblesses, menaces et opportunités.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Grossistes-transporteurs : système d'approvisionnement à tour de rôle/ grossiste ; - Découverte des nouveaux clients potentiels au moment des fêtes; - Détaillants et grossistes : approvisionnement continu des petits restaurateurs ; - Diversité d'espèces de poisson sur le marché ; - Organisation des acteurs en associations. 	<ul style="list-style-type: none"> -Manque de financement (fonds de roulement) ; -Manque d'hygiène sur les étals et lors du chargement des captures dans des caisses; -Manque de structure fiable de gestion de marché; -Taux assez élevé d'illettrisme ; -Flambée des prix pendant les pénuries et lors des fêtes ; -Manque de camionnettes isothermes : difficultés lors de la conservation
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> -Changement des habitudes alimentaires vers le poisson ; -Formation et encadrement des acteurs à travers l'appui de l'Etat, projets et ONG ; -Existence de marchés solvables ; -Existence des plans d'eaux permanents et semi-permanents ; -Existence des institutions nationale et sous régionale appuyant la pêche. 	<ul style="list-style-type: none"> -Hautes températures ambiantes dans la ville, (vente rapide) ; -Forte concurrence avec les poissons de mer ; -Cherté du prix de poisson par rapport à ceux de la viande rouge et de la volaille; -Inspection sanitaire quasi inexistante.

Tableau XVI : Analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces

MATRICE	Forces	Faiblesses
Opportunités	<p>-Le changement d'habitude alimentaire vers le poisson favorise la découverte des nouveaux clients potentiels surtout au moment des fêtes.</p> <p>-La formation et l'encadrement des acteurs à travers l'appui de l'Etat, ONG et projets renforcent les capacités organisations sociales des acteurs.</p> <p>-L'existence des marchés solvables accroîtra l'écoulement rapide des cargaisons des commerçants afin de satisfaire les clients.</p> <p>-Les plans d'eau permanents et semi permanents contribueront à disposer d'une diversité ichtyologique sur le marché.</p> <p>-Les institutions nationales et sous régionales appuyant la pêche sont d'une importance capitale pour l'ensemble du sous secteur de la pêche en général que pour le commerce du poisson en particulier.</p>	<p>-Les institutions nationales et sous régionales appuyant la pêche peuvent aider à surmonter les problèmes de fonds de roulement des acteurs et permettre aussi la mise en place de structures de gestion de marché.</p> <p>- La formation et l'encadrement des acteurs à travers l'appui de l'Etat, ONG et projets peuvent servir à sensibiliser les acteurs sur l'importance de l'hygiène dans le commerce des produits périssables.</p> <p>-l'existence des marchés solvables peuvent favoriser la baisse substantielle des prix du poisson pendant les fêtes.</p>
Menaces	<p>-Les organisations des acteurs peuvent se concerter avec les grossistes pour réduire les prix et concurrencer les poissonneries de mer modernes rendre aussi accessible le poisson.</p> <p>-La découverte des nouveaux clients potentiels lors des fêtes peut entraîner vente rapide et éviter l'altération de poissons surtout causée par l'excès de chaleur.</p> <p>-A travers les organisations des acteurs, les commerçants de poissons peuvent être assistés dans leurs activités par l'inspection sanitaire, ce qui peut renforcer leur clientèle.</p>	<p>-Avec le manque de fonds de roulement peut engendrer le chômage de certains acteurs de la chaîne de commercialisation.</p> <p>-Le prix élevé de poisson compromet la découverte des nouveaux clients potentiels.</p> <p>-Le manque d'hygiène entretenu avec l'absence d'inspection sanitaire, peut réduire la clientèle.</p> <p>Solutions : La baisse des prix peut attirer la clientèle et casser la concurrence du coup engendrer la vente rapide. Le contrôle de la qualité des produits augmente le niveau d'appréciation des poissons.</p>

2.3. RECOMMANDATIONS

Eu égard aux différentes contraintes identifiées, les recommandations suivantes ont été formulées à l'endroit de:

- L'Etat :
 - ✓ Renforcer la professionnalisation des acteurs et l'accès aux crédits ;
 - ✓ Encourager les prises d'initiatives des structures et de développer des synergies.
- Aux acteurs de la filière:
 - D'essayer d'organiser le système de commercialisation en collaboration avec tous les acteurs et aussi avec les institutions de tutelle ;
 - De réviser à la baisse les prix de vente de poisson au consommateur ;
 - D'accepter le système de groupements pré-coopératifs ou d'intérêt économique à la place du système monopoliste.

