1668

COMITE PERMANENT INTER-ETATS
DE LUTTE CONTRE LA SECHERESSE
DANS LE SAHEL
B.P 7049 OUAGADOUGOU
TEL. 30.67.57 / 58

PERMANENT INTERSTATE COMMITTEE
FOR DROUGHT CONTROL
IN THE SAHEL
FAX : 30.72.47
TELEX : 5263 COMITER

ETUDE SUR LES FILIERES AGRO-ALIMENTAIRES AU NIGER BETAIL-VIANDE - OIGNON -NIEBE

Rapport Provisoire

CONSULTANTS :

ADAMOU DANGUIOUA Economiste
ALLACHI BOUKAR Sociologue
HASSOUMI GARBA Zootechnicien

Juillet 1996

SOMMAIRE

SIGLES

INRAN : Institut National de la Recherche Agronomique du Niger

IRAT : Institut de Recherche Agronomique Tropical

PBVT : Projet Basse Vallée Tarka (Madaoua)

ONAHA : Office National des Aménagements Hydro-Agricoles

SONARA : Société Nigérienne de Commercialisation de l'Arachide

SONERAN : Société Nigérienne d'Exportation des Ressources Animales

SNCP : Société Nigérienne de Collecte et Commercialisation des Cuirs et Peaux

ANVN : Association Nationale des Vétérinaires Nigériens

ANZOOPA : Association Nigérienne des Zootechniciens et Pastoralistes

AREN : Association pour la Redynamisation de l'Elevage au Niger

ANPME : Association Nigérienne pour la Promotion et la Modernisation de l'Elevage

PRSAA : Programme de Renforcement des Structures et d'Appui à l'Agriculture

DIAPER III : Diagnostic Permanent Phase III

CILSS : Comité Inter-Etats de Lutte Contre la Sécheresse au Sahel

ONERSOL : Office National de l'Energie Solaire

BIT : Bureau International du Travail

UNC : Union Nationale des Coopératives

CSPPN : Caisse de Stabilisation et de Péréquation des Prix du Niger

OPVN : Office National des Produits Vivriers du Niger

SIM : Système d'Informations sur les Marchés

PROFORMAR : Programme de Formation Modulaire en Faveur des Artisans

SOTRAMIL : Société de Transformation du Mil

OLANI : Office du Lait du Niger

INTRODUCTION GENERALE

Au Niger, le secteur rural demeure l'un des plus importants secteurs de l'économie, il assure l'emploi de plus de 80 % de la population active et représente environ 40 % du Produit Intérieur Brut (PIB). Cependant, il est caractérisé par d'importantes fluctuations de ses productions, causées par les variations climatiques inter-annuelles et la situation phytosanitaire non maîtrisée.

Observé sur une longue période, il ressort que le PIB agricole a connu une baisse en 1989 puis en 1990 mais s'est accru en 1991. Par contre celui de l'élevage a augmenté régulièrement de 1987 à 1992.

En effet, exprimé en francs constants de 1987, le PIB agricole a varié ainsi qu'il suit: 120 milliards en 1987, 162 milliards en 1988, 146 milliards en 1989, 134 milliards en 1990, 185 milliards en 1991 et 182 milliards en 1992.

Le PIB de l'élevage est passé de 66 milliards en 1987 à 79 milliards en 1992. La contribution des produits agro-pastoraux à la balance des paiements est bien plus grande qu'elle n'apparait dans les comptes nationaux, à cause de l'importance des échanges non formels. Ceci est une caractéristique importante du secteur.

Compte tenu de l'environnement financier favorable de 1975 à 1983, les projets agricoles ont bénéficié d'un investissement annuel moyen de 29,6 milliards de FCFA. En 1993, le financement réservé à l'Agriculture et à l'élevage à été de 13,5 milliards de FCFA et 15,4 milliards en 1994 qui représentent respectivement 21,2 % et 23,7 % du budget d'Investissement de l'Etat.

Par contre le secteur rural ne bénéficie que de 5 % du crédit à l'économie.

En vue de renforcer la place du secteur rural dans l'économie nationale, le gouvernement du Niger a adopté en 1992 les "principes directeurs d'une politique de développement rural pour le Niger" dont les principaux axes sont :

- la gestion intégrée des ressources naturelles;

- l'organisation du monde rural, la responsabilisation des populations, et la modification du rôle de l'Etat ;

- la sécurité alimentaire ;

- l'intensification et la diversification des productions.

La politique retenue actuellement pour le secteur est fondée également sur un certain nombre de mesures contenues dans deux autres textes fondamentaux portant sur les "principes d'orientation du code rural" et le "code de l'eau" adopté en mars 1993.

Ainsi, les nouvelles orientations du CILSS s'inscrivent intégralement dans les priorités politiques retenues par le Niger en faveur du développement des filières agro-alimentaires porteuses.

Compte tenu de la grande gamme de filières, le CILSS a proposé dans le cadre de cette étude de concentrer l'analyse sur les trois (3) filières agro-alimentaires les plus importantes.

Notre choix a été effectué sur la base d'une analyse multi-critères. Cette étude vérifie l'hypothèse de la possibilité d'une meilleure intégration aux niveaux macro et micro économiques à partir d'une connaissance approfondie des filières.

Pour vérifier cette hypothèse, le recueil des données s'est fait à partir :

- de la valorisation de la documentation abondante ;

- des entretiens avec les responsables des services techniques, de l'Union Nationale des Coopératives (UNC), de la CSPPN, des bailleurs de fonds et des associations.

Le recueil des données documentaires a permis d'identifier les principaux groupes d'acteurs des filières et d'étudier :

- les stratégies développées par les acteurs ;

- les contraintes rencontrées ;

- les appuis nécessaires à l'essor des échanges.

Cependant l'étude présente plusieurs limites :

- elle est essentiellement basée sur la documentation. La vérification par l'observation directe des phénomènes n'a pas été retenue dans les TDR ;

- les activités des acteurs sont informelles. En milieu rural, les informations de base sont peu ou mal quantifiées ;
- les données sont différentes selon les sources.

La valorisation de la documentation peut être considérée comme une première étape. C'est pourquoi les limites ci-dessus mentionnées sont à relativiser. A cette étape, ce qui compte avant tout, c'est de saisir le fonctionnement des filières, l'intégration des différents segments et de vérifier les "principes" de leur compétitivité.

Dans une première partie, nous présentons les filières agro-alimentaires porteuses et motivons le choix des trois (3) principales.

La deuxième partie consiste en une étude du fonctionnement des filières retenues. Elle concerne les spécificités propres à chaque filière-produit, en utilisant les couples produits-acteurs, espace-temps. Le premier couple permet de vérifier la maîtrise des systèmes de production, de la commercialisation, de la transformation, le comportement du consommateur. Le second détermine la longueur des circuits (court et long).

Il s'agit d'une analyse verticale.
La troisième partie propose des actions et des mesures susceptibles de débloquer les contraintes relevées.

PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DES FILIERES AGRO-ALIMENTAIRE PORTEUSES

Le choix des trois principales filières s'effectue parmi les treize filières diagnostiquées en septembre 1995 par le Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage, dans le cadre de la préparation d'un Programme d'Ajustement du Secteur Agricole au Niger.

L'objectif principal de ce Programme serait d'aboutir à une croissance de la production agricole et pastorale, dans un contexte de marché libre et d'une gestion rationnelle du potentiel productif naturel du pays, afin d'améliorer les revenus du monde rural et d'accroître la contribution du secteur à l'équilibre de la balance des paiements.

Cependant, les études antérieures n'ont pas hiérarchisé ces filières. Cette lacune sera comblée par la présente étude.

Après une présentation sommaire de chaque filière, des critères d'appréciation leur seront appliquées en vue de faciliter la comparaison. Examinons successivement :

- la situation actuelle et les perspectives de chaque filière;.
- les critères d'appréciation ;
- la justification du choix.

1.1. Situation actuelle et perspectives des filières

Les atouts et les contraintes seront systématiquement résumés pour les filières :

- bétail-viande ;
- produits laitiers ;
- avicole ;
- oignon ;
- niébé ;
- arachide ;
- poivron ;
- riz ;
- sésame ;
- souchet ;
- ail ;
- canne à sucre ;
- blé.

Mais cette section sera surtout axée sur la présentation des trois principale filières: à savoir bétail-viande, oignon et niébé. Ce qui permet de dégager leurs interactions avant de les analyser dans la deuxième partie et de formuler des recommandations cohérentes pour affirmer leur nécessaire intégration. Les autres filières sont présentées en annexe N°1.

1°) Filière Bétail - Viande

a) La situation actuelle

Le bétail et la viande occupent une place de choix dans l'économie Nigérienne. En effet, ces deux produits contribuent à l'augmentation des productions alimentaires (viande et lait) et assurent une importante entrée de devises.

Le cheptel est évalué en 1994 à environ 3 millions d'UBT. Les exportations au cours de la même année sont estimées à 113.000 bovins et plus de 500.000 petits ruminants et 27.000 camélins. Ces chiffres ne tiennent pas compte des fraudes massives par lesquelles le bétail est exporté. La production de viande tourne autour de 30.000 T. Cette production n'intègre pas aussi les abattages familiaux et clandestins.

Cependant, les aléas climatiques défavorables, les barrières sanitaires et le coût élevé du transport sont des contraintes à l'épanouissement du secteur.

b) Les perspectives

La filière bétail-viande connaîtra de bonnes perspectives grâce à la maîtrise des grandes maladies infectieuses (peste bovine et péripneumonie contagieuse bovine) et l'engagement du secteur privé à y investir (fermes privées, commerçants exportateurs de bétail et de viande).

Le projet de construction d'un nouvel abattoir frigorifique à Niamey d'une capacité de 18.000 tonnes essentiellement destinées à l'exportation ouvre de bonnes perspectives pour la promotion du bétail et de la viande.

Ce secteur est amené à se développer compte tenu du nombre élevé des effectifs ainsi que les conditions sanitaires relativement bonnes.

2) Filière oignon

a) La situation actuelle

La culture de l'oignon est pratiquée dans les arrondissements de Konni, Madaoua, Bouza, Keïta, Gaya et Tillabéry. Ces zones de production sont généralement enclavées.

La superficie totale cultivée est restée relativement stable, 5407 ha en 1989 et 6000 ha en 1994. La production est passée de 125.846 tonnes en 1989 à 180.000 tonnes en 1994 et les rendements de 23,27 à 30 tonnes/ha.

L'exportation procure au Niger 2,5 milliards de F CFA en moyenne par an.

La filière est entravée par les coûts élevés de l'irrigation, l'enclavement des zones de production, l'insuffisance des équipements et des techniques de conservation et de stockage et les difficultés d'accès au crédit.

b) Les perspectives

La superficie irrigable est estimée à 29.000 ha. L'amélioration des techniques permettent d'établir progressivement la production sur toute l'année (trois campagnes) pour éviter les problèmes de conservation.

S'il existe une concurrence sur les marchés Ouest Africains, les débouchés de l'Afrique Centrale ne sont pas encore exploitées.

3) Filière niébé

a) La situation actuelle

Le niébé est une légumineuse cultivée en association avec le mil et/ou le sorgho principalement dans les départements de Dosso, Maradi et Zinder. La superficie couverte est estimée à 3.898.408 ha en 1992. Sa production qui a connu d'importantes variations ces dernières années, a atteint en 1992, environ 400.000 Tonnes dont pratiquement les 2/3 sont exportés en direction des marchés Nigérians, 1/3 est auto-consommée ou destinée aux marchés intérieurs.

La valeur marchande de la production moyenne est estimée à 20 milliards F CFA. En outre sa contribution aux recettes de l'Etat est estimée à 940.000.000 F CFA. Cependant la filière connaît aussi des difficultés liées généralement aux aspects suivants: vulnérabilité des plantes aux parasites, faible vulgarisation des variétés améliorées, appauvrissement des sols, problème de conservation et de stockage et prépondérance du secteur informel dans les échanges.

b) Les perspectives

L'attention accrue accordée notamment par le gouvernement et les bailleurs de fonds à cette filière pourrait favoriser sa promotion au Niger. Les négociations entreprises dans le cadre de la commission mixte Nigéro-Nigériane pourraient déboucher sur des accords bilatéraux permettant de lever les contraintes liées à l'exportation du niébé vers le Nigéria.

De la présentation sommaire des filières, il ressort des cultures à petite échelle et dont selon les statistiques agricoles, les possibilités d'extension et d'intensification sont relativement limitées: le blé, l'ail, la canne à sucre, le souchet, le sésame à cause notamment de la concurrence des autres cultures.

Rappelons qu'il s'agit d'importances relatives qu'une application de critères permettra d'affiner.

II **Critères d'appréciation**

L'analyse doit partir du programme majeur de sécurité alimentaire dont l'objectif est de développer et de fournir aux pays sahéliens des éléments de stratégie et d'options d'amélioration des politiques nationales de sécurité alimentaire.

Il convient de rappeler également que le FERAP ambitionne d'offrir un cadre structuré et durable aux concertations intra et inter-états sur leurs politiques pour en réduire les disparités actuelles et intensifier les échanges régionaux de produits agricoles et alimentaires locaux.

Dans ces conditions, l'établissement de critères de choix des principales filières agro-alimentaires porteuses se base sur les concepts clés de: sécurité alimentaire; réduction des disparités; échanges régionaux. Par ailleurs, une filière porteuse doit contribuer à la création d'emplois. Il en découle les critères suivants:

- la contribution à la sécurité alimentaire ;

- la contribution à la balance des paiements ;

- l'intégration régionale ;

- la création d'emplois et personnes impliquées dans la filière.

Précisons que la contribution à la sécurité alimentaire peut être directe ou indirecte lorsque les recettes de la vente sur le marché intérieur ou le marché extérieur des produits agro-alimentaires permettent de procurer les revenus les plus élevés affectés à la sécurité alimentaire. c'est le cas des filières poivron, oignon, niébé, souchet et sésame dont les exportations sont au moins égales aux 2/3 de la production.

Les recettes tirées de la vente de ces produits sont en grande partie utilisées pour l'achat des produits alimentaires. par exemple dans la zone de la Komadougou Yobé, zone par excellence de poivron, les populations ont volontairement délaissé le sorgho et le riz au profit du poivron dont les recettes leur permettent de faire face aux besoins alimentaires.

La contribution à la balance des paiements intervient par l'apport en devises, elle est implicite lorsque sa production permet une économie de devises par la réduction de l'importation massive du produit concerné.

L'intégration régionale, rapportée au contexte de l'étude, privilégie les produits qui rentrent dans les échanges sous-régionaux, entre les pays membres du CILSS ou les produits que ces pays sont disposés à échanger dans la région, la CEDEAO à titre indicatif.

FILIERES AGRO-ALIMENTAIRES PORTEUSES

Critères / Produits	Contribution à la sécurité alimentaire *	Contribution à la balance de paiement	Emplois créés et personnes impliquées dans la filière	Intégration régionale et échanges
Bétail/viande	60.000 Tonnes de viande	2,5 milliards FCFA	Pasteurs(≈1 Mi) - Bergers.	- CILSS - CEDEAO - CEBV - MAGRHEB.
Lait sous-produits	300 millions L/an. beurre-formage	- 3,5 milliards FCA	Personnel laitiers et mini laitiers femmes dans la transformation du lait.	Pas d'échange avec la sous-région. Recours importation du lait en poudre.
Aviculture	53 millions oeufs. 12 T poulets de chair	- 25 millions FCFA	Personnel fermes avicoles.	Importation du Nigéria.
Riz	35.000 Tonnes	-5,7 milliards FCFA	53.239 exploitants. Employés usine RINI et des mini-décortiqueuses.	Importation du Pakistan, Inde etc..
Canne à sucre	120.000 Tonnes	-	-	Importation du Nigéria.
Poivron	7.100 Tonnes	4 milliards FCFA	4.000 familles.	Exportation vers le Nigéria.
Oignon	180.000 Tonnes	2,5 milliards FCFA	Exploitants agricoles + main d'oeuvre agricole.	Exporté vers la Côte d'Ivoire, le Burkina-Faso, Le Togo, Ghana et Bénin.
Ail	3.971 Tonnes	-	-	-
Blé	3.600 Tonnes	-	-	Importation d'Europe.
Arachide	39.664 Tonnes	-	120 employés usine SICO-Niger, femmes impliquées dans la fabrication huile d'arachide-coton.	Importation d'huile végétale de RCI.
Niébé	400.000 Tonnes	8 milliards FCFA	Exploitants agricoles.	Exportation vers le Nigéria, Ghana.
Souchet	75.000 Tonnes	2 milliards FCFA	Exploitants agricoles + importante main d'oeuvre pour sa récolte.	Exportation au Nigéria, Burkina-Faso, Togo.
Sésame	23.775 Tonnes	N.D	N.D	Exportation au Burkina-Faso, Maghreb, Arabie Saoudite.

* équivalent tonne sauf pour le lait et les oeufs.

III. Justification du choix

Certes l'application de ces quatre (4) critères à savoir la contribution à la sécurité alimentaire, la contribution à la balance des paiements, création d'emplois d'emploi et l'implication des acteurs et l'intégration régionale par les échanges ne permet pas une quantification des résultats des filières dont les activités sont essentiellement informelles. De ce point de vue, elle présente des limites. Cependant l'application de ces critères fait observer que les trois filières à savoir bétail-viande, oignon et niébé ont des contributions plus importantes dans ces domaines. Par contre les filières canne à sucre et blé ont des possibilités d'extension limitées, l'ail serait fortement concurrencée en termes de main d'oeuvre et d'espaces de production dans les autres vallées notamment la Maggia et la vallée du fleuve, le souchet et le sésame sont d'un développement récent. En ce qui concerne l'arachide, elle a connu deux décennies de déclin et commence à peine son émergence.

Quant aux autres filières à savoir lait et produits laitiers, aviculture, riz et poivron malgré leur contribution non négligeable à la sécurité alimentaire, le Niger ne semble pas présenter des avantages comparatifs certains à l'exception du poivron.

Dans le souci de recherche du consensus, l'équipe a procédé à la vérification de la pertinence de ce choix auprès des services et institutions suivants : Direction de l'Elevage et des industries Animales, Direction de l'Agriculture, Cellule PASA, USAID et ACDI. Leurs points de vue corroborent le choix que nous avons effectué.

D'ailleurs l'USAID-Niger s'est particulièrement intéressé à ces trois filières d'exportation pour la promotion des échanges et l'amélioration des revenus des acteurs principalement les producteurs et les commerçants.

Quant à l'ACDI elle a identifié la sous-filière bétail pour ses aptitudes à dégager une valeur ajoutée importante.

A ce stade il convient de dégager les interactions suivantes entre les trois filières :

- la sous-filière bétail fournit des animaux de traction pour les unités de cultures attelées aux deux filières agricoles (oignon et niébé) et les charrettes pour le transport du fumier, de la récolte et des sous-produits ;

- la sous filière bétail procure de la fumure organique nécessaire à l'amendement des sols (parcage des animaux dans les champs) ;
- les recettes de la vente du bétail sont souvent utilisées pour l'achat des engrais et autres intrants sur les marchés du Nigéria surtout en période de dépréciation de la Naira.

La filière niébé à travers la production des fanes contribue à l'amélioration de l'alimentation du bétail.

Après avoir dégager l'importance de ces trois filières il convient à présent d'analyser leur fonctionnement.

DEUXIEME PARTIE Analyse du fonctionnement des filières retenues

Introduction

Nous adoptons dans cette deuxième partie une approche verticale par filière en suivant la hiérarchie suivante:

- la filière bétail-viande;
- la filière oignon;
- la filière niébé.

Pour chacune de ces filières l'analyse porte sur le fonctionnement à travers la démarche suivante : nous partons de l'amont, puis nous abordons l'aval, tout en vérifiant l'intégration des différents segments et en relevant le comportement des acteurs face aux politiques macro-économiques et sectorielles et aux mesures spécifiques relatives aux filières.

L'analyse qualitative est privilégiée dans la mesure où les données quantitatives existantes présentent des limites quant à leur fiabilité et exhaustivité. Nous cherchons à mieux connaître les acteurs et leurs stratégies, à analyser le fonctionnement des filières, à appréhender les coûts et à dégager les contraintes auxquelles elle sont confrontées.

I LA FILIERE BETAIL-VIANDE

INTRODUCTION

Au Niger, l'élevage constitue la deuxième source de recettes d'exportations après l'uranium. Selon les statistiques officielles, la part de la valeur de produits de l'élevage se situait en 1993 à 20% de la valeur totale de produits exportés après l'uranium (73%).

Les collectivités territoriales tirent des recettes importantes sur les marchés du bétail et de la viande :

- une taxe de marché prélevée systématiquement sur tout animal présenté sur les marchés, qu'il y ait transaction ou pas; payée par celui qui présente l'animal sur le marché, elle est de 200 F CFA/tête de gros ruminants, 50 F CFA/tête de petits ruminants ;

- une taxe d'identification des animaux instituée en 1986 qui est à la charge du vendeur et dont les tarifs sont de 500 F CFA/tête de gros ruminants et 200 F CFA/tête de petits ruminants ; le courtier quant à lui reçoit 500F/gros ruminant et 200F/petit ruminant de la part de l'acheteur;

- une taxe d'abattage de 20 F CFA/kg/carcasse pour toutes espèces excepté le porc.

Certes, la contribution de la filière au développement du Niger est importante mais il convient de comprendre son fonctionnement à tous les niveaux, de l'amont à l'aval, pour en tirer les enseignements utiles à des politiques de promotion du secteur.

1.1 L'offre

La production nigérienne est en très grande partie réalisée par le système d'élevage traditionnel. La caractéristique de cette production est un manque ou une absence de maîtrise des facteurs qui y concourent. D'où l'intérêt d'analyser les facteurs déterminants et les systèmes de production.

1.1.1 Les déterminants de l'offre

Les trois facteurs fondamentaux sont : l'eau; la santé et l'alimentation. La recherche, le crédit, l'encadrement, l'approvisionnement en intrants zootechniques et les motivations des détenteurs de bétail sont également des facteurs importants

1) Les conditions éco-climatiques

Certes, la production animale est pratiquée en zone dite agricole, cependant elle est plus abondante en zone pastorale caractérisée par une faible pluviométrie en général (Isohyètes de moins de 300 mm). (cf annexe N°2).

La véritable difficulté réside dans l'apport alimentaire car la production est soumise à la disponibilité en biomasse (pâturage naturel herbacée et aérien résidus de culture) fonction elle même des aléas climatiques.

Le volume produit est donc très dépendant à court terme des conditions dans lesquelles se déroule la saison des pluies mais aussi à plus long terme de la régularité de leur succession. Cette dépendance vis-à-vis de la pluviométrie implique que la production du troupeau est d'une part très variable suivant en cela la courbe de pluies et d'autre part plafonnée. Nous avons fait figurer dans le tableau N°2 les effectifs de bétail fournis par les services de l'Elevage de 1973 à 1995. Cette série permet de voir notamment les effets des sécheresses de 1973 à 1984. La disponibilité de fourrage suit la même évolution.

Ceci semble indiquer également qu'au sahel une crise climatique survient pratiquement tous les 10 ans. (cf tableau N°1 sur les hauteurs de pluies enregistrées dans certaines localités de la zone pastorale en 1984 année de sécheresse et 1994 année de pluviométrie exceptionnelle).

Tableau N°1 Les hauteurs de pluies enregistrées dans certaines localités de la zone pastorale en 1984 et 1994

Localités	1984		1994	
	Pluviométrie mm	Nombre de jours	Pluviométrie mm	Nombre de jours
Agadez	4,2	5	255,1	35
Tahoua	275,9	31	635,7	56
Tchintabaraden	118,7	18	297,2	31
Mayahi	223,0	21	520,9	38
Gouré	89,6	16	443,3	49
Tanout	48,7	7	278,8	25
Diffa	157,8	21	501,1	44
Maïné-Soroa	197,6	27	528,9	48

Source : Direction de la météorologie nationale (Niger).

2) L'eau

Il existe plusieurs types de sources d'eau : les eaux de surface (mares, barrages, fleuve, rivières); les puits et les forages profonds équipés de motopompes et les forages artésiens. Il se pose un problème de répartition des points d'eau dans les zones de pâturages. En effet, le plus souvent dans les zones où le pâturage est abondant l'eau fait défaut et vis versa. Cette situation pose véritablement la recherche de l'équilibre bétail-eau-pâturage.

3) La recherche

La recherche zootechnique et vétérinaire entreprise par l'INRAN touche les domaines suivants :

- étude des caractéristiques de production de la race bovine Azawak ;

- caractérisation et amélioration des races ovines Ara-Ara (mouton à pendeloques) et koundoum (mouton à laine);

- tests en milieu paysan sur la productivité du mouton Peulh "Oudah" sélectionné.

Le constat qui ressort est que la recherche est orientée plutôt vers la recherche appliquée et non la recherche fondamentale. L'INRAN souffre d'une insuffisance chronique de chercheurs en quantité et en qualité, en particulier dans le département zootechnique et vétérinaire.

4) Le crédit

En l'absence d'un système de crédit organisé, les producteurs ont recours au crédit informel et aux crédits octroyés par certains projets.

Par contre la reconstitution du cheptel suite aux grandes sécheresses, a été fortement subventionnée.

5) L'encadrement

L'encadrement technique est assuré par les services de l'élevage et appuyé par les projets tels que : le PRSAA, le DIAPER III, le PARC II et le projet pilote de gestion des ressources pastorales. L'encadrement est également assuré par le LABOCEL, l'OLANI, le CMB/SE et de nombreuses associations et ONG. Le PRSAA intervient dans 25 arrondissements et la Communauté Urbaine de Niamey.

D'une manières le taux de couverture des besoins est faible

6) L'approvisionnement en intrants zootechniques et vétérinaires

La santé animale est relativement bonne puisque les grandes maladies infectieuses comme la peste et la péripneumonie contagieuse bovines sont maîtrisées.
Un des grands problèmes qui reste est la lutte contre les maladies parasitaires, la disponibilité et l'accès facile (coût acceptable) aux intrants. Car la lutte anti-parasitaire et les intrants conditionnent l'intensification des productions. (cf annexe N°3).
Il existe un réseau privé de distribution mais la disponibilité des produits de qualité et leur coûts posent des problèmes aux éleveurs. Au niveau de l'Etat la volonté politique s'est concrétisée par la privatisation de la profession vétérinaire (participation des vétérinaires privés à la campagne de vaccination, pharmacies et dépôts de produits vétérinaires privés).

Il y a également les associations socio-professionnelles (ANVN, ANZOOPA) et les associations des producteurs (AREN, ANPME etc.) qui oeuvrent pour le développement de l'élevage.

7) Les motivations des producteurs

Les motivations des producteurs sont diverses : les pasteurs sont d'avantage motivés par les effectifs élevés et la production de lait. Les autres catégories socio-professionnelles (commerçants fonctionnaires, paysans etc..) sont motivés par les revenus monétaires qu'elles peuvent en tirer.

- les producteurs dont la principale activité est l'élevage fréquentent des circuits courts de commercialisation qui ne leurs permettent pas d'accéder à des marchés lointains mais porteurs;

- les coûts élevés de transport et les risques liés au convoyage à pied;

- l'insuffisance de l'information sur les marchés;

- l'absence d'infrastructures sur les marchés à bétail, bien que les collectivités territoriales tirent des recettes importantes chaque semaine

3- Les contraintes à l'exportation :

- les données quantitatives très différentes selon les sources notamment celles du Ministère de Développement Rural et des Services des Douanes;

- la concurrence du Tchad et du Niger sur le marché du Nigéria et la proximité du Cameroun et de la République Centrafricaine de ce marché important mais aux évolutions imprévisibles;

- la présence du Burkina-Faso et du Mali sur les marchés de la Côte d'Ivoire, du Togo et du Ghana;

- la substitution possible des aliments riches en protéines animales dont le poisson;

- le coût élevé du transport vers les autres débouchés du Golfe de Guinée;

- les coûts élevés de conservation de la viande réfrigérée;

- les marchés ponctuels et irréguliers du Maghreb avec lesquels les liens commerciaux sont peu renforcés;

- la fiscalité lourde (la patente) confère annexe n°5.

- les fortes variations du taux de change Naira/FCFA. Comme le dit très justement Monsieur LEGOUPIL François, «le bétail nigérien subit les prix imposés par la demande nigériane et il ne faut donc pas se satisfaire de leur bon niveau actuel car la Naira a montré qu'elle pourrait avoir des fluctuations rapides, importantes et peu prévisibles[7]».

1-4 La transformation

La transformation de la viande et autres sous produits animaux est une activité importante susceptible de créer de la valeur ajoutée pour l'économie nationale.

---

[7] LEGOUPIL François : Note sur l'exportation du bétail nigérien 1996 11 pages, Page...

2) **Les variations inter-annuelles**

Il ressort de l'examen des moyennes annuelles des prix révélées dans les graphiques 1 à 4 et du tableau en annexe n° 3 une fluctuation entre 1988 et 1991. Cependant seule une observation sur longue période permet de dégager l'impact des sécheresse cycliques.

3) **Les différences de prix selon les localités**

D'une manière générale :

- les bovins coûtent plus cher dans le département d'Agadez où l'élevage de cette espèce devient de plus en plus rare et également du fait des condition naturelles difficiles de production (raréfaction des ressources pastorales : pâturage, eau). Cette espèce coûte moins cher à Diffa; les autres département ont des prix intermédiaires qui sont sensiblement de même niveau.

- les ovins coûtent plus cher dans les zones agricoles (Dosso, Maradi, Zinder et Tillabery) probablement à cause de l'embouche ovine qui se développe dans ces zones.

Ces exemples montrent que les déterminations du prix du bétail et sa variation sont multiples. Un intérêt devra être également porté aux prix à l'exportation qui ne sont pas maîtrisés. Aucune étude n'a été menée pour vérifier la prise en compte des informations sur les prix diffusées à la radio, dans les stratégies de transaction des acteurs.

Il en découle un enseignement importants : les prix collectés dans le cadre du SIM/Bétail devront faire l'objet d'une analyse systématique approfondie et détaillé.

1.3.7 Les contraintes au développement des marchés

Les programmes d'appui au développement des marchés doivent tenir compte des contraintes liées: à l'amont, à l'organisation des marchés, à l'exportation, aux supports de la commercialisation(stockage, conservation et transport):

1- La contrainte liée à l'amont :

- le système extensif de production qui ne permet pas une croissance rapide des animaux et les longs déplacements accentuent les pertes de poids. La performance individuelle des animaux est insuffisamment prise en compte en faveur de l'effectif.

2- Les contraintes liées à l'organisation des marchés :

- l'informalisation de la commercialisation ;

- l'insuffisance d'organisations formelles chargées de la commercialisation et de la formation en gestion;

1.3.6. Les variations des prix

Les prix sont librement fixés sur les marchés par la confrontation de l'offre et de la demande. Rappelons que les prix sur les marchés de référence périodiquement diffusés à la radio dans l'optique de leur intégration dans les stratégies des acteurs.

Trois types de variations méritent d'être analysés : les variations saisonnières, les variations inter-annuelles et les différences de prix selon les localités à un moment donné.

1) Les variations saisonnières

Les prix dont l'évolution est représentée dans l'annexe n° 3 sont les moyennes mensuelles des relevés hebdomadaires effectués sur les marchés suivi dans le cadre du SIM au cours de l'année 1995.
Ces prix mensuels cachent de grandes différences selon les jours de marché. les variations sont également très différentes selon les espèces :

- les moyennes mensuelles indiquent des faibles variations du prix des ovins dont l'offre et la demande sont régulières au cours de l'année à l'exception de la période de tabaski pendant laquelle il augmente considérablement, atteignant 31.945 F à Dosso alors qu'il était à 22.955 F deux mois auparavant, niveau auquel il est descendu deux mois après.

