

**L105**

A DR Sidibe (CILSS)

**COMITE PERMANENT INTER-ETATS DE LUTTE  
CONTRE LA SECHERESSE AU SAHEL -CILSS  
PROJET DIAGNOSTIC PERMANENT II**



RAPPORT SUR LA COMMERCIALISATION DU BETAIL  
DE LA VIANDE ET DES PRODUITS DE L'ELEVAGE  
EN REPUBLIQUE ISLAMIQUE DE MAURITANIE

Réalisé par :  
Dr. MALICK GAYE, VETERINAIRE  
Mr. MOHAMED OULD ZEIDANE, Socio-économiste

Juin 1991

# S O M M A I R E

	Page
<b>Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>Méthodologie.....</b>	<b>2</b>
<b>Remarques.....</b>	<b>3</b>
<b>I. Politiques et Orientations Nationales en matière d'élevage.....</b>	<b>5</b>
<b>II. Analyse de l'offre.....</b>	<b>7</b>
II.1 - Comportement des Producteurs.....	7
- Conclusion.....	20
II.2 - Comportement des Commerçants.....	21
- Conclusion.....	30
II.3 - Etude des circuits commerciaux.....	33
- Filière bétail.....	33
- Filière viande.....	42
- Filière cuirs et peaux.....	46
- Filière lait.....	49
<b>III. Analyse des données statistiques.....</b>	<b>52</b>
- Tableau et diagrammes sur les Statistiques.....	57
- Conclusions.....	58
<b>IV. Propositions d'éléments de politiques de commercia- les à moyen et long terme.....</b>	<b>59</b>
- au niveau des producteurs.....	59
- au niveau des circuits de commercialisation	
- au niveau Filière cuirs et peaux.....	63
- " " Filière lait.....	63
- " " inconstitutionnel.....	63
<b>Programme d'action.....</b>	<b>64</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>66</b>
- Enquête production laitier Nouakchott.....	67
- Liste des personnes rencontrées.....	68
- Bibliographie.....	71
- Itinéraire de la mission et calendrier du travail..	72

## INTRODUCTION

La République Islamique de Mauritanie est un pays à vocation pastorale évidente. L'élevage intervient pour près du quart du produit intérieur Brut (PIB), plus de 80 % du PIB du secteur rural, et il constitue de ce fait un facteur important pour le développement économique et social du pays.

Cette vocation pastorale se traduit essentiellement par:

- un cheptel relativement important par rapport à la population (même si les données statistiques concernant ce cheptel ne sont pas très précises) :

- Une connaissance appréciable par nos éleveurs de l'animal et du milieu ;

- Un marché intérieur de commercialisation du bétail très important et actif ;

- des marchés extérieurs potentiels (particulièrement ceux de certains pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest) assez connus par nos éleveurs et opérateurs.

Cependant, les problèmes de commercialisation du bétail et de la viande deviennent de plus en plus préoccupants et constituent une contrainte importante au développement du sous-secteur de l'élevage et pour l'amélioration des échanges inter-étatiques.

C'est pourquoi conformément aux termes de référence et à la méthodologie proposés dans le document d'orientation de l'étude en question, le présent rapport s'attache, entre autres, à identifier les contraintes de commercialisation du bétail, viandes et autres produits de l'élevage et à proposer une stratégie, des recommandations et un programme d'action visant à l'amélioration du système à court, moyen et long termes.

### Méthodologie ( choix de site)

La revue des documents récents sur l'étude des marchés et des circuits de commercialisation du bétail nous a permis d'identifier trois zones qui respectent les critères requis. Il s'agit de :

- Adel Bagrou (Hodh el Chargui)
- Bousteïlla (Hodh el Chargui)
- Kaédi (Gorgol)

Adel Bagrou et Bousteïlla sont situés au Sud-Est du pays, sur la frontière malienne, dans la zone pastorale. Des échanges commerciaux (y compris de bétail) ont lieu fréquemment entre opérateurs maliens et mauritaniens. L'exportation de bétail (clandestine) se fait souvent par ces points de passage, où les flux sont les plus importants du pays (voir tableau).

Caratéristique	Flux de bétail				Effectif moyen de vente quotidiennes			
	Ov.	Cap.	Bov.	Camel.	Ov.	Cap.	Bov.	Camel.
Marché								
Adel Bagrou	5755	1369	1542	287	18	7	10	2
Bousteïlla	4673	1167	610	84	62	21	26	'

- Source : SSA -Enquête Pricicob

\* total pour Avril, Mai, Juin, (2<sup>e</sup> trimestre 1990)

A eux seuls ces deux marchés totalisent, pour le 2<sup>e</sup> trimestre 1990 :

- 52 % du total des ovins présentés dans presque tous les marchés du pays
- 24 % du total des caprins
- 53 % " " des bovins
- 32 % " " des camelins.

Il s'agit de deux marchés hebdomadaires, dans lesquels se retrouvent vendeurs et acheteurs venant des autres marchés et des régions frontalières du Mali.

Kaédi est un marché **quotidien** important, situé dans la zone agro-pastorale sur la frontière sénégalaise. C'est également un centre urbain important, abritant le siège de la SOMECOB ( Société Mauritanien d'Elevage et de Commercialisation du bétail), qui a le monopole de l'exportation du bétail.

Par ailleurs, et dans le souci d'englober des producteurs urbains, on s'est également intéressé à la Capitale (Nouakchott) où existent des unités semi-intensives et où le commerce du bétail présente quelques spécificités.

Le choix des interviewés a été fait selon le tableau ci-dessous :

Opérateur choisi Marché	Commerçants et opérateurs locaux	Bouchers -Chevil- lards	Producteurs
Adel Bagrou	1	-	31
Bousteïlla	5	-	32
Kaédi	3 locaux	01	5
Nouakchott	3 locaux	01	-
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>02</b>	<b>68</b>

L'enquête a été menée de sorte que tous les systèmes de production animale soient représentés (éleveurs purs, agro-éleveurs, éleveurs commerçants, éleveurs fonctionnaires, autres...).

Des contacts ont été pris à Nouakchott avec la SOCOMETAL qui s'occupe de la collecte et de l'exportation des cuirs et peaux avec les éleveurs impliqués dans la commercialisation du lait frais (ceinture laitière de Nouakchott) et avec les promoteurs de petites unités de transformation de lait (Tiviski, Badia...)

L'itinéraire de la mission et le nom des personnes interviewées sont annexés au présent rapport.

#### Remarques :

Lors de l'élaboration de ce travail nous nous sommes heurtés à quelques problèmes que nous mentionnons dans ce chapitre afin de mieux faire comprendre l'étude en question en ce qui concerne la Mauritanie :

#### - Au niveau de la consommation intérieure

Les informations sur la consommation intérieure sont difficiles à avoir à cause des éléments suivants :

- 1°/ diversité des modes de consommation
- 2°/ faiblesse des statistiques existantes.

Une très bonne partie de la consommation n'est pas comptabilisée car en milieu rural, une bonne partie des abattages provient de l'élevage familial. En milieu urbain ou sédentaire là où sont présents les services vétérinaires, si le gros bétail n'échappe pas en général, aux contrôles, les petits ruminants y échappent en grande partie.

Il a été donc nécessaire de corriger les statistiques trouvées, par des estimations que nous avons effectuées, à partir des enquêtes sur le terrain dans les zones de production, à Kaédi et à Nouakchott :

- Au niveau de la catégorisation des bovins et ovins

Les différentes catégories des bovins (boeufs, taureaux, vaches, bouvillons, genisses) et ovins ( mâles adultes, femelles adultes, jeunes) ne sont pas respectées et cela dans la quasi-totalité des marchés mauritaniens : C'est pourquoi, nous ne donnerons que les statistiques concernant les bovins d'une façon générale sans différenciation aucune ( sauf les dernières enquêtes du service des statistiques agricoles dans le cadre du projet Elevage II). Cela concerne aussi les ovins et les caprins.

- La distinction des informations relatives exclusivement aux ovins ou aux caprins au niveau des marchés et des abattoirs ne se fait pratiquement pas. C'est pourquoi nous ne parlerons en général que des petits ruminants (ovins+Caprins).

- En ce qui concerne le PIB. Il existe deux bases de calcul : Celle de 1977 et celle de 1983. Nous avons préféré celle de 1983 en termes constants plus à jour. Donc nous ne donnons le PIB qu'à partir de 1983.

- **Les statistiques sur les exportations n'existent plus** (elles ont existé jadis avant 1975 où 30 à 50% étaient auparavant contrôlées) depuis la création de la Société Nationale d'Industrialisation et de Commercialisation du bétail (SONICOB), devenue à partir de 1980 Société Mauritanienne d'Elevage et de Commercialisation du bétail (SOMECOB). Cette Société a le monopole de l'exportation du bétail mais hélas n'en fait presque pas, et l'importance des fraudes et des mouvements de transhumance internationale rendent impossible le suivi des quantités réellement exportées à partir du pays.

## I. Politique et Orientations nationales en matière d'élevage.

Les objectifs à moyen et long terme du secteur rural sont la substitution de l'offre locale aux importations, et le maintien des populations dans leur terroir. Ils s'articulent autour des grands axes de la politique sectorielle qui sont les suivants :

- augmenter les productions agricoles, couvrir la consommation en produits laitiers, maintenir l'autosuffisance en viande **et la capacité du pays d'exporter cette denrée.**

- Gérer plus rationnellement les pâturages et les points d'eau afin d'aboutir à une répartition plus équilibrée du cheptel sur ces ressources.

- Arrêter la dégradation de la faune et de la flore locale.

- inciter le secteur privé à prendre une part plus active à l'investissement et à la production dans ce secteur.

Le Gouvernement, en matière d'élevage, a défini en plus, les objectifs principaux suivants :

- l'organisation de la production grâce à la mise en place d'entités socio-professionnelles viables en vue d'augmenter les productions animales dans leur ensemble ;

- l'allègement du fardeau financier de l'Etat grâce à la mise en oeuvre d'une politique systématique de contribution financière et de participation des éleveurs aux frais que nécessitent leurs troupeaux, et aux investissements physiques dont ils bénéficient.

Pour atteindre ces objectifs, le service de l'élevage met l'accent sur les éléments suivants :

- 1°/ l'étude de l'écologie pastorale et la collecte de données sur les systèmes de production afin de saisir les statistiques sur les effectifs du cheptel, les paramètres dynamiques des troupeaux et les données socio-économiques du sous-secteur ;

2°/ l'organisation des éleveurs en associations de coopératives pastorales (A.P) pour leur participation effective au développement de l'élevage et leur responsabilisation sur le plan de la gestion des ressources;

3°/ le renforcement du service de l'élevage sur le plan institutionnel et au niveau de sa capacité d'encadrement et d'animation, en formant le personnel ainsi que les éleveurs;

4°/ les actions traditionnelles de prophylaxie, la création de pharmacies vétérinaires dans tout le pays pour compléter les activités du bureau des intrants d'élevage (BIE);

5°/ les terres à pâturages ainsi que la totalité de l'espace pastoral devront faire l'objet d'une planification rationnelle et concertée. On tiendra compte, dans l'exploitation et l'utilisation des parcours, de la complémentarité entre les différents systèmes de production (agricole et sylvopastorale), donc l'essai d'une forme de stratification de l'élevage.

L'intégration agriculture-élevage s'impose de nos jours naturellement : Les zones agricoles devant, à terme, décharger le secteur extensif des animaux destinés à la production intensive de viande et de lait et, dans la mesure du possible, produire des quantités de fourrages ou de sous-produits agricoles, pour assurer une alimentation complémentaire d'une partie du cheptel, en période de soudure.

6°/ Le Centre National d'Elevage et de Recherches Vétérinaires s'occupera davantage de la recherche zootechnique et mettra l'accent sur la connaissance des caractéristiques et performances de base de nos espèces animales, et sur les méthodes appropriées d'amélioration des productions animales;

7°/ La commercialisation du bétail et des sous produits d'élevage sera mieux organisée dans le cadre des groupements coopératifs, et les exportations mieux gérées et mieux suivies ;

8°/ L'incitation du secteur privé dans le sous-secteur et l'appui à la libéralisation de la profession vétérinaire seront encouragées autant que faire se peut.

## II. Analyse de l'offre :

C'est au niveau de l'offre qu'apparaissent les premiers goulots d'étranglement qui entravent non seulement la production, mais aussi son écoulement. L'enquête socio-économique que nous avons menée a pour but de trouver les moyens d'agir sur cette offre, pour la rendre plus régulière, plus abondante et de meilleure qualité, afin de convenir à la demande intérieure et extérieure. Trois zones d'élevage ont été choisies, les résultats obtenus sont présentés puis analysés par zone avant d'être considérés pour les trois réunies.

### II.1 Comportement des producteurs

#### II.1.0 Stratégie d'élevage :

Depuis les sécheresses dernières qui se sont succédées dans le pays, les éleveurs ont tendance à associer l'élevage de plusieurs espèces, espérant ainsi devenir moins vulnérables face aux catastrophes. Ainsi, sur les 68 producteurs enquêtés, 59 possèdent deux espèces ou plus.