CONCLUSION GENERALE

La ville de Niamey est l'un des principaux centres de consommation par excellence du poisson frais au Niger. La chaîne de commercialisation étudiée porte sur le système allant du producteur aux commerçants de poissons frais dans la région de Niamey.

L'étude a été réalisée sur l'identification des opérateurs et de leurs circuits de commercialisation du poisson frais dans la communauté urbaine de Niamey. Pour se faire, une démarche méthodologique a été adoptée. Ensuite une enquête a été réalisée auprès d'un échantillon de 40 pêcheurs et 50 commerçants à l'aide des questionnaires au niveau des sites de débarquement, des marchés et points de vente de poissons frais. Les résultats obtenus ont fait l'objet d'une discussion.

L'étude révèle une typologie d'opérateurs qui se répartissent selon quatre (4) circuits commerciaux. Ces opérateurs sont : les pêcheurs, les mareyeurs/collecteurs, les grossistes-intermédiaires et/ou transporteurs, et les détaillants. En ce qui concerne les consommateurs, nous avons les restaurateurs et les ménages qui constituent les consommateurs finaux, dernier maillon de la chaîne de commercialisation. L'étude nous informe que la majorité des pêcheurs est organisée sur le marché. Les pêcheurs, les grossistes et les mareyeurs sont pour la majorité des personnes âgées et mariées (95%). Les mareyeurs et les détaillants sont en majorité des femmes tandis les pêcheurs sont toujours des hommes. Cette étude nous révèle que l'exercice de cette activité ne nécessite pas un niveau d'instruction élevé. L'essentiel des acteurs ont pour activité principale cette commercialisation de poisson frais.

Il existe des liens solides de commercialisation entre les différents acteurs ; ce qui entraîne, dans certains cas, une interdépendance de l'un envers l'autre. C'est pourquoi certains grossistes voulant maîtriser les sources d'approvisionnement, investissent peu dans les moyens de collecte, de transport et dans les infrastructures de vente.