- pendant l'hivernage, à l'exception d'Agadez où les prix des bovins ont augmenté considérablement, il l'a été partout de façon modérée à cause de plusieurs facteurs ayant des effets contraires sur le prix : le bon embonpoint à cause de la disponibilité de fourrage et d'eau : l'offre des pasteurs et des agro-pasteurs due aux besoins de céréales, alors qu'une partie des troupeaux sont éloignés des marchés à cause des travaux champêtres.

- pendant la saison sèche et froide de Septembre à Février, plusieurs facteur jouent sur le prix des bovins régulièrement dans certaines régions à Tillabéry et à Diffa et fortement à Maradi : si l'embonpoint des animaux est conservé à cause de disponibilité de fourrage, et d'eau, par contre l'offre des agro-pasteurs baisse à cause de leur production de céréales; la présence des bétail dans la zone des marché est plus forte l'offre des autres propriétaires augment. Nous observons une baisse des prix.

- pendant la saison sèche chaude, les prix des bovins augmentent en particulier après une campagne agro-pastorale satisfaisante, du que les besoins d'achat de céréales se fait moins sentir chez les agriculteurs et les agro-pasteurs, par contre les pasteurs offrent du bétail pour acheter des céréales à cette période de soudure.

En effet, les intermédiaires sont directement impliqués dans les transactions. Ils développent quatre types de stratégies qui influencent le marché:

- ils s'informent mutuellement sur l'évolution de toutes les variables du marché: l'offre, la demande, la provenance des acteurs et leurs caractéristiques, les prix, etc.

- ils développent des connaissances sur les caractéristiques des animaux pour orienter des demandeurs de bétail;

- pour avoir la confiance permanente des vendeurs, ils payent les taxes de marché à la place de ces derniers;

- ils opèrent pour leur propre compte.

Sur un marché donné l'intermédiaire intervient dans les transactions d'une seule espèce. Après chaque vente, il reçoit de l'acheteur une commission fixe qui est de 500 F CFA si l'opération a porté sur les grands herbivores et 200 F s'il s'agit de petits ruminants.

Les commerçants-collecteurs utilisent également les services de bons bouviers sur les grands marchés de bétail mal desservis par les transports routiers et les marchés situés près des centres urbains.

Certes, les commerçants-collecteurs ont une bonne connaissance des circuits qui leur permettrait de décompartimenter le marché, cependant, l'intégration suppose que plusieurs contraintes soient levées, notamment l'accès aux financements. Déjà en 1989, ANDY COOK soulignait un problème majeur: «le circuit commercial plus court couvre ces fonctions et la plupart des commerçants doivent avoir accès à un fonds de roulement ou à un crédit adéquat pour être en mesure de transporter une charge de 25 bovins ou de 125 petits ruminants à partir d'un marché de rencontre vers un marché de consommation[6]».

Les commerçants-collecteurs agissent individuellement. Sans doute des organisations professionnelles librement structurées permettraient-elles d'accéder au financement, par la garantie qu'elles représenteraient. Ces organisations des professionnels du bétail devraient bénéficier d'une formation conséquente sur la gestion de l'exploitation animale et la commercialisation.

1.3.5. Le transport

Le transport du bétail entravé par : le coût d'achat élevé des véhicules; les longues procédures d'acquisition des titres de transport; les longues distances qui séparent les lieux de production et les lieux de consommations; la dépendance des réseaux extérieurs aux réglementations différentes et ponctuées de tracasseries diverses dont la conséquence immédiate est l'augmentation des coûts de transfert.

---

[6] ANDY COOK : Op cit; page 113.

c) Les marchés terminaux

Les marchés terminaux sont ravitaillés par les marchés de regroupement. Marchés de consommation, ils approvisionnement les grandes chaînes d'abattage, les boucheries et les rôtisseries. En milieu rural l'abattage concerne essentiellement les petits ruminants.

En conclusion, il apparaît que les marchés ont une relation hiérarchique forte. Certes, la classification d'un marché prend en compte sa fonction dominante, néanmoins elle s'avère délicate si nous suivons MARTY. M et EDGARD. I.AN, «Tahoua est tout autant un important marché de consommation qu'un centre de rassemblement pour le bétail d'exportation[3]». Par ailleurs, la classification d'un marché ne doit pas être figée. Selon ANDY COOK «ainsi, le marché de Kano qui était un principal marché de rencontre, est actuellement un gros marché de consommation finale[4]».

L'enseignement important que nous tirons est le suivant: les instruments de gestion des marchés devront être régulièrement révisés, leurs résultats constamment analysés de façon approfondie et détaillée pour tenir compte de la dynamique des marchés.

1.3.4 Le réseau des commerçants-collecteurs vers les marchés

Les commerçants de bétail ont tendance à se spécialiser soit dans l'achat et la vente de bovins ou de petits ruminants ou en camelins. Il existe également plusieurs sous-spécialisations dans les liens du réseau des commerçants: collecte, transport ou convoyage à pied sur une longue distance ou distribution dans les pays du Golfe de Guinée.

Les activités de commercialisation sont réglementées par le guichet unique et par la levée du feuillet d'enregistrement dont les objectifs et le fonctionnement sont expliqués en annexe n°5. Les exportateurs sont également tenus de fournir les pièces suivantes : attestation de contrôle sanitaire et un certificat d'origine.

Si au Niger, la segmentation du réseau des commerçants-collecteurs est encore forte, au Nigéria elle s'atténue progressivement. L'amélioration du transport routier a considérablement modifié les circuits de commercialisation; elle favorise l'intégration des segments.

Cette intégration devrait conduire à la maîtrise des systèmes. En posant l'hypothèse d'une connivence[5] entre les commerçants et les intermédiaires et les commerçants-collecteurs nous pouvons affirmer que ces derniers ont une bonne connaissance du marché.

---

[3] MARTY M. et EDGARD J.A.N Le marché offert aux bétail dans la zone nigérienne; 1982, 63 pages; page 16.

[4] ANDY COOK : Marchés nigérians du bétail et de la viande : Perspectives pour le Niger; 1989; ...Pages; P.107.

[5] Cette connivence a été fortement soutenue par l'équipe de l'Association pour la Redynamisation de l'Elevage au Niger (AREN). Au cours de notre entretien. Cette hypothèse doit être vérifiée par une enquête approfondie.

Les prix du Système d'Information sur les Marchés à Bétail collectés au Niger sont régulièrement diffusés à la radio.

1.3.3 Les réseaux de commercialisation : les réseaux, les acteurs et leurs rôles respectifs

Nous examinons successivement le réseau des marchés, les habitudes actuelles de commercialisation des producteurs, le réseau des commerçants-collecteurs vers les marchés.

1) Le réseau des marchés

Cinq cents (500) marchés à bétail ont été dénombrés au Niger parmi lesquels un échantillon de 111 marchés de référence seront suivis de manière permanente dans le cadre du système d'information sur les marchés à bétail. Actuellement, 55 sont suivis.

Le réseau des marchés comporte trois composantes qui ont des rapports hiérarchiques et fonctionnels:

- les marchés de collecte ou de commercialisation primaire;

- les marchés de regroupement ou de commercialisation secondaire;

- les marchés terminaux ou de consommation.

Les 55 marchés suivis se répartissent ainsi: 24 marchés de collecte; 13 marchés de regroupement et 18 marchés terminaux.

a) Les marchés de collecte

Chaque marché de collecte reçoit le bétail local (terroirs voisins) et une partie de l'offre pastorale lorsqu'il est situé en zone agricole et qu'il facilite l'approvisionnement des pasteurs en produits agricoles et de consommation courante. Une fois que le bétail est prélevé du troupeau à des fins commerciales, il est déplacé par étape, de marché en marché, et du Nord vers le Sud (cf annexe N°4).

L'effectif présenté par chaque producteur est faible, deux à trois têtes de bétail à des intervalles qui sont fonction des besoins financiers. Si les commerçants collecteurs locaux fréquentent ces marchés chaque semaine, les exportateurs et les importateurs y viennent toutes les trois à cinq semaines.

b) Les marchés de regroupement

Les marchés de regroupement reçoivent le bétail de plusieurs petits axes très ramifiés en milieu rural. Les acteurs en présence sont: les producteurs, les petits commerçants, les commerçant-collecteurs exportateurs et importateurs.

Tableau N°5: Taux d'exploitation du cheptel*

	Bovins	Ovins	Caprins
1992	10,61%	13,45%	16,38%
1993	11,10%	14,2%	17,13%
1994	11,61%	17,3%	18%

Source: MDR/H/E
*Le taux d'exploitation est le rapport de la production disponible (abattages et exportations) à l'effectif total.

1.3.2 Les habitudes actuelles de commercialisation des producteurs

La complexité du système de commercialisation du bétail est liée à plusieurs facteurs dont:

- la participation à la demande et à l'offre de plusieurs catégories socio-professionnelles aux motivations très différentes: les pasteurs, les agro-pasteurs, les commerçants, les fonctionnaires.

- les espèces d'animaux qui jouent des fonctions différentes dans le stock de bétail. Les catégories à prélever en priorité pour des motifs de vente sont différentes selon les intervenants.

Aussi, l'analyse synthétique présente-t-elle des limites. Les producteurs tentent toujours de concilier les motifs de vente et les impératifs de production et de productivité du bétail. De façon schématique, le choix des catégories des animaux s'opèrent successivement ainsi qu'il suit:

Premièrement, les petits ruminants dans la chronologie suivante : mâles castrés; géniteurs pléthoriques; femelles âgées et/ou fatiguées. Les jeunes animaux ne sont vendus qu'en cas d'extrême nécessité.

Deuxièment, les bovins et les camelins, dans la même chronologie que les petits ruminants. Ces chronologies peuvent changer en fonction des résultats de la campagne agricole, les déficits ou les excédents de produits vivriers ou de fourrages.

Les stratégies commerciales des producteurs devraient s'améliorer à cause de la meilleure communication des prix et diverses informations concernant la demande des pays importateurs. Messieurs Marty M. et Edgard I.A.N sont clairs à ce propos «il ne faut en effet pas plus de 48 heures à ces renseignements pour arriver dans la zone pastorale par l'intermédiaire, des marchands, transporteurs et convoyeurs qui y reviennent en taxi-brousses».[2] La prise en compte de ces variables permet une réaction plus rapide de l'offre par rapport aux changements de prix.

---

[2] MARTY M. et EDGARD J.A.N : Op cit, page 10.

3) Les intervenants importants

A ce stade, il s'agit d'une identification des intervenants du Niger et du Nigéria, se sont : les producteurs, les commerçants-collecteurs et les intermédiaires. Ils convient de rappeler que la SONERAN a exercé le monopole de l'exportation de la viande de 1968 à 1989 année de la liquidation.

La commercialisation reste dominée par les opérateurs du secteur informel. Il n'existe aucune structure organisée de commercialisation. Les abattoirs offrent des prestations de service de contrôle sanitaire, de transport et de conservation.

4) Les effectifs présentés et vendus sur les marchés

Il ressort du tableau N°4 que toutes les espèces, en fonction de leur utilité économique (alimentation, traction animale, monture) y sont commercialisées en nombres importants de 1992 à 1994. Le nombre d'animaux mis en marché suit la même évolution que l'effectif totaux d'animaux (cf tableau N°4).

Il ressort du tableau N° 4 des faibles variations du taux de vente de chaque espèce. Le taux de vente est le rapport entre le nombre d'animaux vendus et le nombre d'animaux présentés. Sur la période considérée, il est passé de 36 à 40% pour les bovins, de 40 à 42% pour les ovins et de 42 à 44% pour les camelins. Cette stagnation et certainement imputable à la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs.

Les exportations de bétail sur pieds augmentent régulièrement. Celle de la viande est irrégulière et faible.

Tableau N°4 : Présentation et vente d'animaux sur les marchés au cours des années 1992-1994

Année	Bovins			Ovins			Caprins			Camelins		Asins		Equins	
	Présentés	Vendus	%*[1]	Présentés	Vendus	%*[1]	Présentés	Vendus	%*[1]	Présentés	Vendus	Présentés	Vendus	Présentés	Vendus
1992	456.754	163.976	36.0	1.781.836	725.815	40.7	1.734.691	762.291	43.9	120.547	45.223	147.887	45.659	9.132	2.291
1993	477.765	181.519	38.0	1.790.546	742.002	41.4	n.c*[2]	n.c	42.6	122.476	46.947	150.845	46.072	9.278	2.428
1994	499.742	199.409	39,8	1.880.282	790.283	42.0	n.c	n.c	42.4	124.436	47.682	153.862	47.003	9.426	2.565

Source : MDR/H/E

Les taux d'exploitations relevé dans le tableau N°4 ne tiennent pas compte des abattages clandestins et des exportations du circuit informel. C'est pour quoi ils sont faibles.

2) Les grands axes de commercialisation

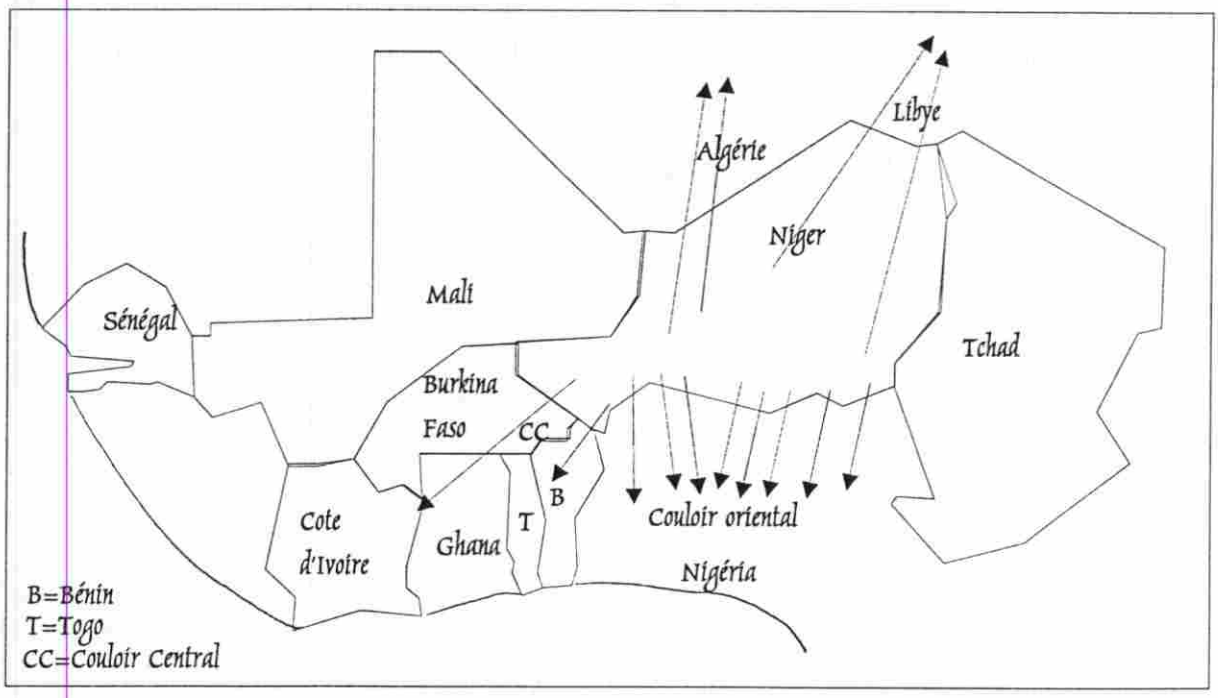
Un axe de commercialisation peut être défini comme une orientation dominante de circulation d'un produit à partir d'une zone de collecte jusqu'au centre de commercialisation.

Les multiples grands axes de commercialisation de bovins et de petits ruminants, sont orientés Nord-Sud. Contenus dans dix couloirs, ces axes convergent à Maïdougouri, Kano, Sokoto, Parakou et se terminent à Lagos, Cotonou et Accra (cf carte N°1).

L'acheminement s'effectue soit à pied ou par camion ou par le chemin de fer sur le territoire nigérian.

Les camelins sont acheminés sur les axes ascendants partant de N'Guigmi, Agadez pour la libye, de Tchintabaraden et Tahoua vers l'Algérie. Les distances parcourues avec le bétail et la viande sont longues, d'où des coûts élevés de transport.

Carte NO 1: Les grands axes de la commercialisation du Bétail et de la viande



1.3.1 Vue d'ensemble de la commercialisation du bétail et de la viande

Certes, la commercialisation du bétail et de la viande est diffuse puisqu'elle se pratique sur l'ensemble du territoire et se prolonge dans les pays de l'Afrique de l'Ouest et du Maghreb, cependant, il est possible de la cerner rapidement en dégageant d'emblée:

- les marchés déterminants;
- les grands axes de commercialisation;
- les intervenants importants;
- les effectifs présentés et vendus sur les marchés et les exportations à titre indicatif.

1) Les marchés déterminants

Le principal critère de distinction des marchés déterminants que nous avons considéré est la présence des grands acheteurs qui stimulent les transactions et influencent les variables de marché dont le prix. Toutefois, les données disponibles ne permettent pas de les hiérarchiser, il s'agit de : Lagos, Kano, Sokoto, Maidougouri, Cotonou, Niamey et une dizaine de marchés de regroupement sur le territoire nigérien.

Le bétail nigérien est concurrencé au Nigéria par celui du Tchad, au Ghana et en Côte d'Ivoire par ceux du Burkina-Faso et du Mali.

Quant à la viande, elle l'est par celle de l'Europe sur le marché Ivoirien.

1.2.3 Les contraintes liées à la demande

Plusieurs contraintes se posent à la promotion de la demande nationale et extérieure, ce sont :

1- la vétusté des infrastructures et équipements et le manque de rigueur dans la gestion de la filière entraînant la non performance ;

2- la tendance à la stagnation voir à la baisse de la consommation de viande au sein de la population suit à baisse du pouvoir d'achat ;

3- le niveau élevé de l'abattage clandestin ;

4- - l'absence de stratégie nationale de soutien à l'exportation ;

5- l'importance de l'aspect informel du secteur qui contribue beaucoup à la faible efficience des politiques de commercialisation et d'exportation ;

6- la concurrence de la viande d'origine extra-africaine subventionnée.

1.3 Les marchés

Pendant longtemps d'aucun ont parlé d'élevage contemplatif pratiqué par les pasteurs dont les effectifs de bétail mis en marché paraissaient relativement faibles du point de vue de ces observateurs.

L'enquête budgets-consommation des ménages réalisée au Niger en 1992 classe les éleveurs détenteurs de nombreux animaux, parmi les plus pauvres parce que ces biens ne rentrent pas suffisamment dans la consommation des propriétaires par l'intermédiaire de l'échange.

Avec la monétarisation des économies, les échanges se développent et les sociétés s'insèrent de plus en plus dans l'économie de marché. Il en ait de même pour les sociétés pastorales.

Rappelons également qu'une partie du bétail s'est transférée des pasteurs à d'autres catégories socio-professionnelles dont les motifs de revenus et de spéculations sont plus forts. Il s'en suit une commercialisation très développée du bétail et de la viande qui répond à des demandes souvent lointaines. Aussi, devient-il important de comprendre le fonctionnement de ces marchés et de vérifier leur compétitivité.

Après l'identification des grands axes et des réseaux que les acteurs animent, nous chercherons à mieux connaître les acteurs et les stratégies, à appréhender les coûts et à dégager les contraintes auxquelles ils sont confrontés.

Malheureusement ces institutions sous-régionales n'ont pas permis de promouvoir l'intégration économique. Aujourd'hui les flux en matière d'exportation de bétail sur pied sont essentiellement orientés vers le Nigéria. C'est ainsi qu'en 1992, par rapport au total des exportations contrôlées d'animaux vivants, la part exportée vers le Nigéria était respectivement de 98% des bovins, 72% des ovins et 81% des caprins. Le bétail nigérien est convoyé vers les principaux marchés de consommation du Nigéria que sont : Lagos, Kano, Ibadan, Port Harcout, Kaduna, etc. La demande se révèle très importante dans ces grandes villes nigérianes où la population augmente à un taux annuel de 7% depuis plusieurs années. Ainsi, de 1972 à 1986, la consommation totale de viande au Nigéria avait plus que doublé.

Cependant malgré la longue frontière (plus de 1.000 km) commune, la part des produits nigériens dans le volume total des importations nigérianes reste faible.

Pourtant le Nigéria avait pris des mesures de protection visant à réduire les importations de viande subventionnée d'origine extra-africaine (Union Européenne, Amérique Latine).

Aussi les exportations de bétail qui ont significativement augmenté au lendemain de la dévaluation du F CFA , en raison d'une importante hausse des prix (30 à 55 % en fonction des places) semblent aujourd'hui se tasser. Il semble que ce frémissement observé est lié en partie à la décision de déstockage des producteurs et aux stratégies de gestion des billets CFA détenus par les hommes d'affaires Nigérians.

Toutefois la dévaluation semble ouvrir des nouvelles perspectives sur les marchés du Bénin et de la Côte d'Ivoire où le bétail nigérien est très demandé. Mais la hausse des prix d'intrants vétérinaires et les coûts de transports consécutifs au changement de parité pourraient fortement handicaper cette perspective. En définitive il y a lieu de reconnaître qu'il se pose un réel problème de compétitivité et d'efficacité de politiques économiques nigériennes à la promotion des exportations de bétail et de la viande.

L'abattoir frigorifique de Niamey est la seule installation capable d'approvisionner en viande réfrigérée le marché d'exportation. Aujourd'hui la production de viande est utilisée dans sa quasi-totalité pour satisfaire la consommation nationale et une infirme partie étant destinée à l'exportation. Par exemple en 1994, les exportations de viande fraîche étaient estimées à 530 kg.

Les marchés potentiels des exportations nigériennes que sont la France, le Nigéria et certains pays côtiers ne sont plus approvisionnés. La récente dévaluation du F CFA ne semble pas avoir relancé la filière. Selon les responsables de l'abattoir frigorifique de Niamey des contacts ont été pris avec des hommes d'affaire Egyptiens et Saoudiens en vue de la signature des contrats de livraison de viande réfrigérée, mais les coûts de transports aériens semblent être la principale contrainte à l'exécution des commandes. En perspective, il y a un projet Australien de construction d'un abattoir frigorifique (entièrement privé) d'une capacité de 18.000 t/an destinées à l'exportation.

Tableau N°3 : Les exportations de bétail sur pied de 1973 à 1995

Unité : Nombre de têtes

Année	Bovins	Ovins	Caprins	Camelins	Equins	Asins
1973	179.268	38.615	76.528	4.664	4.664	-
1974	128.033	26.776	94.951	4.376	4.376	60
1975	50.708	36.713	50.206	1.805	1.805	1.016
1976	100.316	33.796	2.939	-	-	-
1977	32.476	17.282	2.603	-	-	-
1988	42.035	291.535	22.186	2.962	3	2.975
1979	42.822	24.522	2.763	117	9	-
1980	40.939	17.150	3.592	67	15	1.100
1981	42.911	16.548	3.733	100		203
1982	51.677	33.936	32.142	2.370	13	745
1983	62.981	42.436	79.048	9.636	500	8.263
1984	128.073	104.335	164.177	21.027	174	10.069
1985	105.987	53.349	101.488	16.496	64	4.742
1986	3.953	3.335	-	50	-	-
1987	437	3.456	2.703	608	-	472
1988	6.296	33.622	28.499	6.430	-	101
1989	23.288	35.758	24.275	6.371	-	369
1990	37.959	99.737	107.901	16.717	-	2.943
1991	70.125	165.857	236.618	25.709	286	5.549
1992	85.802	160.654	202.413	14.405	139	5.826
1993	120.137	234.891	314.627	25.391	1.302	15.593
1994	68.074	136.022	147.642	13.655	1.023	19.594
1995	77.189	139.295	164.070	27.488	233	25.673

Source : Service statistique Direction de l'Elevage - MDR/H/E

Les exportations d'animaux se faisaient en direction de plusieurs pays dont le Ghana, le Nigéria, la Côte d'Ivoire, le Bénin, le Togo et en Europe dont la France surtout pour la viande. A l'exception du Nigéria (et même dans ce cas il existe des accords bilatéraux), le commerce du bétail était organisé dans le cadre d'organismes de coopération régionale comme la CEAO et la CEBV (Commission Economique du Bétail et de la Viande).

La situation de la consommation se présente ainsi selon les zones :

- contrairement au milieu rural où la consommation moyenne annuelle de viande est estimée en dessous de 7 kg/personne/an, en milieu urbain elle est de 13,3 kg/pers/an selon les résultats de l'enquête budget/consommation des ménages réalisée en 1994;

- en milieu urbain, la viande bovine est la plus consommée avec 5,8 kg/pers/an suivie de celle des ovins avec 3,8 kg/pers/an. Par contre en zone rurale c'est surtout la viande caprine et ovine qui est la plus consommée. Selon l'enquête budget/consommation (Niger 1994), la consommation moyenne de viande est, également influencée par le niveau des revenus.

C'est ainsi que les ménages à revenu très faible (moins de 25.000 F) consomment à peine 0,4 kg de viande bovine par personne/an, tandis que pour les ménages les plus fortunés (plus de 200.000 F) ce taux est de 11,8 kg/pers/an.

Aujourd'hui on assiste à une sous-consommation de la viande aussi bien en milieu urbain qu'en milieu rural malgré le potentiel important en cheptel. Cette sous-consommation est surtout due à la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs qui se sont orientés vers des produits alternatifs.

1.2.2 La demande extérieure de bétail et de la viande

Les quantités et les valeurs d'exportation du bétail et des produits de l'élevage reprises dans les statistiques officielles ne concernent qu'une partie des exportations réelles.

En effet, une majorité d'opérateurs économiques intervenant dans cette filière opèrent par des circuits parallèles d'exportation (convoyage du bétail par des voies clandestines) et la récente suppression de la taxe d'exportation ne parait pas avoir freiné ce phénomène. Il y a plusieurs raisons qui expliquent cela : contraintes liées à l'acquisition officielle du statut d'exportateur, méfiance persistance vis-à-vis de l'administration et volonté de se soustraire aux contrôles sanitaires et douaniers.

Les exportations de bétail sur pied ont connu une évolution en dents de scie entre 1973 et 1995. En effet elles ont été d'une part largement influencées par les déstockages importants de bétail en 1973 et 1984, et d'autre part on enregistre des variations d'une année à l'autre en fonction de la situation des pâturages, des taux de change de la naira, et des politiques gouvernementales.

Il y a eu aussi des modifications sensibles dans la composition du cheptel nigérien destiné à l'exportation. De 1973 à 1985 ce sont surtout les bovins qui constituaient le lot le plus important des exportations de bétail sur pied. A partir de 1986 jusqu'en 1995 la tendance s'est inversée en faveur des petits ruminants (ovins et caprins). Le tableau N°3 illustre bien la situation.

1.1.5 Les contraintes à l'offre

La production de bétail et de la viande est confrontée aux contraintes suivantes :

- les sécheresses répétitives qui engendrent une forte mortalité du bétail et de la productivité ;

- la dépendance de l'alimentation du bétail de la saison des pluies ;

- la difficulté d'intégration au marché de l'élevage traditionnel;

- les maladies infectueuses et parasitaires qui reduisent considérablement la productivité du bétail ;

- les coûts de production élevés de l'élevage de type intensif ;

- la vétusté et le sous-équipement des infrastructures modernes d'abattages ;

- le coût élevé du transport de la viande qui ne favorise pas sa compétitivité sur les marchés extérieurs ;

- les abattages clandestins qui nuisent à l'abattage moderne et à la santé publique par le manque d'hygiène ;

- l'existence des maladies contagieuses et parasitaires qui occasionnent souvent des saisies importantes ;

- la forte concurrence sur les marchés extérieurs où la viande du Niger était exportée.

1.2 La demande

La demande de bétail et de la viande comporte deux principales composantes que sont la demande nationale et la demande extérieure dont il convient de dégager les caractéristiques essentielles.

1.2.1 La demande nationale de bétail et viande

La production de bétail est utilisée en grande partie pour la satisfaction de la consommation nationale de viande et du lait. Il existe également une demande nationale bien que non chiffrée, de bétail sur pied destinée à des fins diverses : spéculation (embouche), traction, reproduction etc. Cependant la répartition de cette demande s'avère difficile compte tenu du caractère informel des transactions.

Cependant la consommation moyenne en viande qui était de 18 kg par hbt et par an en 1983, a connu une baisse sensible depuis 1988. Il est actuellement estimé à 10 kg/hbt/an c'est à dire sensiblement égal aux normes minimales de l'OMS/FAO. Cette régression du disponible a été attribuée à une baisse de la demande due à la diminution du pouvoir d'achat.

2) Production de la viande

On distingue trois (3) types d'abattage : l'abattage traditionnel contrôlé, l'abattage moderne et industriel et l'abattage familial et clandestin.

a) L'abattage traditionnel contrôlé

Pratiqué dans les abattoirs secondaires et de brousse répartis sur l'ensemble du pays, sa production est importante avec 10%, 40% et 32% des abattages globaux respectivement des bovins, ovins et caprins.

b) L'abattage moderne et industriel

Pratiqué dans les 5 abattoirs de Niamey, Maradi, Zinder, Tahoua et Agadez. Ce système moderne et industriel représente 40%, 10% et 18% des abattages des bovins, des petits ruminants et des camélins. Ce type d'abattage est fortement concurrencé et menacé dans sa rentabilité par les abattages clandestins. Leur production moyenne annuelle cumulée est de 13.000 T dont environ 10.000 T pour l'abattoir frigorifique de Niamey. Les quatres autres abattoirs totalisent environ 3.000 T.

c) L'abattage familial et clandestin

Pratiqués pour les besoins familiaux lors des fêtes et par les bouchers de manière frauduleuse, ces abattages totalisent près de 50% de la production totale de viande. Ils présentent des incidences négatives sur la santé publique (hygiène défectueuse) et sur l'enregistrement des statistiques.

En ce qui concerne les abattages la situation se présente ainsi qu'il suit :

- la production de viande en carcasses, toutes espèces confondues, à progressé de 14% de 1992 à 1994. Ainsi de 57.940 tonnes en 1992, elle a atteint 67.914 tonnes en 1994[1]. Mais cette progression est imputable aux petits ruminants et aux camélins; la production de viande bovine ayant même légèrement diminué.

1.1.4 **Les difficultés à quantifier les coûts**

Le caractère extensif de l'élevage traditionnel rend difficile toute quantification des coûts de production. En outre, les prix des intrants zootechniques et vétérinaires s'avèrent élevés donc difficilement accessibles aux producteurs ((cf annexe 3).

---

[1] Doc. projet d'appui à l'élevage des bovins de races azawak au Niger; Fonds d'étude BELGO-Nigérien. Page 23; Janvier 1996.