Le mode d'élevage dans les trois sites est déterminé par l'espèce élevée : les petits ruminants vont en transhumance au Mali, les bovins ont tendance à se sédentariser, les camelins font un mouvement pendulaire Nord-Sud et ne vont au Mali que si l'année a été mauvaise. Dans ces conditions, il devient difficile de classer un éleveur qui possède toutes les espèces (ou deux d'entre elles) dans un mode bien défini, car ses activités peuvent varier: tantôt il est parmi ses bergers de petits ruminants, en transhumance, tantôt il est sédentaire, parfois il remonte avec les dromadaires.

Ainsi, et pour simplifier, avons nous assimilé l'élevage bovin au mode de vie semi-sédentaire, celui des petits ruminants à la transhumance. Par ailleurs, l'analyse des résultats est partie du principe que le comportement de l'éleveur est partiellement déterminé par le système de production auquel il appartient, bien que, le plus souvent, l'essentiel du revenu soit tiré de l'élevage.

La taille de l'échantillon étant réduite, il n'a pas été possible d'effectuer des calculs statistiques pour dégager les grandes tendances du comportement des

producteurs. Nous nous sommes cantonnés à déterminer les pourcentages, pour essayer d'expliquer certains phénomènes qui se sont répétés au cours de l'enquête, et à les analyser partant de notre connaissance du domaine et des données actuellement disponibles.

### II.11 Evolution du cheptel par espèce :

#### a/ Site de Adel Bagrou

	<b>Total</b>	<b>Augmentation</b>	<b>Stabilité</b>	<b>Diminution</b>
Bovins	28	13 soit 46 %	5 soit 18 %	10 soit 36 %
Ovins	26	11 soit 42 %	3 soit 12 %	12 soit 46 %
Caprins	24	9 soit 37 %	5 soit 21 %	10 soit 42 %
Camelins	5	1 soit 20 %	0 %	4 soit 80 %

Pour les bovins et les petits ruminants, le nombre d'éleveurs ayant enregistré une augmentation ( ou une stabilité ) des effectifs est supérieur à celui de ceux qui se plaignent d'une diminution. Les derniers pensent que leur mauvais résultat est dû surtout à la baisse pluviométrique enregistrée cette année, à certaines maladies telles que le botulisme et aux feux de brousse ( dont les dégâts sont visibles dans toute la zone). Le pourcentage d'éleveurs de camelins qui disent avoir enregistré une diminution des effectifs n'est pas significatif à cause de la faiblesse du nombre enquêté dans ce site, qui d'ailleurs n'est pas un lieu d'élevage camelin ( à cause de son humidité).

#### b/ Site de Bousteïla

	<b>Total</b>	<b>Augmentation</b>	<b>Stabilité</b>	<b>Diminution</b>
Bovins	30	14 soit 47 %	6 soit 20 %	10 soit 33 %
Ovins	21	10 soit 48 %	4 soit 19 %	7 soit 33 %
Caprins	24	9 soit 38 %	2 soit 8 %	13 soit 54 %
Camelins	10	8 soit 80 %	1 soit 10 %	1 soit 10 %

Le pourcentage d'éleveurs reconnaissant l'augmentation de leurs troupeaux bovins, ovins et caprins est à peu près le même dans les deux sites. Ici on met surtout l'accent sur les maladies pour expliquer les diminutions déclarées (botulisme chez les bovins, avortements chez les ovins, diarrhées chez les caprins).

#### \* Site de Kaédi :

La taille réduite de l'échantillon ne donne pas de résultats significatifs. Toutefois, sur les cinq producteurs enquêtés aucun ne se plaint d'une diminution de son troupeau au cours de cette année ( par rapport à la même époque de l'année dernière).

\* Evolution globale :

Total des éleveurs		Augmentation	Stabilité	Diminution
Bovins	63	31 soit 49 %	12 soit 19 %	20 soit 32 %
Ovins	50	23 soit 46 %	8 soit 16 %	19 soit 38 %
Caprins	52	21 soit 40 %	8 soit 15 %	23 soit 45 %
Camelins	14	8 soit 57 %	1 soit 8 %	5 soit 35 %

Malgré la baisse pluviométrique enregistrée cette année dans les trois régions, et la méfiance naturelle des éleveurs quant à évaluer leur cheptel, **l'évolution des effectifs déclarée est satisfaisante** dans l'ensemble pour une majorité d'enquêtés. A côté des raisons de diminution des effectifs déjà évoquées, certains éleveurs ajoutent la baisse des prix de vente qui les a obligés à vendre cette année plus que d'habitude pour couvrir les besoins des ménages.

Le producteur traditionnel, dans ces conditions, doit faire face à la situation suivante :

- le cheptel est en croissance
- le prix du bétail n'est pas rémunérateur
- les charges liées au bétail sont devenues plus importantes
- les besoins monétaires du ménage doivent être couverts ( au moins en partie) par le troupeau.

Suivant qu'il est éleveur pur ou non, il aura tendance à destocker davantage pour couvrir les besoins incompressibles ( qu'il couvrirait en vendant moins) : en ce sens la baisse du prix au producteur, si elle n'entraîne pas de conséquence irréversible sur la composition du troupeau, peut être une bonne chose, dans la mesure où elle oblige l'éleveur à vendre davantage. Il ne faudrait évidemment pas que cette baisse dépasse un seuil car cela découragerait les producteurs.

L'effet se ressent moins chez les éleveurs associant d'autres activités puisqu'une partie seulement des besoins est couverte par l'élevage.

Pour les nouveaux éleveurs ( c'est -à-dire les commerçants fonctionnaires ayant profité de la sécheresse de 1973 pour investir et thésauriser dans le bétail, à un moment où les animaux étaient vendus à très bas prix) l'augmentation des animaux quand les prix sont à la baisse les pousse à vendre le minimum, en attendant la hausse des prix. En général, il s'agit bien d'une thésaurisation ( ou d'une épargne), et le propriétaire a d'autres moyens sur lesquels il vit. Seul un prix rémunérateur le pousse à vendre, pour aussitôt acheter des jeunes animaux destinés à être réélevés, avec le produit de la vente

## II. 1.2. les Ventes

### \* Site d'Adel Bagrou

	<b>Total</b>	<b>Peu</b>	<b>Assez</b>	<b>Beaucoup</b>
Bovins	28	13 soit 46 %	3 soit 11 %	11 soit 43 %
Ovins	26	13 soit 50 %	5 soit 19 %	8 soit 31 %
Caprins	24	11 soit 46 %	6 soit 25 %	6 soit 25 %
Camelins	5	4 soit 80 %	0 %	1 soit 20 %

Les souhaits des producteurs sont révélateurs de leur stratégie commerciale, qui dépend en grande partie du système d'élevage et conjoncturellement de l'état du marché. On distingue, suivant ce qu'indique le tableau ci-dessus trois types d'éleveurs.

- ceux qui désirent vendre davantage, mais qui ne peuvent le faire pour une raison ou une autre ;
- ceux qui, au contraire, trouvent que leur rythme de vente est très grand;
- ceux, enfin qui estiment qu'ils vendent juste assez.

Les éleveurs enquêtés à Adel Bagrou sont partagés quant à leur souhait de vente, avec une prédominance de ceux désirant vendre davantage.

### \* Site de Bousteïla :

	<b>Total</b>	<b>Peu</b>	<b>Assez</b>	<b>Beaucoup</b>
Bovins	30	9 soit 30 %	5 soit 17 %	16 soit 53 %
Ovins	21	5 soit 24 %	4 soit 19 %	12 soit 57 %
Caprins	24	6 soit 25 %	5 soit 21 %	13 soit 54 %
Camelins	10	1 soit 10 %	1 soit 10 %	8 soit 80 %

La situation dans cette zone d'élevage semble être inversée par rapport à la zone précédente : ainsi plus de la moitié des producteurs de chaque espèce souhaitent diminuer leurs ventes. Le pourcentage de ceux qui vendent assez par rapport à leur souhait reste dans le même ordre de grandeur (relativement faible).

**\* Site de Kaédi :**

D'une manière générale, les éleveurs enquêtés désirent vendre mais les raisons sont différentes : pour les éleveurs de petits ruminants, s'ils vendent pas assez c'est à cause de la faiblesse de la demande intérieure par rapport à l'offre et de la baisse du pouvoir d'achat des populations. Pour les bovins, les producteurs pensent que c'est la concurrence que leur fait la SOMECOB, qui rend difficile l'écoulement de leur bétail à un prix raisonnable . Des situations difficiles peuvent en naître pour les producteurs.

**\* Les trois sites réunis :**

	Total	Peu	Assez	Beaucoup
Bovins	63	41 %	13 %	46 %
Ovins	50	40 %	20 %	40 %
Caprins	52	37 %	23 %	40 %
Camelins	14	35 %	7 %	58 %

Les éleveurs traditionnels qui vivent dans des sociétés où l'échange n'est pas ou peu monétarisé, désirent **conserver leur cheptel** autant que faire se peut. Ils ne vendent généralement que pour des besoins monétaires pressants et n'hésitent pas à acheter des jeunes en vue de les élever en remplacement des animaux vendus. Tant que, pour les besoins, on ne cède que les mâles et les femelles reformées, la situation n'est pas jugée grève ; mais dès qu'il s'agit de vendre des femelles jeunes on commence à s'inquiéter. Près de la moitié des éleveurs retenus pour notre enquête trouvent que le taux de vente dépasse leur souhait. Cela est peut être dû, dans la conjoncture actuelle, à la faiblesse des prix aux producteurs constatée depuis près de deux ans. La situation est plus difficile pour les petits éleveurs dont les souhaits, de toutes les façons, sont contrariés par la baisse des prix comme c'est le cas actuellement ( ils vendent les meilleurs).

A l'inverse, **d'autres éleveurs** ayant une vocation plus commerciale et vivant dans un milieu où les échanges monétarisés sont courants, **souhaitent plutôt destocker** toute la partie de leur troupeau qui ne produit pas (ou plus). C'est le cas des adultes mâles et des femelles reformées et même d'autres catégories, si elles obtiennent un bon prix. Ces producteurs là sont très souvent installés avec un petit commerce qui leur permet de soutenir leurs activités pastorales ( et qui est soutenu par elles suivant la nécessité).

Près de 40 % des éleveurs interviewés estiment qu'ils vendent peu par rapport à leurs souhaits, autrement dit ils n'arrivent pas à destocker faute de prix rémunérateurs et de débouchés pour leur production.

Des cas intermédiaires existent : il s'agit souvent d'éleveurs moyens qui associent d'autres activités (telles que l'agriculture) à l'élevage et qui vendent juste le nombre qu'il faut pour effectuer des achats bien définis. Ils ne cherchent pas à tirer des bénéfices commerciaux importants de leurs opérations de vente.

Quelques situations particulières ont été rencontrées, telles celles d'éleveurs ayant tout perdu en 1984 et qui essaient de reconstituer un cheptel à partir de leurs activités actuelles (commerce et agriculture). Ils déclarent souhaiter ne rien vendre du tout pendant quelques années.

### II. 1.3. Catégorie d'animaux vendus :

D'une façon générale la seule catégorie que préfèrent vendre les producteurs, toutes espèces animales confondues, est celle des **mâles adultes**.

Les seules exceptions enregistrées sont ci-dessous présentées

	Bovins		Ovins		Caprins		Camelins	
	J.M.	S.P.	J.M.	S.P.	J.M.	S.P.	Sans	Préf.
Adel Bagrou	3	5	1	4	1	3		1
Bousteïla	2	1	-	-	-	-		-
Kaédi	2	-	-	-	-	-		-
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>1</b>
<b>Total général</b>	<b>13 soit 19%</b>		<b>5 soit 10%</b>		<b>4 soit 8%</b>			<b>1 soit 7%</b>

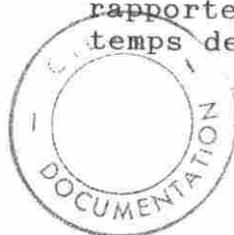
**NB.:** J = jeune M= mâle S = sans P = préférence

Les éleveurs considèrent donc que les mâles adultes sont destinés en premier lieu à la vente parce qu'ils rapportent davantage que les autres catégories, présentent des charges importantes et ne se reproduisent pas. On ne vend pas les femelles jeunes et adultes parce qu'elles se reproduisent; et se désaisir d'une seule femelle est une entorse grave aux méthodes d'élevage, à moins qu'elle ne soit reformée.

Mais des exceptions existent : - pour les agriculteurs-éleveurs pratiquant la culture attelée, le mâle adulte est aussi précieux; sinon plus que la femelle car il peut servir de boeuf de trait. C'est pourquoi on vend plutôt les jeunes mâles.

- pour d'autres, les jeunes ( mâles) se vendent mieux que les adultes et à des prix intéressants. On cherche donc à les vendre pour subvenir aux besoins. Cela concerne essentiellement les caprins ( les jeunes mâles sont bien appréciés par certains consommateurs).

- enfin, certains n'ont pas vraiment de préférence car ils estiment que généralement, il s'agit de parer au plus pressé donc ils vendent de préférence l'animal qui va rapporter l'argent suffisant. Ils prétendent qu'ils auront le temps de refaire leur troupeau, au moment opportun.