L'analyse de la rentabilité de cette activité montre une marge de prix élevée, soit 1 442F CFA, entre le prix au niveau pêcheur dans les zones de pêche et le prix proposé par le détaillant dans la ville de Niamey. Ainsi suivant la chaîne de commercialisation du producteur au détaillant, les bénéfices nets annuels estimés sont les suivants : 1 675 440F CFA pour le pêcheur, 2 112 480F CFA pour la mareyeuse, 52 589 760F CFA pour le grossiste-transporteur et 434 400F CFA pour le détaillant pendant la bonne saison. Malgré le rôle important que joue le pêcheur, premier maillon de la chaîne, le mareyeur assure le rôle central en bénéficiant de la plus grosse part des recettes après le grossiste. En effet, le commerce du poisson frais est une activité économiquement rentable et contribue à la lutte contre la pauvreté non seulement dans les communautés des pêcheurs mais aussi dans le centre urbain. Par contre l'écart de prix du poisson entre le pêcheur et le détaillant est exorbitant.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. **AHMAT A.A. M, 2010** : Diagnostic de la filière pêche des rives Sud du lac Tchad : pratique et circuits de commercialisation. Mémoire : Faculté d'Agronomie : Niamey (CRESA-UAM).-73 P.
2. **ARRIGNON J., 1975**. Aménagement écologique et piscicole des eaux douces.-320p.
3. **BINTA K, 1994** : Etude des conditions de sécurisation et d'augmentation du revenu des pêcheurs par l'accroissement de la production piscicole. Mémoire : Faculté d'Agronomie : Niamey (ITA-UAM).-35p.
4. **BOUARE F, 1985**. Amélioration des méthodes de conservation et commercialisation et tenue des statistiques de production de poisson du fleuve Niger. –Niamey.-61p.
5. **CAE., 2001** : Etude pour la promotion des filières agro-industrielles. Volume VIII : Analyse de l'état de la filière poisson.-Bamako : Centre Agro Entreprise/Chemonics.-27p. [En ligne]. Accès internet : [http : //www.filiere_poisson.pdf](http://www.filiere_poisson.pdf) (Consulté le 10 Juillet 2011).
6. **CHABOUD (C) et KEBE (M), 1989** : La distribution en frais du poisson de mer au Sénégal, commerce traditionnel et interventions publiques. *Centre de Recherches océanographiques de Dakar, Thiaroy*. Sénégal. 143p.
7. **DPA., 2011a** : Rapport annuel d'activités 2010. Direction nationale de la Pêche et de l'Aquaculture.-Niamey : DPA/DGE/EF.-25P.
8. **DPA., 2011b** : Rapport trimestriel d'activités 2011. Direction nationale de la Pêche et de l'Aquaculture.-Niamey : DPA/DGE/EF.-12P.
9. **FAO., 2004** : Guide pratique de l'approche filière : le cas de l'approvisionnement et de la distribution des produits alimentaires dans les villes, 34p.
10. **MADAGASCAR. Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage, et de la Pêche, 2004** : Filière pêche continentale traditionnelle. MAEP UPDR, Océan Consultant : Filières de l'Agriculture, de l'Elevage, et de la Pêche, et actions du Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage, et de la Pêche. Fiche 303a.-(1-8).
11. **MOUSSA (A), ALIOUN (T) et THIAM (I), 1994**: Circuits de distribution - Commercialisation du poisson dans le sous secteur de la pêche artisanale en Mauritanie. *Centre National de Recherches océanographiques*. Bulletin volet pêche.- 27p.

- 12. NIGER. Ministère du plan d'aménagement du territoire et du développement communautaire, 2012** : Plan de développement économique et social (PDES) 2012-2015 du Niger.-Niamey : MP/AT/DC.-276p.
- 13. NIGER. Ministère de l'hydraulique et de l'environnement, 2011** : Projet appui à la sécurisation et à la consolidation du recensement général de l'agriculture et du cheptel (RGAC) au Niger. GCP/NER/049/SPA. Rapport final volet pêche aquaculture.-Niamey : DPA.-37p.
- 14. NIGER. Ministère du plan d'aménagement du territoire et du développement communautaire, 2008** : Monographie de la région de Niamey. République du Niger. –Niamey : MP/AT/DC.-133p.
- 15. NIGER. Ministère de l'environnement et de la lutte contre la désertification, 2007** : Stratégie de développement de la pêche et de l'aquaculture (SDPA).-Niamey : ME/LCD.- 45p.
- 16. NIGER. Ministère de l'environnement et de la lutte contre la désertification, 2005** : Sous-programme pêche et aquaculture (SPPA).- Niamey : ME/LCD.-81p.
- 17. NIGER. Ministère de l'hydraulique et de l'environnement, 1998** : Projet de développement de la pisciculture en milieu rural. Rapport provisoire. Direction de la faune, de la pêche et de la pisciculture. Marché 91/005/MHE/DFPP.-Niamey :DFPP.-121p.
- 18. OUEDRAOGO J.M, 1997** : Etude de l'organisation de la filière poisson au lac de la Kompienga et propositions d'amélioration pour la valorisation de la ressource. Mémoire : Faculté d'Agronomie : Niamey (CRESA-UAM).-p
- 19. SEYDOU F., 2006.**Contribution de la commercialisation du poisson à la lutte contre la pauvreté : Cas des femmes commerçantes de poisson du Petit Marché de Niamey. Mémoire : Inspecteur des eaux et forêts : Katibougou (IPR/IFR).-45p.
- 20. TOILY K. N. B., 2009** : La filière piscicole en Cote d'Ivoire : Cas des régions d'Abidjan, d'Agboville et Aboisso. Thèse : Médecine vétérinaire : Dakar ; 11.-86p.
- 21. WANE K. ALY, 2000** : Exportation des produits halieutiques dans les PMI sénégalaises de pêche : analyse des déterminants commerciaux. Mémoire : Dakar : (ISG-ESP).-63p.