Tableau N°2 Evolution des effectifs du cheptel 1968 à 1995

unité : nombre de têtes

Espèces / Années	Bovins	Ovins	Caprins	Camélins	Equins	Asins
1968	4.200.000	2.300.000	5.800.000	360.000	170.000	360.000
1969	4.000.000	2.700.000	5.700.000	330.000	170.000	335.000
1970	4.000.000	2.700.000	6.000.000	345.000	200.000	370.000
1971	4.100.000	2.765.000	6.165.000	345.000	200.000	370.000
1972	4.200.000	2.850.000	6.300.000	345.000	200.000	370.000
1973	2.200.000	1.800.000	5.300.000	285.000	176.000	312.000
1974	2.326.270	2.131.190	4.978.420	235.170	184.820	321.590
1975	2.508.000	2.159.000	5.395.000	253.500	191.000	343.700
1976	2.671.680	2.354.140	5.946.000	282.740	206.300	383.900
1977	2.850.000	2.548.000	6.542.000	345.000	224.000	428.000
1978	2.990.000	2.648.000	6.700.000	352.000	227.500	437.000
1979	3.257.000	2.764.000	6.871.000	359.000	230.000	446.000
1980	3.354.000	2.973.000	7.043.000	391.000	270.000	473.000
1981	3.419.000	3.188.000	7.118.000	399.000	275.000	483.000
1982	3.472.000	3.315.000	7.259.000	407.000	279.000	485.000
1983	3.524.000	3.448.000	7.478.000	415.000	283.000	503.000
1984	2.114.000	2.241.000	5.010.000	335.000	142.000	327.000
1985	1.649.000	2.017.000	3.757.000	332.000	99.000	256.000
1986	142.900	2.549.000	4.114.000	500.000	74.000	367.000
1987	1.495.000	2.676.000	4.315.000	344.000	76.000	382.000
1988	1.564.00	2.810.000	4.517.000	337.000	78.000	399.000
1989	1.636.000	2.950.000	4.738.000	343.000	80.000	414.000
1990	1.711.000	3.098.000	4.970.000	350.000	83.000	431.000
1991	1.790.000	3.253.000	5.214.000	356.000	85.000	449.000
1992	1.872.000	3.415.400	5.469.700	363.100	87.900	466.600
1993	1.909.500	3.517.800	5.606.400	368.500	89.600	471.200
1994	1.947.700	3.623.300	5.746.500	374.000	91.000	475.900
1995	1.986.600	3.739.000	5.890.100	379.600	93.200	480.600

Source : Direction de l'élevage et des industries animales MDR/H/E

1.1.2 Les systèmes de production

D'une manière générale, deux (2) grands systèmes d'élevage sont pratiqués au Niger: le système pastoral extensif et le système sédentaire.

1) Le système pastoral extensif

Il est pratiqué dans la zone Nord du pays et son objectif principal est la reproduction. Dans ce système, le seul moyen de faire progresser rapidement la production de façon conséquente est d'exploiter une surface plus étendue, c'est à dire d'avoir accès à plus d'aliments. Or, depuis plus d'une décennie, on assiste au contraire à une réduction des espaces dans la zone pastorale où les incertitudes climatiques rebutent de moins en moins la mise en culture.

2) Le système sédentaire

Pratiqué dans le Sud, il est également de type extensif pour l'essentiel. Il est plus ou moins intégré à l'agriculture. La réduction des jachères et des aires de pâturages constitue une contrainte fondamentale au développement de l'élevage dans cette zone. A cela il faut ajouter une progression régulière de la zone désertique. On estime aujourd'hui qu'environ 60% du cheptel est concentré dans le Sud du pays du fait des effets de la sécheresse et de l'insécurité.

Il se développe aussi un système semi-intensif pratiqué par les centres de multiplication de bétail (CMB), les fermes coopératives et les particuliers.

Il existe également un système intensif représenté par l'embouche bovine et ovine pratiquée dans les villages surtout par les femmes et dans les centres urbains et périurbains par des particuliers. Ce dernier système mérite d'être encouragé en vue de la production de viande de qualité.

1.1.3 Production de bétail et de la viande

Certes la production de bétail et de la viande repose essentiellement sur l'élevage extensif dont les coûts de production sont faibles, néanmoins un système intensif et un système semi-intensif sont entrain de se développer. Nous allons nous intéresser aux conditions dans lesquelles cette importante production s'effectue.

1) **Production de bétail**

La production du bétail concerne surtout les effectifs. Leur évolution est donnée dans le tableau N°2 où l'on constate les dégâts importants causés par les sécheresses de 1973 et de 1984 en particulier chez les bovins où les pertes se situent à environ 50%. La reconstitution amorcée en 1985, n'a pas permis d'atteindre les niveaux d'avant sécheresse. La maîtrise des effectifs du cheptel est rendue difficile depuis 1974, en raison de l'absence d'un recensement fiable.

A cette fin, des installations d'abattages ont été réalisées depuis les années 1967. D'autres procédés de transformation ont été mis au point pour réduire les pertes liées aux déstockages rendues obligatoires au cours des grandes sécheresses.
Le fonctionnement de ses unités sera examiné dans cette section.

1.4.1 La transformation au niveau des abattoirs

Les principales installations modernes d'abattages sont : les abattoirs de Niamey, Zinder, Maradi et Tahoua qui sont équipées pour traiter la viande congelée et réfrigérée. Cependant à l'exception de l'abattoir frigorifique de Niamey, les trois (3) autres abattoirs industriels (Tahoua, Maradi et Zinder) n'utilisent que faiblement leur capacité de congélation et de réfrigération.

L'abattoir frigorifique de Niamey construit en 1967 fonctionne aujourd'hui comme une entreprise para-publique (EPIC) disposant d'une autonomie financière. Malgré la vétusté de ses installations sa capacité moyenne de traitement de sous-produits animaux est de 30 T/an. Ces sous-produits sont constitués de poudre d'os, de farine de sang et de farine de viande essentiellement destinés à l'alimentation de la volaille. Cependant, cette sous-filière de transformation a été interrompue depuis plus de 2 ans suite à une panne de machines.

1.4.2 La fabrication du kilichi

Parmi les activités de transformation de la viande, la fabrication du Kilichi (c'est une viande séchée assaisonnée d'ingrédients) semble être l'activité la plus répandue au Niger. Selon les estimations, environ 5% de la production nationale est consacrée à la fabrication du Kilichi faite de manière artisanale par les bouchers. En effet, la viande une fois découpée est étendue sur des Seckos avant d'être exposée au soleil pendant plusieurs jours.

Les localités de Madaoua, Tessaoua, Maradi et Niamey se sont spécialisées dans sa fabrication. La demande reste forte particulièrement dans les grands centres urbains. Une infime partie de la production est exportée vers l'Europe et certains pays côtiers. Il y a environ 10 ans que l'Office National de l'Energie Solaire (l'ONERSOL) avait tenté de moderniser sa fabrication par la mise au point d'une séchoir solaire (en briques cuites) installé dans l'enceinte de son usine à Niamey.

Il a fallu Janvier 1994 pour qu'un promoteur nigérien avec l'appui de l'ONUDI (Organisation des Nations Unies Chargée du Développement Industriel) commence à exploiter ces installations. En effet ce séchoir solaire équipé de 10 fours (dont seulement six (6) sont actuellement fonctionnels) a une capacité de séchage de 10 kg de viande par four. Le processus de fabrication du kilichi qui dure deux (2) jours permet d'obtenir à partir de 30 kg de viande fraîche environ 12 kg de kilichi y compris avec ses ingrédients. Ensuite la viande est conditionnée dans des sachets de 125 g.

La production moyenne mensuelle est de 2.000 sachets de 125 g. La production annuelle est estimé à 5,5 tonnes de kilichi dont près de 60% exporté sur le Burkina Faso, la France et les USA. Une partie de cette production est écoulée à Niamey en différents points de vente (Magasin Score, Aéroport, UGAN, point D Yantala etc..).

Actuellement l'exportation vers le Burkina-Faso est interrompue en raison du désengagement de l'importateur qui s'est établi à son propre compte à Ouaga. Selon le promoteur le développement de son entreprise est handicapé par la faible capacité de séchage des fours et le rétrécissement de la demande extérieure suite à la dévaluation du F CFA.

1.4.3 La fabrication de la viande boucanée

Une opération dénommée " viande boucanée" a été lancée en 1984 dans tous les départements. Elle visait l'achat des animaux à déstocker pendant la grande sécheresse. L'achat se faisait en espèces et en nature (échange de bétail contre céréales) auprès des producteurs la viande a été ensuite distribuée gratuitement aux éleveurs sinistrés. Initiée par les pouvoirs publics, cette opération a suscité l'adhésion massive de la population mais ne s'est pas poursuivie.

Les aspects transformation, conservation et séchage de la viande et autres produits animaux méritent d'être développés dans un grand pays d'élevage comme le Niger où les effets des aléas climatiques font payer au cheptel un lourd tribut (c'est le cas des sécheresses de 1973 et 1984).

1.4.4 Les contraintes liées à la transformation

- l'absence de structure d'appui et de soutien à la transformation des sous-produits animaux ;

- le caractère artisanal des procédés de fabrication ;

- la non compétitivité à l'exportation à cause des coûts onéreux de transport ;

- les capacités limitées des installations modernes en matière de prestation de qualité à cause de la vétusté des équipements ;

- la tendance à la stagnation de la demande nationale ;

- le rétrécissement de la demande extérieure ;

- la hausse du prix de kilogramme de viande fraîche intervenue suite à la dévaluation du F CFA réduit la compétitivité du kilichi nigérien.

Conclusion

Les systèmes de production ne fournissent pas suffisamment aux marchés des animaux à forte valeur marchande parce que les producteurs raisonnent plus en terme d'effectif de troupeau qu'en terme de performance individuelle des animaux. Il en découle un dysfonctionnement de la filière.

Par ailleurs, les aléas climatiques défavorable, les barrières sanitaires et le coût élevé du transport sont des contraintes au développement de la filière.

La consommation nationale de viande a connu une baisse sensible entre 1983 et 1988 qui serait liée à la conjonction plusieurs facteurs dont particulièrement la diminution du pouvoir d'achat des consommateurs, stagne depuis 1989.

S'agissant des exportations du bétail et de la viande, elle sont fortement en baisse.

Le système de commercialisation du bétail et de la viande au Niger présente trois caractéristiques essentielles : il est segmenté, les transactions sont informelles, les multiples acteurs agissent individuellement.

Le marché de bétail est ouverts, il n'existe pas de barrière à l'entrée. Cependant il fonctionne par le biais de réseaux établis, largement dominés par les commerçants et les intermédiaires. Ces réseaux sont fondés sur des relations bien créées de longues date.

Les faibles capacités financières des intervenants ne permettent pas une prospection conséquente des marchés extérieurs. Avant la dévaluation du F CFA, les données disponibles indiquaient que les perspectives d'exportation du bétail et de la viande resteront très limitées à cause de faible bénéfices liés au différentiels du taux de change entre la Naira et le franc CFA.

LA FILIERE OIGNON

Introduction

Trois principaux facteurs contribuent au développement de la production nationale d'oignon : le développement des systèmes modernes d'irrigation, la dynamique des cultures de contre-saison à partir de 1986, et les revenus substantiels qu'elle procure aux producteurs.

L'exception de la période 1963 - 1967 au cours de laquelle la copro-Niger, société para-publique a exporté de l'oignon du Ghana, au Burkina Faso et en Côte d'Ivoire, la commercialisation est entièrement contrôlée par les privés Nigériens et étrangers.

Depuis plus de dix (10) ans, l'oignon est devenu l'une des principales cultures d'exportation du Niger qui jouit d'un avantage comparatif en Afrique de l'ouest.

Cette analyse de la filière porte sur son fonctionnement à tous les niveaux de l'amont à l'aval.

2.1 L'offre

Certes la production d'oignon s'effectue traditionnellement en culture de contre-saison, mais les conditions financières avantageuses ont les producteurs à le cultiver en hivernage souvent au détriment des cultures vivrières. C'est pourquoi il est important de cerner les conditions de productions l'efficacité des systèmes et les niveaux atteints.

2.1.1 Les déterminants de l'offre

Les déterminants de l'offre examinés ici, portent sur : les conditions éco-climatiques; l'approvisionnement en facteurs de production; l'encadrement; la recherche; le crédit et les motivations des producteurs.

1) Les conditions éco-climatiques

Sur les 29.000 ha irrigables, seuls 6.000 ha sont actuellement emblavés pour la production de l'oignon.

Dans les zones favorables, cuvettes et vallées a nappes phréatique peu profondes, vallées du fleuve, bords des mares, si l'eau ne constitue pas un facteur limitant, son coût d'exhaure par le système moderne (motopompe) s'avère mieux.

2) La recherche

A partir de la station de Tarna, l'INRAN a largement diffusé au Niger comme à l'étranger des variétés performantes qui sont actuellement en voie de dégénérescence. Cependant il poursuit la recherche en vue de proposer des semences plus adaptées.

3) Le crédit

En l'absence d'un système de crédit organisé, les producteurs ont recours au crédit informel et au crédit de campagne et d'équipement octroyé par les projets dont celui de keita est surtout celui de la Basse Vallée de la Tarka qui ambition la mise en place d'une institution financière dans cette de zone de grande production .

4) Approvisionnement en facteurs de production

Les paysans s'approvisionnent en intrants (produits phytosanitaire et matériel agricole) au près de la centrale d'approvisionnement et des distributeurs privés (AGRIMEX), sur les marchés du Nigéria, et à partir des boutiques coopératives mises en place par les projets de développement.

5) L'encadrement

Selon les responsables de la direction de l'agriculture, le dispositif d'encadrement dans les zones de production d'oignon est assez étoffé par rapport à celles des autres cultures mais les besoins sont loin d'être couverts à cause de :

- la non spécialisation des agents d'encadrement sur les cultures maraîchères ;
- le manque de moyens d'intervention (véhicules) carburant).

Ce dispositif est renforcé par les projets dont le PRSAA et des ONG dans certaines zones de production.

6) Les motivations des producteurs

Les producteurs sont surtout motivés par les revenus importants que leur procure la vente de l'oignon. Les recettes ainsi obtenues permettent d'assurer la sécurité alimentaire, d'améliorer la santé, l'habillement et de faire face aux dépenses d'ordre social (mariage, baptême). Cependant ces motivations de revenus élevés sont contrariées par le fonctionnement des marchés et les conditions de conservation et de stockage, aspect qui seront examinés dans les parties relatives à la demande et aux marchés.

2.1.2 Les systèmes de production

D'une manière générale il y a trois (3) systèmes de productions qui sont utilisés pour la culture de l'oignon. Leur typologie est la résultante de la combinaison de plusieurs facteurs dont: la source d'eau et les moyens d'exhaure; la main-d'oeuvre; les intrants et les équipements.

- le système extensif (manuel à la calebasse);

- le système intensif (avec forage et motopompe);

- le système hautement intensif (irrigation gravitaire utilisée sur les AHA).

1) Le système extensif (manuel à la calebasse)

Ce système est utilisé dans l'exploitation de 70% des superficies cultivées en contre-saison selon une enquête de la cellule PASA du MDR/H/E réalisée en 1995. C'est une technique simple qui est à la portée des paysans, mais son principal inconvénient est la consommation en main-d'oeuvre qui limite les surfaces cultivées avec un besoin variant entre 750 H/j et à 900 H/j/ha, l'effondrement continuel des puisards. Mais son coût de production est relativement bas.

2) Le système intensif (avec forage et motopompe)

Ce système est très répandu dans le département de Tahoua où il a favorisé l'extension des superficies cultivées en oignon qui devraient attendre 4.000 ha en 1996 selon les prévisions des services agricoles. Il utilise des engrais chimiques et des produits phytosanitaires. Ses principales contraintes sont la limitation des capacités financières des producteurs et la non disponibilité du crédit agricole. Cependant il contribue à réduire significativement les besoins en main d'oeuvre.

3) Le système hautement intensif (irrigation gravitaire)

Ce système est utilisé par l'ONAHA sur les périmètres irrigués. Ses facteurs limitants sont les coûts récurrents élevés difficilement pris en charge par les acteurs, les difficultés liées à la mobilisation des eaux durant les périodes de mauvaise pluviométrie, le recours aux engrais chimiques et produits phytosanitaires qui entraîne l'augmentation des coûts de production.

Il ressort du tableau comparatif n°6 que le système de production d'oignon avec comme moyen d'irrigation l'ensemble forage-motopompe dont le meilleur rendement à l'hectare, mais il a des coûts de production élevés.

Tableau n°6 : Paramètres économiques des différents systèmes de production au Niger

Technique	Besoin en MO (en hj/ha)	Durée du cycle (en jour)	Rendement en tonne/ha	Coût de production moyen en F CFA/ha
Manuelle	750-900	135	26,1	495.504
Motopompe	369,5	137	27,1	681.145
Périmètre	300	142	26,1	542.069

Source : Kassali Kabirou INRAN/DECOR cité par (...).

2.1.3 La structures des coûts de production et les revenus

Il ressort du tableau N°7 relatif à la structure des coûts de production d'un système avec forage et motopompe il apparait des charges importantes portant sur: l'irrigation,les semences(plants à repiquer), les intérêts sur l'emprunt, l'amortissement de la pompe et du forage, la récolte et le transport.

Malgré le coût élevé de production, il apparait de cet exemple un revenu net de 231.000 F en 4,5 mois de travail.

Tableau N°7 Exemple de structure de coût de production d'oignon à Tounfafi Madaoua*

N° d'ordre	Désignation	Valeur (F CFA)
1	Labour	16.000
2	Préparation des planches + rigole	20.000
3	Semences (plants a repiquer	99.000
4	Repiquage	13.300
5	Irrigation - carburant = 72.000 - Irrigateur = 80.000	152.000
6	Sarclage (2))	72.000
7	Produits phytosanitaires	9.000
8	Fumure (urée + super simple	10.000
9	Récolte	40.000
10	Transport récolte au village	30.000
11	Amortissement pompe + forage	46.000
12	Intérêts sur capital	61.000
13	Coût total (*)	569.155
14	Revenu brut 400 x 2.000 (+)	800.000
15	Revenu net	231.000
	Ratio bénéfice/coût = 1,40	

Source: Rapport de l'atelier national sur la commercialisation de l'oignon du 17 au 19 Janvier 1994 à Konni; Page 8.

***Données de base :** Moyen d'exhaure = motopompe - Honda; Forage type LWR

- Superficie : 1 ha
- Production/ha : 400 sacs de 100 kg
- Prix de vente du sac à la récolte au mois de Mars = 2.000 francs CFA

Dans cet exemple le sac d'oignon est produit par l'exploitant à 1.423 F et le vent à 2.000 F en mars soit un ratio bénéfice/coût = 800.000 : 569.155 = 1,40. Cette production comporte des risques.

2.1.3 La production

La culture de l'oignon est pratiquée dans tous les départements du Niger, mais les superficies et les productions sont très variables d'un département à un autre.

En effet 80% de la production nationale est produite dans les départements de Tahoua avec 3.861 ha en 1989 et 5.458 ha en 1994 soit une augmentation de 41% et au cours de la même période la production est passée de 92.722 tonnes à 199.094 tonnes soit une augmentation de 114%. Les rendements moyens sont de 30 T/ha. Les principales variétés cultivées sont le violet de Galmi, le blanc de Soumarana et une variété rouge d'origine nigériane avec son cycle végétal du semis à la pépinière jusqu'à la récolte de 160 à 170 jours.

Les données statistiques relatives à la production et au rendement sont à utiliser avec beaucoup de précaution parce qu'elles ne sont véritablement fiables. Le tableau N°8 qui suit donne des indications sur les superficies emblavées les rendements et les productions totales durant la période 1980 à 1995. Il en ressort une augmentation régulière de la production à partir de 1980 avec un pic de 220.500 T en 1989.

Tableau N°8 Evolution des superficies, Productions et Rendements de l'oignon au Niger de 1980 à 1995

Année	Superficie (ha x 100)	Production (Tonnes x 1000)	Rendement (kg/ha)
1980	34	107,8	33,68
1981	8	17,1	21,39
1982	36	103,6	28,77
1983	19	53,9	28,36
1984	24	43,8	18,25
1985	29	62,7	21,62
1986	31	73,2	23,00
1987	34	1085	31,20
1988	54	123,5	23,00
1989	64	220,0	34,00
1990	53	170,0	32,07
1991	64	196,0	30,62
1992	49,61	139,77	28,17
1993	40,61	152,23	37,48
1994	56,86	185,68	32,65
1995	42,40*	84,50*	19,92*

* Données provisoires

Sources: Années 1980 à 1991: RN/MAG/EL cite par ERIC.J.ARNOULD: la commercialisation à l'étranger de l'oignon Nigérien.
Décembre 1992
- Années 1992 à 1995 MDR/H/E. Direction de l'Agriculture.
Juillet 1996

2.1.4 Les contraintes de l'offre

Les contraintes de l'offre sont multiples :

- l'insuffisance des semences en quantité et surtout en qualité constitue le principal facteur limitant ;

- la dégénérescence des semences introduites par l'INRAN ;

- l'absence de crédit agricole organisé ;

- la dégradation de l'environnement due à l'érosion hydrique et éolienne ;

- le coût élevé de l'irrigation ;

- les prix aux producteurs non incitatifs surtout en période de récolte ;

- l'absence de structures adéquats de stockage ;

- la prolifération des ennemis de culture ;

- les coûts de production élevés (intrants, matériels etc).

2.2. La demande

La demande a deux (2) principales composantes que sont la demande nationale et la demande extérieure représentée par les exportations. Ces deux composantes sont influencées par la situation macro-économique du pays consommateur et du pays producteur du pouvoir d'achat des consommateurs et du niveau de prix de l'oignon concurrent (Européen).

2.2.1. La demande intérieure

Sans être un élément essentiel du régime alimentaire, l'oignon est tout de même un ingrédient important dans la préparation des sauces accompagnant les principaux plats de la cuisine nigérienne. C'est pourquoi l'oignon est quasi-fréquent dans le "panier" de la ménagère. Les achats sont fréquents, mais en petites quantités parce que l'oignon est difficile à conserver.

Selon les données de l'enquête budget-consommation des ménages au Niger (1994), la situation de la consommation de l'oignon se présente comme suit :

- en milieu urbain la consommation moyenne annuelle est de 3,3 kg/personnes pour une population estimée à 1.370.205 hbts en 1994.

- en milieu rural la consommation moyenne annuelle est de 1,1 kg/personnes.

- sur le plan national la consommation moyenne au Niger est de 2,27 kg/personne/an pour une population estimée en 1995 à 8.839.273 habts.

Cependant, il n'y a pas d'estimations précises et fiables sur la demande intérieure totale, mais les indications disponibles à ce sujet la situe autour de 15.000 tonnes par an ce qui représente moins de 20 % de la production nationale. Les exportations qui sont évaluées à 30 % environ de la production totale sont dirigées en grande partie sur la Côte d'Ivoire et le Togo.

Le tableau n°9 donne des indications sur l'évolution de la demande, de l'offre et des exportations nationales.

Tableau N°9 : Evolution de la demande, de l'offre et des exportations nationales.

ANNEES	1993	1994	1995
1. population nigérienne	8.229.600	8.565.187	8.839.273
population rurale	6.922.200	7.143.710	7.372.309
population urbaine	1.377.400	1.241.477	1.466.964
2. demande intérieure	12.160	12.549	12.950
milieu rural	7.614	7.858,1	8.109
milieu urbain	4.545	4.691	4.841
3. importations (T)	nd	nd	(1)
4. exportations (T)	35.103	52.425	43.764
5. estimation production nationale	159.600	180.000	169.800
6. offre résiduelle (T)	112.337	115.026	113.085(2)
7. demande résiduelle (T)	-	-	-

Source : Etudes filières cultures irriguées tome 2, 1995 cellule PASA - MAG/EL- Mai 1995.

(1) En période de soudure (août/septembre) la rareté de l'oignon et sa mauvaise qualité amènent les commerçants de Galmi à importer l'oignon précoce du Nigéria afin de satisfaire la demande extérieure, mais ces importations ne passent pas par les cordons douaniers.

(2) Cette offre résiduelle proviendrait probablement des erreurs d'estimation statistiques sur la production nationale en particulier et les exportations.

Comme on le constate dans le tableau n°9 la demande intérieure qui tourne autour de 12.500 tonnes/an est certainement sous-estimée par rapport aux quantités réellement absorbées par le marché national. Quant à l'offre résiduelle estimée à plus de 110.000 tonnes/an, elle traduit d'une sous-estimation de la demande intérieure et des exportations par les services officiels.

Par ailleurs il n'y a pas d'homogénéité en ce qui concerne la consommation moyenne annuelle en milieu urbain et rural parce que les données dont nous disposons indiquent l'existence des disparités entre ces deux pôles. En effet, la consommation moyenne en milieu rural (1,1 kg/pers) représente à peine le 1/3 de la consommation moyenne en milieu urbain (estimée à 3,3 kg/pers/an).

Selon les résultats de l'enquête sur "le budget et la consommation des ménages au Niger parus en 1994, la consommation moyenne varie en fonction des revenus des ménages. Ainsi, comme l'indique le tableau n°10, les ménages à revenu modeste n'arrivent même pas à consommer le 1/3 de la consommation moyenne des ménages à revenus élevés.

Tableau N°10 Consommation Moyenne d'oignon par personne et par an selon la tranche de sortie d'argent (en kg).

Produit	Moins de 25.000 F	25.000 à 49.999	50.000 à 74.999	75.000 à 99.999	100.000 à 149.999	150.000 à 199.999	Plus de 200.000
Oignon	1,2	1,6	2,6	4,1	4,0	4,5	7,0

La consommation est également influencée par le caractère saisonnier des prix. En effet, la demande nationale est plus forte au moment où les prix à la consommation sont à leurs niveaux les plus faibles c'est à dire aux mois de Mars, Avril et Mai. En revanche, elle a tendance à diminuer pendant la période allant de Septembre à Novembre où les prix atteignent leurs niveaux les plus élevés.

Toutefois l'arrivée en mi-décembre sur les marchés des centres urbains de l'oignon pluvial de Galmi et Madaoua fait baisser les prix. Ce caractère saisonnier prononcé des prix est la conséquence du système de production caractérisé par une seule grande récolte en Mars et Avril et la nature très périssable du produit. La demande intérieure pour l'oignon reste encore inexploitée dans les zones rurales en raison de la nature peu fiable des filières de distribution qui sont loin d'assurer la régularité des approvisionnements aux consommateurs ruraux à des prix raisonnables. En définitive il y a lieu de retenir que la consommation nationale est affectée par l'extrême fluctuation des prix et la baisse sensible du pouvoir d'achat des populations.

2.2.2. La demande extérieure

D'après une étude réalisée en 1991 par une équipe de University of Idaho - USA sur la situation de l'oignon au Niger, au moins cinq (5) facteurs influencent la demande extérieure pour l'oignon Nigérien. Ces principaux facteurs sont présentés dans le tableau n°11 :

Tableau N°11 Facteurs influençant la demande extérieure pour l'oignon Nigérien.

Facteurs	Influence
1. Population	+
2. Revenus	+
3. Niveau d'urbanisation	+
4. Production locale d'oignon	-
5. Prix de l'oignon nigérien	-
6. Prix des produits concurrents	+

Source : Situation de l'oignon au Niger 1991 University of Idaho - USA

- L'influence de la population et des revenus est évidente dans la mesure où l'augmentation de ces 2 facteurs entraîne une demande supplémentaire pour l'oignon.

- Le niveau d'urbanisation est introduit parce que les populations urbaines en Afrique achètent plus que les population rurales.

- D'autre part une augmentation de la production locale réduirait de facto les importations d'oignon.

- Lorsque le prix augment à cause des taxes d'importation et des coûts de transport, l'oignon nigérien devient forcement moins compétitif sur le marché".

- En revanche quand le prix des produits concurrents importés augmente l'importation d'oignon nigérien accroit.

Selon ERIC ARNOULD et CHEFFEROU M. « A un prix égal au consommateur, l'oignon Nigérien à un avantage par rapport aux oignons concurrents pour son goût, ses qualités à la cuisine, sa conservation (par rapport à l'oignon Nigérian), voire ses qualités médicales (cas du ghana)[8] ».

Les principaux débouchés de l'oignon nigérien sont les marchés Ouest africains des pays suivants : Côte d'Ivoire, Togo, Ghana, Bénin et Burkina Faso.

[8] : ERIC ARNOULD et CHEFFEROU M. op cit, p 20.

Durant ces 5 dernières années la moyenne des exportations par pays se présente ainsi:

Côte d'Ivoire	16.160 T soit 63,55 %
Ghana	3.378 T soit 13,30 %
Bénin	2.352 T soit 9,25 %
Togo	1.700 T soit 6,70 %
Burkina Faso	912 T soit 3,60 %
Autres destinations	912 T soit 3,60 %

Dans ces pays l'oignon nigérien et particulièrement le "violet de Galmi" est généralement bien accueilli par les consommateurs. Selon les données recueillies auprès des services compétents, l'exportation de l'oignon nigérien représente 30 à 40 % de la production nationale. Par exemple sur la base des statistiques de 1994, le Niger aurait exporté 52.425 Tonnes pour une production estimée à 180.000 Tonnes soit 29,12%.

L'évolution des exportations d'oignon de 1989 à 1995 est présentée dans le tableau ci-dessous :

Tableau N°12 Evolution des exportations officielles d'oignon au Niger de 1989 à 1995.

Année	Exportation (en tonne)
1989	28.265
1990	60.494
1991	22.969
1992	19.588
1993	35.103
1994	52.425
1995	43.764
Moyenne	37.515

Sources : Enquête du consultant et complément dans l'annuaire statistique 1992/93.

L'examen de ces statistiques sur l'évolution des exportations nous révèle qu'elles sont largement sous-estimées si l'on tient compte de la faiblesse de la demande intérieure (12.500 T/an) et de l'importante offre résiduelle (au moins 40 % de la production). Les erreurs d'estimations proviendraient probablement des cordons douaniers au moment de l'établissement des quittances. En effet le chargement des camions est évalué en nombre de sacs sans distinction du poids des sacs alors que ceux-ci sont de poids variables (100, 120, 140 kg etc...). En outre des nombreux "cadeaux" sont distribués aux douaniers des différents pays pour requérir leur complicité au moment de la traversée.

- La consommation à Abidjan

Parmi les circuits de l'oignon nigérien en Afrique de l'Ouest, Abidjan constitue de loin le pôle le plus important avec une moyenne annuelle de 16.000 tonnes. Les habitants d'Abidjan sont des gros consommateurs d'oignon nigériens (surtout le volet de Galmi). Ainsi chaque année, pendant les mois d'Avril, Mai et Juin, c'est le violet de Galmi qui domine les marchés d'Abidjan en assurant environ 75 % des approvisionnements. Mais cette tendance va s'inverser en Octobre - Novembre en faveur des oignons Hollandais. L'offre nigérienne commence à se rétrécir dès septembre à cause des problèmes de stockage qui vont occasionner d'importantes pertes de stock. En effet, le violet de galmi malgré sa très grande capacité au stockage commence à s'altérer après plus de 6 mois de conservation. Cette situation va avoir des répercussions sur les prix de vente au détail. Ainsi chaque année on constate des fluctuations considérables du prix de vente de l'oignon au détail en fonction des différences saisonnières de l'offre. D'une manière générale, la demande pour toutes les variétés d'oignons reste forte, mais le prix constitue une contrainte significative à la consommation.

C'est cette contrainte qui explique la préférence des petits oignons dans bon nombre de marché au détail (les petits oignons coûtent moins cher que les grands) et le manque de fidélité du consommateur envers l'oignon de Galmi lorsqu'il se trouve en présence d'alternatives moins coûteuses provenant d'Europe ou du Nigéria.

Ainsi avant la dévaluation du franc CFA (intervenue en Janvier 1994), la compétitivité de l'oignon nigérien était mise à rude épreuve dés le mois de septembre jusqu'en novembre. Maintenant la situation s'est relativement améliorée en sa faveur en raison d'une part de la dévaluation du CFA et de l'augmentation de la production et d'autre part de l'amélioration des conditions de stockages.

2.2.3 Les contraintes liées à la demande

Plusieurs contraintes continuent à entraver l'expansion de la demande de l'oignon nigérien aussi bien à l'intérieur du pays qu'à l'extérieur.

- les moyens de conditionnements et de stockage de l'oignon sont insuffisants et inappropriés.

- il y a beaucoup de problèmes de conservation de l'oignon au niveau des producteurs malgré l'intervention des projets.

- le monopole exercé par les commerçants grossistes.

- beaucoup de tracasseries douanières sur les circuits d'exportation.

- la consommation en milieu rural reste très faible à cause des problèmes dans les circuits de distributions (non disponibilité de l'offre au moment opportun, problèmes d'enclavement etc...).

- les fluctuations considérables des prix de vente de l'oignon au détail annuellement et inter-annuellement.