#### 2.1.4. Périodes de vente

\* Site d'Adel Bagrou :

	Pluie	saison sèche	fête	sans préférence
Bovins	18 %	46 %	0 %	29 %
Ovins	23 %	11 %	30 %	35 %
Caprins	21 %	12 %	33 %	29 %
Camelins	0 %	20 %	0 %	80 %

La saison sèche est une période où les animaux en bon état peuvent avoir un bon prix, c'est pourquoi les gros ruminants sont bien vendus ( ceux destinés à la boucherie).

Pour les petits ruminants la période des fêtes est la préférée chaque ménage devant acheter un mouton.

Près du tiers des interviewés reconnaissent préférer la vente de leurs ovins et caprins durant les fêtes à cause des prix généralement très intéressants qu'ils en tirent.

Les éleveurs enquêtés qui répondent ne pas avoir de période de vente préférée sont surtout ceux qui vendent pour subvenir à un besoin précis et urgent, et ne programment donc pas une période fixe de vente.

Il représentent le tiers des producteurs interviewés. Parmi ceux-ci il y a également les exportateurs de bétail, au Mali et en côte d'Ivoire, qui s'en tiennent à la loi du marché ( si l'offre est très importante le prix baisse et inversement si la demande est soutenue les prix montent). Selon eux les marchés sont souvent capricieux, et la vente se fait suivant ces caprices.

**\* Site de Bousteïla**

	Saison pluvieuse	saison sèche	Fêtes	Sans préférence
Bovins	27 %	27 %	0 %	46 %
Ovins	10 %	14 %	33 %	43 %
Caprins	8 %	17 %	25 %	50 %
Camelins	10 %	60 %	0 %	30 %

Les résultats ici encore renforcent donc l'idée que les gros ruminants, destinés à la boucherie, sont mieux vendus (intention des producteurs) pendant la saison sèche. Par ailleurs, pour les petits ruminants, la préférence des producteurs, va à leur commercialisation pendant les périodes de fête. A signaler le fort taux des éleveurs n'ayant pas de préférence : à côté de ceux cherchant essentiellement à subvenir à des besoins, il y a ceux cherchant avant tout à trouver un bon prix, quitte à acheter d'autres femelles (s'il s'est agi de la vente de femelles).

**\* Site de Kaédi**

	Saison pluvieuse	saison sèche	Fêtes	Sans préférence
Bovins	40 %	60 %	0 %	0 %
Ovins	35 %	33 %	33 %	0 %
Caprins	25 %	50 %	25 %	0 %
Camelins	-	-	-	-

Ici il n' y a pas d'éleveurs qui soient sans préférence, et l'on retrouve à peu près les mêmes tendances.

**\* Cas pour les trois sites réunis :**

	Saison pluvieuse	saison sèche	Fêtes	Sans préférence
Bovins	24 %	38 %	0 %	35 %
Ovins	18 %	14 %	32 %	36 %
Caprins	15 %	17 %	29 %	36 %
Camelins	5 %	50 %	0 %	45 %

- Les animaux sont en bon état durant la saison pluvieuse, mais leur affluence sur les marchés rend les prix peu intéressants pour beaucoup de producteurs.

- L'état d'embonpoint des animaux est un élément clé durant la saison sèche. C'est pourquoi les animaux de boucherie ( bovins, camelins) sont engraisés pour cette période pour en tirer un très bon prix.

- Pour ceux qui ont des préférences, la période de vente de petits ruminants la meilleure correspond à la veille des fêtes. Mais la fermeture de la frontière avec le Sénégal a créé une situation difficile pour de tels producteurs.

- Plus du tiers des éleveurs enquêtés reconnaissent ne pas avoir de période préférée pour la vente. A côté des raisons déjà avancées il convient de signaler que pour les transhumants il n'est pas toujours possible de choisir une période de vente, étant donné que les animaux se déplacent très loin. Souvent le propriétaire n'est pas en mesure de situer exactement le lieu où sont les animaux.

- Le lieu de vente préféré varie en fonction des relations du producteur et des commerçants et/ou courtiers.

Site	Marché	Sur place	Transhumance
Adel bagrou	52 %	45 %	3 %
Bousteïla	59 %	38 %	12 %
Kaédi,	40 %	60 %	0 %

Les éleveurs préfèrent ne pas vendre en transhumance ( même si les transhumants reconnaissent avoir fait régulièrement des ventes au Mali) parce que les prix au Mali ne sont pas intéressants - même si l'argent trouvé est échangé sur le marché noir.

Ceux qui se déplacent vers le marché pour y vendre estiment qu'ils y ont intérêt puisque les intermédiaires ne leur donnent pas un prix rémunérateur. Certains disent que le fait que le " collecteur " vienne acheter chez eux signifie que les animaux manquent sur le marché et donc que les prix sont intéressants. C'est pourquoi ils y vont eux-mêmes.

D'autres prétendent qu'il est préférable de vendre sur place car, outre qu'on gagne le temps qu'on aurait perdu à se déplacer, on évite le risque du déplacement : en effet, en se déplaçant on paye le transport et on n'est pas assuré de vendre. Les courtiers sont conscients de cela et achètent les animaux ainsi présentés à un prix très faible.

Il est probable que certains éleveurs interviewés préfèrent vendre en transhumance, particulièrement certaines catégories d'animaux, mieux vendus au Mali, mais la méfiance les a poussés à ne pas le divulguer.

#### 2.1.5. Raisons de Vente.

	Besoins monétaires	Prix intéressants	Alimentation bétail
Adel Bagrou	84 %	16 %	0 %
Bousteïla	93 %	0 %	7 %
Kaédi	100 %	0 %	0 %

Les éleveurs enquêtés vendent surtout pour **subvenir à un besoin monétaire** (nourriture, habillement, etc...) mais ils s'intéressent en second lieu aux deux autres situations (si les prix sont intéressants ou si la soudure est difficile pour les animaux). Ainsi, à Adel Bagrou sur les 26 éleveurs ayant pour raison principale de vente un besoin monétaire, 17 (soit 65 % d'entre eux) reconnaissent qu'ils n'hésitent pas à vendre si les prix sont intéressants.

A. Bousteïla 50 % le reconnaissent également.

Quelques-uns (dans les trois sites) affirment qu'ils ne vendent que si le prix offert est intéressant. C'est surtout des éleveurs qui ont un revenu annexe important et qui ne vivent donc pas exclusivement de leur production animale.

La compréhension des motivations poussant les producteurs à la mise à marché est un élément important dans la détermination d'une politique efficace de développement de la commercialisation du bétail. En effet, il ne s'agit pas dans notre pays d'une économie de marché où l'éleveur produit exclusivement à la recherche d'un profit, qu'il essaie de maximiser. Il s'agit plutôt d'un élevage à dominante traditionnelle, où le producteur s'accroche à son bétail, autant qu'il peut. Puisqu'on désire que nos éleveurs vendent davantage, **il convient de jouer sur les raisons de vente, en encourageant celles qui les poussent à destocker**, mais en prenant certaines précautions. Créer des besoins monétaires nouveaux chez les éleveurs va certes les pousser au but recherché, mais il y'a des risques, surtout pour les petits éleveurs, qui peuvent se retrouver démunis.

## II. 1.6 Les prix à la vente :

### \* Site de Adel Bagrou

	Satisfaisants	Non satisfaisants	Sans opinion
Bovins	43 %	50 %	7 %
Ovins	30 %	70 %	0 %
Caprins	25 %	75 %	0 %
Camelins	0 %	40 %	60 %

Nous avons essayé de préciser davantage cette question afin de comprendre la situation des producteurs confrontés à des prix qui ne les satisfont pas. En fait, les éleveurs voient de plus en plus clairement le lien entre le prix de vente et le niveau de la production à moyen et long terme, dans le cas où la baisse des prix au producteur se situe à un niveau prohibitif, et perdure pendant quelques années. En clair, les nouvelles politiques d'élevage, qui font supporter tous les coûts (intrants et services) à l'éleveur, doivent aussi **garantir à celui-ci un prix rémunérateur** de façon à ne pas décourager la production au niveau national.

Ainsi dans l'échantillon interviewé à Adel Bagrou on se rend compte que les producteurs estiment que les prix auxquels ils vendent depuis deux ans ne sont pas satisfaisants. La situation est passable pour les bovins (et encore seulement pour les femelles gestantes et jeunes), elle est alarmante pour les petits ruminants. Pour les camelins, qui ne sont habituellement pas nombreux dans le site, mais qui viennent en grand nombre le jour de marché, les prix sont au plus bas depuis ces derniers mois.

### \* Site de Bousteïla

	Satisfaisant	Non Satisfaisant	Sans Opinion
Bovins	47 %	53 %	0 %
Ovins	33 %	57 %	10 %
Caprins	37 %	54 %	9 %
Camelins	30 %	70 %	0 %

Tout comme à Adel Bagrou les producteurs ne sont pas satisfaits du prix à la vente. La situation relativement passable des bovins est due à l'intérêt porté aux femelles gestantes par les éleveurs commerçants venant d'autres régions et aux possibilités d'exportation des taureaux (et des boeufs) destinés à la boucherie, au Mali et en Côte d'Ivoire, où les prix sont intéressants (surtout que les paiements se font en francs CFA, d'où un gain substantiel sur le marché noir). Il en va tout autrement du prix à la vente des petits ruminants et des camelins.

\* Site de Kaédi

	Satisfaisant	Non Satisfaisant	Sans Opinion
Bovins	0 %	100 %	0 %
Ovins	33 %	67 %	0 %
Caprins	25 %	75 %	0 %
Camelins	-	-	-

La situation semble encore plus difficile dans cette zone d'élevage, où la SOMECOB "casse" les prix des bovins, ce qui ne sert nullement les producteurs obligés de brader leurs animaux pour subvenir à leurs besoins. L'un des rôles principaux de cette société devait être **à la fois** de sauvegarder l'intérêt du consommateur et celui du producteur; en régulant le marché du bétail. Il se trouve que depuis plusieurs années elle n'arrive plus à assurer cet équilibre.

\* Pour les trois sites réunis :

	Satisfaisant	Non Satisfaisant	Sans Opinion
Bovins	41 %Ø	56 %	3 %
Ovins	32 %	64 %	4 %
Caprins	30 %	66 %	4 %
Camelins	21 %	65 %	14 %

Depuis près de deux ans, les éleveurs de toutes les espèces **ne trouvent pas satisfaisants les prix** auxquels ils vendent. Pour cela plusieurs raisons peuvent être avancées :

- les contre-coups de la fermeture des frontières sénégalaises aux animaux venant de Mauritanie pour les petits ruminants essentiellement, les difficultés de vente au Mali et surtout en Côte d'Ivoire ( où sans doute les viandes européennes et argentines vendues à des prix de dumping sont présentes dans tous les supermarchés), pour les bovins.

- L'amélioration de la situation générale de l'élevage ( surtout pastorale et sanitaire). Depuis 1985, en effet, aucune sécheresse ni épidémie n'est venue perturber l'accroissement naturel du cheptel.

- La présence lelong de la filière de commercialisation d'une panoplie de courtiers, intermédiaires, commerçants, spéculateurs de toutes sortes. Ces " professionnels" travaillent tous - consciemment ou inconsciemment - à rendre inefficaces les marchés à bétail. Alors qu'un marché en général sert à confronter une offre à une demande entre un acheteur et un vendeur, on assiste surtout dans nos marchés à une pléthore d'intermédiaires qui essaient chacun de mettre une marge, au détriment - indifféremment- d'un producteur ou d'un consommateur ( ou des deux). A cela il faut ajouter le peu d'organisation et le manque d'infrastructures dans les marchés eux-mêmes. Relativement aux charges nouvelles qu'ils ont ( soins et vaccins payants, l'utilisation de plus en plus de l'aliment bétail) les éleveurs deviennent plus sensibles à la commercialisation de leur bétail, dont ils essaient de tirer le prix des intrants achetés.

Bien d'autres phénomènes physiques et psychologiques jouent à former des prix non satisfaisants aux producteurs, et rentrent donc dans le cadre des goulots d'étranglement de la filière bétail.

#### II. 1.7. Les difficultés des producteurs dans la commercialisation de leurs produits :

Quand ils désirent vendre leurs produits, les éleveurs arrivent presque toujours à avoir des clients :

- A Adel Bagrou, 5 éleveurs seulement sur 31 ne trouvent pas facilement preneur aux animaux qu'ils désirent vendre (soit moins de 17 %)

- A Bousteïla un seul éleveur sur 32 a des difficultés pour trouver un acheteur ( soit 3 % seulement)

- A Kaédi également un seul ne trouve pas facilement de client.

Mais cela ne signifie pas pour autant que le producteur soit satisfait : souvent le prix proposé par l'acheteur est en deça de l'espoir, et c'est suivant l'urgence de son besoin qu'il accepte ou refuse la transaction. Cette situation s'explique surtout par le nombre élevé de courtiers et de commerçants de bétail existant dans les zones de production.

Les acheteurs viennent aussi bien de marchés proches que de marchés lointains et sont permanents (55 % d'entre eux) ou occasionnels (45 %) sur le marché d'Adel Bagrou :

	Acheteurs permanents	Occasionnels
Adel Bagrou	55 %	45 %
Bousteïla	53 %	47 %
Kaédi	80 %	20 %

L'importance du nombre d'acheteurs occasionnels indique que les transactions entre l'éleveur et ses clients ont un caractère parfois aléatoire. Ceci peut aussi indiquer l'état de besoin de vente dans lequel se trouve le producteur qui d'habitude vend à des clients bien définis. Il peut également s'agir de commerçants placés sur des marchés lointains ( par exemple Nouakchott) et qui collectent eux-mêmes le bétail souhaité, court-circuitant ainsi les courtiers locaux.