<p>Etude de la commercialisation du poisson frais dans la Communauté Urbaine de Niamey.</p>	<p>Studies of fresh fish commercialization in the local of headquarter of Niamey.</p>
<p style="text-align: center;">RESUME</p> <p>La présente étude a pour but d'identifier les circuits de commercialisation de poissons frais, les différents types d'acteurs et leurs caractéristiques et, d'en connaître les relations existant entre eux, dans la région de Niamey érigée en cinq arrondissements communaux. La démarche méthodologique utilisée a consisté à la recherche documentaire à travers la collecte des données auprès des institutions et personnes ressources et des enquêtes ont été réalisées auprès d'un échantillon de 40 pêcheurs et 50 commerçants au niveau de deux marchés, deux points de vente et sept sites de débarquement des poissons frais de ladite région.</p> <p>L'étude fait ressortir un manque d'organisation dans l'exercice de cette activité. Les acteurs de cette activité sont dans leur majorité des adultes, d'ethnies et de nationalités diverses. La pêche est l'apanage des hommes tandis que le mareyage et la vente en détail sont dominés par les femmes. Du pêcheur au consommateur il se dégage quatre circuits commerciaux dont deux principaux (circuit court et circuit long). L'analyse comptable révèle un écart important de prix moyen (1.440FCFA) entre le prix moyen appliqué par le pêcheur et celui du détaillant. En effet, un bénéfice moyen net de 225F à 612F CFA a été estimé par kilogramme vendu par chaque acteur de la chaîne.</p> <p>La commercialisation de poissons frais comme une activité rentable principalement pour les grossistes et les mareyeurs. En effet, l'Etat doit s'impliquer activement pour une réorganisation socioprofessionnelle des acteurs afin d'améliorer le partage de la valeur ajoutée à tous les niveaux et favoriser l'accès du produit à tous les consommateurs.</p> <p>Mots clés: Poisson frais, commercialisation, communauté urbaine de Niamey.</p>	<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p>This study aimed to analyze the marketing channels of fresh fish in that determine the social characteristics of actors to know the marketing channels and establish the income statements of actors in the Urban Community Niamey erected in five municipal districts. Methodological research has been used in a sample of stakeholders (fishermen, fish traders, wholesalers and retailers) Sitting (jetties, markets and outlets) investigation. The data were collected as a result of surveys of a sample of 40 fishermen and 50 traders at two markets, two outlets and 7 landing sites fresh fish in that region .</p> <p>The study revealed a lack of organization in the exercise of this activity. The actors of this activity were in majority of adults, ethnicities and nationalities. Fishing is dominated by men while the fish trade and retail sales are dominated by women. From fisherman to the consumer he identifies four major trade channels including two (short and long loop circuit). The accounting analysis allowed us to reveal a significant difference in average price (1440FCFA) between the average price charged by the fisherman and the retailer. In fact, an average net profit of 225F to 612F CFA was estimated per kilogram sold by each actor in the chain.</p> <p>Marketing of fresh fish appears to be a profitable business primarily to wholesalers. Indeed, the government must be actively involved for a reorganization of socio-professional actors to improve the sharing of added value at all levels and promote access of the product to all consumers.</p> <p>Keywords: fresh fish, marketing, headquarter of Niamey.</p>
<p>Auteur: Oumarou ALI ABDOU. E-mail: omarab1@yahoo.fr Tél : (+227) 90325338 (NIGER) (+221) 776780470 (SENEGAL). BP: 721: Niamey-NIGER.</p>	<p>Autor: Oumarou ALI ABDOU. E-mail: omarab1@yahoo.fr Tél : (+227) 90325338 (NIGER) ; (+221) 776780470 (SENEGAL). PO-Box: 721: Niamey-NIGER.</p>