- la présence sur les marchés d'Abidjan d'oignons en provenance de Hollande, du Mali et du Burkina Faso, ne favorise pas le développement de l'offre nigérienne.

- la baisse du pouvoir d'achat des populations.

2.3. Les marchés

Au Niger, l'oignon est essentiellement produit pour le marché. Pourtant un début de connaissance de la structure du marché n'est intervenu qu'avec l'intérêt porté par l'USAID-Niger à ce produit d'exportation et par le projet Basse Vallée de la Tarka qui a relevé que l'inorganisation de la commercialisation constituait pour les producteurs la contrainte principale. Nous examinerons la manière dont chacun des acteurs prend en compte les variables fondamentales du marché notamment : les variations de l'offre et de la demande; la qualité du produit; le prix; la distance et le temps.

Mais auparavant une vue d'ensemble de la commercialisation permet de cerner l'ampleur de l'oignon Nigérien.

2.3.1 Vue d'ensemble de la commercialisation de l'oignon

Cette vue d'ensemble est une représentation synthétique des éléments du système et leur articulation:

- les marchés déterminants;
- les grands axes de commercialisation;
- les intervenants importants;
- les difficultés à quantifier les volumes échangés : un système informel.

1) Les marchés déterminants

L'analyse de la documentation fait apparaître les marchés déterminants par ordre d'importance décroissante ainsi qu'il suit:

- Abidjan;
- Lomé;
- Accra;
- Cotonou.

A titre indicatif, en juin, sur le volume total d'oignon commercialisé à Abidjan, 75% venaient sur le marché du Niger et 45% en octobre-novembre de la même année contre 55% de l'oignon hollandais d'octobre à novembre.

En janvier 1995, la Hollande et le Mali avaient respectivement 39%, 33% et 17% de part de marché. Selon OLIVER David «il est possible d'estimer une offre globale de 35.000 tonnes environ pour Abidjan en 1994. Et l'oignon du Niger représente donc, depuis la dévaluation, plus de 70% de ce marché[9]».

---

[9] - OLIVIER DAVID : Les circuits d'oignon en Afrique de l'Ouest; Février 1995, 28 pages; page 14.

Aucun marché n'est acquis de façon définitive. Les stratégies à développer devront tenir compte de la menace des parts de marchés du Niger et des autres pays membres du CILSS.

- le Niger, Mali, le Burkina-faso, pays membres du CILSS produisent pour leur marché intérieur et sont en concurrence sur le marché ivoirien.

- le Togo, le Ghana, le Bénin et la Côte d'Ivoire accroissent la production pour leur marché intérieur.

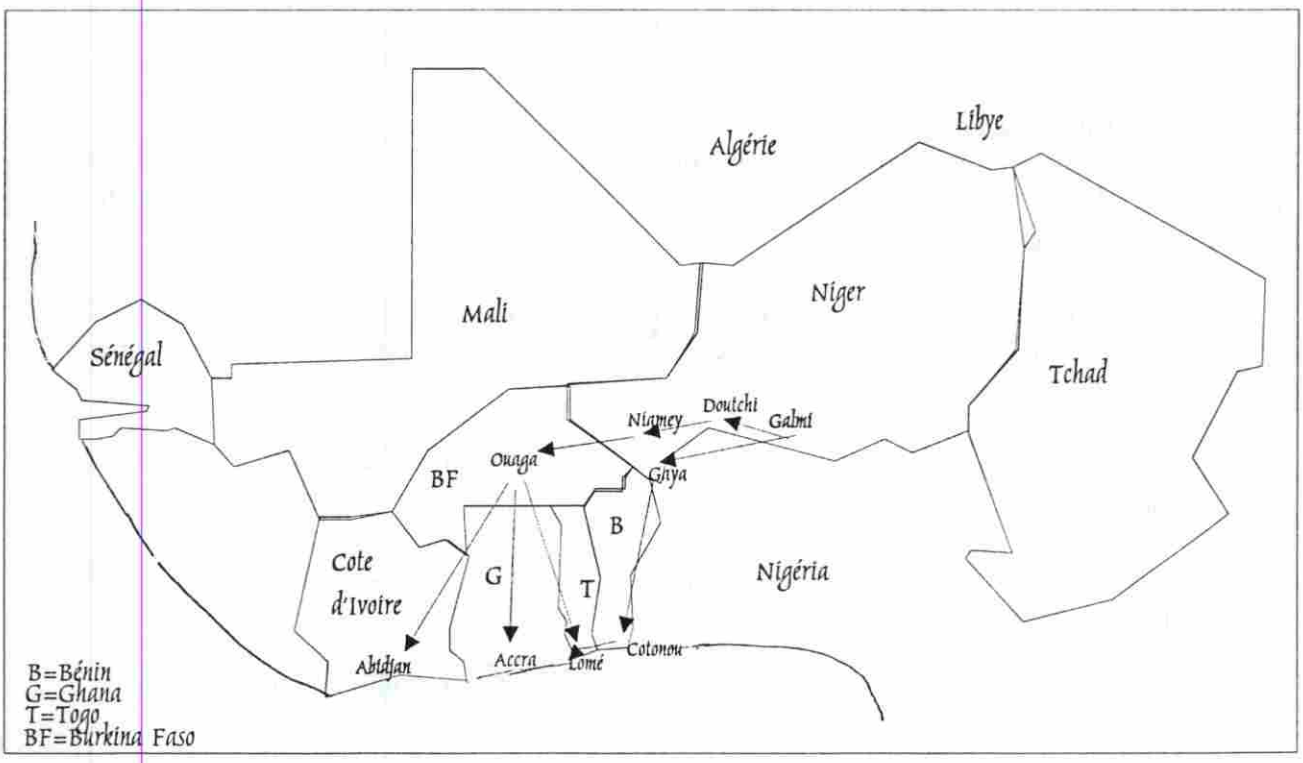
- les pays européens, notamment la Hollande, concurrencent les pays du CILSS sur les marchés Ouest africain en particulier une d'Abidjan.

- le Maroc est solidement impliqué sur le marché d'Abidjan.

2) Les grands axes de commercialisation

L'oignon emprunte un seul grand axe principal qui se ramifie à partir de Ouagadougou. La deuxième caractéristique de cet axe est la présence de grands importateurs et exportateurs. Il ressort de la carte N°2, un axe de longue distance.

Carte No 2: Les grands axes de commercialisation de l'oignon



3) Les intervenants importants

A ce stade, il s'agit d'une identification des intervenants ce sont : les producteurs commerçants - collecteurs, les commerçants-grossistes dont les comportements et les stratégies seront analysés dans l'étude des réseaux de commercialisation.

4) Les difficultés à quantifier les volumes échangés; un système informel

La tentative de cerner les quantités échangées à partir de la documentation s'est avérée non concluante. La raison tient à une caractéristique du système de commercialisation, à savoir que les exploitants et les commerçants n'enregistrent pas les données.

Les données recueillies par les services des douanes sont partielles. Elles ne permettent pas de cerner la réalité. A titre indicatif, les services des douanes estiment l'exportation de 1992 à 19588 tonnes sur une production totale destinée à 172.382 tonnes par les services du MAG/EL.

2.3.2. Les habitudes actuelles de commercialisation des producteurs

Trois (3) aspects des habitudes méritent d'être relevés: les stratégies individuelles de court terme; la stratégie d'emprunt et de stockage et les regroupements informels. Les deux dernières stratégies qui sont des initiatives nouvelles, appuyées par les projets de développement, sont souvent combinées.

1) Les stratégies individuelles de court terme

Pour satisfaire des besoins alimentaires, rembourser les emprunts, payer les taxes et les impôts, renouveler le capital de production et d'exportation et organiser des activités d'ordre social, les producteurs opèrent des prélèvements importants sur leur production à des fins commerciales.

Après la vente massive en période de récolte, il s'en suit des ventes régulières de petites quantités pour résoudre des problèmes urgents. Le petit stock constitué à cet effet s'épuise rapidement.

Les comportements majeurs des producteurs dans la commercialisation se résument en cinq points importants:

1- Vente à des commerçants-collecteurs sur les marchés de regroupement. Quelques uns regroupent leurs produits pour accéder à des marchés de gros.

2- Généralement, chaque producteur s'occupe de la commercialisation de son oignon.

3- La demande d'oignon par un fournisseur d'intrants est rapidement satisfaite pour conserver les relations commerciales réciproques. Une partie de la production est souvent vendue avant la récolte.

4- Le remboursement des dettes se fait souvent en nature.

5- L'information sur les prix de l'oignon est obtenue auprès de ceux qui fréquentent les marchés ou par téléphone.

2) La stratégie d'emprunt et de stockage

Cette stratégie est souvent appelée " vente différée d'oignon ". Pour éviter aux paysans de brader leur production au moment des récoltes et d'échapper aux usuriers, les projets de développement accordent des crédits aux producteurs pour leur permettre de satisfaire leurs besoins financiers immédiats. De ce fait, il est possible de stocker la production au moment des récoltes et la vendre à un moment où les prix sont élevés.

3) Les groupements informels

Il n'existe aucun groupement formel de producteurs chargé de la commercialisation de l'oignon. Les producteurs ont mis en place des réseaux informels chargés d'accueillir les clients, de collecter le produit chaque fois qu'il est demandé. Chaque réseau a un point de vente pour lequel un responsable est élu par les membres. Celui-ci reçoit la demande et organise la collecte de l'oignon exclusivement auprès des membres du réseau.

Dans ces conditions, l'acheteur n'a aucun contact avec les producteurs. Il fournit au responsable du point de vente les moyens de paiement et les sacs puis indique le prix qu'il offre sur la base de sa connaissance du marché.

Les stratégies de "vente différée de l'oignon" et de groupements informels peuvent être le point de départ d'une réorganisation du système de commercialisation pour que les producteurs puissent tirer de meilleurs avantages de leur production. Cependant, ils doivent composer avec les réseaux commerçants, sinon ces derniers mettront en échec toutes structures qui ne les intégrera pas.

2.3.3 - Les réseaux de commercialisation: les réseaux, les acteurs et leurs rôles respectifs

Nous examinons successivement: le réseau des marchés; le réseau des commerçants - collecteurs vers les marchés; le réseau des commerçants-collecteurs aux commerçants grossistes et le réseau des commerçants-grossistes aux détaillants aux consommateurs.

1) Le réseau des marché

Les marchés peuvent être classés en différentes catégories en fonction des acteurs en présence et de l'importance des transactions.
Le réseau des marchés d'oignon comporte quatre composantes dont il courent de dégager les rapports fonctionnels.

- les marchés de collecte ;

- les marchés de regroupement (ce réseau est très peu développé) ;

- **les marchés de gros ;**

- **Les marchés de consommation.**

a) Les marchés de collecte

L'essentiel de la commercialisation primaire s'effectue sur les lieux de production. Compte tenu de son caractère périssable et de son poids, le réseau de regroupement n'est pas développé. Pour vendre leur oignon aux commerçants-collecteurs, les producteurs se placent dans une position d'attente sur les lieux de stockage ou les points de vente proches de leur de résidence.

Selon ISMAEL OUEDRAGO «les producteurs de Keita et les alentours se plaignent de ce qu'il faut attendre jusqu'à ce qu'il n' y ait plus d'oignon à Galmi avant de voir les commerçants venir dans leur région». Ainsi se pose le problème de l'accès aux marchés.

b) Les marchés de gros

Les marchés de gros sont approvisionnés par les commerçants-collecteurs en produit provenant en grande partie directement des lieux de production. Leur clientèle est composée de grossistes en provenance d'Abidjan, Lomé, Cotonou, Accra et Conakry.

c) Les marchés de consommation

Dans les zones de production, les paysans offrent l'oignon en tas de 3 à 5 Kg emballés dans un filet de fabrication locale à base de palme de doum.

Sur les marchés de consommation la vente est assurée essentiellement par les femmes. A Abidjan, la présence féminine est quasi-exclusive et le nombre varie du simple au double selon qu'il s'agisse de période de pénurie ou d'abondance.

Pour clore sur ce point, notons que:

- le réseau des marchés de consommation est dispersé et contrôlé par les femmes;

- le réseau des marchés de collecte se confondent avec les lieux de stockage des paysans;

- le réseau des marchés de gros n'est pas accessible aux producteurs;

Dans ces conditions, seule une organisation des producteurs leur permettrait d'accéder aux marchés de gros. A cet effet, il est important de comprendre leurs habitudes actuelles de commercialisation.

2 - Le réseau des commerçants-collecteurs vers les marchés

Les commerçants-collecteurs interviennent directement dans les transactions ou indirectement par l'intermédiaire de leurs employés. Ces intervenants sont le plus en contact avec les producteurs dans la commercialisation primaire.

L'oignon est généralement acheté, à terme ou pendant la récolte à un prix faible. Cet oignon est souvent reçu en remboursement des avances faites en carburant, en intrants et en équipements agricoles. Ce mode de contrat pénalise beaucoup les producteurs.

Dans les circuits de commercialisation les mieux organisés, il existe un responsable de point de vente qui est incontournable. Si celui-ci apparait comme un écran entre le producteur et le "commerçant-collecteur", l'intermédiaire apparait comme un facilitateur. Intermédiaires et responsables de point de vente ont une bonne connaissance du milieu: les zones à haute potentialité, les niveaux de production, les producteurs, les marchés de commercialisation primaire et les stocks chez les paysans. La maîtrise de ses facteurs par le recours à l'intermédiaire est une stratégie indéniable du commerçant-collecteur.

Certes, intermédiaires et responsables de point de vente procurent des avantages importants aux commerçants: informations sur les conditions de l'offre, sur les prix, disponibilité du produit de qualité.

Ces avantages sont partagés avec les concurrents sur le marché. Cependant, les grands producteurs qui ont également une fonction de grands commerçants et qui résident dans la zone de production ont une maîtrise plus grande de la filière en raison de leur présence sur tous les types de marchés et du stockage par lequel le contrôle de l'essentiel de la commercialisation est exercé.

3 - Le réseau des "commerçants-collecteurs aux commerçants grossistes

Les relations de dépendance dominent le marché. Les grossistes basés dans les grands centres urbains ont établi ces relations pour contrôler le marché. A Abidjan, le groupe des importateurs importants comprend des nigériens et des maliens et des sociétés ivoiriennes. Pour montrer le contrôle de la filière par l'aval, Monsieur OLIVIER David affirme: «c'est à Abidjan que se trouve le personnage le plus influant de la filière». Après s'être progressivement spécialisé dans la distribution urbaine, l'intéressé a commencé par importer des oignons du Niger, en investissant dans les moyens de transport, puis organiser son réseau de dépendants composé d'une dizaine de semi-grossistes.

Il semble que sept (7) grossistes importateurs contrôlent le marché d'Abidjan. La distribution est donc concentrée.

4 - Les commerçants de gros vers les détaillants

Sur les marchés de consommation, les grossistes importateurs s'efforcent de placer rapidement leurs produits auprès des semi-grossistes et les détaillants, parce qu'ils ne veulent pas immobiliser leur capital en investissant d'avantage dans ce produit périssable. Il en découle des coûts de stockage faible, contrairement au circuit de la commercialisation primaire.

Les détaillants trient les oignons selon la qualité et la taille des bulbes, sachant que les consommateurs individuels préfèrent les bulbes de petites tailles. Les bulbes de grandes dimension sont livres aux hôpitaux et cantines scolaires. Les sacs de petits bulbes sont réputés plus lourds et rebutent les transporteurs.

2.3.4 - Les infrastructures de communication

Les infrastructures permettant d'évacuer le produit ou de recevoir et de transmettre des messages sur les variables de marché sont déterminantes. Les grandes vallées productives de l'Ader Doutchi Maggia et de la Basse Tarka sont très enclavées. Les chaînes de montagnes les rendent difficilement accessibles aux grands camions de transport. Dans ces conditions, la commercialisation primaire s'effectue dans des points de vente aménagés à cet effet par les projets de développement rural et les collectivités territoriales. L'aménagement consiste en la construction d'aires de stationnement des camions d'évacuation de la production.

A titre indicatif, la structure des infrastructures de communication dans la Basse Vallée de Tarka est formée par:

- deux chaînes d'aires de vente constituées:
  - au Sud par celle de Sabon Guida, Komassa et Erufa;
  - au Nord par celle de Tunfafi, Kollé, Gandussabou;
- quelques pistes rurales aménagées par les projets;
- de nombreuses pistes rurales dégradées, d'où le recours à des charrettes;
- des cabines téléphoniques dans quelques villages.

2.3.5 - Les variations des prix

Pour comprendre la variation des prix, il convient de garder à l'esprit quelques caractéristiques de la filière:

- le calendrier cultural est celui de la contre-saison; la production hivernale n'est pas encore maîtrisée ;
- la constitution de stock dans la zone de production ;
- l'éloignement des marchés déterminants de la zone de production ;
- les " faux-frais " payés au cours du transport aux postes de contrôle ;
- le système d'information sur les prix de l'oignon.

Après l'examen de ce dernier point, il sera examiné successivement: les variations saisonnières et inter-annuelles.

1) L'information sur les prix

Toutes les catégories d'acteurs de la filière participent au réseau d'information sur les évolutions des variables de marchés: l'origine et les variations de l'offre; la demande; les prix; les comportements des acteurs influents. Les moyens et les méthodes de collecte et de diffusion de l'information sur ces variables sont diversifiés:

- la transmission par téléphone;

- l'information circule de façon permanente, de bouche à oreille; les commerçants n'ont pas recours à la radio contrairement aux autres filières introduites dans un " système d'information sur les marchés", cas du niébé et du bétail.

2) Les variations saisonnières

Seul l'examen des prix mensuels aux producteurs sur plusieurs années permet de dégager des tendances généralisables. Sur la période 1989-1994, il ressort une croissance régulière mais faible de mars à juin. Cette augmentation est plus prononcée de juillet à décembre à cause de la rareté du produit, renforcée par le mauvais état des pistes qui rendent difficile l'évacuation de l'oignon des vallées pendant l'hivernage (cf annexe n°3).

3) Les variations inter-annuelles

Les variations inter-annuelles dépendent:

- d'abord de l'offre variable avec les facteurs climatiques, l'insuffisance des pluies réduit les disponibilités en eau, rend plus difficile l'exhaure;

- puis des coûts de production.

2.3.6 **Les coûts de transaction**

Selon Dr ERIC ARNOULD[10] ces importateurs et exportateurs supportent de coûts importants de commercialisation dont le coût de transport représente 42 % et les frais de route (d'une manière générale les pots de vin aux agents des pays traversés) varient entre 30 et 50 % du coût total de transfert estimé à 4780 F/sacs de Arewa (Niger) à Abidjan. Dans certains cas, ces frais aux postes de contrôle doublent la valeur officielle des droits et taxes. Les autres charges ont trait à la sacherie (300 F), à la taxe d'arrondissement (150 f/sac) aux chargements et déchargements (200 F/sac), aux diverses commissions des intermédiaires (100 F) etc...

---

[10] : Document de base de l'atelier national de commercialisation de l'oignon; Konni 1994. page 20

L'exportateur doit également se conformer à la réglementation de la commercialisation dont les objectifs et le fonctionnement sont représentés en annexe n°5 sur les plans commercial fiscal et douanier. Il doit notamment :

- satisfaire aux conditions de base c'est à dire paiement de la patente et des cotisations au CNUT et à la chambre de commerce ;

- lever le feuillet d'enregistrement lié au guichet unique institué en 1990 ;

- passer au contrôle sanitaire avec son produit ;

- avoir un certificat d'origine du produit (voir annexe N°5).

2.3.7 Les contraintes au développement des marchés

Les programmes d'appui au développement à adapter au niébé des marchés doivent tenir compte des contraintes liées; à l'amont; à l'organisation des marchés; à l'exportation; aux supports de commercialisation (stockage, conservation et transports) :

1- La contrainte liée à l'amont :

- la dégénérescence des semences qui réduit la qualité du produit ;

2- Les contraintes liées à l'organisation des marchés :

- le sous-équipement des unités économiques, notamment les coopératives qui ne disposent pas de bascules, de bâches de protection et de produits d'entretien.

- l'insuffisance d'organisation professionnelle aux niveaux local et régional pour la commercialisation de l'oignon ;

- le manque des moyens de financement de la commercialisation conduit à brader la production dès la récolte ;

- l'enclavement des lieux de production qui ne facilite pas les échanges ;

- la complexité du circuit d'exportation qui confine les producteurs dans des circuits cours de commercialisation primaire, en fréquentant les marchés les plus proches de leur lieu de résidence.

3- Les contraintes à l'exportation :

- les données quantitatives non concordantes selon les sources;

- la concurrence de l'oignon de Hollande et du Maroc ;

- le coût et le temps de transport élevés ;

- la présence du Burkina Faso et du Mali sur le marché ivoirien ;

- la conservation difficile.

2.4. Transformation / Conservation

La nature très périssable de l'oignon nécessite qu'on le transforme pour répondre efficacement à la demande du consommateur à tout moment de l'année. En outre la transformation pourrait augmenter de beaucoup la valeur ajoutée de l'oignon. Les techniques actuelles de transformation de l'oignon au Niger son axées sur le séchage avec pour sources d'énergies le soleil et le vent. Il y a deux procédés de séchage en vigueur : le séchage traditionnel et le séchage amélioré.

2.4.1. Le séchage traditionnel

La méthode traditionnelle de séchage est basée sur l'exposition au soleil. Elle consiste à ouvrir les oignons à peu près mûrs et à entasser les folioles dans un silo creusé dans le sol où on les laisse fermenter. Le produit partiellement fermenté est ensuite séché au soleil très souvent à même le sol (soit sur des nattes), quelques fois ce sont les petits bulbes et les feuilles qui sont pilés et séchés. Les produits obtenus par cette méthode de séchage sont vendus en milieu rural et semblent particulièrement répondre à des modes de consommation bien localisés dans le nord du pays chez les populations nomades et chez les agro-pasteurs. Cependant il y a lieu de noter que la transformation ne concerne que les petits bulbes d'oignon qui n'ont pas fait l'objet de commercialisation. Mais nous n'avons pas pu disposer des données fiables sur la part transformée.

1) Avantages du séchage traditionnel

Pour le producteur - transformateur

- procédé de transformation à coût très faible, voir nul pour les invendus ;

- procédé permettant de sécher des grandes quantités (la surface du sol dans les champs ou dans les concessions ne constitue pas une contrainte).

Pour le consommateur

- procédé permettant aux populations (surtout pour les populations des zones d'accès difficile) de consommer durant toute l'année le produit à un prix abordable.

2) Inconvénients

- produit exposé à la poussière, aux mouches et parfois à la pluie selon les saisons au Niger ;
- risques d'infestation et menace pour la santé publique ;
- mélange de terre qui compromet la qualité du produit ;
- le séchage est lent; perte de la production suite aux contaminations etc...

2.4.2. Le séchage amélioré

Afin d'amélioré le séchage traditionnel plusieurs techniques de séchage ont été conçues parmi lesquelles les séchoirs solaires. Les séchoirs solaires qu'on rencontre au Niger n'ont pas été conçus spécialement pour le séchage de l'oignon mais sont susceptibles d'être utilisées pour une gamme variée de produits (viande, légumes, fruits etc...).

L'Office National de l'Energie Solaire (ONERSOL) et un projet du BIT (PROFORMAR) qui intervient en appui aux entreprises intéressées par la transformation de la production agro-pastorale ont mis au point des modèles de séchoirs solaires dits à "entraînement" (séchoirs dans lesquels le produit est placé dans un courant d'air dont la pression de la vapeur est inférieure à celle régnant juste au niveau ambiant).

Le séchoir de l'ONERSOL a été mis au point au milieu des années 80. Il est construit en briques cuites et crépi au ciment. Il est composé de deux éléments à savoir un capteur à air et un cabinet de séchage. Son coût de fabrication est de 928.309 FCFA. Le séchoir du BIT, mis au point par le GERES de Marseille en 1989 est une sorte de boîte métallique en forme de coquille d'où son appellation "séchoir coquille". Il a été largement vulgarisé en milieu rural à travers les projets BIT. Une dizaine de forgerons locaux répartis entre les départements de Tillabery et de Tahoua ont été formés pour sa construction qui d'ailleurs ne nécessitant pas une formation poussée. Son coût de fabrication est de 97.000 F à l'usine de l'ONERSOL, et 40.000 F chez les artisans forgerons.

Cependant ces deux procédés de séchage sont jugés non rentables par les promoteurs d'une part parce que le Prix du kg d'oignon sec ou frais à la même valeur monétaire (environ 100 FCFA). D'autre part les habitudes de consommation n'ont encore pas changé chez la plupart des consommateurs qui préfèrent l'oignon frais et se montrent réticents aux dérivés obtenus par transformation.

Concernant la transformation industrielle des oignons, le pays ne dispose d'aucune installation adéquate en la matière. Cependant une firme agro-alimentaire en l'occurrence DUCROS-JIMA s'intéresse à l'oignon nigérien. Cette firme dispose d'un usine dans la sous-région (à Lomé) qui est chargée de la transformation primaire (fabrication des surgelés). Les produits ainsi obtenus sont réexportés en France en vue de la fabrication de la moutarde et d'autres dérivés (ingrédients alimentaires, poudre d'oignon, essence d'oignon etc...).

2.4.3 Les technologies améliorées de conservation

Si dans le domaine de la transformation de l'oignon au Niger l'on a pas noté d'avancées significatives, par contre l'aspect conservation (qui est une étape importante avant la transformation) a été notablement développé par les populations avec l'appui des projets intervenant dans cette filière (projets BIT, projet Basse Vallée de la Tarka etc...). Contrairement aux installations de stockage traditionnelle (huttes) où les pertes de stock sont évaluées à plus de 50 % (sur une période de 6 mois), les nouvelles technologies de conservation (construction en briques de banco) permettent de valoriser les productions agricoles en réduisant les pertes à 15 - 20 %.

Ces nouvelles technologies constituent aujourd'hui une alternative au stockage en hutte où le résultat tient plus de la loterie que de la conservation. En dépit des avantages certains que procurent les nouvelles technologies de conservation certains opérateurs ruraux se sont plaints de la capacité limité des installations (les plus grandes ne contiennent pas plus de 100 sacs) et du manque de crédit pour financer leur construction. D'autres opérateurs se demandent si les consommateurs voudront-ils payer le surcoût d'une meilleure conservation ?.

2.4.4 Les contraintes à la transformation

An nombre des contraintes qui se posent à la promotion des activités de transformation de l'oignon au Niger, on peut retenir celles-ci :

- non-rentabilité des procédés de séchage qui ont été expérimentés.

- le séchage traditionnel a une clientèle très localisée (dans le nord du pays).

- difficultés d'accès au crédit pour la construction des moyens de stockage améliorés.

- inexistence d'étude de marché pour les technologies de transformation.

- absence au niveau national des structures chargées de la promotion des activités liées à la transformation de l'oignon.

- mode de consommation des populations non favorable à l'oignon transformé.

Conclusion

La culture de l'oignon est pratiquée dans la plupart des départements, mais elle est prépondérante dans celui de Tahoua.
Sa production connaît une profonde mutation; elle passe d'une culture saisonnière à des cycles étalés sur toute l'année. Ainsi le produit est disponible sur les marchés nationaux et extérieurs pour des consommateurs de plus en plus exigeant. Cependant la qualité baisse à cause de la dégénérescence des semences, problème que l'INRAN tente de solutionner. Cette amélioration se poursuit également dans le domaine du stockage et de la conservation, mais les équipements mis au point n'ont pas été largement vulgarisés en milieu rural en raison des difficultés d'accès au financement et des réticences opposées par les producteurs à leur adoption.
Ainsi il apparait un dysfonctionnement des segments de la filière qu'il convient de corriger.

III LA FILIERE NIEBE

INTRODUCTION

Le niébé est une légumineuse cultivée en association avec le mil et/ou le sorgho.

Du point de vue de la production le niébé est la troisième culture après le mil et le sorgho. Il a supplanté l'arachide qui est exigeante en eau et dont le marché s'est considérablement rétréci. De ce fait, le niébé constitue la troisième source de recettes d'exportation après l'uranium et les produits de l'élevage.

Les collectivités territoriales tirent également d'importantes recettes fiscales sur l'abondance quantité présentée sur les marchés à raison de 100 F CFA/sac de 100 kg de niébé.

Certes, la contribution de la filière au développement du Niger est importante mais il convient de comprendre son fonctionnement à tous les niveaux, de l'amont à l'aval, pour en tirer des enseignements utiles à des politiques de promotion de niébé.

3.1 L'offre

La maîtrise de la production constitue le premier défi à lever pour promouvoir cette filière. Dans cette optique nous-nous attelons à analyser les facteurs favorables à l'accroissement et à la compétitivité de cet important produit.

3.1.1 Les déterminants de l'offre

Les déterminants de l'offre examinés dans cette section portent sur : les conditions éco-climatiques; la recherche; le crédit; l'approvisionnement en facteurs de production; l'encadrement et les motivations des producteurs.

1) Les conditions éco-climatiques

Le niébé s'accommode au climat sec et à des sols sableux et des terres dites grasses, conditions réunies dans la partie sud du Niger. Les variétés cultivées au Niger s'adaptent bien à une pluviométrie moyenne comprise entre 300 et 800 mm. Le niébé est également cultivé sur des périmètres irrigués.

2) La recherche

La recherche sur le niébé à surtout porté sur l'amélioration des variétés locales du point de vue de leur adaptation aux conditions pluviométriques, à la culture pure ou associée et leur résistance aux ennemis de culture. (cf annexe N°6). La multiplication des semences ne s'effectue essentiellement que dans la ferme semencière de Losso sous l'égide de l'INRAN.

3) Le crédit

En l'absence d'un système de crédit organisé les producteurs ont recours au crédit informel et au crédit de campagne et d'équipement octroyé par les projets.

4) Approvisionnement en facteurs de production

L'approvisionnement en intrants agricoles se fait auprès de la Centrale d'Approvisionnement, des distributeurs privés (AGRIMEX) et sur les marchés du Nigéria. Les deux éléments essentiels pour le niébé sont le phosphore et la potasse. Les engrais les plus utilisées sont le super simple et le super-triple utilisés au moment de la préparation des sols.

Une difficulté de la production de niébé est son extrême vulnérabilité aux attaques des insectes et aux maladies qui peuvent diminuer jusqu'à 80% les rendements. Les principaux produits phytosanitaires utilisés sont le karaté à 0,8%, le cyhalone à 1,6% et le déméthriat EC 40.

5) L'encadrement

Le dispositif actuel d'encadrement constitué exclusivement par les agents de l'Etat donne un ratio de 1 agent pour 16.000 producteurs, il en résulte une faible couverture des besoins. Il n'existe pas d'encadrement spécifique à la production du niébé; il porte sur toutes les cultures. Les moyens d'intervention sont limités.

6) Les motivations des producteurs

Les producteurs sont surtout motivés par les revenus importants que leur procure la vente du niébé. Cet aspect sera confirmée par l'analyse de la demande dominée par les exportations.

3.1.2 Les systèmes de production

Le niébé est surtout produit en association avec d'autres cultures (mil/sorgho) ou en "culture pure".

1) La culture associée dans un système extensif

Le niébé est associé principalement avec le mil, le sorgho et rarement avec le maïs et le manioc. Pratiquée en saison des pluies, cette association à l'avantage de réduire les risques liés aux attaques des ennemis de culture et à une mauvaise répartition spatiale et temporelle des pluies.

La fixation de l'azote au sol par le niébé, favorise la croissance des céréales cultivées en association ou en rotation avec le niébé ce qui constitue un deuxième intérêt : le mode de production est extensif.

2) La «Culture pure» dans un système intensif

Elle se pratique sur les périmètres aménagés, en contre-saison dans les cuvettes et les vallées dans un mode de production intensif.

La culture pure est également pratiquée en saison hivernale dans le mode de production de type extensif.