## II. 1.8 Conclusion :

Les effectifs dans les zones importantes d'élevage sont en augmentation sensible par rapport aux années précédentes. Les éleveurs eux-mêmes sont conscients de ce fait, comme ils sont conscients de la nécessité d'écouler la production excédentaire, ou tout au moins la partie de cette production qu'ils désirent bien vendre. A ce propos, la mentalité des éleveurs a évolué et même les peulhs, dont la stratégie consiste à toujours augmenter le nombre, ont une vision quelque peu différente, sous la pression des besoins monétaires et des coûts de production (intrants d'élevage, gardiennage,...). L'effet de la sédentarisation est également important, à cause des besoins nouveaux que crée le mode de vie séentaire (scolarisation des enfants, santé, construction, etc ...).

L'approche du comportement du producteur par système de production permet de définir les actions susceptibles d'influer sur l'offre au sein de chacun d'entre eux.

Pour les éleveurs purs, le bétail est la seule source de revenu et à ce titre leur vulnérabilité est grande. Pendant la saison des pluies, les besoins sont presque entièrement couverts par les produits de l'élevage ( lait, beurre, viande...) les ventes d'animaux sont très espacées et sont destinées uniquement à l'achat des autres produits de première nécessité. La saison sèche les oblige à destocker

davantage puisque les animaux sont généralement partis loin à la recherche des pâturages et des points d'eau, et les besoins sont plus importants. La stratégie de vente consiste à commercialiser les animaux âgés ( mâles et femelles) ensuite les jeunes mâles et rarement les jeunes femelles non stériles. L'observation des changements survenues après la sécheresse montre que cette catégorie d'éleveurs tend à associer d'autres activités à l'élevage. Cette tendance doit être encouragée parce qu'elle leur permettra d'être moins vulnérables et moins attachés à leurs troupeaux et donc d'être moins réticents quant au destockage précoce des jeunes - destinés éventuellement à l'embouche, avant abattage.

Pour les agro-éleveurs, généralement sédentaires, le bétail revêt une forme d'épargne et s'intègre parfois bien aux activités agricoles. Pour sa subsistance l'éleveur n'est pas exclusivement attaché à son troupeau. Il commercialise donc son bétail dans des conditions différentes de celles de l'éleveur pur. En général, pour ceux qui ont l'élevage comme activité secondaire, la taille du troupeau est plutôt faible: leur incidence sur le marché est assez marginale.

Les éleveurs-commerçants sont souvent plus commerciaux que les autres catégories d'éleveurs et ont tendance à vendre quand les prix sont intéressants. Mais, comme les éleveurs purs ils ne vendent de préférence que les mâles âgés et adultes.

Le goulot d'étranglement principal évoqué par les producteurs est la baisse des prix, liée aux difficultés d'écoulement constatées depuis plusieurs mois. Des situations comme celle-ci ont tendance à décourager les éleveurs et affectent surtout les plus petits parmi eux, obligés de vendre les meilleurs animaux pour subvenir à leurs besoins.

Par ailleurs, l'action associative entamée dans le cadre du Projet Elevage II n'a pas permis pour le moment aux associations pastorales (encore jeunes) de s'occuper de l'aspect commercialisation et exportation du bétail.

## II. 2 Comportement des commerçants

Leur nombre est très important sur les marchés et l'animal acheté au producteur passe par plusieurs intermédiaires avant d'arriver chez le consommateur final. En général, ils se spécialisent dans le commerce des gros ou des petits ruminants, dont les marchés sont d'ailleurs le plus souvent différents. Sur les 14 commerçants que nous avons interviewés, 8 sont impliqués dans le commerce des gros ruminants et 6 dans celui des petits ruminants. Par ailleurs 9 d'entre eux n'ont pas d'autre activité; les 5 restants y associent l'agriculture ( de decrue ou sous pluie) ou l'élevage.

## II. 2.1 Le système d'information

L'intégration entre marchés primaires et terminaux passe par des marchés intermédiaires, et à chaque stade de la filière le commerçant a besoin de l'information ( en aval et/ ou en amont) pour prendre ses décisions. Pour cela il lui faut un réseau d'information dans tous les marchés intégrés avec le sien ( c'est-à-dire celui dans lequel il opère). Dans le tableau suivant, on retrouve la manière par laquelle procèdent les 14 commerçants de l'échantillon retenu :

Informateurs			Autres		
Parents	Eleveurs	Commissionnaires	Voyageurs	autres commerçants	
43 %	14 %	7 %	14 %		7 %
	64 %			21 %	

L'information fournie par des parents est la plus fréquemment reçue. Les commerçants, qui ont presque toujours des liens familiaux dans les zones de production, s'appuient sur cette source parce qu'elle est fiable et souvent plus régulière. Les éleveurs peuvent signifier aux commerçants qu'ils disposent d'animaux qu'ils veulent vendre. Les producteurs souhaitent parfois vendre sur place plutôt que d'aller au marché avec des animaux qui ne seront peut-être pas vendus. Ces éleveurs peuvent s'avérer une source précieuse de renseignement puisqu'ils peuvent informer sur la qualité des animaux de la zone d'où ils viennent, sur le départ ou le retour de certains troupeaux de transhumance, etc...

La radio et les institutions spécialisés ne sont pas des sources d'information connues et ne s'intéressent pas aux marchés à bétail. Ceux-ci appartiennent d'ailleurs tous ou presque au circuit traditionnel et à ce titre sont restés en marge des outils modernes de communication. Aucun commerçant parmi ceux que nous avons enquêtés n'a eu recours à la radio ou à une autre institution pour avoir des informations sur les marchés.

Dans la rubrique "autres", des commerçants nous ont appris qu'ils s'informent auprès de voyageurs et de transporteurs qui font régulièrement le voyage entre certains marchés intéressants. Le caractère aléatoire de cette source laisse à penser que pour ces commerçants, l'information n'est pas un outil décisif de prise de décision. L'un des enquêtés va même jusqu'à prétendre qu'il ne s'informe pas sur les autres marchés parce qu'il décèle, à travers, la vie du marché au sein duquel il opère, les grandes tendances ce qui lui permet d'anticiper ses activités futures.

Indépendamment de ces moyens d'information recensés auprès de l'échantillon enquêté, il existe bien d'autres voies et certains grands commerçants de bétail ont des "réseaux" et organisent des circuits de telle sorte que l'information va des zones de production vers les lieux de consommation et la capitale et vice versa, de manière quotidienne. Les animaux sont achetés et confiés à un berger et déplacés vers un endroit où ils seront embarqués dès que le commerçant aura jugé le moment opportun pour cela.

\* Avant d'effectuer des achats ou des ventes en nombre important, les marchands de bétail recherchent surtout les informations suivantes sur les autres marchés :

- le prix du bétail sur pied, les fluctuations qui ont pu avoir lieu les derniers jours. Ainsi 79 % des enquêtés estiment que le prix est une donnée primordiale,
- la quantité et la qualité du bétail présenté
- le taux de mévente
- le mouvement des acheteurs : d'où viennent-ils ? Et quelles sont leurs destinations ?
- le coût du transport, qui varie considérablement en fonction de la demande, surtout à la veille des fêtes ou pendant les pénuries dans les grandes villes, quand tous les commerçants cherchent à acheminer du bétail par camions
- le flux de bétail vers le marché où ils opèrent.

\* La régularité et surtout la rapidité avec laquelle on reçoit l'information permet aux commerçants de prendre des décisions importantes, de nature à augmenter leur profit. Pour 64 % des enquêtés, l'information arrive régulièrement mais pour 36 % avec rapidité. Autrement dit 63 % d'entre eux ne reçoivent l'information qu'irrégulièrement ou régulièrement mais avec lenteur, ce qui peut entraver leurs activités. La faiblesse des moyens de communication et le caractère non structuré des rapports entre informateurs et commerçants sont les causes du retard de réception de l'information. Par ailleurs il convient de relativiser ce que les commerçants appellent régularité et rapidité de transmission : pour le commerçant qui fait des transactions fréquentes le besoin d'information est quotidien, pour celui qui ne fait de transactions qu'à des occasions bien définies l'information n'est utile que pendant des périodes données.

\* L'information est en général transmise gratuitement: aucun des commerçants interviewés ne paye pour l'obtenir. la question posée par nous a surpris quelques-uns parmi eux, parcequ'ils trouvent inconcevable que l'on puisse vendre une " parole " ( entendez par là l'information fournie). Mais certains grands marchands de bétail recrutent des agents chargés à la fois de l'achat, de l'acheminement et

de l'identification des zones d'élevage excédentaires ainsi que des régions déficitaires. Ces agents établissent des contacts avec des informateurs régionaux qui les mettent au courant régulièrement de l'évolution tant des marchés que de la production. Avec le développement de leurs activités ces commerçants auront sans doute à créer des sources propres d'information et il n'est pas évident que la publication des prix affichés sur les différents marchés les arrange beaucoup: la situation actuelle les arrange davantage car ils arrivent à spéculer et à obtenir des gains importants.

#### II.2.2. Le mode de financement des activités :

Concernant le mode de règlement des achats, il convient de distinguer les courtiers et petits commerçants des grands marchands et exportateurs de bétail. En règle générale les petits commerçants font appel au crédit-fournisseur car leurs moyens financiers propres ne leur permettent pas d'effectuer des transactions significatives. Ainsi 36 % des interviewés payent leurs transactions au comptant et 64 % règlent leurs achats par un crédit-fournisseur. Parmi ceux qui règlent leurs opérations au comptant on rencontre des commerçants qui préfèrent travailler uniquement avec leurs moyens, et d'autres à qui les éleveurs eux-mêmes refusent de faire crédit (manque de confiance, besoin de liquidités immédiates, etc...). A l'inverse, certains grands marchands de bétail ne voulant pas payer au comptant et ayant établi des rapports de confiance avec des éleveurs, achètent à crédit et payent les concernés à leur demande.

Pour le financement de ses activités le commerçant peut avoir besoin de crédits en espèces ( par exemple pour acheter des animaux chez un éleveur qui cherche de l'argent liquide). Dans pareil cas il fait appel plutôt à des particuliers qu'à des banques. Il peut s'agir d'autres commerçants ( de bétail ou d'autres produits), d'amis ou de parents. Ainsi procèdent 43 % des interviewés, les 53 % qui restent ne contractant aucun crédit pour financer leurs activités. Les banques sont peu sollicitées par les commerçants, pour plusieurs raisons :

- les démarches à entreprendre sont souvent méconnues et demandent beaucoup de temps ( constitution de dossiers, contacts, ...)

- ces institutions sont elles -mêmes très réticentes quant à accorder des crédits aux commerçants de bétail, dont l'activité est jugée aléatoire et à ce titre ne peut représenter une garantie ;

- l'usure étant interdit par l'Islam, les commerçants sont plus que méfiants vis-à-vis des banques qui prêtent avec des intérêts.

Aucun des commerçants (éleveurs) touchés par cette enquête n'a eu à contracter un crédit auprès d'une banque ; mieux, personne n'envisage de se tourner vers elles.

Les petits marchands de bétail peuvent s'adresser aux commerçants de produits divers ( dont ceux de première nécessité) pour prendre chez eux des marchandises (thé, riz, sucre, habits, etc...) à crédit. Celles-ci sont troquées contre du bétail, qui est vendu sur le marché. L'argent ainsi récupéré permet de rembourser le commerçant et d'empocher les dividendes.

Parfois le parent où l'ami qui " prête" de l'argent est impliqué dans la transaction : son principal lui reviendra augmenté d'une part du bénéfice ( ou diminué d'un port de la part). Il y a donc toute une gamme de procédés destinés au financement des activités, tous basés sur la confiance.

### II. 2.3 Fréquence-Régularité des activités.

Les marchés de bétail ont des fréquences variables, ponctuant le rythme des activités des commerçants. On distingue :

- les marchés quotidiens qui peuvent être soit de collecte, soit terminaux
- les marchés hebdomadaires où se regroupent les animaux en nombre important et où viennent s'approvisionner les commerçants en vue d'acheminer le bétail acheté dans d'autres marchés
- les marchés saisonniers qui se créent pour des périodes limitées de l'année.

Le marchand de bétail qui n'arrive pas à vendre sur un marché hebdomadaire se déplace vers les autres : la fixation des jours de marché tient compte de cet élément. De Bousteïla on peut se déplacer à Adel Bagrou ou aller vers Nara (Mali) et ainsi de suite toute l'année. Le commerçant peut également s'approvisionner sur des marchés divers, tout en ayant un marché de référence. Il peut également acheter hors marché directement auprès des producteurs.