3.1.3 La production

1 Production des graines

Observée sur une longue période, 1968-1995 dans le tableau n°13, il apparaît une augmentation de la production due à l'accroissement des superficies. En effet les rendements restent faibles, 200 kg/ha en moyenne. Cette augmentation est particulièrement importante à partir de 1980 avec un pic de 402.000 tonnes en 1992.

Les principales zones de production sont les départements de : Maradi, Zinder, Dosso et Tillabéry qui assurent plus de 3/4 de la production nationale.

Tableau N° Evolution Superficie, Production et Rendement du Niébé au Niger de 1968 à 1995

Années	Superficie = ha x 100	Production = T x 1000	Rendement = kg/ha
1968	7.450	74	100
1969	9.680	83	86
1970	9.800	84	86
1971	10.000	72	72
1972	9.210	144	157
1973	8.320	92	111
1974	9.190	133	144
1975	8.390	219	260
1976	8.370	216	258
1977	7.260	207	285
1978	9.520	272	285
1979	9.440	304	322
1980	11.050	269	243
1981	11.980	282	235
1982	14.280	282	197
1983	16.090	271	169
1984	15.130	195	129
1985	15.660	115	74
1986	15.910	293	184
1987	17.910	209	117
1988	19.250	302	157
1989	22.090	320	145
190	25.850	217	84
1991	21.490	332	155
1992	38.980	402	103
1993	33.580	163	48
1994	29.660	383	129
1995	32.720	356*	108*
% d'augmentation de 1968 à 1994	398	517	129

* Données provisoires

Sources: MAG/EL/DEP

% calculé par le Consultant

2. La production des fanes

La production des fanes de niébé devient de plus en plus importante à cause des variétés à production mixte (graines + fanes). En effet la vulgarisation des variétés à haut rendement en graines mais faibles en fanes n'a pas eu beaucoup de succès auprès des producteurs. Les fanes constituent une complémentation alimentaire pour leur propre bétail et une source importante de revenus pendant la saison sèche. Son commerce est particulièrement florissant en milieu urbain et péri-urbain en raison du nouvel essor de l'élevage des petits ruminants dans les zones où l'embouche est fortement pratiquée. Bien que la pratique de la culture fourragère soit limitée, on observe de plus en plus quelques cas de culture pure de niébé dont l'objectif principal est la production des fanes à des fins commerciales.

Il convient d'encourager ce genre d'initiatives qui sont de nature à assurer l'intégration effective de l'agriculture et de l'élevage.

3.1.4 Difficultés à quantifier les coûts

En milieu rural, les producteurs ne procèdent pas à un enregistrement systématique des dépenses d'investissement et d'exploitation particulièrement en ce qui concerne les cultures pluviales. Dans ces conditions l'estimation des coûts de production présentée dans la documentation existante est basée sur des séries d'hypothèses qui entament la fiabilité des données fournies.

Dans le cadre du système d'association niébé-mil à Maradi le coût des intrants et des semences est respectivement de 832 F/ha et 336 F/ha en 1993. Ces coûts sont passés en 1994 suite à la dévaluation à 1.180 F/ha et 660 F/ha. La main d'oeuvre est considérée comme intégralement familiale donc non rémunérée.

A titre indicatif nous présentons dans l'annexe n°7 cet exemple d'estimation des coûts de production du niébé dans le système associé au mil à Maradi.

Les contraintes de la production

Les principales contraintes de la production se résument ainsi qu'il suit :

- l'insuffisance et la mauvaise répartition des pluies dans l'espace et dans le temps;

- la forte pression exercée sur les terres agricoles en raison de la croissance démographique et leur résultante dont la remontée des cultures vers le nord sur des terres moins aptes à l'agriculture ;

- l'insuffisance et l'inadéquation des moyens de conservation et de stockage ;

- l'informalisation des activités d'approvisionnements en facteur de production ;

- la vulnérabilité du niébé aux insectes et aux maladies et la non-disponibilité des produits phytosanitaires en quantité, en qualité et à temps ;

- la dégénérescence des semences améliorées ;

3.2 La demande

La demande de niébé comprend deux principaux éléments que sont la demande nationale et la demande à l'extérieur représentée par les exportations. Ces deux éléments sont influencés par la situation socio-économique du pays producteur et du pays consommateur, de la place qu'occupe le niébé dans la structure de consommation, du pouvoir d'achat des consommateurs, du prix au consommateur et du coût de revient des transactions.

3.2.1 La demande nationale

Contrairement à la plupart des pays de l'Afrique Occidentale où le niébé est très prisé par la population, au Niger il s'agit surtout d'une culture commerciale dont près de 2/3 de la production fait l'objet d'exportation.

Il existe très peu de données sur la consommation de niébé au Niger, mais la plupart des sources consultées, la situe dans la fourchette de 12 à 35% de la production nationale. La demande se repartie comme suit :

- 15% sont auto-consommés (y compris les pertes et les semences) ;
- 16 à 17% sont destinés au marché national ;
- 69% sont exportés principalement vers le Nigéria et le Bénin.

Le tableau n°14 donne des indications sur la production, les exportations officielles et les exportations totales de niébé entre 1982 et 1995.

Tableau N° 14 **Exportations du niébé au Niger de 1982 à 1995 (estimation en milliers de tonnes)**

Année	Production (a)	Exportation officielle (b)	Consommation (c) 16,2 %	Exportation totale (d) 68,8 %	Exportations officieuses (e)	Auto-consommation + semences et pertes 15 %
1982	272	4	44	187	183	41
1983	271	15	44	186	171	40
1984	195	12	32	134	122	29
1985	115	0	19	79	79	17
1986	293	31	47	202	171	44
1987	209	37	34	144	107	31
1988	304	6	49	210	204	45
1989	318	17	51	220	203	47
1990	216	32	35	149	117	32
1991	433	33	70	298	265	65
1992	401	35	64	677	242	60
1993	163	26	26	113	87	24
1994	382	01	62	263	262	57
1995	354	-	57	244	-	53

Source : Evaluation rapide de la commercialisation du niébé au Niger Mai 1989
Ce tableau a été complété de 1988 à 1995 par l'équipe de l'étude.

(a) Statistiques agricoles de 1982 à 1995
(b) Information donnée par le Ministère du Commerce, Département du Commerce Extérieur. Ces chiffres représentent surtout les exportations de la SONARA.
(c) 16,2 % de la production totale
(d) Production totale moins 15 % pour les semences et les pertes moins la consommation
(e) Exportations Totales moins Exportations Officielles

1) Niveau de consommation

A la lumière des estimations sus-mentionnées, il se dégage le constat selon lequel la consommation de niébé au Niger est influencée par :

- une faible demande comportant des disparités entre d'une part les zones rurales et les zones urbaines et d'autre part en corrélation avec le niveau de revenu;

- une variabilité saisonnière des prix entre les périodes de collecte, de pré-soudure et de soudure ayant les répercussions négatives sur le niveau de consommation.

a) Une faible demande liée aux habitudes alimentaires

Malgré le rôle important que joue le niébé dans l'amélioration de l'état nutritionnel de la population (à savoir sa forte teneur en protéines, en lysine et acides aminés essentiels) sa consommation moyenne est seulement de 6,6Kg/per capita/an soit moins de 3% de la consommation annuelle des céréales et produits alternatifs au Niger estimée à environ 240 Kg/per capita.

En effet, aussi bien en zone rurale qu'en milieu urbain, la structure de consommation est fortement dominée par le mil avec 123,7 Kg/personne/an soit 56,7% tandis que le niébé ne vient qu'en sixième position après le riz, le sorgho, le maïs, et le blé.

Ainsi, le niébé occupe une place marginale dans la consommation. Cette situation est certainement imputable d'une part au caractère commercial que revêt cette culture pour les producteurs et d'autre part au fait que les céréales (mil, sorgho, riz, maïs) constituent une source de calories relativement bon marché pour les populations. Cette faiblesse de la consommation est également liée aux habitudes alimentaires.

Selon les résultats de l'enquête Budget et Consommation des ménages au Niger (Novembre 1994) le niveau de consommation de niébé est en corrélation avec le degré de pauvreté. Le tableau n°15 donne des indications sur le lien existant entre revenu et consommation.

Tableau N°15: Consommation de Niébé des populations urbaines et rurales selon le degré de pauvreté.

Populations	Pauvre (Kg/personne)	Très pauvre (Kg/personne)	Non pauvre (Kg/personne)	Totale (Kg/personne
Urbaines	3,2	3,3	3,4	3,3
Rurales	5,3	5,2	10,7	7,2
Total	5,1	5	9	6,6

Source: NIGER - Enquête Budget/Consommation Nov.1994.

Il en résulte qu'en milieu rural, les couches les plus pauvres consomment à peine la moitié des couches non pauvres, tandis qu'en milieu urbain, on note un certain nivellement des parts consommées quel que soit le niveau des revenus.

Face à cette situation, le Gouvernement du Niger par le biais de l'Association des Femmes du Niger (AFN) a lancé à partir de 1978, des campagnes de sensibilisation sur l'ensemble du pays pour encourager la consommation du niébé. Ces campagnes menées sous le thème " Consommons Nigérien " visent également à expliquer aux populations le rôle essentiel que joue le niébé dans l'amélioration de l'état nutritionnel. Ainsi, dès 1979, une série de concours culinaires est lancée pour promouvoir les mets préparés à base de niébé/haricot.

Le Ministère de l'Agriculture à travers l'organisation des Journées Mondiales de l'Alimentation (JMA) a accompagné ce mouvement.

La conjugaison de ces efforts a certes permis de promouvoir de nombreuses recettes à base de niébé/haricot, mais force est de reconnaître qu'elle n'a pas débouché sur un changement des modes de consommation des populations et son impact reste limité à certaines grandes agglomérations (Niamey, Maradi, Zinder).

b) La hausse saisonnière des prix à la consommation

Les hausses sensibles de prix sur les marchés de consommation entre la période de pré-soudure et la collecte d'une part et entre cette dernière et la période de soudure d'autre part ont des répercussions négatives sur le niveau de consommation du niébé particulièrement chez les couches des populations les plus démunies.

Ainsi par exemple sur le marché de Maradi, cette variation inter-saisonnière par rapport à la collecte de 1993/94 est de + 117% et + 148% respectivement pour la pré-soudure et la soudure. Ces hausses significatives des prix dans les marchés de consommation couplées à la dévaluation du F CFA intervenue en Janvier 1994 influencent négativement la consommation du niébé affectée déjà par une faible demande au niveau national.

3.2.2 Demande extérieure

Le Nigéria constitue le principal débouché du niébé nigérien. C'est ainsi qu'après chaque campagne agricole près de 70% de la production nationale est exportée vers le Nigéria.

En 1995, selon des données recueillies auprès du SIM/OPVN, ce sont 87.080 tonnes de niébé nigérien qui ont été acheminées vers le Nigéria. En effet, la production nigériane de niébé qui est estimée en moyenne à plus de 700.000 tonnes/an couvre 85% de ses besoins nationaux. Il y a une forte demande émanant des Etats du Sud, qui absorbe aisément les exportations de niébé nigérien.

Avec une population estimée à plus de 120 millions d'habitants en 1994, le Nigéria est un grand consommateur de niébé, mais l'on ne dispose pas d'informations suffisantes sur les modes de consommation et les quantités de niébé faisant l'objet de transformation malgré l'existence de nombreuses unités industrielles.

Les préférences des consommateurs varient d'une ville à l'autre dans le Sud du pays. Par exemple, les consommateurs de Lagos préfèrent le grand haricot rouge qui vient de Maïdougouri dans le Nord Nigéria, tandis que dans les Etats de l'Est où la consommation de niébé est la plus importante c'est le haricot blanc qui est prisé. Les variétés importées du Niger sont généralement bien accueillies par les consommateurs malgré son coût de revient relativement élevé en raison des frais de transport.

3.2.3 Les contraintes liées à la consommation du niébé au Niger

La consommation du niébé au Niger est confrontée à de nombreuses contraintes limitant ainsi son développement dont les principaux sont :

- la vocation de culture commerciale donnée au niébé par les exploitants agricoles limite considérablement sa consommation. Il est plutôt vendu pour se procurer des revenus ;

- les prix relativement abordables auxquels les céréales vivrières comme le mil, le sorgho et le maïs sont vendues sur le marché ne favorisent pas sa consommation massive par les couches pauvres ;

- la forte prépondérance du mil dans le modèle de consommation aussi bien en zone rurale que dans les agglomérations urbaines.

- l'insuffisance des campagnes de sensibilisation visant à expliquer aux consommateurs le rôle important que joue le niébé dans l'amélioration de l'état nutritionnel;

- la très grande vulnérabilité des graines de niébé aux attaques des insectes n'incite guère les exploitants à stocker des grandes quantités pour l'auto-consommation ;

- les sensibles hausses saisonnières de prix (entre période de collecte, pré-soudure et soudure) limitent sa consommation à grande échelle;

- l'inorganisation des consommateurs face à la manipulation de l'offre (constitution de stocks) par les commerçants qui entraîne des hausse de prix ;

- les facteurs socio-culturels : le niébé est considéré comme une alimentation des pauvres;

- la place de choix qu'occupe les produits concurrents comme la viande dans les régimes alimentaires des nigériens;

3.3 Les marchés

L'étude s'est intéressée à la part de la production du niébé destinée à la vente, à l'auto-consommation et à divers usages dont l'épuration pour les semences. La documentation disponible révèle que 85% de la production rentre directement dans les circuits de la commercialisation.

Il convient de rappeler que la commercialisation du niébé au Niger a été sous le contrôle étatique de 1975 à 1984 à travers le monopole conféré à la société Nigérienne d'arachide (SONARA). Malgré la libéralisation intervenue en 1984, la SONARA continua à y jouer un rôle jusqu'en 1986.

Cette situation a occulté l'organisation du secteur privé alors très méconnue.

En effet, durant cette période, seuls quelques grands opérateurs économiques de Maradi et de Zinder obtenaient des licences d'exportation, conférant à une faible partie de la commercialisation privée un caractère officiel.

Une meilleure connaissance de la structure du marché n'est intervenue qu'avec la création en 1989 du Système d'Information sur les Marchés (SIM). Ce système intègre les informations sur les marchés du Niger et ceux du Nord-Nigéria

Les acteurs de cette commercialisation et de distribution développent des stratégies qu'il convient d'analyser en vue de dégager leurs avantages et leurs contraintes et de proposer des mesures d'amélioration des circuits. A cet effet, nous examinerons la manière dont chacun des acteurs prend en compte les variables fondamentales du marché, notamment: les variations de l'offre et de la demande ; la qualité du produit ; le prix ; la distance et le temps.

Mais auparavant une vue d'ensemble de la commercialisation permet de cerner l'ampleur du marché du niébé nigérien.

3.3.1 Vue d'ensemble de la commercialisation du niébé

Avant d'analyser le système de commercialisation du niébé et les mesures d'amélioration, il convient de connaître :

- les marchés déterminants ;
- les grands axes de commercialisation ;
- les intervenants importants.
- les difficultés à quantifier les volumes mis en marché.

1) Les marchés déterminants

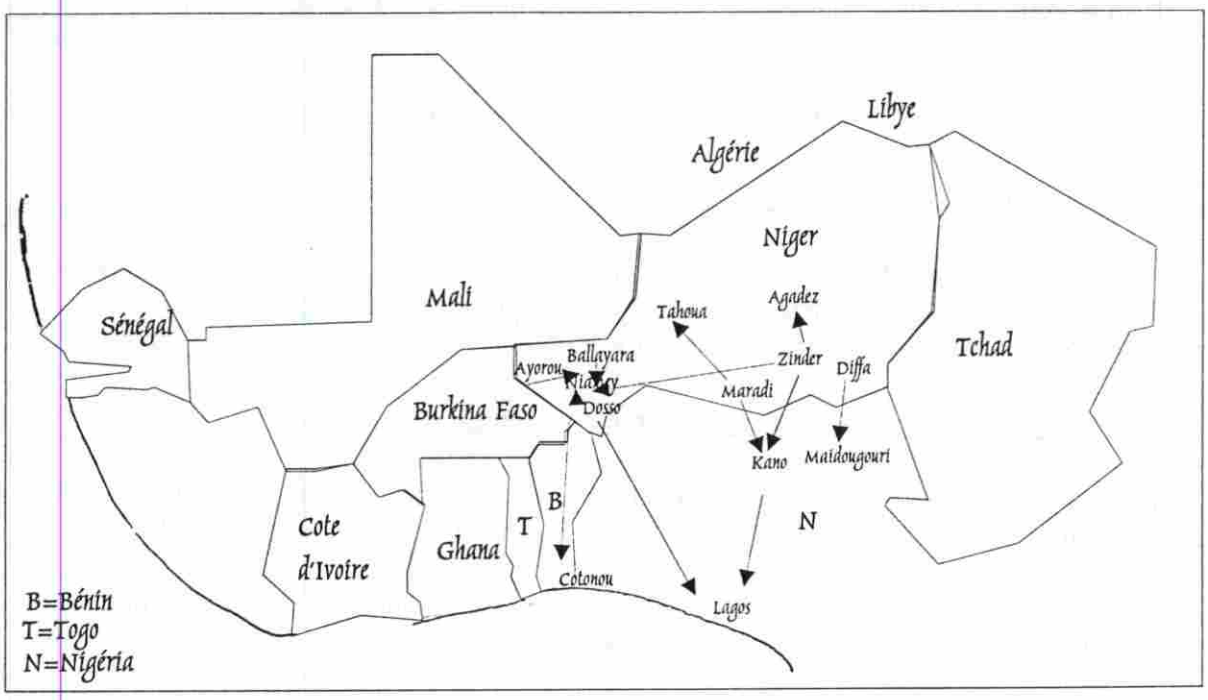
Le principal critère de distinction des marchés déterminants que nous avons considéré, est la présence des grands acheteurs. De l'analyse de la documentation ces marchés peuvent être classés par ordre d'importance décroissante ainsi qu'il suit : Kano, Zinder, Maradi, Dosso, Niamey.

D'une manière générale, le marché du Nigéria est menacé du fait de l'interdiction de l'importation qui frappe le niébé depuis 1992.

2) Les grands axes

Le premier constat est que les axes de ce produit essentiellement exporté au Nigéria, n'ont pas connu de diversification durant ces dernières années (cf carte N° 3).

Carte NO 3: Les grands axes de la commercialisation du Niébé



a) Les flux descendants

Ces flux portent exclusivement sur l'exportation. Les principaux flux partent des zones de collecte primaire et secondaire de Maradi et Zinder, vers le Nigéria et essentiellement sur le marché de Dauranau à Kano. Des exportations ont également lieu à partir de Diffa pour le Nigéria.

Le Département de Dosso approvisionne le Nigéria et le Bénin.

b) Les flux ascendants et les flux Est-Ouest

Ces flux concernent exclusivement le marché interne :

- Zinder approvisionne Agadez et Niamey ;
- Maradi fournit du niébé à Tahoua et Niamey ;
- Dosso en livre à Niamey.

c) Les flux Ouest-Est

Le niébé d'Ayerou est livré à Niamey et Balleyara.

L'importance relative de chacun des axes ne peut être précisé, en l'absence de données fiables. De nouveaux axes commencent à apparaître. Au cours de la campagne de commercialisation 1994/1995, le niébé a été exporté au Togo, au Ghana et en Côte d'Ivoire. La prospection du marché de l'Afrique du Sud est prometteuse.

3) Les intervenants importants

A ce stade, il s'agit d'une identification des intervenants : producteurs, commerçants-collecteurs; commerçants grossistes, la SONARA liquidée en 1990. Jusqu'en 1985, il n'existait au Nigéria que deux grands acheteurs du niébé Nigérien.

4) Les difficultés à quantifier les volumes mis en marché

Le caractère informel de la commercialisation est un aspect important qu'il convient de relever. Aussi, l'évaluation des quantités mises en marché devient-elle difficile.

En effet les services chargées d'enregistrer les exportations fournissent des données très différentes. En 1994, les exportations seraient de :

· 96.525 tonnes selon la direction de la protection des végétaux ;
· 1.236 tonnes selon les services des douanes ;
· 462 tonnes selon le Conseil National des Utilisateurs des Transports.

En conclusion, nous retenons que les intervenants importants évoluent dans des marchés déterminants relativement proches les uns des autres et également de la frontière Niger-Nigéria, il s'agit de Maradi, Zinder, Kano.
Dans ces conditions, le temps et les coûts de transfert devraient être faibles.

3.3.2 Les habitudes actuelles de la commercialisation des producteurs

Du fait de la libéralisation de la commercialisation du niébé en 1984, les circuits se sont modifiés ces dernières années et des nouveaux acteurs sont rentrés dans ce segment de la filière. En dehors des membres des coopératives qui collectaient une faible partie de la production au profit de la SONARA en vue de son exportation, les producteurs ont de façon permanente vendu leur niébé aux exportateurs du secteur privé.

Les producteurs évoluent individuellement dans des circuits courts de commercialisation, dans un système informel.

L'évolution de la commercialisation du niébé par les coopératives est retracée dans le tableau N°16 Il apparaît de faibles quantités à cause :

- de la faiblesse des moyens financiers des structures coopératives ; l'apport de l'Etat pour la constitution d'un fonds de garantie et les crédits bancaires n'ont pu être mobilisés en 1995.

- l'insuffisance de la prospection des marchés du Nigéria et du Ghana ;

La prospection des marchés du Togo, du Bénin, du Nigéria et de l'Afrique du Sud se poursuit à l'UNC et à la CSPPN. L'UNC projette de commercialiser 20.000 tonnes en 1996/97 et la CSPPN, 5000 tonnes.

Tableau N°16 Volumes commercialisés par les coopératives

Années	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Volumes	826	12.814	29.419	-	11.190	11.179	43	102	583	504	2.049	536

3.3.3 les réseaux de commercialisation : les réseaux, les acteurs et leurs rôles respectifs

Nous examinons successivement : le réseau des marchés; le réseau des commerçants-collecteurs aux commerçants grossistes et le réseau des commerçants grossistes vers les détaillants.

1) Le réseau des marchés

Les marchés peuvent être classés en différentes catégories en fonction des acteurs en présence et de l'importance des transactions. Le réseau des marchés de niébé comporte quatre composantes dont il convient de dégager les rapports fonctionnels :

- les marchés de collecte ;

- les marchés de regroupement ;

- les marchés de gros.

- les marchés de consommation qui ont été analysés dans la section consacrée à la demande de niébé.

a) Les marchés de collecte

Sur les marchés de commercialisation primaire au détail, ou marchés de collecte ruraux, on retrouve des producteurs qui vendent à des petits commerçants qui conditionnent le niébé dans des sacs destinés à la revente. Dans ces conditions, il existe une relation forte entre le réseau des marchés de "détail" et le réseau des marchés de rassemblement.

b). Les marchés de regroupement

Les marchés de regroupement se localisent généralement dans les villes secondaires et les centres urbains qui sont très dispersés dans la zone agricole.

Rentrent dans les transactions : du côté de l'offre, les producteurs et les petits commerçants locaux; du côté de la demande, les commerçants-collecteurs dont la rotation des stocks peut être lente ou rapide en fonction des opportunités à saisir.

c) Les marchés de gros

Les marchés de gros sont approvisionnés par les commerçants-collecteurs en produit provenant des marchés de regroupement. Leur clientèle est composée de grossistes en provenance de Kano, Maradi, Zinder, Tahoua, Agadez, Dosso, Niamey, Diffa, Maïdougouri.

Pour clore sur le réseau des marchés, notons que :

- les marchés de collecte et les marchés de regroupement sont dispersés ;

- les grands marchés de gros sont relativement concentrés le long de la frontière avec le Nigéria ;

- les marchés de consommation sont importants en milieu rural et urbain ;

- il existe des liens forts entre les différents types de marchés. Cette chaîne de marchés éloigne le producteur du consommateur en raison de nombreux intervenants.

2) Le réseau des commerçants-collecteurs vers les marchés

C'est le réseau le plus complexe dans lequel interviennent en cascade : le commerçant-collecteur (responsable du réseau) et le producteur : le responsable de la collecte qui reçoit les capitaux, de 1 à 10 millions par semaine et les collecteurs (ou acheteurs) au nombre de 5 à 10, qui se déploient sur les marchés ruraux. Souvent ces derniers se placent à l'entrée des marchés pour capter le produit.

3.3.4 **Les infrastructures de communication**

En milieu rural les pistes entre les zones de production, les marchés de collecte et les marchés de regroupement sont dégradées, ce qui ne favorise pas les échanges.

3.3.5 Les variations des prix

Trois types de variation méritent d'être analysées : les variations saisonnières, les variations inter-annuelles et les différences de prix selon les localités à un moment donné.

1) Les variations saisonnières

Abondante à la collecte dans les départements de Maradi et Zinder, cette légumineuse connaît les prix les plus bas à la collecte à Tessaoua (201 F/kg), Bakin-Birgui et Doutchi (203 F/kg). Par contre à Sabon-Machi (270 F/kg), à Aguié (247 F/kg) et à Dakoro (242 F/kg) connaissent les prix les plus élevés.

L'augmentation annuelle atteint à la collecte 152 %. Par contre, il est observé en Juillet 1996 une hausse des prix à la récolte de 22 % par rapport au mois de Juin 1996.
A la consommation, l'accroissement annuel est de 129 % et la hausse annuelle est de 11%.
A la consommation, nous assistons à des prix de 345 F/kg à Diffa. Ces prix descendent à 208 F/kg à Tessaoua.

Au sac les prix oscillent entre 212 F/kg à Yéda et 341 F/kg à Diffa.
A Niamey, seuls les marchés du Complexe et de Katako disposent de cette légumineuse au sac à un prix de 260 F/kg. Au Nord-Nigéria, les prix varient entre 168 F/kg à Kano et 312 F/kg à Gusau. A ce niveau l'augmentation annuelle atteint 174 F/kg.([11])

2) Les variations inter-annuelles

Les prix aux producteurs sont influencés par les résultats de la campagne agricole, la demande et les stratégies post-récolte.

L'examen du tableau n°17 révèle que les prix à la collecte ont subi une hausse de 30 % entre la campagne 1992/93 et 1993/94.

Cependant il a chuté significativement au cours de la campagne 1994/95 année de campagne hivernale exceptionnelle (l'offre était abondante).

3) Les différences de prix selon les localités

Rappelons que les prix sont bas à Tessaoua et à Aguié, zones de production, par contre ils sont élevés à Diffa zone à vocation pastorale.

3.3.6 Les coûts de transactions

Les coûts des transactions à l'exportation du niébé ne sont pas maîtrisés à cause du caractère informel dominant. cependant en ce qui concerne les transactions internes le SIM/OPVN estime les coûts de transaction du niébé transféré de Dakoro à Maradi à 77050 F/tonne en 1993 et à 68850 F/t en 1994. Ces structures de coût présentent les différences suivantes :

---

[11] : Sahel (le) Quotidien Nigérien d'information n° 5200 du Mercredi 17/07/96

le prix à l'achat de 65.300 F/t en 1993 est tombée à 54.000 F/t en 1994; par contre le transport est passé de 6650 F en 1993 à 10.000 F en 1994[12].

3) Le réseau des commerçants-collecteurs aux commerçants grossistes

Lorsqu'il est destiné au Nigéria les commerçants collecteurs confient le niébé à des "transitaires informels" qui sont en mesure de transférer le produit avec le minimum de risque et en réduisant les "faux frais" ou pots de vin distribués aux postes de contrôle. Depuis l'interdiction de l'importation du niébé par le Nigéria, les commerçants procèdent à une négociation avant d'effectuer le transferts. Trois situations se présentent :

- l'exportateur se rend sur le marché de gros pour chercher des acquéreurs ;

- la recherche d'une clientèle en utilisant les services d'un intermédiaire sur le marché de gros du Nigéria ;

- l'importateur nigérian se rend à Maradi ou à Zinder pour négocier les contrats.

Le stockage massif se fait à kano, ce qui confère aux grossistes un pouvoir de contrôle du système. Leurs fonctions ressortent dans les tableaux n° 18 et 19 ;

Les commerçants pratiquent deux types de stratégies ;

- la rotation rapide des fonds et du produit. Le niébé collecté est écoulé au fur et à mesure sur les marchés de consommation;

- le stockage du produit sur une période de 6 à 7 mois. La collecte s'effectue d'octobre à janvier de chaque campagne tandis que la vente a lieu entre juin et septembre de la même campagne de commercialisation.

Les recettes de la vente permettent le financement de la nouvelle campagne de collecte qui débute au Niger à partir d'octobre.

Sur la base de ces deux stratégies, le SIM à retracé l'évolution des marges au cours des campagnes de commercialisation de 1993 à 1995 dans le tableau n°17.

---

12 : Cité par Etude filière PASA/MAG/EL Mai 1995, page 18

Tableau N°17 **Estimation de la marge brute de commercialisation du niébé sur l'axe Maradi-Kano en F CFA/tonne et en % du prix à la collecte**

Stratégies	Stratégie de rotation			Stratégie de stockage		
Campagne	1992/93	1993/94	1994/95	1992/93	1993/94	1994/95
Prix à la collecte	89.000	126.000	76.000	67.000	78.000	62.000
Prix de revente à Kano	102.000	175.000	97.000	123.000	196.000	97.000
Marge brute réalisé	13.000 (15%)	49.000 (39%)	21.000 (28%)	56.000 (84%)	118.000 (151%)	35.000 (56%)

Source de : SIM OPVN

Il apparait que :

- les commerçants ont profité de la dévaluation avec des marges qui ont plus que doublé ;
- la faible marge dans le cas de la stratégie de stockage en 1994/1995 s'explique essentiellement par la pléthore qu'il y a eu à kano. Cette marge reste tout de même supérieure à celle réalisée dans le cas de la stratégie de rotation rapide.

Le commerçant intègre toutes les variables de marchés dans ses stratégies, notamment les écarts entre le prix d'achat et de vente.

Son prix d'achat est fonction du montant plafond fixé par le responsable du réseau qui est informé des prix pratiqués sur les marchés de consommation locale et du nigéria. Les collecteurs proposent les prix aux producteurs en conséquence. Dans la plupart des cas, ces derniers se trouvent contraints de vendre leur production sinon les invendus vont entraîner des coûts de transaction (transport, stockage et entretien).

Par ailleurs, leurs besoins de liquidité sont importants. Aussi, le prix aux producteurs varie-t-il en fonction des stratégies des responsables de collecte des différents réseaux.

Dans ces conditions, il ne peut y avoir de prix incitatif pour accroître la production à des fins commerciales.

Dans la plupart des cas, les commerçants qui ont une surface financière importante notamment les principaux responsables de réseaux pratiquent la double stratégie. Les commerçants diversifient leurs activités. Selon HAMADOU SEYNI «les commerçants reviennent toujours avec des céréales après avoir vendu leur niébé. Cette pratique se justifie à travers la dépréciation continue de la naira que les commerçants céréaliers évitent de garder trop longtemps. Ce double commerce leur permet de profiter à la fois sur le niébé et sur les céréales importées[13]».

---

[13]HAMADOU SEYNI : Marché des céréales et du niébé.Bulletin d'analyse campagne 1994-1995; 35 pages; P25

Les réseaux des commerçants impliquent plusieurs intervenants dont ils utilisent les services pour assurer : l'achat, le regroupement, le transport, le stockage et la conservation. Ces "employés" interviennent à toutes les étapes du circuit et certains toute l'année.
Pour contourner les réglementations commerciales du Niger et du Nigéria, ces activités sont menés dans l'informel et il n'est pas exagéré de parler d'activités clandestines. Le transfert du niébé est hautement risqué parce que le produit est prohibé au Nigéria. La contrainte principale est donc d'ordre réglementaire.