Dans le cas de l'échantillon interviewé, les transactions sont opérées suivant les proportions ci-après :

	Marché lointain	Marché avoisinant	Hors marché
Achat	14 %	43 %	43 %
Vente	14 %	79 %	7 %

Il ressort de ce tableau que les marchands enquêtés approvisionnent surtout sur des marchés avoisinants ; de même ils y font l'essentiel de leurs ventes. Les seuls qui vont sur des marchés lointains acheter du bétail, sont ceux impliqués dans l'approvisionnement des grands centres urbains, qui sont bien obligés, parce que ces centres sont situés loin des zones de production. Quant aux commerçants locaux, ils trouvent suffisant d'opérer dans les marchés avoisinants ou hors marché ( mais toujours dans la zone). Cette situation est pourtant nouvelle puisque les marchands de bétail, même petits, avaient l'habitude de silloner plusieurs régions pour chercher les animaux en bon état, surtout pendant la saison sèche. Cela peut vouloir dire qu'ils ne se déplacent pas parce qu'ils obtiennent localement satisfaction, et donc que l'offre de bétail dans toutes les zones de production visitées dépasse la demande, quelque soit la saison.

Les achats hors marché ont pris de l'importance, sans doute à cause du manque d'organisation de certains marchés et du nombre important d'intermédiaires, qui agissent défavorablement sur les prix (chacun voulant grever son bénéfice sur la transaction). En effet, on observe souvent des opérations entre courtiers eux-mêmes : celui-ci vend à celui-là parce que ce dernier espère tirer un meilleur prix, si bien que l'acheteur final doit supporter non seulement le prix au producteur, les taxes de marché mais aussi les marges ajoutées par chacun des intermédiaires. Pour éviter cela certains commerçants passent directement des accords avec les éleveurs et, sans passer par les marchés de collecte ou ceux de regroupement, acheminent leur bétail vers la destination voulue.

Le rythme d'achat est fonction de plusieurs paramètres dont : la fréquence du marché, son importance et ses activités, le dynamisme du commerçant et ses possibilités de financement. En général sur des marchés quotidiens les besoins d'achat sont quotidiens puisqu'il faut renouveler son stock, pour les marchés hebdomadaires la situation est plus complexe puisqu'il n'y a qu'un seul jour de marché, il convient d'avoir assez d'animaux de qualité pour en vendre suffisamment. Quant aux commerçants qui acheminent loin le bétail ou qui l'exportent, leurs rythmes sont moins rapides puisqu'ils commercialisent de grandes quantités et qu'ils doivent faire face à une situation différente (trouver les moyens de transport, établir les documents administratifs, veiller à ce que l'acheminement se fasse convenablement). Parmi les commerçants enquêtés le rythme est quotidien pour 29% , pour 57 % il est hebdomadaire et pour 14 % mensuel. Ceci veut dire que les opérateurs ralentissent volontairement leur rythme d'achat parce que l'activité du marché est faible. En effet, 50 % de l'ensemble des interviewés disent avoir des besoins d'achat quotidiens, mais seulement 29 % ont ce rythme. Si l'écoulement du bétail ne se fait pas rapidement on prolonge la durée entre achats successifs

(exactement comme ferait n'importe quel autre commerçant dont les stocks ont pas atteint le seuil de renouvellement, à la différence près que les marchandises stockées font des charges plus faibles puisque le bétail doit être nourri et gardé). La léthargie des marchés, qui est observée depuis que les producteurs n'ont plus la possibilité d'écouler leur bétail (problèmes entre la Mauritanie et le Sénégal; difficulté de la transhumance vers le Mali), ne disparaît que pendant les fêtes ou pendant les périodes de pleine activité. Les personnes interviewées ont des avis différents quant à ces périodes de pleine activité : pour moitié ils estiment que c'est pendant la saison des pluies, pour l'autre c'est durant la saison sèche. Il est clair que pendant le début de la saison pluvieuse et jusqu'au milieu de sa deuxième moitié, les activités ne sont pas vraiment intenses dans les marchés. En effet, les éleveurs producteurs durant cette période où ils ne manquent pratiquement de rien : le lait, la viande et le beurre sont fournis par ses animaux, pour lesquels ils ne dépensent rien ( les pâturages étant en bon état, l'eau est disponible), les éleveurs donc ont tendance à vouloir garder leurs animaux le plus longtemps jusqu'à ce qu'ils soient en excellent état. Et c'est donc vers la fin de la saison pluvieuse et au début de la saison sèche (froide) qu'ils destockent une partie de leur bétail, dont ils espèrent tirer un bon prix, leur permettant de vivre pour une bonne période de l'année. A l'opposé, vers la fin de la saison sèche ( et au début de la saison des pluies) la qualité des animaux n'est pas bonne en général, et la demande de bétail en bon état d'embonpoint devient importante. Il s'ensuit une amélioration des prix et les marchés deviennent plus vigoureux. Ceci est particulièrement vérifié pour le bétail de boucherie ( bovins et camelins). L'exportation de taureaux et de boeufs vers le Mali est alors chose fréquente ( les commerçants situent la période entre Mai et Juillet) On peut donc dire que c'est à la limite entre ces deux saisons que les activités deviennent intenses, ce qui explique peut-être les avis partagés des commerçants enquêtés. Enfin, il ne faut pas perdre de vue que le commerce des petits ruminants se développe surtout à la veille des fêtes musulmanes - qui depuis quelques années se situent pendant la saison sèche.

La décision d'acheter relève de la stratégie commerciale du commerçant et dépend le plus souvent de la situation conjoncturelle du marché. A cause des contraintes financières qui se posent à lui, le commerçant a plutôt tendance à préférer des animaux à un prix d'achat faible : donc la baisse des prix d'achat est un élément important qui peut le pousser à passer à l'acte. Cependant, certains marchands hésitent parce que cela peut signifier le début du retournement du marché donc d'une baisse ultérieure plus importante. La moitié est indifférente, pourvu qu'il lui semble pouvoir s'en sortir avec un gain quelconque. Aucun d'entre eux n'achète en fonction de la baisse du prix de vente car ils estiment qu'arrivé à un certain prix au producteur l'éleveur peut ne plus vendre (en dessous), et surtout ils ont déjà les animaux achetés quand le prix de vente était plus intéressant , qu'ils doivent garder jusqu'à ce que s'améliore la situation, au risque de perdre , ce qu'aucun commerçant ne souhaite.

L'existence ou non d'animaux de qualité détermine en partie l'activité du commerçant, qui cherche avant tout à satisfaire la demande de ses clients. S'il n'en trouve pas à côté, il se déplace ailleurs, surtout durant la saison sèche. Mais le problème d'approvisionnement en bétail de qualité ne semble pas posé : ainsi 93 % des marchands de bétail enquêtés affirment qu'ils n'ont aucune difficulté à s'approvisionner en animaux en bon, voire excellent état. Bien souvent ils n'ont pas besoin de se déplacer pour cela. Un seul commerçant reconnaît des difficultés, surtout durant la saison sèche. Que peut vouloir signifier ceci, si ce n'est que l'offre est significativement excédentaire ? Et que des problèmes d'écoulement du bétail existent ?

Ils existent moins pour le commerçant qui n'achète que ce qu'il peut vendre, que pour l'éleveur qui ne produit pas nécessairement pour écouler, mais pour des raisons sociales et économiques complexes. Ainsi, le fait que 79 % des commerçants enquêtés arrivent à écouler leur bétail dénote plus leur habileté à vendre, qu'une fluidité du marché. D'ailleurs, 46 % de l'ensemble des commerçants écoulent, mais avec difficulté, seuls 36 % arrivent à écouler souvent. Quant aux 21 % restants, ils disent avoir de réels problèmes à se débarrasser des animaux achetés. Disons donc que 67 % des interviewés ont un problème d'écoulement.

#### **2.2.4. Acheminement des animaux**

Le mode d'acheminement du bétail varie en fonction des distances à parcourir et du délai souhaité. Les moyens de transport souvent utilisés sont les gros camions et les camionnettes; très rarement le train pour le bétail déplacé vers les villes du Nord. L'acheminement à pied est souvent pratiqué quand il s'agit de déplacer les animaux à l'intérieur des zones de production, ou quand il faut les emmener d'un marché hebdomadaire vers un autre (même s'il est situé en territoire malien). Quand il s'agit d'acheminer des animaux rapidement d'une localité rurale au marché secondaire proche, on utilise souvent les camionnettes. Le recours aux camions est nécessaire quand il s'agit de transporter le bétail vers les centres urbains de consommation (Nouakchott, Nouadhibou, Zouérate) qui sont presque entièrement approvisionnés à partir de l'est du pays. Ainsi, 58 % de l'échantillon acheminent les animaux à pied, 21 % par camion et 21 % ne les acheminent pas, puisqu'ils s'approvisionnent avec des éleveurs qui s'en occupent eux-mêmes.

Acheminés à pied les animaux risquent une diminution de poids puisqu'il n'y a pas de pistes de bétail aménagées. En plus des frais de berger, le commerçant doit fournir des aliments à son bétail à l'arrivée pour récupérer le poids perdu.

Par camions, outre le coût élevé du transport, le commerçant doit veiller à ce qu'il n'y ait pas d'entassement excessif ( parce que certains animaux risquent de s'étouffer), et doit payer les diverses taxes. A cela s'ajoutent les nombreuses vexations créées sur la route par les agents administratifs, ce qui, dans certains cas, grossit significativement le prix de revient des animaux. Il arrive que des commerçants associent les deux modes pour limiter les coûts d'acheminement.

## II. 2.5. Ecoulement des animaux

Les commerçants de bétail cherchent en général à augmenter leur rythme d'activité; et pour cela l'écoulement du bétail doit s'effectuer sans difficultés. Par rapport à l'année dernière, qui n'était déjà pas très bonne, les commerçants déclarent avoir moins bien vendu : ainsi, 50 % ont commercialisé moins, 21 % ont vendu plus et 29 % ont enregistré des ventes comparables. Ils pensent que les raisons en sont la baisse du pouvoir d'achat des acheteurs, qui par ailleurs ont diminué, les difficultés d'écoulement, et le manque de crédit (surtout du fournisseurs).

## II. 2.6. Prix d'achat et de vente :

Le commerce du bétail n'est possible que si le producteur et le commerçant arrivent, par le jeu des règles du marché, à définir des prix qui garantissent la continuité de l'échange. Autrement dit, le marchand de bétail doit pouvoir couvrir, par ses transactions, l'ensemble des charges inhérentes à son métier, et elles existent : taxe de marché si c'est lui qui expose l'animal à la vente, patente, frais d'alimentation, de gardiennage et d'acheminement du bétail, etc... A cela s'ajoute bien sûr la marge bénéficiaire qui seule le pousse à exercer ce métier. Or, dans une situation de marché d'offre (c'est-à-dire de marché où l'offre dépasse largement la demande), les prix ont tendance à diminuer, ce qui constitue un goulot d'étranglement important. Le tableau suivant présente le taux de commerçants trouvant que les prix (d'achat et de vente) sont élevés, bas ou stationnaires :

	<b>Elevés</b>	<b>Bas</b>	<b>Stationnaires</b>
Pris d'achat	21 %	50 %	29 %
Prix de vente	14 %	65 %	21 %

Ainsi 65 % estiment que le prix de vente est bas, même en cette période de saison sèche où les prix sont habituellement élevés. Plus surprenant, le fait qu'ils trouvent le prix d'achat bas (50 % parmi eux), ce qui signifie que le producteur-éleveur vend ses animaux bien en dessous de ce qu'il en gagne en période normale. Mais le commerçant n'en profite pas, parceque l'offre est importante et à moins qu'elle ne soit absorbée, la baisse des prix (d'achat et de vente) risque de durer encore longtemps. Déjà des commerçants de bétail ont délaissé la filière, de même que des courtiers.

#### II. 2.7. Facteurs limitant l'activité :

Cela dénote les difficultés que ce métier traverse actuellement, liées au financement des activités, à l'écoulement du bétail et au cadre même de travail. Pour les commerçants enquêtés le problème le plus immédiat semble être celui du manque d'agent et du faible taux de recouvrement des dettes.

L'écoulement du bétail en vente est un autre facteur limitant, et s'il n'a pas lieu rapidement le marchand se trouve confronté à une situation intenable, puisque les animaux en sa possession sur le marché doivent être nourris, gardés, etc.... Plus longtemps il les garde plus sa marge de commercialisation diminue. Parmi les commerçants enquêtés 65% placent le manque d'argent en tête des facteurs limitants, mais le second facteur, qui est évoqué par tous, c'est celui de l'écoulement. Par contre aucun commerçant n'évoque les difficultés d'approvisionnement : les animaux de qualité sont disponibles.

D'autres contraintes d'ordre plutôt institutionnel et administratif existent : manque d'organisation dans les marchés, d'infrastructures, entraves diverses à la commercialisation et à l'exportation ( monopole accordé à la SOMECOB).