L'exportateur doit également se conformer à la réglementation de la commercialisation dont les objectifs et le fonctionnement sont représentés en annexe n°4 sur les plans commercial fiscal et douanier. Il doit notamment :

- satisfaire aux conditions de base c'est à dire paiement de la patente et des cotisations au CNUT et à la chambre de commerce ;

- lever le feuillet d'enregistrement lié au guichet unique institué en 1990 ;

- passer au contrôle sanitaire avec son produit ;

- avoir un certificat d'origine du produit.

La diversification des produits commercialisés permet d'assurer aux commerçants un auto-financement.
Actuellement les commerçants agissent individuellement. Cependant le désir de conjuguer les efforts existent. Rappelons que la Caisse de Stabilisation et de Péréquation des Prix du Niger a déjà un groupe de partenaires disposés à constituer une société de commercialisation des produits agro-pastoraux dont le niébé.

4) Le réseau des commerçants de gros vers les détaillants

C'est le marché Dawanou de Kano qui est l'un des centres le plus important du commerce du niébé. Le niébé nigérien y est stocké par les négociants Nigérians jusqu'à ce que les prix montent (pendant les mois de mars et avril), puis transporté dans les villes du Sud Nigéria telles que Lagos, Onitsha, Ibadan et Osogo où il est vendu d'abord aux détaillants, puis aux consommateurs.
Ce réseau est actuellement le moins connu; les enquêtes du SIM s'effectuent essentiellement dans le Nord du Nigéria.

Tableau N°18 Fonctionnement d'un circuit type impliquant les réseaux transfrontaliers de Zinder et du Nigéria pour la commercialisation du niébé.

Acteurs	Fonction	Lieu	Périodes
Producteurs nigériens	Mise en marché de quelques tia à quelques sacs	Marchés ruraux de collecte de : Bakin Birgi Droum, Dogo, Guidimouni, Mirriah, Tessaoua, Koudoumaoua, Maï Jirgui, Toudoun Agoua, Magaria, Matamèye, Sabon Kafi	Toute l'année : Octobre de l'année n à septembre de l'année n+1
Acheteurs	Achats et regroupement des sacs sur les marchés	#	#
Intermédiaires dépendants ou responsables de collecte	Regroupement des produits sur les marchés d'où partent les changements	Bakin Birgi Matamèye Koudoumaoua	#
Patron du circuit	· Financement de la collecte · Regroupement de plusieurs tonnes par jour de marché · Transport aux clients et correspondants · Stockage du niébé au Nigéria	· Zinder · Marchés de regroupement · Niamey et Kano · Kano au Nigéria	Toute la campagne
Transitaire	· Assure le bon déroulement des exportations du niébé au Nigéria mais aussi le bon déroulement des importations jusqu'au lieu de résidence du lieu responsable du réseau · Vend également quelques produits pour son propre compte	Basé à Magaria	Toute l'année
Correspondants au Nigéria	· Réceptionne le niébé · Location de magasin, traitement et stockage du niébé · Fourniture de maïs, mil et sorgho	Maïgatari et Kano	· Janvier à Mars · Janvier à Juillet · Toute l'année

Source : SIM/OPVN

Tableau N°19 Circuit type de commercialisation du niébé et su souchet collectés dans la zone de Maradi et exportés vers le Nigéria

Acteurs	Fonction	Lieu	Périodes
Producteurs	Mise en marché	· Marchés ruraux de Tessaoua, Aguié, Gazaoua, Mayahi, Tchadoua, etc.	Toute l'année (Octobre de l'année n à septembre de l'année n+1)
Acheteurs	Achats et regroupement des sacs	#	#
Intermédiaires dépendants	Regroupement	Maradi, Tessaoua, Koudoumaoua	#
Grand commerçant	· Finance la collecte · Regroupement · Transport au Nigéria · Traitement du niébé · Stockage sur plusieurs mois au Nigéria · Vente du niébé et achat de céréales	· Maradi · Maradi et marchés de regroupement · Nigéria (Kano) · Nigéria (Kano) · Nigéria (Kano)	· Toute l'année · Toute l'année · Octobre à janvier · Février à juillet · Août à septembre
Grands commerçant du Nigéria	· Achat paiement comptant · Transport vers le Sud	· Nigéria (Kano)	Toute l'année

Source : SIM/OPVN

3.3.7 Les contraintes au développement des marchés

Les programmes d'appui au développement à adapter au niébé des marchés doivent tenir compte des contraintes liées; à l'amont; à l'organisation des marchés; à l'exportation; aux supports de commercialisation (stockage, conservation et transports) :

1- La contrainte liée à l'amont :

- la dégénérescence des semences qui réduit la qualité du produit ;

2- Les contraintes liées à l'organisation des marchés :

- les fortes variations inter-annuelles des prix (cf tableau n°17). Les prix à la collecte de Maradi sont passés de 89.000 F la tonne en 1989 à 126.000 F en 1994 puis à 76.000 F en 1995 ;

- le sous-équipements des unités économiques, notamment les coopératives qui ne disposent pas de bascules, de bâches de protection et de produits d'entretien.

- l'insuffisance d'organisation professionnelle aux niveaux local et régional pour la commercialisation du niébé ;

- le manque des moyens de financement de la commercialisation conduit à brader la production dès la récolte ;

- l'enclavement des lieux de production qui ne facilite pas les échanges ;

- la complexité du circuit d'exportation qui confine les producteurs dans des circuits cours de commercialisation primaire, en fréquentant les marchés les plus proches de leur lieu de résidence.

- la fiscalité lourde, patente élevée (cf annexe N°5).

3- Les contraintes à l'exportation

- les données quantitatives non concordantes selon les sources ;

- la conservation difficile ;

3.4 La transformation

Cependant les graines de niébé sont difficiles à conserver ou à stocker au delà d'un certain temps à cause de leur très grande vulnérabilité aux parasites. C'est pourquoi seule une transformation de ces graines pourrait permettre d'un part de prolonger la durée de leur entreposage et utilisation et d'autre part multiplierait les débouchés. Dans cette optique plusieurs initiatives ont été prises au Niger pour améliorer les technologies de transformation et d'utilisation du niébé.

Compte tenu du caractère périssable des graines du niébé, il est important de les traiter en vue de prolonger la durée d'entreposage et de les transformer pour une meilleure valorisation et une multiplication de débouchés.

Dans cette optique plusieurs initiatives ont été prises pour améliorer la technologies de transformation et d'utilisation du niébé.

Des tentatives de transformation industrielle du niébé ont été envisagées au milieu des années 80 par la SOTRAMIL (Société de Transformation du Mil) à Zinder en vue de fabriquer de la farine de niébé. Le produit ainsi obtenu n'a pas été bien accueilli par les consommateurs parce qu'il ne répondait pas à leur goût. La raison de cette désaffection vis-à-vis de la farine ainsi obtenue, est due en partie au fait que les graines de niébé n'ont pas fait l'objet de décorticage.

Contrairement à la transformation industrielle, le Niger dispose d'un important potentiel de transformation artisanale du niébé à petite échelle qui comporte une gamme d'activités telle que le décorticage, le réhydratation, le pilage, le trempage dans l'eau, la friture, la cuisson à la vapeur etc...

Suivant ces méthodes ci-dessus énumérées, il se dégage une longue liste de recettes ou mets comprenant des plats principaux, des collations et des desserts confectionnés à base de niébé dont voici quelques unes:

- Galettes de niébé (kéléna en Zarma, kossaï en haussa);
- Couscous de niébé (béroua en haussa);

- Farine de niébé;
- Pâte de niébé;
- Alélé (sorte de gâteau préparé sous-vapeur);
- Gabda ou Dan-waké;
- Salade de niébé;
- Kato délégué (association niébé-riz);
- Légumes verts à partir des feuilles;
- Doungouri Foufoulanté,
- Boulettes de haricot etc....

Parmi toutes ces recettes, le met de loin le plus courant semble être la pâte de niébé frite appelée Kékéna (en Zarma) ou Kossaï (en Haussa). C'est une sorte de beignet fabriqué par les femmes (tôt le matin ou le soir) et vendu à tous les coins des rues et au sein des marchés (urbains et ruraux).

C'est un produit très apprécié par toutes les catégories de la population et fait office d'aliment d'appoint. En outre le niébé associé au riz est également bien accueilli par les consommateurs de revenus modestes en particulier.

En dépit de la place de choix qu'occupe le niébé dans les stratégies alimentaires au Niger, il n'y a pas eu des recherches approfondies concernant la mise au point des technologies alimentaires en adéquation avec les besoins des populations. Car ni la Faculté de l'Agronomie de l'Université de Niamey, encore moins l'INRAN ne dispose de département de recherche dans ce domaine.

Il n'y a pratiquement pas de données sur les quantités de niébé qui sont transformées au Niger.

En dépit de ces nombreuses initiatives d'élaboration de technologie, on ne peut parler de transformation industrielle du niébé au Niger.

3.6 Contraintes liées à la transformation

Les principales contraintes qui se posent à la transformation du niébé au Niger sont:

- la quasi-absence de structures formelles de soutien à la transformation du niébé;
-l'absence d'institutions étatiques ou para étatiques chargée de mener des recherches sur les technologies spécifiques au niébé ;

-les nombreuses recettes découvertes à l'occasion des concours culinaires n'ont pas bénéficié d'une large campagne de vulgarisation auprès des populations;

-l'absence d'unité industrielle de transformation. En fait, les perspectives d'industrialisation sont incertaines compte tenu du fait que le principal débouché de la production de niébé est l'exportation sous forme de graines;

-l'absence d'une technologie appropriée de réduction de pertes après récoltes économiquement applicable.

Conclusion

Certes la production du Niébé s'est fortement accrue. Ces dernières années, mais elle est liée à l'accroissement important des superficies qui ont à titre indicatif doublé entre 1985 - 1994. les rendements demeurent faibles. Les techniques de production n'ont pas connu des réelles nutations. Le niébé demeure vulnérable aux maladies virales et aux attaques des insectes à tous stades de son cycle (culture et conservation).
Le crédit de campagne et le crédit à la commercialisation font défaut.

L'interdiction d'importation du Niébé au Nigéria principal débouché, constitue une entrave au transfert du produit par les voies légales d'où la forte informalisation des échanges.

Cependant l'achat des céréales à partir des recettes tirées de la vente du niébé au Nigéria crée un lien entre ces deux filières et favorise l'intégration économique. Ce type de lien se développe également entre la filière niébé et la filière bétail à travers l'importante production des fanes.

Conclusion de la deuxième partie

L'analyse du fonctionnement des filières Bétail - Viande, Oignon et Niébé a révélé des potentialités importantes dotant le Niger d'un avantage certain. Cependant, elles sont confrontées à des multiples contraintes qu'il convient de rappeler succinctement.

1 - La filière Bétail - viande

Le Niger dispose d'un effectif important le bétail dont les conditions de production sont difficiles notamment dans les zones pastorales, l'insuffisance de l'adoption des systèmes intensifs, ce qui se traduit par la faiblesse des rendements en terme de performances individuelles des animaux.

Le taux d'exploitation est faible.

Les échanges sont effectués essentiellement vers le Nigéria et le Bénin, espace qualifié sur le plan régional de Couloir Oriental. Une faible partie passe par le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire, dans le couloir dit central.

Tous les segments de la filière importent des entraves dont les coûts de transport, les tracasseries administratives le manque de financement, l'insuffisance de la circulation des informations sur les marchés.

Les grandes rencontres de concertation régionale organisées par le CILSS, le CEBV et l'autorité du Liptako - Gourma laissent augurer de bonnes perspectives quant à la volonté d'harmonisation des politiques.

2 - La filière oignon

D'importantes potentialités existent dans les vallées et leur mise en valeur se base essentiellement sur l'expérience cumulée des paysans. Cependant, les appuis reçus des services techniques et projets de développement ont permis d'augmenter sensiblement les rendements. Cependant, cette importante production est confrontée à des problèmes de conservation et de stockage compte tenu de sa nature très périssable. mais les solutions préconisées sont encourageantes.

si les producteurs évoluent dans des circuits-courts de commercialisation, en revanche les commerçants ont une bonne connaissance de la filière et accèdent à des marchés lointains mais supportent des coûts de transport élevés et subissent des tracasseries administratives y compris au Burkina Faso pays membre du CILSS. En outre, l'oignon nigérien est concurrencé par ceux du Burkina Faso, Mali et Hollande sur les marchés d'Abidjan.

Les différents pays membres du CILSS rentrent sur les marchés en ordre dispersés, toutefois la récente adoption de l'élargissement à l'oignon couloir central de commercialisation du bétail laisse entrevoir une volonté d'harmonisation des politiques.

3 - La filière niébé

Sur le plan des techniques culturales, la production du niébé est relativement maîtrisée par les paysans, mais cette culture demeure très vulnérable aux parasites du stade végétatif à la conservation des graines.

Produits à des fins commerciales, sa consommation au Niger reste limitée compte tenu des préjugés socio-culturels.

Le processus de son transfert du producteur aux consommateurs extérieurs notamment du Nigéria est complexe du fait de l'interdiction de son importation.

Il ressort de l'analyse de ces filières une relative similitude des contraintes qui se posent à leur compétitivité, d'où la nécessité d'un traitement global, qui n'occultera cependant pas les solutions spécifiques.

Troisième partie : Les Recommandations

Cette partie est subdivisée en deux types de recommandations.
Il s'agit des recommandations communes et des recommandations spécifiques à chaque filière.

I Recommandations Communes aux filières

1. Au plan de la volonté politique

Cette volonté politique devra se manifester par la création d'un environnement économique et institutionnel incitatif aux opérateurs indépendants, aux groupements et aux sociétés en privilégiant l'investissement productif, en favorisant les échanges inter-régionaux et internationaux, en accordant une autonomie aux groupements et aux coopératives librement constitués et en incitant le système bancaire à intervenir dans ces filières concomitamment aux caisses populaires.

2. Au plan des statistiques

2.1 : - Appuyer le recensement général de l'Agriculture en vue de maîtriser le potentiel de production (effectifs du bétail, vocation des terres, disponibilités en main d'oeuvre etc...).

- Mettre en place une banque de données fiables sur les filières, dont l'intérêt est de fournir aux autorités politiques et aux opérateurs économiques les informations nécessaires à la prise des décisions.

2.2 : - Appuyer les services producteurs, centralisateurs et diffuseurs de l'information pour la collecte et l'analyse systématique et approfondie des données sur les filières.

3. Au plan de la recherche

- Poursuivre de la recherche en vue de l'amélioration des variétés et des espèces animales adaptées au climat et leur vulgarisation en milieu paysan.

- Développer des semences et d'espèces améliorées pour répondre aux exigences du marché international tant sur les normes que sur la qualité des produits pouvant bénéficier d'un label nigérien.

4. Au plan du Financement

Appui institutionnel aux institutions financières rurales (cas des caisses populaires d'Epargne et de crédit)

- Offrir des garanties bancaires aux groupements d'exportateurs et faciliter les réglements financiers.

- Amener les banques à s'impliquer d'avantage dans toute la filière.

5. Au plan de la Consommation

- Encourager l'émergence des Associations de défense des intérêts des consommateurs en vue d'une information sensibilisation de ces derniers sur les aspects suivants :

  - Valeur nutritionnelle des produits.
  - Information sur les prix et la qualité.
  - Etudier et Analyser les préférences des Consommateurs.

6. Au plan des marchés

Appuyer les institutions nationales chargées de la promotion des produits agro-pastoraux, l'UNC, la CSPPN et le CNCE pour qu'elles mènent une prospection dynamique des marchés. Celles-ci doivent être présentes en permanence sur les marchés et discuter directement avec la clientèle acquise et potentielle.

- Appuyer les groupements des professionnels des filières pour qu'ils soient présent surtout sur les marchés de consommation afin de disposer d'informations utiles (prix, préférences des consommateurs etc...).

- Faciliter des rencontres des participants au marché dans les zones de production avec des participants dans les pays consommateurs.

- Renforcer le SIM/Bétail et le SIM/OPVN dans le traitement et l'analyse des prix collectés.

- Vérifier si les acteurs des filières prennent véritablement en compte dans les transactions qu'ils réalisent les informations sur les informations radiodiffusées sur les prix.

- Appuyer les programmes de formation qu'organise le CNUT à l'attention de ses membres (les opérateurs économiques).

7. Au plan institutionnel

- Assurer un appui institutionnel aux services techniques, aux associations et ONG en vue de développer le professionnalisme. La gestion des filières doit s'effectuer avec la plus grande rigueur par des cadres qui en font leur carrière. Ces services et ONG disposeraient ainsi de compétences requises pour appuyer à leur tour les autres intervenants des filières.

- Appuyer le programme de lutte contre la pauvreté dans la mise en oeuvre des projets à haute intensité de main d'oeuvre notamment dans la construction des pistes rurales et d'autres infrastructures communautaires dont les retenues colinaires. Cela pourrait développer une synergie des interventions.

- Promouvoir l'émergence d'organisations professionnelles capables de prendre en charge les filières et d'être des interlocuteurs valables de leurs partenaires et de contribuer à la prospection des marchés internes et externes. En outre leur assurer une formation commerciale et en gestion en langues nationales.

8. Au plan des infrastructures

- Développer les infrastructures de communication dans les zones de production (pistes, routes, télécommunications) pour atténuer leur enclavement.

9. Au plan des politiques et mesures commerciales et fiscales

- Assurer une large diffusion des politiques et mesures prises dans le cadre de l'amélioration de la compétitivité des filières par voie de presse écrite, radio-diffusée et télévisée.

- Agir sur la fiscalité notamment en réduisant la patente pour encourager la participation d'un plus grand nombre d'opérateurs économiques à la commercialisation des produits agro-pastoraux.

II Les recommandations Spécifiques

1- Filière bétail - viande

1) Intensifier la lutte conte les maladies animales notamment la peste bovine, la péripneumonie contagieuse bovine et la fièvre aphteuse en vue de protéger le bétail, d'augmenter sa productivité, de produire de la viande saine et de franchir ainsi les barrières sanitaires des marchés extérieurs.

- Etablissement d'une carte épidémiologique (surveillance appropriée).

2) Améliorer l'alimentation du bétail :

- en développant l'hydraulique pastorale par la réhabilitation et la création des points d'eau en vue d'obtenir l'équilibre bétail - pâturage - Eau.

- en aménageant l'espace pastoral, pour une exploitation rationnelle des sous-produits agricoles d'une part et d'autre part pour l'atténuation des conflits agriculteurs - éleveurs par la matérialisation des couloirs de passage et des pistes à bétail.

- réhabilitation et Extension des abattoirs séchoirs municipaux.

2- Filière Oignon

- Poursuivre les recherches sur l'oignon hivernal en vue d'assurer aux producteurs des revenus réguliers et substantiels.

- Entreprendre des études sur les effets de rotation de l'oignon avec les autres cultures (sorgho) afin de préserver le potentiel productif.

- Favoriser la multiplication des semences par des opérateurs privés car cette activité s'avère rémunératrice.

- Mise en oeuvre des recherches appliquées pour mieux comprendre les préférences des consommateurs, les méthodes et les coûts de transformation.

- Mettre au point et vulgariser des méthodes de conservation et de stockage améliorées, économiquement appropriables par les producteurs.

- Financement d'un partenaire dans le secteur privé pour encourager la fabrication des filets, des sacs et des étiquettes faisant ressortir le label nigérien.

- Développer sur le modèle de FlexFaso avec un opérateur du secteur privé un système d'ensachage en filets pour la vente locale des oignons et d'autres produits.

3- Filière Niébé

- Développer la culture attelée aux fins d'intensification.

- Promouvoir la consommation nationale de niébé frappée de nombreux préjugés socio-culturels.

- Favoriser la multiplication des semences par des opérateurs privés car cette activité s'avère rémunératrice.

- Mise en oeuvre des recherches appliquées pour mieux comprendre les modes de consommation et les préférences des consommateurs, les méthodes et les coûts de transformations.

- Mettre au point et vulgariser des méthodes de conservation et de stockage améliorées, économiquement appropriables par les producteurs.

- Négociations commerciales dans le cadre de la commission mixte Nigéro-Négeriane en vue de lever l'interdiction d'importation du niébé nigérien.

CONCLUSION GENERALE

L'analyse approfondie des filières a confirmé leur importance dans le développement agricole, l'économie nationale et les échanges régionaux.

Cependant, elles sont confrontées à des nombreuses contraintes spécifiques et communes notamment :

- la prépondérance des activités informelles notamment l'approvisionnement en facteurs de production, les échanges des produits et le transport contribue d'une part à limiter considérablement l'efficacité des mesures économiques prises dans le cadre de la promotion des filières et d'autre part crée un manque à gagner important aux recettes de l'Etat.

Par ailleurs il convient de souligner que l'impact des politiques et mesures suivantes:

- la suppression des monopoles de la SONERAN en 1989 et de la SONARA en 1990 ;

- la suppression de la taxe d'exportation en 1988 ;

- la libéralisation du commerce en 1987 ;

- l'institution du guichet unique en 1990 ;

- la suppression des droits de douanes en 1994 ;

- la dévaluation du franc CFA en 1994

n'a pas été systématiquement évalué par les services compétents. Dans ces condition il est difficile d'en tirer des enseignements. Cependant, à en juger par la situation actuelle caractérisée par la permanence de l'informalisation et des tracasseries sur les routes, les coûts élevés de transactions, la complexité de la chaîne des marchés, l'impact de ces politiques et mesures sur la compétitivité de ces filières devrait être mitigé.

Dans tous les segments les prix ont des incidences défavorables au développement des filières : les faibles prix aux producteurs ne stimulent pas l'offre, et les fortes hausses des prix à la consommation dissuadent la demande.

De l'examen du fonctionnement des filières, il ressort une absence d'intégration des segments amont, production et aval. Ces dysfonctionnements se présentent comme suit :

1- En amont, la recherche zootechnique et vétérinaire ne propose pas suffisamment d'animaux performants pour la production de viande, de lait et la traction animale. Les centres de multiplication de bétail n'ont que 0,4% de l'effectif total des bovins.

2- La recherche sur le niébé et l'oignon n'ont pas remplacé systématiquement les semences dégénérées ou non performantes. Dans ces conditions, les producteurs ne peuvent disposer de produits qui répondent en tout temps et en tout lieu à l'exigence d'un marché extérieur de plus en plus exigent, près à se tourner vers des produits concurrents.

3- Dans les cycles de la production, la qualité liée aux aspects sanitaires n'ont pas toujours fait l'objet d'une attention suffisante pour répondre encore une fois aux normes internationales ou aux habitudes alimentaires.

4- Le conditionnement ne tient pas toujours compte des préférences de la clientèle; les sacs en jute utilisés pour l'emballage de l'oignon ne sont guère appréciés par une partie des consommateurs de l'important marché d'Abidjan.

5- Les problèmes persistants de conservation et de stockage de la viande, de l'oignon et du niébé entravent sérieusement leur développement. Cependant des expérimentations prometteuses sont en cours de vulgarisation.

L'absence d'intégration des segments relevée plus haut accentue les lacunes des filières, lacunes que les politiques nationales et régionales devraient corriger progressivement. Aussi la troisième partie suggère t-elle des recommandations qui pourraient être traduites sous-forme de programme.

BIBLIOGRAPHIE

1. ADAMOU DANGUIOUA: Etude des circuits d'approvisionnement et de commercialisation des produits dans le Sud-Filingué; Juin 1994, 164 pages.

2. ADAMOU DANGUIOUA: Etude complémentaire sur la filière poivron: actualisation et validation des données socio-économiques et diagnostic de quelques villages cibles de la zone, 1B de Diffa; Février 1995.

2b. ANDY COOK: Marchés nigérians du bétail et de la viande: perspectives pour le Niger; USAID/Niger, Déc. 1989; 220 pages.

3. CILSS-CEBV: Document de travail No 2 du séminaire régional sur la commercialisation du bétail-viande(Nouakchott); mesures de politiques commerciales à moyen et long terme; 1992, 18 pages.

4. CROUAIH.J.C/CEBV A.BENITES: Fonds d'Aide et de Coopération: approvisionnement et relance des échanges communautaires en bétail et en viande des pays membres de la CEBV, 1992.

5.DIALLO (B) CHIBKAOU (M): Etude des circuits de commercialisation du bétail et de la viande et des produits de l'Elevage dans les pays du Sahel et des pays côtiers: Niger 1991; 49 pages.

5B. ERIC J. ARNOULD: La commercialisation à l'étranger de l'Oignon Nigérien: sommaire exécutif; Déc. 1992, 30 pages.

6. FAO: Le marché mondial de la viande. Situation et perspectives; 1995, 26 pages.

7. HENRI (G) FRANçOIS (M): Document - Projet appui aux opérateurs économiques de la filière commerciale; 1995, 61 pages.

8.INRAN: Le sésame au Niger, étude diagnostique; Mars 1996, 68 pages.

8b.ISMAEL OUEDRAOGO: L'impact des politiques du Gouvernement sur la production et la commercialisation des Oignons dans la région de Tahoua; Evaluation rapide des derniers développements; Juillet 1991; 32 pages.

9. LAURENT (B) ET VINCENT (R)
CEBV/Coopération Française: Filière bétail-viande dans les pays du couloir central en Afrique de l'Ouest. Situation et système d'information; 1995, 907 pages.

10. Legoupil François Note sur les exportations de bétail Nigérien, 15 pages; Mai 1996

11.MARTY (M)
EDGAR J. ARIZA-NINO: Le marché offert au bétail dans la zone centrale (Niger); 1982, 60 pages.

12.MAG/EL : Axes d'interventions sur quelques filières porteuses; Septembre 1995, 70 pages.

13. MAG/EL: Etudes filières cultures pluviales - PASA - Mai 1995, 82 pages.

14. MAG/EL: Etudes filières cultures irrigées, PASA. Mais 1995; 157 pages; Mars 1996, MAG/EL 22 pages.

15. MAG/EL: Direction de l'Elevage et des Industries Animales. Politique et Stratégie de Développement de l'Elevage au Niger 1995, 13 pages.

16. CILSS-CEBV: Rapport finaux des deuxième et troisième journées des Opérateurs économiques du secteur bétail et viande 1992.

- Les circuits de l'Oignon en Afrique de l'Ouest: Olivier David - CIRAD-FLHOR - Février 1995.

17. MF/P : Enquête sur le budget et la consommation des ménages au Niger, Phase urbaine - Nov. 1994.

18. MAG/EL : Sous-comité de développement rural: principe directeur d'une politique de développement rural pour le Niger; 1992, 49 pages.

19. CILSS-CEBV : Etude des circuits de commercialisation du bétail et de la viande et des produits de l'Elevage dans les pays côtiers. Rapport d'orientation; 1991, 10 pages.

20. MAG/EL : La promotion des filières de rentes. Rapport de synthèse, Mars 1996, 22 pages.

21. MF/P : Réflexions sur les perspectives de développement de la filière élevage; 1991, 82 pages.

22. MF/P : Les réformes du marché céréalier, mesures de libéralisation et évolution des filières céréalières; Juin 1991, 146 pages.

- Dossier d'instruction du Projet d'appui à l'Elevage des bovins de race Azawak au Niger - Fonds d'Etude et d'Expertise BELGO - NIGERIEN; Janvier 1995, 115 pages.

23. Minsitère de la Promotion Economique - ONUDI : Promotion des Industries liées à l'élevage Phase I et II; Août 1989, Vol I, 114 pages, Vol II 179 pages.

24. Ministère de la Promotion Economique - ONUDI : Promotion des Industries liées à l'élevage Vol III, Février 1990, 175 pages.

25. NICOLAS P. Kulibaba : Transport du bétail et de la viande dans le couloir Niger - Nigéria; Mars 1991, 129 pages.

26. SOLAGRAH: (Réseau Stratégies alimentaires). Bétail et viande en Afrique de l'Ouest et du Centre.

26b. Projet Appui Institutionnel Coopération française: Programme Ajustement sectoriel agricole. Filière Elevage; 1995, 28 pages.

27. SEYNI HAMADOU: Les principaux axes de commercialisation des céréales au Niger: OPVN-S/M; Octobre 1995.

28. USAID/NIGER: Une évaluation rapide de la commercialisation du Niébé au Niger; Mai 1989, 115 pages.

29. Projet PROFORMAR : Le séchage solaire. Etude comparative de 3 méthodes de séchage , 8 pages, Juin 1996.

30. Ch. Banzet et J.M Degbe ONERSOL : Le séchage des oignons au Niger compte rendu du colloque tenu à Edmonton, Alberta du 6 au 9/07/1981. A. Ba.

31. Projet PROFORMAR : Conservation des oignons Juin 1994, 12 pages.

32. Sang Ki Hahn/ IITA : Méthodes traditionnelles de transformation et d'utilisation du manioc en Afrique, 3 pages, N°41 Mars 1993

33. Projet d'Appui Institutionnel FAC/MAG/EL : Filière Elevage, 28 pages, Avril 1995.

34. Sahel (Le) Quotidien Nigérien d'Information : N°5200 du Mercredi 17 Juillet 1996.

35. Rapport de mission "Espace centre" Ouaga du 11 au 16 Avril 1996.

ANNEXES

LISTE DES ANNEXES

Annexe N°1 Présentation des filières porteuses

A- Filière des produits laitiers

a) La situation actuelle

La production nationale de lait est évaluée à environ 300 millions de litres/an, entièrement destinée à la consommation nationale, qu'elle ne couvre que partiellement. Le Niger est donc obligé de recourir aux importations qui se chiffrent à environ 2,5 milliards de FCFA/an.

L'OLANI (Office de Lait du Niger) est la seule structure moderne qui intervient dans ce secteur et sa production ne représente que 2% du volume total.

La production nationale pourrait se développer aux moyens des races bovines comme l'Azawak, le Dielli, le Goudali et le Kouri à potentialités laitières élevées.

Cependant, il existe des contraintes majeures dont notamment ; l'insuffisance de l'alimentation en quantité et qualité, les problèmes sanitaires, le climat sec et chaud le sous-financement du secteur.

b) Les perspectives

La production laitière se développera grâce à l'élevage urbain et péri-urbain mais aussi par la création de mini-laiteries privées. L'aspect de production fourragère qui se développe chez les paysans est un bon signe pour la production laitière.

La motivation des éleveurs traditionnels à produire du lait et le développement des fermes laitières privées seront aussi des atouts importants.

B- Filière avicole

a) La situation actuelle

Il existe deux types de systèmes de production avicole au Niger : le système traditionnel et le système moderne. L'aviculture traditionnelle compte environ 30 millions de volailles et sa production d'oeufs est estimée à 50 millions dont une bonne partie est destinée à la reproduction.

Le secteur moderne produit environ 30 millions d'oeufs de consommation et 10.000 tonnes de viande/an. L'importance numérique des effectifs du secteur traditionnel et la demande élevée de produits avicoles sont des atouts importants.

Malheureusement, la non maîtrise des maladies aviaires, le coût élevé des intrants et leur disponibilité (concurrence sur les céréales avec les besoins des populations) sont des facteurs limitants de la production.

b) Les perspectives

Il s'agit surtout de l'engouement des opérateurs économiques privés et de certains bailleurs de fonds pour ce secteur.

C- Filière arachide

a) La situation actuelle

L'arachide est cultivée essentiellement dans les départements de Zinder, Dosso et Maradi. L'évolution de la production a connu d'importantes fluctuations. Ainsi de 311.910 tonnes au cours de la campagne 1966/67, elle a chuté à 17.000 tonnes en 1990 à cause de: l'insuffisance et l'irrégularité des pluies; la baisse de la fertilité des sols; les attaques de parasites et la chute des cours mondiaux.

Cependant, la filière a connu une relative relance à partir de 1991 ce qui a favorisé l'accroissement des superficies emblavées de 91% et la production est montée à 39.664 tonnes. La vente de l'arachide procure des revenus substantiels aux producteurs ruraux composés en majorité de femmes. Mais la production arachidière ne couvre que 10% des besoins en huile du pays, d'où la nécessité de recourir à des importations massives d'huile végétale de Côte d'Ivoire.

b) Les perspectives

Le redémarrage de l'usine de SICO-NIGER à Maradi en 1995 pourrait procurer à l'Etat des économies en devises de 2 milliards de FCFA par an. Cependant, l'évolution du marché international des oléagineux complique l'avenir industriel de l'arachide au Niger.

D- Filière poivron

a) La situation actuelle

L'espace de production du poivron est constitué à 80% par la vallée de la Komadougou dans le Sud-Est (Diffa) et 20% de sites disséminées dans les vallées du fleuve Niger, de la Tarka et des Goulbis de Maradi.

La superficie cultivée est passée de 1.760 ha en 1989 à 3.339 en 1991 et la production respectivement de 2.328 tonnes à 7.103 tonnes. Plus de 4.000 exploitants sont déjà dénombrés.

La filière constitue une importante source de revenus et d'emplois. A titre indicatif, la production de la campagne 1993/1994 à Diffa est estimée à 3.888 tonnes et évaluée à 2,18 milliards F CFA. Cette région s'est progressivement spécialisée dans la production du poivron.

Le marché nigérien étant étroit, la production exportée l'est essentiellement vers le Nigéria qui en produit également dans les mêmes conditions (vallée de la Komadougou, frontière naturelle).

b) Les perspectives

Le programme triennal d'appui spécifique à la filière a démarré en 1995. Il pourrait favoriser la levée des contraintes techniques, la maîtrise des circuits de commercialisation et la mise en place de caisses villageoises d'épargne et de crédit dans la région de Diffa.

La Direction Départementale de l'Agriculture de Diffa estime à 30.000 ha la superficie cultivable dans la vallée de la Komadougou.

E- Filière riz

a) La situation actuelle

Le riz est produit essentiellement le long du fleuve Niger et dans une moindre proportion dans l'Ader Doutchi Maggia, le Goulbi de Maradi et dans la vallée de la Komadougou.

Le surplus commercialisé l'est sur le marché intérieur exceptée la zone de Gaya qui exporte l'essentiel de sa production vers le Nigéria.

Les riziculteurs ont un revenu annuel de 2 milliards de F CFA. La production nationale couvre 37,5% des besoins, évitant une sortie de devises de 8 milliards de F CFA qui serait consacrée à l'importation du riz.

Le nombre d'exploitants est estimé à 53.239. La superficie moyenne par an est de

13.000 ha à l'exception de 1994 à cause des coûts élevés de production qui l'ont fait chuter à 7.000 ha. La production moyenne de 63.000 tonnes est également tombée à 34.617 en 1994. La superficie irrigable est estimée à 124.000 ha. Les importations sont passées de 1,4 milliards en 1991 à 3 milliards en 1993 et 5,7 milliards en 1994.

b) Les perspectives

La vallée du fleuve dispose de grandes potentialités que les programmes "grande irrigation" et "petite irrigation" permettront de mettre en valeur. La réalisation du barrage de Kandaji permettrait une extension des superficies.

F- Filière sésame

a) La situation actuelle

Le sésame est cultivé dans les départements de Tillabéry, Dosso, Tahoua, Maradi et Zinder. Toutefois, le département de Maradi semble être la zone où cette culture est la plus développée. Pendant longtemps, les superficies ont stagné autour de 600 ha pour une production de 200 tonnes/an. Il a fallu 1987 pour que la culture de sésame soit relancée et c'est ainsi que les superficies ont été multipliées par 40 (soit 28.254 ha), la production par 118 (soit 23.775 tonnes). Actuellement selon les estimations des services agricoles, la production avoisinerait 40.000 tonnes/an. La classification est basée sur la coloration des graines qui sont blanches ou noires. Certaines variétés brunes ou fauves sont considérées comme de moindre valeur. C'est la variété blanche qui fournit l'huile la plus estimée.

Depuis 1994, le prix du Kg a enregistré une hausse significative (ainsi de 150 F/Kg auparavant, il est passé à 300 F/Kg). La quasi-absence d'informations fiables sur cette filière fait que sa contribution à l'économie nationale n'a pas été bien cernée. Aussi cette filière est confrontée à plusieurs contraintes dont notamment la faiblesse ou l'absence de l'encadrement technique, l'absence de programme de vulgarisation.

b) Les perspectives

Il existe un projet de mise en place d'une usine de traitement à Gaya par un Opérateur économique. En outre certains projets de développement opérant dans les zones traditionnelles de production s'intéressent de plus en plus à cette filière.

G- Filière souchet

a) La situation actuelle

La culture du souchet est pratiquée essentiellement dans les départements de Maradi et Tillabéry. Les superficies occupées par le souchet (moins de 1%) sont négligeables par rapport à celles des autres cultures pluviales, d'où le caractère marginal de cette culture.

La production du souchet qui a accru depuis 1986 est actuellement estimée à 100.000 tonnes. Elle est exportée en grande partie vers le Nigéria par des commerçants

grossistes. Mais le caractère informel de leurs transactions ne favorise pas la maîtrise des quantités enlevées.

En revanche le souchet est un produit de haute valeur marchande qui permet aux producteurs d'avoir des revenus substantiels de près de 2,5 milliards de FCFA par an. Sa contribution à l'économie nationale est estimée à 2,744 milliards de F CFA en 1991.

Malgré ses aspects positifs pour l'économie nationale, la filière souchet est confrontée à plusieurs contraintes au niveau de sa production:

- exigence de la culture en main d'oeuvre abondante au moment de la récolte;

- absence de structures de soutien à la filière (conseils, crédit);

- les techniques utilisées pour la récolte à savoir le brûlis et le tamisage détruisent la structure des sols et l'appauvrissent.

b) Les perspectives

L'absence de structures de soutien et d'appui pourrait se révéler comme un handicap pour la promotion de cette filière.

H- Filière ail

a) La situation actuelle

L'ail est produit essentiellement dans le département d'Agadez, en 1994 les 192,71 ha cultivés ont fourni 4.000 tonnes d'ail exportés à plus de 60%.

La production est passée de 903 tonnes en 1986 à 3.971 tonnes en 1994. A cette dernière date, l'Aïr a produit 99,22% de la production totale. Par ailleurs, avec 98,59% de la superficie totale cultivée en ail, il apparait que cette localité s'est progressivement spécialisée dans ce produit.

Le développement de la filière est entravée par: le potentiel localisé dans un espace limité (Aïr) et éloigné des centres de consommation; l'étroitesse du marché intérieur et l'absence de prospection du marché extérieur.

b) Les perspectives

Les vallées du fleuve Niger et l'Ader Doutchi Maggia sont également appropriées à la production de l'ail. Ce produit est apprécié dans les pays européens et maghrébins.

I- Filière canne à sucre

a) La situation actuelle

La canne de bouche (taux de sucre inférieur à 10%) est produite dans les cuvettes dispersées et enclavées de Magaria, Matameye, Mirriah, Gouré, Gaya et Guéchémé. Le marché de cette canne est constitué par les centres urbains, notamment Niamey, éloignés des lieux de production.

De nombreux commerçants, intermédiaires et détaillants interviennent dans la filière.

La superficie cultivée est passée de 1475 ha en 1989 à 2.000 ha en 1994 avec une production respective de 100.138 tonnes et 120.000 tonnes. La production de 1994 est estimée à 3,3 milliards de F CFA dont 2,9 milliards représentent la part des sites de Matameye et Magaria.

La production de la canne de bouche est entravée par : l'enclavement des cuvettes, l'ensablement et la salinisation des certaines cuvettes, les plantes parasitées.

b) Les perspectives

La canne industrielle n'est pas produite au Niger depuis l'abandon du projet sucrier de Tillabéry en 1986. Compte tenu des potentialité de la vallée du fleuve et de l'importance de l'importation de sucre estimée à 4 milliards de F CFA/an. L'installation d'une usine sucrière est en étude dans le cadre de la coopération Nigéro-Egyptienne.

J- Filière blé

a) La situation actuelle

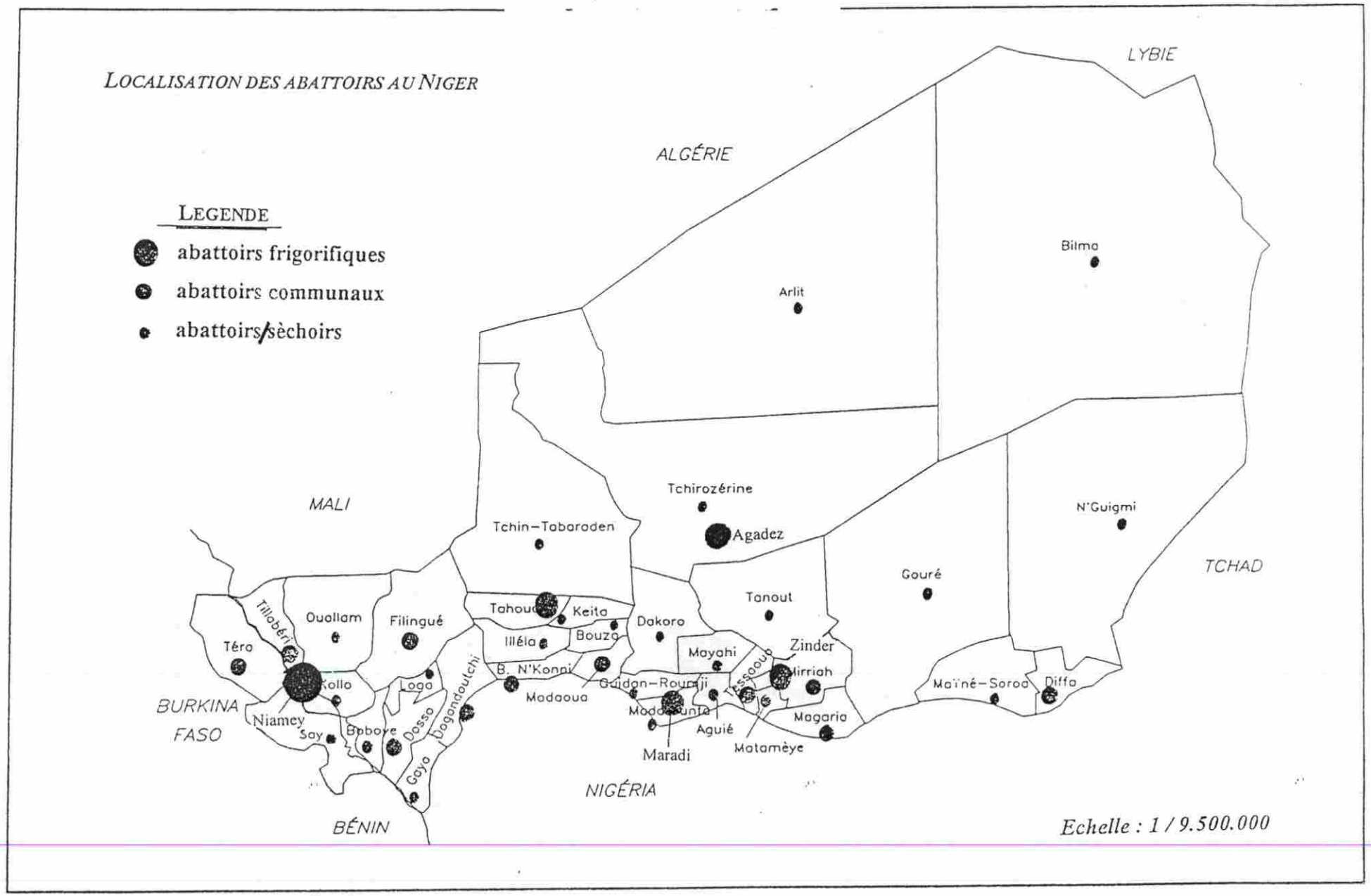
Le blé tendre est cultivé sur 2.500 ha dans les vallées dispersées dans le centre et le Sud-Est du Niger. La production annuelle de 3.600 tonnes se répartie comme suit: 10% en semences; 10% auto-consommés et 80% vendus soit à des commerçants-exportateurs vers le Nigéria ou à la Société Moulin du Sahel dont 3% seulement des besoins sont ainsi couverts.

b) Les perspectives

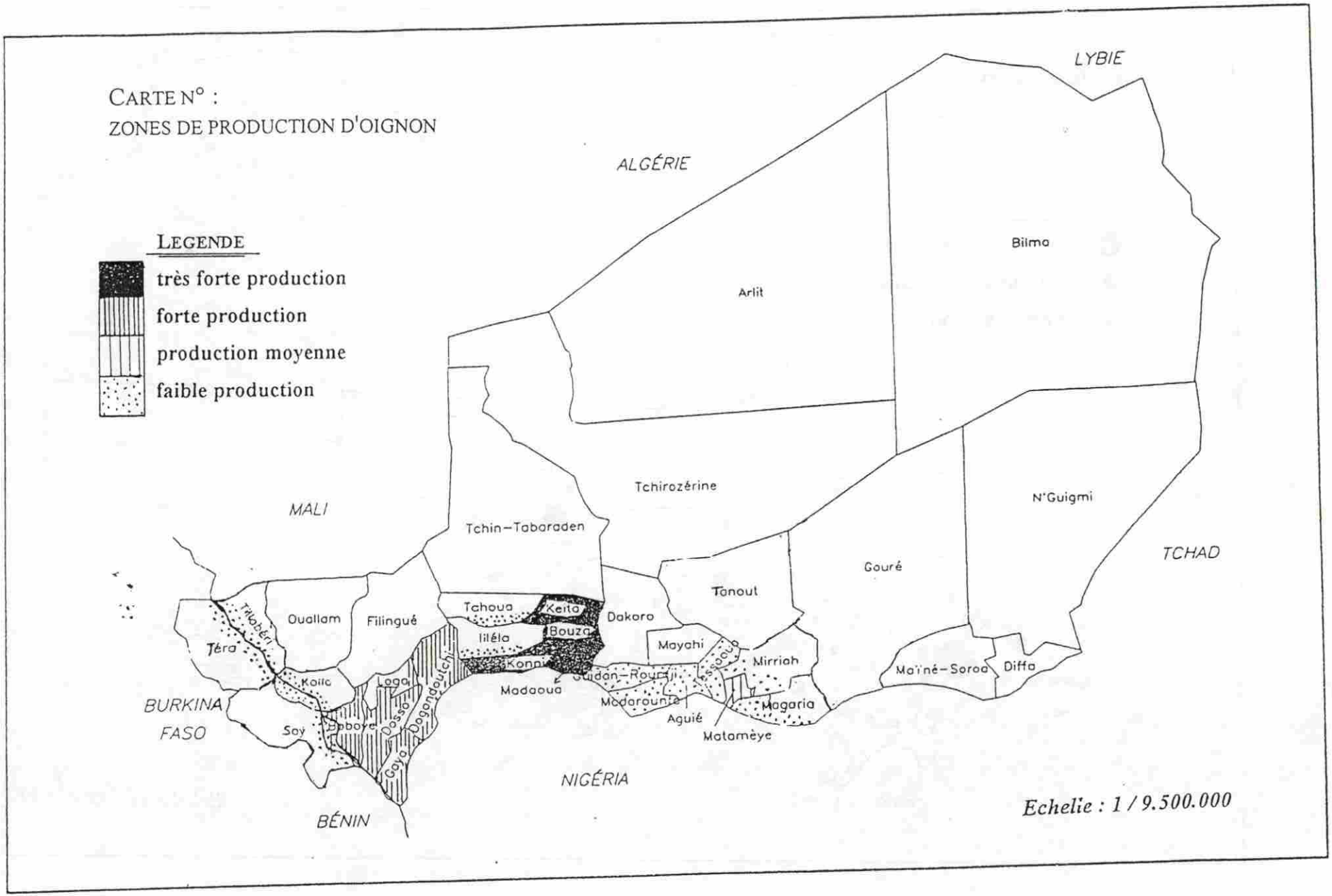
Selon le Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage, «dans l'hypothèse la plus favorable avec une production nationale de 7.000 tonnes de blé tendre, dont les 2/3 environ susceptibles de concourir à l'approvisionnement de la Société Moulin du Sahel, les besoins nationaux ne pourraient être couverts qu'à 17% environ[1]». Une extension significative ne peut être envisagée qu'avec le barrage de Kandadji.

[1].Ministère de l'Agriculure et de l'Elevage: axes d'intervention de quelques filières porteuses; pg 52.

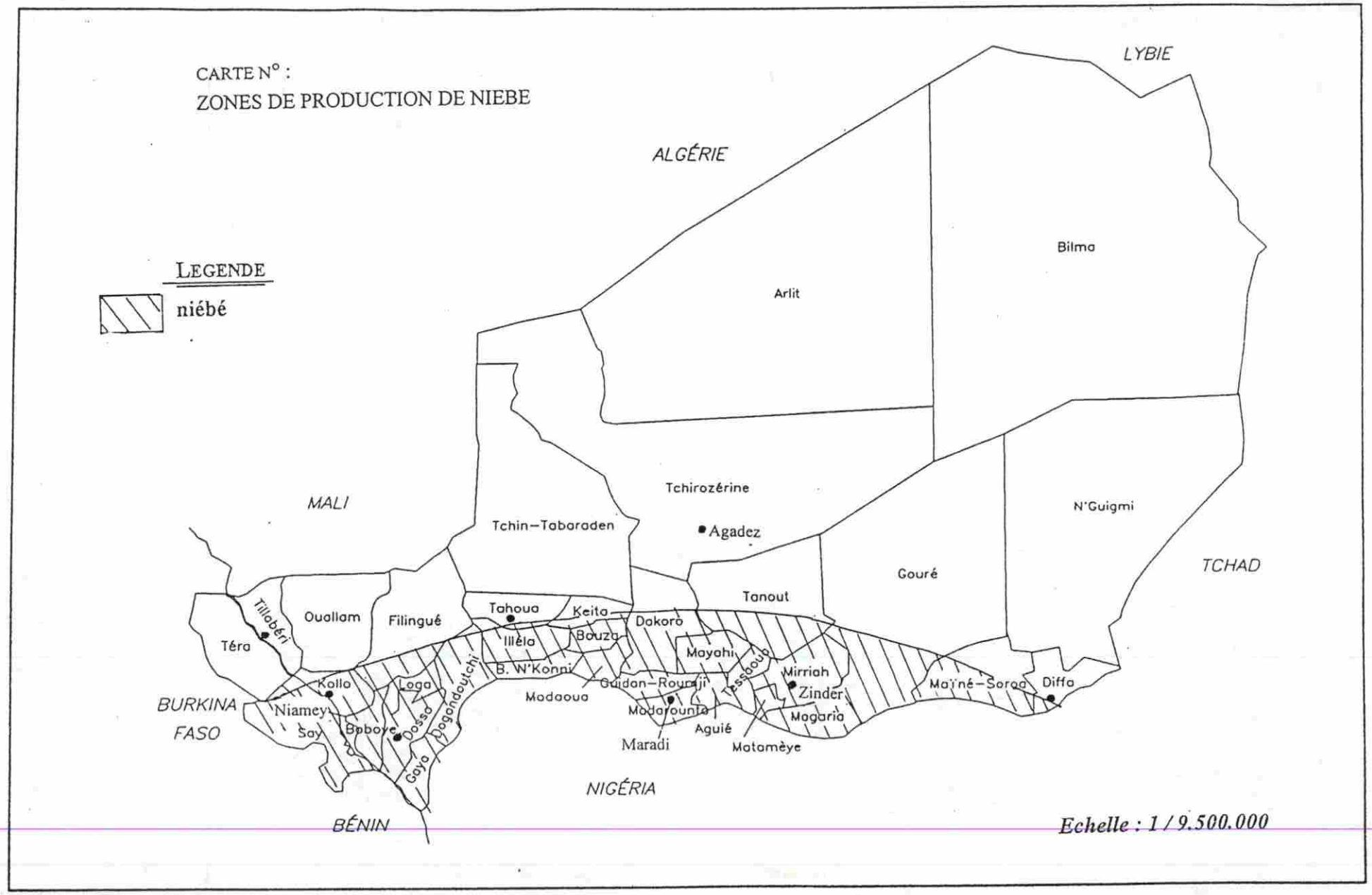
ANNEXE 2-1 :


LOCALISATION DES ABATTOIRS AU NIGER
LEGENDE
abattoirs frigorifiques
abattoirs communaux
abattoirs/sèchoirs
LYBIE
ALGÉRIE
MALI
TCHAD
BURKINA FASO
NIGÉRIA
BÉNIN
Arlit
Bilma
Tchirozérine
Agadez
Tchin-Taboraden
N'Guigmi
Gouré
Tanout
Tahoua
Keita
Dakoro
Illéla
Bouza
Mayahi
Zinder
Mirriah
Tillabéri
Ouallam
Filingué
Téra
Kollo
Loga
B. N'Konni
Madaoua
Guidan-Roumji
Magaria
Maïné-Soroa
Diffa
Niamey
Say
Boboye
Dosso
Dogondoutchi
Goya
Maradi
Aguié
Matamèye
Echelle : 1 / 9.500.000

ANNEXE 2-2 :

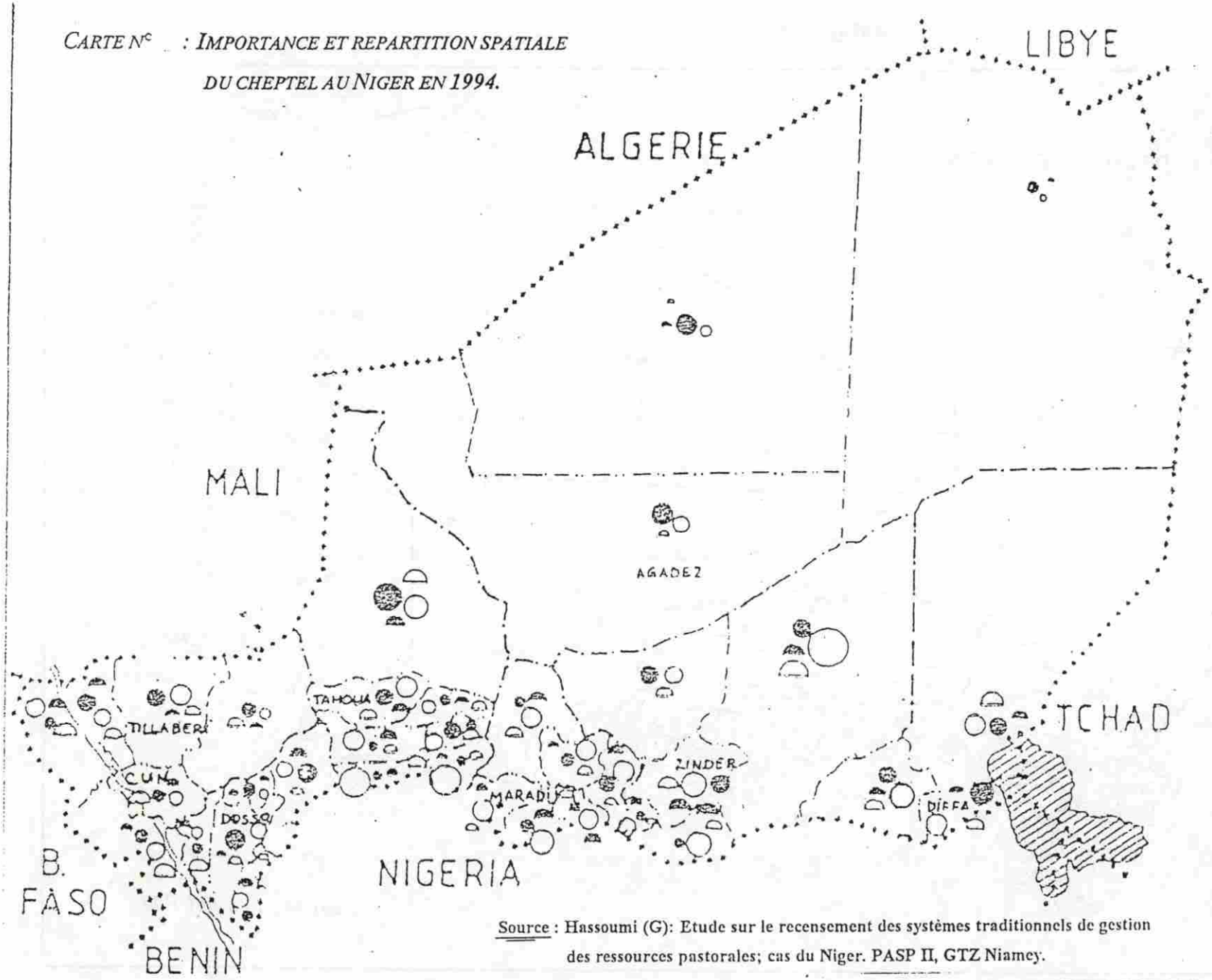

CARTE N° :
ZONES DE PRODUCTION D'OIGNON
LEGENDE
très forte production
forte production
production moyenne
faible production
LYBIE
ALGÉRIE
MALI
BURKINA FASO
BÉNIN
NIGÉRIA
TCHAD
Arlit
Bilma
Tchirozérine
Tchin-Tabaraden
N'Guigmi
Gouré
Tanout
Dakoro
Tchoua
Keita
Bouza
Iléla
Konni
Madaoua
Mayahi
Mirriah
Magaria
Aguié
Matamèye
Ma'iné-Soroa
Diffa
Ouallam
Filingué
Téra
Tillabéri
Kollo
Loga
Dosso
Doogondoutchi
Boboye
Soy
Goyo
Echelle : 1 / 9.500.000

ANNEXE 2-3 :


CARTE N° :
ZONES DE PRODUCTION DE NIEBE
LEGENDE
niébé
LYBIE
ALGÉRIE
Bilma
Arlit
MALI
Tchirozérine
Tchin-Tabaraden
Agadez
N'Guigmi
TCHAD
Gouré
Tanout
Tahoua
Keita
Dakoro
Bouza
Illéla
Mayahi
B. N'Konni
Tessaoua
Mirriah
Zinder
Guidan-Roumji
Maïné-Soroa
Diffa
Magaria
Madaoua
Madarounfa
Aguié
Maradi
Matamèye
Tillabéri
Téra
Ouallam
Filingué
Kollo
Loga
Niamey
Say
Boboye
Dosso
Dogondoutchi
Goya
BURKINA FASO
BÉNIN
NIGÉRIA
Echelle : 1 / 9.500.000

ANNEXE 2-4 :

CARTE N° : IMPORTANCE ET REPARTITION SPATIALE DU CHEPTEL AU NIGER EN 1994.



LEGENDE

- Limite d'Etat
- Limite de département
- Limite d'arrondissement

Bovins: 50 000 (r = 1,2 mm); 100 000 (r = 1,6 mm); 200 000 (r = 1,8 mm)

Ovins: 70 000 (r = 1,2 mm); 100 000 (r = 1,4 mm); 200 000 (r = 1,6 mm)

Caprins: 70 000 (r = 1 mm); 100 000 (r = 1,2 mm); 200 000 (r = 1,6 mm)

Camelins: 10 000 (r = 1,5 mm); 30 000 (r = 1,8 mm); 60 000 (r = 2 mm)

(r = rayon)

0 55 165 220 Km

Source : Hassoumi (G): Etude sur le recensement des systèmes traditionnels de gestion des ressources pastorales; cas du Niger. PASP II, GTZ Niamey.

Annexe N°3 : Les prix

ANNEXE N°3.1 : Prix des Intrants zootechniques et vétérinaires à la pharmacie du laboratoire central de l'Elevage (Niamey)

Ces prix sont donnés à titre indicatifs car les prix pratiqués par les pharmacies privées sont de toute évidence plus élevés.

1- Antiparasitaires

- EXHELM 750 mg = 375 F le comprimé
- EXHELM 150 mg = 155 F " "
- Synanthie bolus = 215 F " "
- Bolumisol 1 = 160 F " "
- Bolumisol 2 = 240 f " "
- Douvinet = 400 F " "

2- Vitamines et complexes vitaminés

- Olivitasol = 400 F le sachet de 15 g
- Olégovit = 960 F le sachet
- Olivitasol = 12.000 F la boite de 600 g
- CHP (aliment complémentaire = 2145 F le sachet de 100 g
- Bolivit A.E = 800 f le comprimé (vitamine A et E).

3- Antibiotique et sulfamides

- Oxycline PE = 13.200 F le flacon de 100 cc
- Oxytétracycline 10 % = 2750 F/flacon de 100 cc
- Oxytétracycline 5 % = 1.250 F/flacon de 50 cc
- Bipini strepto 5/5 = 2.950 F le flacon
- Bipéni strepto 1/1 = 600 F le flacon
- Ivomec ampoule de 1 cc = 900 F l'ampoule

- Ivomec flacon = 33.500 F le flacon de 50 cc
- Ivomec flacon = 300.000 F le flacon de 500 cc
- Salfadimérazine 33 = 10.625 F le flacon de 500 cc.

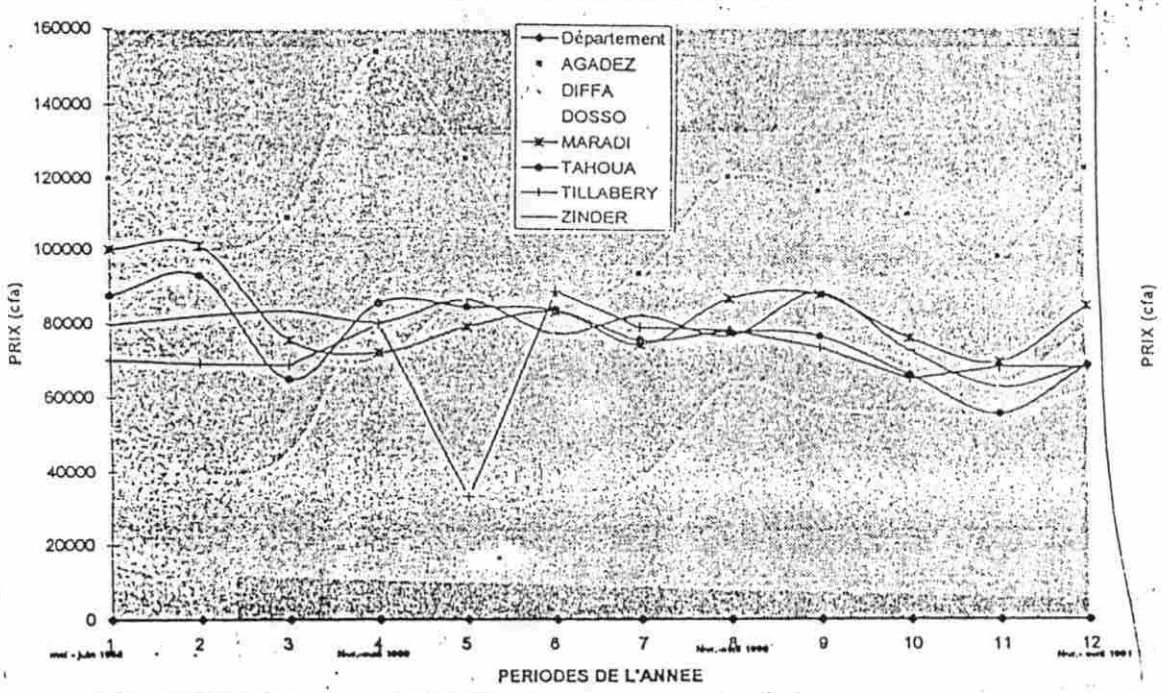
4- **Vaccins**

- Bissec = 1.400 F/flacon de 50 doses
- Pastovac (PR) = 2.000 F/flacon de 100 doses
- Pastobovac = 2.000 F/flacon de 100 doses
- Carbovac = 1.000 F/flacon de 50 doses.