#### II. 2.8. Conclusion :

Les marchés de bétail sont caractérisés par un grand désordre qu'ils soient de collecte, de regroupement ou terminaux. Leur nombre est sans doute élevé de même que celui des commerçants, des courtiers et des intermédiaires de toutes sortes. Il n'y a pas d'infrastructure d'accueil pour les centaines d'animaux qui sont régulièrement exposés à la vente : pas de parc, pas d'abreuvoir, pas d'assainissement. Mieux encore, le terrain où opèrent acheteurs et vendeurs n'est pas alloué, et les marchés dans tout le pays, ne sont pas officiels. Ils sont ici aujourd'hui et demain ils seront

ailleurs. Cette situation ne peut continuer ainsi, si la Mauritanie espère asseoir une réelle politique de commercialisation de bétail. Avant de vouloir conquérir des marchés extérieurs, il faut d'abord organiser ceux de l'intérieur. Pour cela les goulots d'étranglement déjà cités doivent être éliminés par la création de marchés officiels de bétail, dont le nombre aura été préalablement réduit, par l'organisation des professionnels (marchands, exportateurs, courtiers, chevillards, bouchers, etc...) et par la mise en place, au niveau national, d'une structure chargée de l'étude des problèmes de commercialisation et d'exportation des viandes et de cheptel.

L'enquête menée auprès des commerçants de bétail a permis de dégager les goulots d'étranglement suivants :

- le système d'information n'est pas efficace et ne permet pas une prise de décision rapide. Même entre marchés "intégrés", l'information prend beaucoup de temps pour parvenir à destination et la faiblesse des moyens de transport et de communication aidant, le commerçant réagit parfois tard par rapport à une situation qu'il aurait par ailleurs bien maîtrisée s'il était bien informé. La situation est encore pire s'agissant des marchés extérieurs car outre la rareté de l'information, les exportateurs potentiels doivent prendre certaines précautions parce que le monopole d'exportation est toujours accordé à la SOMECOB. Dans la perspective où la Mauritanie désire accroître ses exportations et gagner le terrain perdu sur les marchés côtiers et sahéliens, ce monopole doit disparaître et les opérateurs doivent être mieux informés des tendances des marchés extérieurs du bétail ( Afrique de l'Ouest, du Centre, Maghreb Arabe). La radio nationale et la radio rurale peuvent aider, au niveau national, à donner les informations importantes sur les marchés à bétail. Pour cela il convient que le suivi de ces marchés soit fait de manière permanente et que des contacts aient lieu avec les organismes chargés de recueillir cette information au Sénégal et au Mali. Pour les marchés extérieurs, et en attendant que des institutions soient créées à cette fin, le CILSS peut se charger de publier un bulletin ( hebdomadaire) des principaux indicateurs des marchés.

- comme dans tous les marchés traditionnels, où l'épargne monétaire des commerçants est faible, des problèmes de financement des activités existent par manque d'argent. Pour cela, ils ont souvent recours au crédit- fournisseurs, aux prêts ( d'argent ou même de marchandises) auprès d'autres commerçants ou de particuliers. Mais ils n'ont pratiquement jamais accès au crédit, car les banques sont plus que réticentes quant à accorder des prêts aux commerçants de bétail puisque leur activité est jugée aléatoire et qu'ils n'appartiennent pas à une organisation quelconque pouvant garantir des prêts éventuels. L'ouverture de lignes de crédit est pourtant une condition nécessaire à la promotion du commerce du bétail en Mauritanie, et à l'élargissement du marché de bétail mauritanien aux pays de la sous-région.

- les difficultés d'écoulement surtout depuis deux années s'expliquent par le retrécissement des exportations (clandestines) du bétail vers le Sénégal et dans une moindre mesure par la perte de marché dans les pays côtiers. Il s'en est suivi une baisse des prix (d'achat et de vente) menaçant ainsi aussi bien les producteurs et les commerçants de bétail, que le secteur de l'élevage tout entier. Il convient donc de réactiver nos débouchés traditionnels et de prospector les marchés de l'UMA très porteurs et pour lesquels la Mauritanie pourrait être un pourvoyeur en viandes et en bétail sur pied ( avec un accent particulier sur les camelins). Le rôle de la SOMECOB, dans ce contexte, devient un véritable frein car le monopole qui lui est accordé et qu'elle n'a jamais réellement utilisé, tout en limitant considérablement les exportations, crée chez nos commerçants exportateurs-clandestins, une mentalité de fraudeurs. La route doit être libérée aux échanges entre la Mauritanie, qui a des problèmes d'écoulement sérieux et les pays de la sous région, déficitaires. Pour cela, l'émergence d'une nouvelle classe d'exportateurs de bétail doit être encouragée. Ceux-ci devront prendre en considération les conditions réelles des autres marchés et la préférence des consommateurs des pays concernés.

Il ne fait pas de doute que, quand les conditions seront réunies et s'il existe une réelle volonté politique, l'exportation du bétail connaîtra un essor remarquable pour le grand bénéfice des commerçants ( exportateurs comme locaux) de bétail. Il reste l'épineux problème de monnaie et du marché noir qui, de toutes les façons est posé actuellement avec plus d'acuité. En prenant les précautions nécessaires, et en fixant des taux préférentiels, on pourra peut-être limiter les pertitions de devises, qui pourraient être d'un grand secours pour l'économie nationale. Déjà durant les grandes transhumances, beaucoup de ventes de bétail ont lieu sur le territoire de pays voisins; mais il est difficile de comprendre tous les paramètres qui poussent l'éleveur transhumant à vendre sur les marchés extérieurs : est-ce une question de prix intéressants ? Et-ce pour avoir de la devise ( chère aux commerçants de produits divers qui les utilisent pour les importations)? Est-ce tout simplement pour couvrir les besoins pendant cette période ou ceux de la famille laissés dans le pays ? La transhumance cache sans doute souvent une volonté de l'éleveur ou du commerçant d'exporter du bétail dans des pays comme le Mali ou le Sénégal,( mais parfois plus loin vers les pays de la côte). En agissant sur les producteurs pour qu'ils vendent davantage et améliorent la qualité du bétail, et sur les commerçants pour qu'ils aient plus de dynamisme, l'Etat doit également, en concertation avec les pays demandeurs, trouver les moyens de convaincre ceux-ci d'acheter en Mauritanie. En conjugant leurs efforts, les pays sahéliens sont mieux à même de convaincre les sous-régions concernées, dans le cadre de larges négociations tenant compte de l'ensemble des paramètres (y compris la concurrence avec la CEE et les pays d'Amérique Latine).

## II. 3. Etude des circuits commerciaux

### II.3.1. Filière bétail

L'élevage en Mauritanie, est dans sa quasi-totalité de type extensif. Il est caractérisé par une transhumance importante en fonction des aléas climatiques. Les éleveurs se sédentarisent de plus en plus et s'adonnent souvent à la pratique de l'agriculture. Les circuits commerciaux restent encore dominés par un système de type traditionnel. On constate à ce niveau quelques mutations liées à la sécheresse et à l'évolution socio-économique des éleveurs et des populations concernées.

#### II.3.1.1. Indentification des Circuits

##### 1°/ Circuit interne

Le circuit de commercialisation est quasiment de type traditionnel depuis la reproduction des animaux jusqu'à la commercialisation du bétail de boucherie au niveau des marchés terminaux.

##### A/ Les Principaux intervenants

###### a) Producteurs

La collecte des animaux est traditionnellement effectuée selon deux systèmes : - les éleveurs amènent leurs animaux eux mêmes au niveau des marchés de collecte ou au marché intermédiaire.

- les collecteurs locaux se rendent directement chez les producteurs. La tendance dominante actuelle concernant ces deux systèmes a été décrite plus haut ( au niveau de notre enquête).

Les principaux marchés de collecte ou intermédiaires sont dans les zones de production situés dans le Hodh el Chargui (Adel Bagrou, Timbédra, Bousteïlla, Amourj, Bassikounou etc...). Les autres régions possèdent quelques marchés, qui ne jouent pas un rôle strictement de collecte mais aussi servent surtout pour la consommation locale et quelques fois (si le bétail est important) expédient des animaux vers de grands centre, alimentant de ce fait les grands flux commerciaux d'Est vers l'Ouest et le Nord du pays ( voir caractéristiques des principaux marchés).

Comme nous l'avons dit, la vente des animaux par les producteurs au niveau des marchés de collecte avait en général un caractère saisonnier. Après l'hivernage quand les animaux ont un embonpoint acceptable, la partie exploitable en fonction des besoins, est conduite au marché. En général en dehors de cette période ils ne partaient au marché que s'ils sont contraints. Il nous semble que depuis quelques années, malgré leur préférence, de vendre sur place, les producteurs se déplacent de plus en plus vers les marchés de collecte pour y vendre leur bétail. Cette situation pose problème aujourd'hui aux éleveurs qui sont dans des zones dépourvues de marchés de collecte ou qui sont très éloignés d'eux. Les effets, de ce problème sur le taux d'exploitation du cheptel, sur la gestion des pâturages (surcharge) et sur la conduite des troupeaux, sont aujourd'hui évidents (Assaba, Guidimaka). Dans les deux cas pour les producteurs, au marché ou sur place, la transaction se fait toujours à l'estime. La notion de poids sur pieds est inconnue dans tous les marchés que nous avons fréquentés. Au niveau du mode de paiement, l'éleveur aujourd'hui préfère se faire payer comptant. Cependant et en réalité toutes les solutions existent entre le troc en totalité ( Céréales surtout), troc en partie, en espèces totalement ou en paiements différés). Quelques fois les engagements pris par le collecteur ne sont honorés que partiellement.

b) Acheteurs locaux ( zones de production)  
- Courtiers

La profession ou corporation relative à cette activité est assez mal connue. Leur nombre sur chacun des principaux marchés est important (difficilement chiffrable : ici une étude spéciale est nécessaire). Il y'a des courtiers " réguliers " qui payent une patente et exercent ce metier toute l'année mais il y a aussi beaucoup d'autres ( la majorité peut être) qui ne le font que lorsque l'occasion se présente et qui ne sont pas déclarés.

Les courtiers sont en général spécialisés en gros ou petits ruminants. Dans les zones de production, ils ne jouent qu'un rôle d'intermédiaires. Les animaux peuvent passer entre les mains de plusieurs courtiers avant d'atteindre celui qui les acheminera sur le marché terminal. C'est ce dernier, qui, se comportant en véritable marchand de bétail, empoche le plus gros bénéfice.

Il existe depuis la sécheresse une nouvelle typologie de propriétaires de bétail donc de nouveaux producteurs résidents souvent en ville ( fonctionnaires, commerçants etc...) qui préfèrent commercialiser eux-mêmes ( avec l'aide de parents qu'ils rémunèrent ) sur les marchés terminaux. Ce phénomène a pris beaucoup d'ampleur avec la route goudronnée Nouakchott-Néma qui facilite le transport du bétail. Cela favorise les opérateurs disposant d'un capital suffisant pour payer les frais de transport ( payés immédiatement).

- Bouchers

Les bouchers achètent leurs animaux au marché de bétail de la localité. Quand il n'existe pas de marché, ils s'adressent directement aux éleveurs.

c/ Les acheteurs régionaux

Ce type de courtiers qu'on peut qualifier de courtiers régionaux se déplacent de région en région pour l'achat du bétail ( en général des marchés terminaux vers les marchés intermédiaires ou de collecte). Ils utilisent en général des camions et peuvent utiliser plusieurs à la fois. Ils font appel au service d'un convoyeur chargé de surveiller les animaux durant le trajet.

d/ Transport

Dans les zones de production les animaux sont acheminés sur pieds d'un marché de collecte vers un autre ou vers un marché intermédiaire et souvent vers les marchés terminaux. Avec l'axe goudronnée, le bétail se transporte de plus en plus par camions. Il n'existe pas de véhicules spécialement aménagés pour transporter le bétail. Ce sont des camions venus ravitailler les villes de l'intérieur qui sont utilisés à leur retour. On constate depuis quelques années une évolution du secteur transport vers la création de véritables entreprises en ce domaine.

e/ Chevillards

Ils n'existent quasiment qu'au niveau du marché terminal de Nouakchott . Il peut arriver que ces chevillards se transforment en courtiers et aillent acheter directement des animaux sur un marché de collecte.

B/ Caractéristiques des principaux marchés de bétail

Les grands axes des circuits de commercialisation se font à partir des zones de production (Sud-Est du pays surtout) Hodh el Chargui, Hodh el Gharbi, Guidimaka, Assaba vers les zones de consommation situées dans le Sud-Ouest de pays ( Nouakchott) et le Nord du pays ( Nouadhibou).

a) Principaux marchés des zones de production

Le Hodh el Chargui est la région où la commercialisation du bétail est la plus active. Il est pourvu de plusieurs marchés de collecte dont les principaux sont :

- Le marché de Adel Bagrou : En progression régulière, il est actuellement le premier marché du pays et joue dans cette région un rôle de collecte de l'ensemble de la région. Adel Bagrou ville est dotée d'un marché de produits de consommation ( produits nationaux et produits venant du Mali. Le marché de Nara est à 45 km) d'où le grand intérêt qu'ont les éleveurs pour ce marché. Il est hebdomadaire et se tient le Jeudi. Les acheteurs maliens venant de Nara le fréquentent, régulièrement .

- D'autres marchés de collecte au rôle moins importants existent dans la plupart des départements de cette région; il s'agit de : Bousteïlla, Timbedra, Néma, Amourj, Bassikounou.

- Pour les autres régions productrices et excédentaires ( Hodh el Gharbi, Assaba et Guidimaka) il s'agira surtout des marchés suivants :

Le marché de Kiffa (Assaba) qui a vu son rôle accroître avec la route goudronnée Nouakchott-Néma. Il est appelé à jouer un rôle non négligeable dans le futur. Un flux important de bétail transite dans ce marché.

Aïoun (Hodh el Gharbi), Sélibaby (Guidimaka) qui reçoit aussi des acheteurs maliens du cercle de Kayes et Kankossa (Assaba).

b) Principaux marchés du Sud-Ouest Mauritanien

- Le marché de Kaédi était considéré autrefois comme la plaque tournante des exportations à destination du Sénégal. Le marché à bovins y était important et cela avait justifié en son temps l'implantation du seul abattoir frigorifique à cet endroit.

- Le marché de M'Bout était lui aussi orienté vers l'exportation. Il semble que ce marché avait continué à fonctionner de façon occulte comme centre de collecte pour l'exportation clandestine vers le Sénégal.

- Les marchés du Brakna et du Trarza (jadis important avant la sécheresse de 1973) sont maintenant plus orienté vers la consommation locale et quelques fois vers des expéditions à Nouakchott à Nouadhibou pour le marché d'Aleg.

Les marchés pour les petits ruminants sont présents dans toute cette zone mais on assiste à une baisse de leurs activités du fait du déplacement vers le Sud-Est du pays.

### c) Les marchés terminaux de Nouakchott

#### 1° / Pour les Bovins

A leur arrivée, ils sont placés dans des enclos situés non loin de l'abattoir. Ces parcs ont été construits par des chevillards qui perçoivent une taxe de 100 à 200 UM à chaque sortie de l'animal. Les bovins sont la plupart du temps vendus le jour même pour être abattus le lendemain matin.

Les marchands ont intérêt à vendre le plus vite possible car attendre quelques jours leur occasionnerait des frais supplémentaires (achat d'aliment, paiement de l'enclos, recours à un berger).

#### 2° / Pour les Camelins

Ils sont regroupés près de l'abattoir. Quand ils sont en embonpoint ils sont vendus et abattus rapidement. S'ils sont maigres, l'acheteur peut les confier à un berger qui en 3 à 4 mois en fera des animaux aptes à la boucherie.

#### 3° / Les petits Ruminants

Les Ovins et Caprins sont regroupés dans deux marchés principaux (6° Arrondissement et Ksar). La vente se fait surtout aux particuliers (consommation familiale avec ou sans réélevage) mais aussi aux chevillards et bouchers. Il existe au marché du 6° arrondissement quelques enclos construits avec des moyens de bord à l'initiative des marchands à bestiaux. Les animaux non vendus sont surveillés la nuit par un gardien.

Les marchés à bétail dans la totalité du pays ne sont l'objet d'aucun équipement : enclos souvent inexistant, absence de bascule, de possibilité d'abreuvement et d'affouragement des animaux. Le lieu lui même n'est pas stable, il se déplace en général avec l'agrandissement du quartier ou de la ville.

Les expéditions ne sont pas toutes faites à partir des marchés. Il existe des circuits parallèles de collecte (souvent le long de l'axe goudronnée Kiffa-Néma) la cause de leur existence est triple, car ils permettent :

- de faciliter le transport
- d'éviter de payer la taxe du marché
- d'éviter un ou plusieurs intermédiaires supplémentaires

- Tous les marchés accusent dans leurs d'activités des variations saisonnières importantes : La fin de la saison sèche et le début de la saison des pluies (hivernage) marquent le creux de l'activité qui atteint son pic en Décembre-Janvier.

### C/ Les différents types de taxe

#### 1°/ La taxe sur le bétail

Cette taxe a été supprimée en 1973, rétablie en 1981, supprimée ensuite, rétablie en 1989 au niveau des communes rurales. Elle n'est toujours pas en application.

#### 2°/ Taxe de marché

Tout animal présenté sur un marché pour y être vendu fait l'objet en général d'une taxe journalière perçue pour la municipalité. Cette taxe varie entre 10 à 20 UM pour les petits ruminants, 40 à 50 UM pour les bovins, 100 UM pour les camelins.

3°/ Taxe d'expédition : qui varie aussi en fonction des capacités financières des communes de 50 à 100UM pour les bovins, 8 à 20 UM petits ruminants, 60 à 200 UM/camelins.

#### 4°/ Taxe de douane ou passavant :

Souvent cette taxe tourne autour de 1000 UM

5°/ Patente : le courtier ou le boucher reconnue officiellement doit payer une patente annuelle qui varie beaucoup suivant les localités : Peut varier entre 4000 à 7000 UM.

Le transport du bétail exige que le propriétaire des animaux accomplisse un certain nombre de formalités.

Au niveau du Service de l'élevage

Il doit présenter ses animaux et obtenir un certificat sanitaire de sortie (certificat zoosanitaire).

Au niveau de la Municipalité

Verser la taxe d'expédition pour obtenir la quittance.

Au niveau des services de douane: le Passavant.

Au niveau des autorités administratives : obtenir une autorisation de sortie : Elle est quelque fois payante.

2° / Circuit extérieur

La Mauritanie était un des pays, peut être le plus grand, exportateur du bétail sur pieds vers les pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest : Sénégal, Côte d'Ivoire, Liberia, Ghana, Sera-Léonne, etc... Aujourd'hui malgré le phénomène de la sécheresse qui a lourdement affecté le cheptel et les systèmes de production, et malgré la législation en matière d'exportation, la Mauritanie exporte du bétail vers ces mêmes pays et demeure à nos jours un pays potentiellement producteur du bétail pour la sous-région.

Les grands axes principaux de l'exportation se font comme suit :

Hodh el Chargui : Marché de Timbedra- Bousteïlla, Amourj, Adel Bagrou, Bassikounou vers le Mali, la Côte d'Ivoire et autres pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest.

Guidimaka : Marché de Sélibaby vers le Mali et le Sénégal.

Gorgol et Trarza : Marché de Kaédi, M'Bout, Rosso vers le Sénégal

Nouakchott - Nouadhibou : ( essentiellement camelins) vers le Maroc et l'Algerie.

A partir de 1975 le monopole de l'exportation du bétail a été confié à la SONICOB et l'exportation interdite aux particuliers à cause d'arguments liés à la reconstitution du cheptel et le contrôle des mouvements afin d'assurer la rentrée des devises. Cependant les exportation effectuées par cette société ont été très faibles et n'ont porté que pour un peu plus d'un millier de bovins depuis sa création et quelques centaines d'ovins/ an. L'exportation du bétail du pays s'est toujours déroulée jusqu'à nos jours vers le Mali et le

Sénégal par l'intermédiaire des mouvements de transhumance et de pratiques frauduleuses difficilement contrôlables vu l'importance et la perméabilité des frontières.

Aucune statistique à partir de la Mauritanie ne peut aujourd'hui être donnée quant aux effectifs du bétail exporté: seule une estimation à partir de la différence, existant entre le potentiel national annuel exploité et la consommation nationale, peut être posée.

### II.3.1.2. Principaux goulots d'étranglement

Dans ce chapitre nous parlerons des goulots qu'on rencontre sur le plan institutionnel, économiques, commercial et sanitaire au niveau des points suivants :

#### 1°/ Producteurs

- les collecteurs se déplacent de moins en moins chez les éleveurs ce qui amène ces derniers à se déplacer fréquemment au niveau des marchés et vendent leur bétail à bas prix (ils ne peuvent rester longtemps)

- les producteurs ne sont pas informés sur les besoins des marchés et sur les prix.

- la décision de vendre un animal n'est pas toujours l'aboutissement d'un raisonnement économique mais surtout pour la satisfaction d'un besoin monétaire immédiat destiné à l'achat de denrées qu'il ne peut produire lui-même (chez plus de 50 % des enquêtés).

- la grande majorité des éleveurs n'est pas encore encadrée par une coopérative.

- il n'existe pas d'institution permettant de valoriser l'épargne monétaire au niveau local.

- la formation et l'information des éleveurs sur la gestion et la conduite des troupeaux se fait seulement dans quelques coopératives dans le cadre du projet Elevage II. Cela n'est pas suffisant.

- la vulgarisation de thèmes, d'alimentation de complémentation et de supplémentation en période de soudure est au stade expérimental dans quelques coopératives.

- au niveau de la santé animale, la vaccination contre la peste bovine et la péripneumonie contagieuse des bovidés a fait ses preuves : Actuellement ce sont surtout les maladies telluriques qui causent beaucoup de pertes dans les troupeaux.

2°/ Courtiers

- leur nombre est très important au niveau des marchés.-manque d'organisation de la profession
- ils ont un besoin d'argent : les courtiers prennent des crédits à des commerçants avec des pratiques louches
- manque d'information sur les cours des marchés
- plusieurs intermédiaires existent avant l'acheteur final ;

3°/ Marchés

- aucune infrastructure (marché sans abreuvoirs, sans abri, sans lieu d'affouragement etc).
- inexistence d'agents de contrôle des marchés ;
- les expéditions ne sont pas comptabilisées au niveau des marchés terminaux.

4°/ Transport :

-le transport par camion n'est pas très organisé. L'acheminement du bétail sur pied prend assez de temps et crée des frais supplémentaires en plus des pertes pondérales au niveau du bétail.

-les prix du transport par camion n'est pas fixe il est très variable et dépend surtout du disponible en bétail. En plus les camions utilisés ne sont vraiment pas fait pour le transport du bétail : il y a assez de perte lors des voyages.

5°/ Au niveau des exportations

- le cadre législatif concernant l'exportation du bétail est un handicap psychologique pour les commerçants. Le monopole de la SOMECOB ne règle aucun problème. Il met surtout les marchands de bétail en position de fraudeurs. Cette situation fait qu'on exporte le bétail par petit nombre. Cela entraîne à la fin beaucoup de frais et met nos opérateurs en position de faiblesse pour les négociations avec leurs homologues d'autres pays.

- la masse monétaire à leur disposition est faible. Cette situation les amène à acheter moins de bétail alors qu'ils aimeraient en faire plus.

- les pistes pour bétail ne sont pas matérialisés et il n'existe pas de gîtes d'étapes fonctionnels. A cause de la situation de fraudeurs les marchands préfèrent passer dans des lieux pas très fréquentés.

- les marchands auraient besoin d'avoir des informations précises sur la situation des autres marchés de la sous-région et surtout de leur besoin ( qualité, catégorie du bétail, quantité etc).

## II.3.2 Filière viande.

La Mauritanie, étant un pays d'élevage essentiellement, assure son autosuffisance en viande. Il est difficile comme nous l'avons déjà dit d'émettre en chiffre précis sur les abattages. Les aires d'abattages contrôlées n'existent que là où il y'a un poste vétérinaire.

### II. 3.2.1 Identification des Circuits

#### A/ Situation dans les petits centres urbains.

##### 1° Les abattoirs

###### a) abattoir de Kaédi

il existe en Mauritanie un seul abattoir moderne celui de Kaédi créé en 1969. Cet abattoir était prévu à l'origine pour produire essentiellement de la viande réfrigérée destinée à l'exportation vers l'Europe 2000 tonnes, pour le Sénégal 300 tonnes et 700 tonnes étaient destinées aux marchés intérieurs ( particulièrement au niveau des centres industriels du Nord (Nouadhibou-Akjoujt).Prévu à l'origine pour abattre 8000 bovins et 25000 petits ruminants, cet abattoir n'a jamais atteint ces effectifs et les objectifs en matière d'exportation de viande n'ont jamais pu être respectés à causes en partie des normes sanitaires exigés en ce qui concerne l'Europe.

A nos jours l'abattage s'effectue en prestation de service pour les bouchers locaux.

Cet abattoir une fois réhabilité peut aujourd'hui être utilisé pour l'approvisionnement en viande des pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest.

###### b) autres lieux d'abattage

En dehors de Kaédi, les abattoirs ( même à Nouakchott qui aura seulement son abattoir moderne peut être en 1992 dans le cadre du Projet Elevage II) ne sont souvent qu'une simple aire à même le sol, quelques fois cimentée et couverte, avec en général, les problèmes suivants :

- absence d'alimentation en eau
- manque de nettoyage
- proximité des habitations

##### 2°/ Bouchers

On rencontre au moins un boucher dans chaque agglomération de plus de 300 habitants. Dans les centres les plus importants, les bouchers sont en nombre très important et atteignent difficilement un niveau d'activité suffisant. Certains ayant la carte professionnelle payent une patente

annuelle à la commune. Les bouchers ne disposent pas de chambre froide pour conserver les éventuels invendus du jour ( certains possèdent des congélateurs ou achètent de la glace pour la conservation des viandes.

### 3°/ Prix de la viande ( au détail)

Le prix de la viande au détail est le seul stade de toute la chaîne de commercialisation ou il est contrôlé : au niveau de chaque Moughataa ( préfecture), le prix de la viande est fixée régulièrement par une commission en général composée des personnalités suivantes :

- le Hakem ( Prefet)
- le Représentant de la Municipalité
- le Représentant de l'Elevage
- Commissaire de Police
- Commandant de la brigade de la Gendarmerie
- le Contrôleur économique
- le Représentant des bouchers

Il n'existe pas de catégorie : La viande est en général vendue avec os. En payant un peu plus ou peut avoir de la viande sans os.