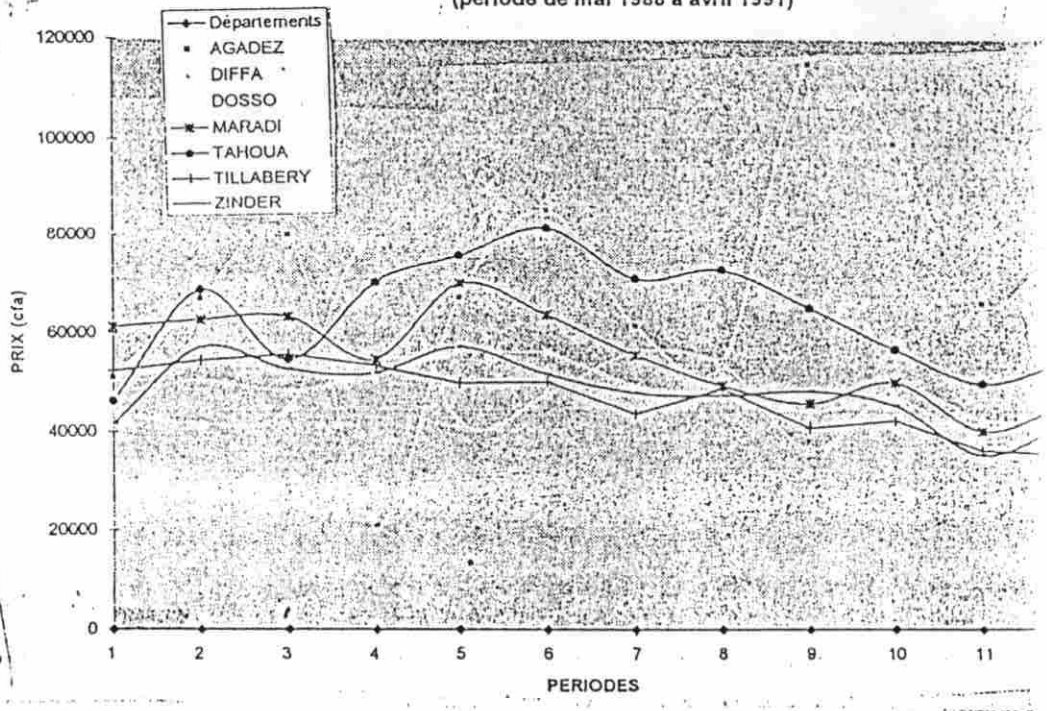
5- **Autres produits**

- Anti coccidiens (Trisalmix (100 g) 2.240 F
- Phémylarthrite 3.750 F/flacon de 100 cc
- Météo rigninol 2.220 F/flacon
- Pièrre à lecher 6.950 F/flacon de 12 g.

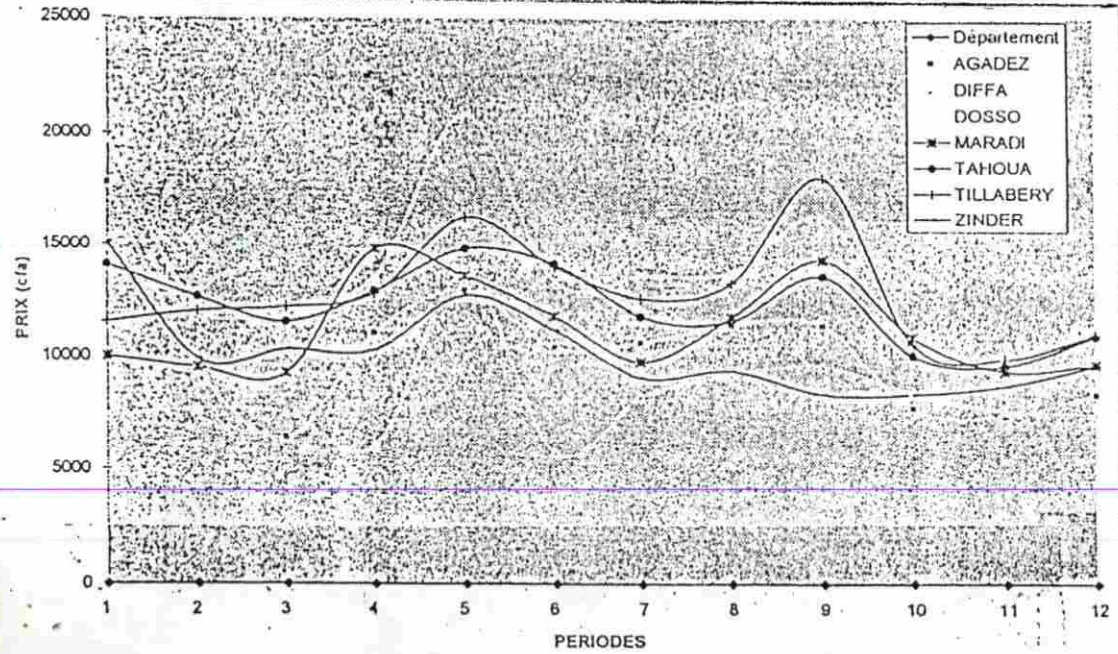
EVOLUTION COMPAREE DES PRIX MOYEN DE TAUREAU DANS LES 7 DEPARTEMENTS
(période de mai 1988 à avril 1991)



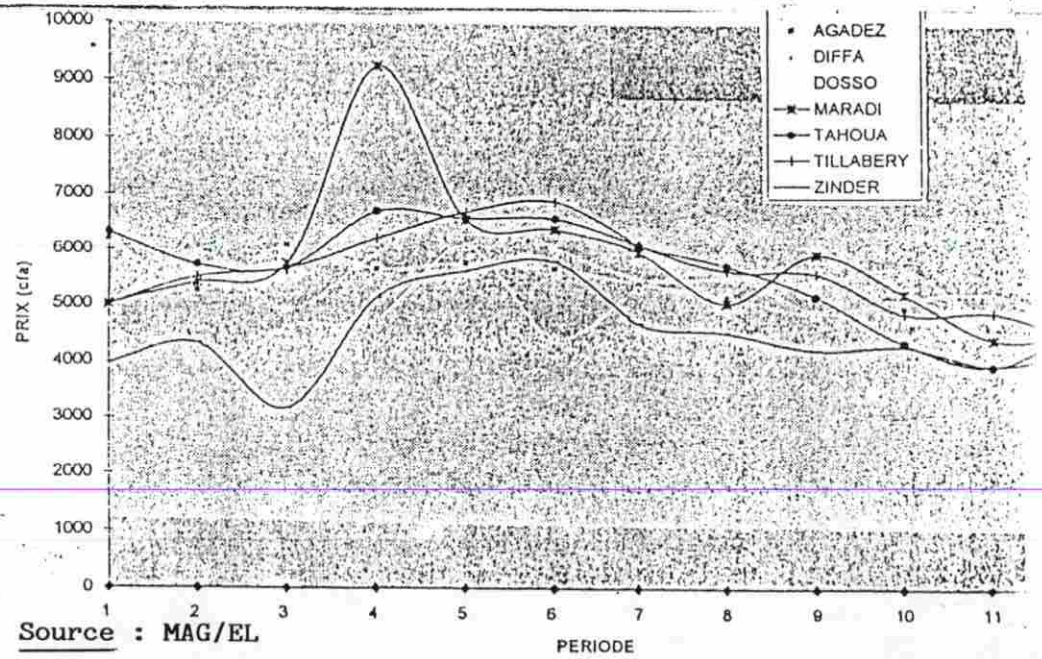
EVOLUTION COMPAREE DES PRIX DE VACHE DANS LES 7 DEPARTEMENTS
(période de mai 1988 à avril 1991)



EVOLUTION DES PRIX DU BELIER PAR DEPARTEMENT AU COURS DE LA PERIODE DE MAI A AVRIL 1991



EVOLUTION COMPAREE DES PRIX DES CAPRINS PAR DEPARTEMENT AU COURS DE LA ALLANT DE MAI 1988 A AVRIL 1991



Source : MAG/EL

ANNEXE N° 3 :

Tableau n° 3-1 : EVOLUTION DES PRIX MOYENS (f cfa) DU BETAIL PAR DEPARTEMENT AU COURS DES 3 DERNIERES ANNEES (1992-1994)

		1992	1993	1994	Moyenne	Ecart
	Taureau	122422	120630	123400	122151	1405
AGADEZ	Vache	78808	78900	80050	79253	692
	Ovins	8358	8700	9500	8853	586
	Caprins	4055	4500	5000	4518	473
	Taureau	61764	50735	50675	54391	6385
DIFFA	Vache	41901	40850	42300	41684	749
	Ovins	7505	7300	7950	7585	332
	Caprins	4764	4500	4750	4671	149
	Taureau	78290	76750	79700	78247	1475
DOSSO	Vache	38045	38500	40400	38982	1249
	Ovins	10817	11500	12300	11539	742
	Caprins	5067	5500	6700	5756	846
	Taureau	84457	83600	90345	86134	3672
MARADI	Vache	45444	45500	50790	47245	3070
	Ovins	9696	10000	16185	11960	3662
	Caprins	4528	4575	7985	5696	1982
	Taureau	68446	68500	70540	69162	1194
TAHOUA	Vache	54108	54300	56700	55036	1444
	Ovins	10914	11000	11800	11238	489
	Caprins	4654	4600	4800	4685	103
	Taureau	68130	68900	70600	69210	1264
TILLABERY	Vache	35280	35400	36700	35793	787
	Ovins	11000	11200	12000	11400	529
	Caprins	4471	4555	4775	4600	157
	Taureau	68700	68500	7050	48083	35536
ZINDER	Vache	41641	40700	45300	42547	2430
	Ovins	9629	10000	11800	10476	1161
	Caprins	4223	4230	42500	16984	22097

Source : MAG/EL

Annexe N°3.2 : Prix mensuels moyens des ovins males adultes par département année 1995 de juin à mai (en F CFA/tête)

	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M
Az	20.000	17.000	21.000	18.000	19.000	15.900	18.000	18.000	20.000	20.000	22.000	26.000
Da	15.218	14.238	15.417	14.057	12.720	12.900	14.452	12.545	14.589	14.252	14.749	19.869
Do	22.855	19.425	20.270	19.935	19.850	19.560	19.560	22.055	22.955	26.170	31.945	29.375
Mi	19.626	18.232	20.771	17.749	20.039	18.666	19.688	21.059	22.381	21.516	24.170	21.421
Ny c	17.315	21.310	24.150	25.000	24.375	23.100	22.250	17.500	15.625	32.000	29.000	23.310
Ta	23.340	21.600	22.000	20.450	18.500	15.820	15.940	20.935	21.286	22.010	24.000	ND
Ty	21.765	19.421	19.594	19.455	19.075	18.713	17.468	18.144	20.815	22.413	25.120	25.790
Zr	17.207	16.099	18.012	18.144	19.271	16.845	16.076	18.973	23.952	18.881	24.123	23.685
Mo	19.665	18.415	20.151	19.098	19.103	17.688	17.804	18.638	20.200	22.155	24.388	24.207

Source : SIM/bétail

Az : Agadez
Da : Diffa
Do : Dosso

Mi: Maradi
Ny c : Niamey Commune
Ta : Tahoua

Ty : Tillabéry
Zr : Zinder
Mo : Moyenne

Annexe N°3.2 : Prix mensuels moyens des boeufs par département année 1995 de juin à mai (en F CFA/tête)

	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M
Az	122.000	128.000	157.000	220.000	200.000	225.000	157.500	122.000	119.000	135.000	136.000	442.000
Da	81.250	79.750	94.375	71.763	72.500	65.943	77.585	76.000	75.050	75.375	92.000	71.175
Do	126.460	106.875	117.710	112.260	104.450	99.540	115.205	101.765	113.005	120.095	126.075	116.045
Mi	110.569	116.821	115.760	121.990	97.066	90.281	92.466	104.238	128.000	122.214	123.904	134.375
Ny c	108.750	119.165	114.665	107.500	101.250	94.500	101.250	159.500	95.200	105.000	107.500	112.916
Ta	123.770	123.709	125.169	116.472	118.200	135.515	104.823	105.350	108.851	112.613	118.152	140.152
Ty	123.770	123.709	125.169	116.472	118.200	135.515	104.823	105.350	108.851	112.613	118.152	140.152
Zr	97.666	108.277	140.000	134.250	112.562	106.272	102.375	103.833	114.944	121.187	139.682	127.312
Mo	111.779	113.949	123.949	122.155	114.316	112.584	106.602	110.845	107.915	114.079	121.164	120.567

Source : SIM/bétail

Az : Agadez
Da : Diffa
Do : Dosso

Mi: Maradi
Ny c : Niamey Commune
Ta : Tahoua

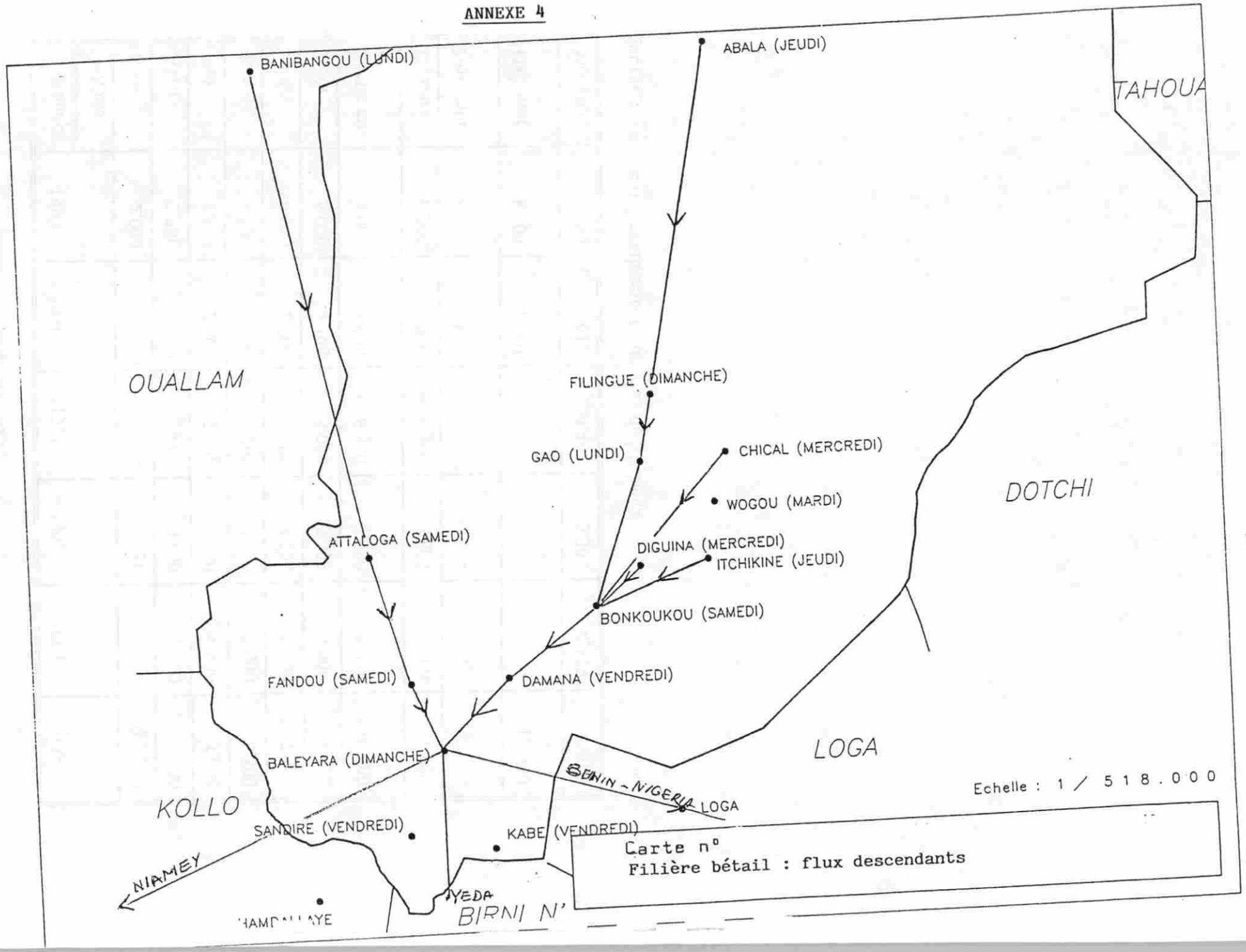
Ty : Tillabéry
Zr : Zinder
Mo : Moyenne

Annexe N°3.3 : **Variations mensuelles des prix de l'oignon payés aux producteurs (en F CFA/sac de 100 kg)**

Années / Mois	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Mars	2.000	-	-	2.750	-	3.000
Avril	2.250	1.750	2.000	3.000	1.250	3.500
Mai	2.500	2.500	2.500	3.300	1.500	5.000
Juin	2.600	2.500	3.000	4.500	2.000	6.500
Juillet	4.000	2.900	3.500	4.200	3.000	7.500
Août	5.000	4.100	5.000	5.600	5.000	8.000
Septembre	5.600	5.400	6.550	7.900	8.000	10.000
Octobre	6.900	7.000	8.300	8.600	8.500	11.500
Novembre	8.250	7.900	-	-	-	-
Décembre	8.000	7.500	-	-	-	15.000
Moyenne	4.956	4.617	4.407	5.300	4.179	8.300

Source : Service d'Arrondissement du Plan de Madaoua

ANNEXE 4



Carte n°
Filière bétail : flux descendants

Annexe N° 5 : **La réglementation commerciale**

Objectifs du guichet unique et son fonctionnement

Le 10 Juillet 1990, le gouvernement avait libéralisé les activités du commerce extérieur par le Décret N° 90-146/PRN/MPE portant libération de l'importation et de l'exportation des marchandises. En vue de faciliter l'acquisition des documents requis pour attester l'exercice de ces activités il a été pris l'Arrêté N° 28/MEP/DCE du 16 Août 1990 portant création d'un guichet unique et déterminant les modalités de son fonctionnement.

1°) **Les objectifs du guichet**

Deux missions sont assignées au guichet :

1- L'information et la sensibilisation des opérateurs économiques ;
2- L'enregistrement des informations statistiques et le suivi des opérations d'importations, d'exportation, de transit et de réexportation.

Le guichet été crée pour :

1- Moraliser l'activité d'import - export et simplifier les procédures administratives trop excessives.
2- Rapprocher les opérateurs économiques d'avantage à leur chambre consulaire, en l'occurrence la Chambre de Commerce, d'Agriculture d'Artisana et d'Industrie.

A leur passage en douane, les exportateurs et les importateurs doivent se munir de cette fiche dont l'objet est de réunir des données sur les échanges. Les coopératives en sont exemptées.

De l'analyse de Mr Ismaël Ouédraogo, il ressort « la fiche d'enregistrement statistique a trois objectifs cachés :

- percevoir des recettes. L'imposition de la fiche force les exportateurs d'oignons à payer environ 630.000 F FCA.

- réunir des informations sur chaque exportateur/importateur pour mieux estimer les taxes des commerçants.

- forcer les commerçants étrangers à acheter auprès des commerçants ou des coopératives nigériens[1]».

Du fait qu'il induit des frais pour son détenteur, il a été remarqué des hésitations des

---

[1]- ISMAEL OUEDRAOGO : L'impact des politiques du gouvernement sur la production et la commercialisation des oignons dans la région de Tahoua; (USAID); 1991; 32 pages; Page 20.

exportateurs et des importateurs qui viennent au Niger, à s'en procurer.

2) Fonctionnement du guichet

Il convient de distinguer les conditions de base et celles liées aux opérations d'échange.

a) Les conditions de base

La réglementation comporte quatre principales conditions de base pour un opérateur nigérien, complétées par une autorisation d'exercice d'une durée de 5 ans, renouvelable, délivrée à un étranger.

1- L'inscription au registre du commerce en qualité d'importateur et/ou d'exportateur.

2- Le paiement de la patente import-export ou l'inscription aux rôles des patentes de l'année en cours. (à tire indicatif le montant le plus bas est de 435.000 F FCA.

3- Une contribution de participation payée à la chambre de commerce, fonction du chiffre d'affaire de l'opérateur économique, elle peut être de 75.000 F CFA; 300.000 F CFA ou 600.000 F CFA.

4- Une contribution de participation payée au CNUT, d'un montant de 30.000 F CFA pour les personnes physiques et 50.000 F CFA pour les personnes morales.

Ces quatre éléments constituent un dossier, à déposer au guichet, sur lequel on se base pour donner un numéro d'identification et une attestation d'exercice pour l'année en cours.

La présentation d'une fiche d'enregistrement est demandée pour toute opération de dédouanement supérieur à 500.000 F CFA.

La fiche est obtenue : immédiatement lorsque l'échange se déroule au sein de l'UEMOA; dans les 24 heures si l'échange nécessite des devise (hors UEMOA).

b) La réglementation liée à chaque opération

1- La levée du feuillet d'enregistrement

Les feuillets sont vendues à 2000 F CFA et oblitérés par un timbre fiscal de 6000 F CFA lorsque l'échange ne nécessite pas le recours à des devises. lorsque l'échange implique des devises le timbre fiscal est de 9000 F CFA.

2- Un contrôle sanitaire

Qui est en même temps commercial et douanier. les services douaniers exigent un certificat sanitaire pour la viande, des fruits et les légumes pour s'assurer de la qualité et protéger le consommateur.

3- **Un certificat d'origine** est demandé pour justifier que l'oignon et le niébé sont cultivés au Niger, que le bétail est élevé au Niger et que la viande est issu. Les animaux élevés sur ce territoire. Son objet est de faire bénéficier l'exportateur nigérien des mesures (ou clauses, préférentielles) selon les destinations CDEAO, UEMOA etc....

4- Impact de la réglementation

L'impact de la réglementation n'a pas fait l'objet d'un suivi permanent et d'une évaluation périodique. Une seule évaluation rapide de l'impact des politiques du gouvernement sur la production et la commercialisation des oignon de Tahoua a été menée en Juillet 1991 par Mr ISMAEL OUEDRAOGO qui tirait la conclusion suivante : « parce qu'elle est liée à la patente et autres paiements obligatoires, la fiche d'enregistrement statistique a érigé des barrières d'accès au marché pour beaucoup de commerçants[2] ». Il s'en est immédiatement suivi : une baisse de l'effectif des exportateurs, une diminution du nombre de camions au poste des douanes de Galmi, une chute de la taxe de capitation en raison de la baisse des revenus des producteurs liée à l'amenuisement des produits de la vente d'oignon ainsi induite.

---

[2]- ISMAEL OUEDRAOGO : op cit p 22

Annexe n°6 : Principales caractéristiques agronomiques et morphologiques des variétés locales et étrangères améliorées par l'INRAN

Variétés	Zone d'adaptation	Cycle	Système de culture	Rendement engrais	Productions des fanes	Port	Résistance aux ennemis					
							1	2	3	4	5	6
Dan matara (ou TN 27-80) Niger	300-800 mm	75-80 j	Pure ou associée	1,5 à 2,5 T/ha	Moyenne	Rampant	S	S	TF	TM	S	TM
Dan-Ba gazam (ou Tn 28-87) Niger	400-800 mm	75-80 j	Pure ou associée	1,5 à 3 T/ha	Moyenne	Rampant	S	S	S	PS	S	T
Dan-louma ou (TN 5-78) Niger	300-800 mm	70-75 j	Pure ou associée	1,5 à 3T/ha	Moyenne	Rampant	S	S	TS	S	T	T
Dan-Haoussa (ou TN 3-78) Niger	500-800 mm	85-90 j	Pure ou associée	1,25 à 2,5 T/ha	Bonne	Rampant	S	S	TS	T	S	PT
Dan-centré (ou TN 88-63) Niger	300-800 mm	70-75 j	Pure ou associée	1 à 2 T/ha	Faible	Rampant	S	S	TS	T	T	TT
Dan Bobo (ou KVX 30-309-6G) B. Faso	300-800 mm	70-75 j	Pure ou associée	1,5 à 2,5 T/ha	Moyenne	Rampant	S	S	S	S	S	T

1 = Puceriris, 2 = Punaises des grouses, 3 = Bruces des stocks, 4 = chancre bactérien, 5 = striga, 6 = sécheresse.

S = sensible, TF = Tolérance faible, TM = Tolérance moyenne, PS = Peu sensible, T = Tolérante, TS = Très sensible PT = Peu tolérante, TT = Tolérante.

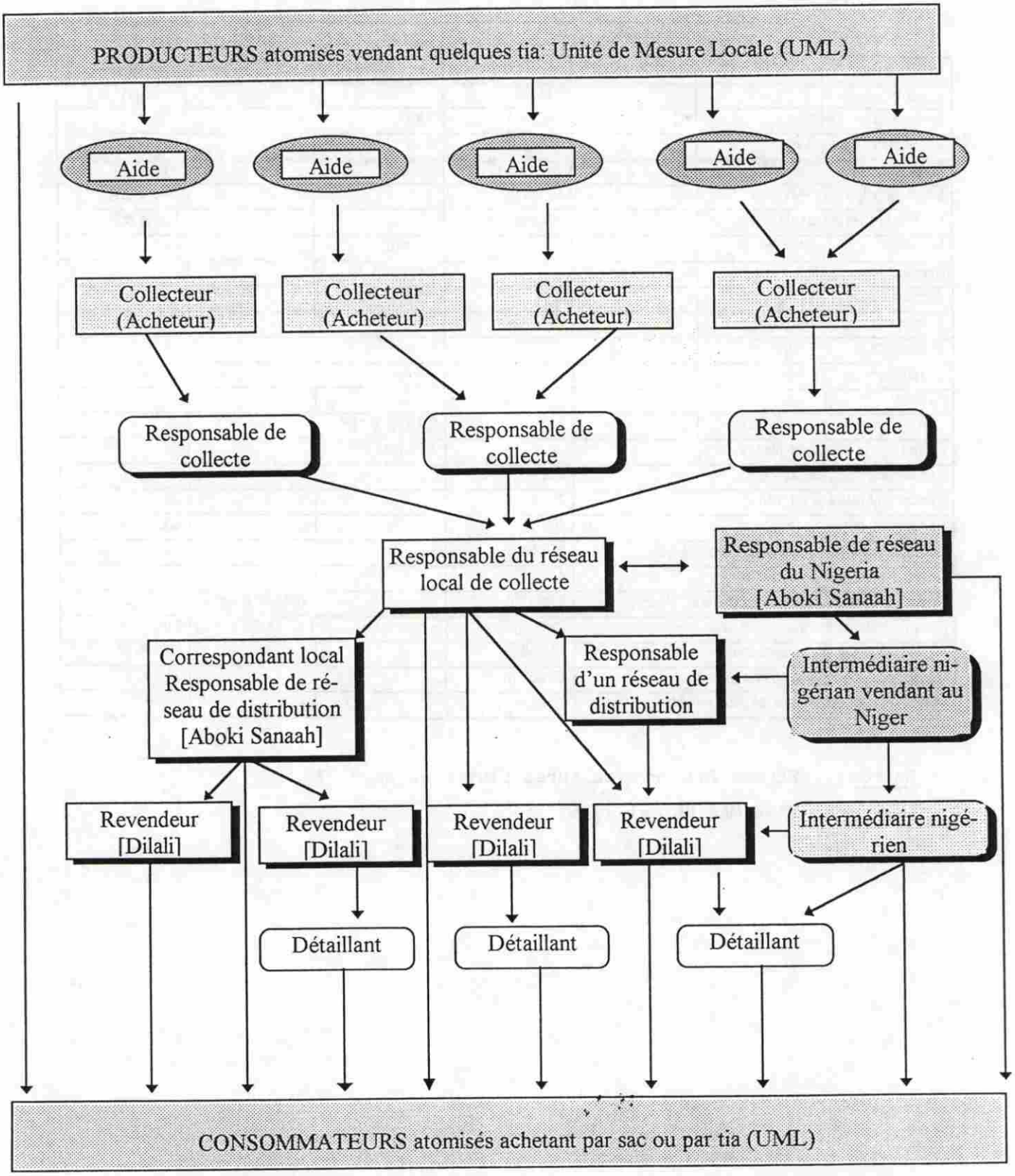
Annexe 7: Estimation du coût de production du niébé dans le système associé au mil à Maradi.

	1993			1994		
RUBRIQUES	Qté	P.U.	Total/ha	Qté	P.U.	Total/ha
Intrants			832 (a)			1180 (a)
Semences de mil	8 kg	62	496 (a1)	8 kg	65	520 (a1)
Semences de niébé	3 kg	112	336 (a2)	3 kg	220	660 (a2)
Main d'oeuvre			29 hje (z)			29 hje (z)
MOF mil (c1+e1)+(b+d)*73%			19 hje (z1)			19 hje (z1)
MOF mil (c2+e2)+(b+d)*27%			10 hje (z2)			10 hje (z2)
Préparation	1 hje (b)			1 hje (b)		
Semis mil	2 hje (c1)			2 hje (c1)		
Semis niébé	1,5 hje (c2)			1,5 hje (c2)		
Sarclages	18 hje (d)			18 hje (d)		
1° sarclage	11 hje			11 hje		
2° sarclage	7,5 hje			7,5 hje		
Récolte	-			-		
- mil	2,75 hje (e1)			2,75 hje (e1)		
- niébé	3,25 hje (e2)			3,25 hje (e2)		
Rendement mil grain (kg/ha)			309			409
Rendement niébé grain (kg/ha)			79			79
Rendement fanes niébé (kg/ha)			600			600
Coûts monétaires bord/champ sur niébé (a2)			336 (f)			660 (f)
Coût bord/champ/kg niébé f/79			4			8
Revenu brut niébé bord/champ (67fcfa*79kg/ha)			5.293 (g)		(60fcfa*79kg/ha)	4.740 (g)
Revenu brut fanes bord/champ (35fcfa*600kg/ha)			21.000 (h)		(35fcfa*600kg/ha)	21.000 (h)
Revenu brut total niébé bord/champ (g+h)			26.293 (i)			25.740 (i)
Marge brute niébé bord/champ (i-f)			25.957 (j)			25.080 (j)
Valorisation journée de travail (j/z2) fcfa/hje			2.596			2.508

Sources : Etudes filières cultures pluviales page 17
PASA/MAG/EL Mai 1995

ANNEXE 8

Structure de la commercialisation des produits agricoles traditionnels, céréales sèches (mil, maïs et sorgho) et culture de rente (arachide, niébé et souchet).



Source: *Enquête de terrain.*

Liste des personnes rencontrées

Mr Morou Alassane	CONA/CILSS
Mr Lemane Ibrahim	Assistant CONA CILSS
Mr Yahaya Adié	Service Coordination des Statistiques DEP/MDR/H/E
MR Sahabi Daddy	Directeur Projet Basse Vallée de la Tarka (Madaoua)
Dr Idé Tahirou	Directeur de l'Elevage et des Industries Animales
Dr Hama Saley	Chef de Service Production Animale/DEIA
Mme Mamadou Maïmouna	Secrétaire Permanent du SAP
Mr Seyni Amadou	SIM/DPVN
Mr Idrissa Chipkaou	Directeur de l'Agriculture MDR/H/E
Mr Atchabi Abou	Directeur Adjoint de l'Agriculture
Dr Amadou Baré	Directeur Abatoir frigorifique de Niamey
Mr PAOLO GIGLIO	CTP - PROFORMAR
Mr Cheifou Adamou	PAM/MF/P
Mr Oumar Aboubacar	Opérateur Economique
Mr Iddal Sidi Mohamed	USAID - NIGER
Mr Boubacar Abdul Kadri	Président AREN
Mr Hassane Ibrahim	SGA - AREN
Mr ALFIDJA	CNCE
Mr Souleymane Djambouto	CNUT
Mme Dia Brigitte	CSPPN
Mr Amadou Garba	Bureau de l'Ambassade du Canada
Mr Chefferou Mahattan	Directeur Protection des Végétaux
Mr Huynt Trong Hieu	Projet PAI/FAC/MDR
Mr Hassane Dima	Cellule PASA/DEP/MDR
Mr Saley Hamidou	Chambre de Commerce

Dr Seydou Boureima Adjoint au Directeur de DEIA