### B/ Situation à Nouakchott ( Centre de Consommation le plus important du pays)

- Les chevillards : Ils achètent les animaux sur les marchés terminaux de Nouakchott, les abattent et vendent les carcasses aux bouchers. Ce sont des bouchers " Grossistes". Certains parmi eux sont chevillards et boucher à la fois : c'est actuellement la tendance. Ils doivent être agréés et payer une patente annuelle. Les plus importants sont spécialisés par espèce ;

#### - Le service de l'Elevage

Le service fait l'inspection des carcasses avant leur commercialisation : Ils pratiquent souvent la visite anté mortem des animaux présentés ;

#### - Municipalité

Elle perçoit les taxes d'abattage : Il lui revient de faire la lutte contre les abattages clandestins.

### 2°/ Le Commerce de détail

- les bouchers traditionnels : Ils sont très nombreux à Nouakchott et se répartissent sur les différents marchés de la Capitale. La viande est en général toujours vendue avec un peu d'abats mais en deux catégories : avec ou sans os. Les possibilités de stockage sous froid sont en général faites à l'aide de congélateurs ou de blocs de glaces achetés au niveau des poissonneries.

#### - Modalités de paiement des chevillards

Le boucher peut payer comptant mais le plus souvent, il attend toujours la vente de la viande pour le payer en partie si tout n'est pas vendu et le reste après la vente du reliquat. Il arrive selon nos enquêtes que le boucher s'endette assez à cause des difficultés de vente.

- Les dibiteurs

Ce sont des commerçants qui vendent au détail la viande ovine ou caprine. Ils exercent leur activité dans des boutiques au bord des grands axes de circulation près des marchés centraux et dans des quartiers populaires. Les morceaux de viande vendus sont consommés sur place (grillade) soit amenés par les ménagères pressées. Cette viande n'est pas pesée. Les dibiteurs achètent leur animal avec le chevillard ou au marché du bétail. Ils paient une taxe de boutique à la Municipalité.

- les bouchers modernes

Il existe quelques boucheries modernes à Nouakchott ou des succursales de vente de viande dans les épiceries. Elles sont régulièrement approvisionnées par des chevillards qui leur livrent en général leurs meilleurs carcasses.

La clientèle est surtout constituée par des consommateurs à haut pouvoir d'achat ( hauts fonctionnaires, Ambassades, Coopérants européens. Il y a quelques importations de viandes ( voir tableau en annexe) par des boucheries ou épiceries de Nouakchott ou de Nouadhibou.

- Taxes et autres coûts supplémentaires

- la taxe d'abattage perçue par la municipalité en moyenne 500, pour le Gros bétail et 50 UM pour les Petits Ruminants ( qu'on retrouve à peu près dans tous les abattoirs du pays).

- la taxe du marché perçue aussi par la municipalité de Nouakchott, est une taxe mensuelle.

Autres formes de coûts supplémentaires

- en général 10 UM kg/ viande pour la conservation au froid des viandes invendues surtout pour les bouchers de Nouakchott

- pour Nouakchott, les quartiers sont transportés de l'abattoir aux marchés de détail par des transporteurs ayant des camionnettes. En moyenne les tarifs sont les suivants pour un animal complet ( pour 1990)

- Dromadaire	:	700 UM
- Bovins	:	500 UM
- Petits Ruminants	:	100 UM

### II. 3.2.2. Principaux goulots d'étranglement

- Fixation du prix de vente de la viande au détail par l'administration ( principal goulot d'étranglement)

- nombre important de bouchers et ils sont mal organisés ;

- les aires d'abattage ne sont pas bien aménagées dans la plupart des cas. Cette situation pose de sérieux problèmes d'hygiène et de salubrité des viandes ;

- les étals sont en général faits par des moyens de bord au milieu de tous les autres produits du marché ( Nouakchott surtout)

- les bouchers ont un problème d'argent et les chevillards se plaignent du non recouvrement de leurs dettes.

## II. 3.3. Filière Cuirs et Peaux

Les Cuirs et Peaux en Mauritanie sont très importants et jouent un rôle capital au niveau artisanal (essentiellement dans les zones de production). Les peaux de moutons servent à faire de couverture, des coussins, des sacs pour céréales, des selles de dromadaires, les peaux de caprins pour des outres, des nattes, les peaux de dromadaires pour des cordes, les peaux de bovins pour chaussures, cordes.

Cet important sous-produit de l'élevage n'est que peu valorisé.

### II.3.3.1. Identification des circuits

#### a) Zones de production essentielles

Les Cuirs et Peaux sont collectés essentiellement et par ordre d'importance au niveau des localités suivantes :

- Nouakchott (grand marché terminal et principal centre de consommation)
- Kiffa ( principal centre du Sud-Est Mauritanien de collecte)
- Rosso
- Kaédi
- Aleg

Dans les deux Hodhs ( Hodh el Chargui et Hodh el Gharbi) la majeure partie des peaux est utilisée localement par l'artisanat qui y est fortement développé.

#### b) Circuit Interne

- Cuirs des bovins

70 % des cuirs collectés le sont à Nouakchott. Le restant provient de quelques villes de l'intérieur mais surtout de Kiffa. La SOCOMETAL à Nouakchott est la principale sinon l'unique société qui actuellement commercialise les peaux et cuirs. Elle à installé un centre de collecte à Kiffa . Il y a quelques années le ramassage avait lieu à Rosso, Kaédi, Sélibaby. Il a été abandonné car les coûts de transport étaient très élevés ( mauvais état des pistes). Le centre de Kaédi peut reprendre d'importance grâce à l'axe goudronnée Kaédi-Boghé.

#### - Les Peaux de Petits Ruminants

Le ramassage de ces peaux se fait aussi essentiellement au niveau de l'abattoir de Nouakchott qui ne pose pas assez de problèmes. Cependant la collecte au niveau des abattoirs familiaux est plus difficile et plus couteux.

- Les peaux de dromadaires

Ces peaux ne sont pas encore utilisées en tannerie. Outre leur qualité propre, elle présentent l'inconvénient d'être en deux morceaux : le dromadaire étant tué en décubitus sternal et sa peau découpée le long du dos. En 1990, les Marocains se sont intéressés à cette peau.

c) Circuit externe et Valorisation industrielle

A Nouakchott comme nous l'avons déjà dit, la société SOCOMETAL, a dans le cadre de la diversification de ses activités crée en 1972 une filiale chargée de la collecte et du traitement des cuirs et peaux en vue de leur exportation.

Les opérations classiques ( nettoyage et parage, arsenicage, séchage, triage) sont effectuées à Nouakchott. Le stockage y est fait également.

Les expéditions ont lieu essentiellement vers :

- France ( Petits Ruminants surtout)
- Espagne ( " " " )
- Italy ( Bovins )
- Algérie ( Petits Ruminants et bovins)

Il n'y a pas de tannerie actuellement en Mauritanie. Une tentative récente est restée au stade d'étude.

Une tannerie mise en place en 1965 à Kaédi a eu une vie très courte et a dû cesser ses activités.

Quantité traitée ( achat)

De 1980 à 1989 la moyenne annuelle d'achat au niveau de SOCOMETAL tourne autour de 20 à 25.000 cuirs et 80.000 peaux.

Quantité exportée

De 1980 à 1990, la moyenne annuelle des quantités exportées tourne autour de 13.000 cuirs et 75.000 peaux.

Pour exactement 1990, la SOCOMETAL a exporté vers l'Europe essentiellement 13.200 cuirs et 75.000 peaux.

Prix d'achat des peaux et cuirs

	Nouakchott	Kiffa	Rosso
Cuir	200 UM	180 UM	180 UM
Peaux	100 UM	80 UM	80 UM

Prix de vente :

1 kg Cuir/ Bovin = 12 F.F.  
 1 kg Peaux/ Petits Ruminants = 20 F.F.

Moyenne Poids cuir bovin = 7 Kg  
 " " peau petits Ruminants = 1,5 kg

II. 3.2.2. Principaux goulots d'étranglement

- Le problème le plus important qui limite de façon sensible la mobilisation d'une importante quantité de cuirs et peaux est le mauvais traitement que leur font subir les bouchers lors de l'abattage et de l'habillement des animaux : les bouchers en général n'accordent aucun intérêt à la qualité des peaux.

- le marquage par le feu effectué par les propriétaires du bétail dans certaines parties du corps de l'animal peut déprecier grandement la valeur de la peau.

- il existe un grand désordre dans la collecte des peaux et cuirs : Souvent il y a des personnes physiques ou morales qui s'intéressent à cette action pendant un certain temps mais pour des raisons financières abandonnent le travail et découragent les bouchers ou chevillards qui accumulaient les peaux avec soin en vue de les vendre.

- La SOCOMETAL a quelques problèmes d'approvisionnement liés au transport.

- Dans quelques années, l'écoulement de ce produit sera très difficile. Les cuirs et peaux exportés sont presque à l'état brut. Il devront nécessairement être transformés au lieu de destination. Cependant avec le problème de pollution qui traverse l'Europe aujourd'hui, seules les peaux transformées jusqu'au stade de Wet Blue seraient mieux acceptées. La SOCOMETAL devra donc investir pour transformer son unité actuelle à une unité de transformation. Pour ce faire elle doit nécessairement être assistée sur le plan financier.

## II.4 Filière lait :

L'importance socio-économique du lait est grande en Mauritanie, aussi bien pour les populations rurales et nomades que pour celles des villes.

A côté des importations qui pèsent lourdement sur la balance commerciale, il existe une production nationale le plus souvent autoconsommée par les producteurs eux-mêmes, mais parfois commercialisée (autour des villes, principalement Nouakchott).

### II. 4 1 Circuit local :

#### a) Elevage traditionnel

Le cheptel mauritanien, qui s'est presque reconstitué (sauf pour l'espèce bovine) a une production théorique non négligeable (voir le tableau ci-dessous)

#### Estimation ( théorique) de la production laitière pour 1990 système d'élevage extensif, sans apport

	Bovins	Ovins	Caprins	Camelins
Taille du troupeaux	1.350.000	5.670.000	2.830.000	950.000
% femelle adultes	41	50	50	40
taux de fécondité	56	90	90	50
production individuel- le utilisable	201	251	351	3001
Production totale (en hl)	619.920	637.875	445.725	570.000/2273520

De ceci on déduit que pour 1990 un disponible en lait de près de 0,3 litre/ personne/ jour à théoriquement existé.

La réalité est toutefois différente à cause :

1°/ De la transhumance et du nomadisme : en effet les animaux sont souvent en déplacement, parfois dans les pays voisins. Le lait est soit consommé ailleurs, soit non traité (laissé aux jeunes animaux).

2°/ De la période et du lieu de production : C'est durant l'hivernage que la production est importante et c'est dans les zones sylvopastorales peu peuplées et éloignées des centres de consommation qu'elle a lieu.

3°/ De la collecte du lait qui est très difficile à opérer à cause des distances à parcourir de l'état des routes et pistes, de l'aléa de la production, et du déplacement fréquent des éleveurs.

4°/ Des moyens de conservation qui n'existent pas, surtout dans la zone pastorale ( au Sud-Est) où il n'y a pas d'électricité.

5°/De la distribution et de la commercialisation : Les pasteurs répugnent en général à vendre le lait, ajoutez à cela la faiblesse des marchés locaux.

Il faut donc admettre qu'une partie de la production estimée est perdue du fait même des conditions dans les zones d'élevage traditionnel.

#### b) Elevage urbain et semi-intensif

L'enquête que nous avons menée auprès des producteurs de lait de la ceinture laitière autour de Nouakchott nous a permis de réunir les principaux goulots d'étranglement :

- l'alimentation du bétail qui varie entre 7 et 10 kilos d'aliment bétail par tête de gros bétail et par jour; Il faut dire que, à 100 kilomètres à la ronde il n'y a pas de pâturages, ce qui oblige les propriétaires à nourrir le troupeau uniquement d'aliment bétail, de paille, etc.... L'abreuvement est à joindre à la contrainte alimentation.

- la production est faible entre 1 et 3 litres pour les vaches et entre 2 et 4 pour les chamelles.

- les problèmes de santé animale sont relatés et malgré la proximité des services d'élevage, ils n'y font pas souvent recours.

- la conservation du lait produit quotidiennement ne se fait pas : aucune valeur ajoutée n'est apportée par les éleveurs-producteurs eux-mêmes.

- La non existence de coopératives de producteurs de lait ( ils sont près de soixante, autour de Nouakchott). Il n'y a pas d'infrastructure et les animaux sont exposés en plein air ( sans clôture) le long des axes routiers menant à Rosso, Akjoujt et Néma.

Toutefois la prolifération de telles producteurs laisse penser que le marché de Nouakchott pourrait absorber davantage de lait et de produits laitiers.

Certaines unités semi-industrielles ( TIVISKI, BADIA) ont vu le jour : elles achètent des quantités de lait frais auprès des producteurs qu'elles conservent, mettent à l'emballage et revendent aux consommateurs. Toutefois les produits laitiers ainsi mis en vente doivent être consommés rapidement ( durée de conservation optimale de quelques jours).

## II. 4.2 Les importations de lait et de produits laitiers

Elles se sont élevées, en 1990, à ce qui suit :

	Quantités (tonnes)	prix (millions UM)
Lait en poudre	3 915	441
Lait condensé	5 553	476
Lait UHT	6 412	341
Autres laits	30	5
Total	15 910	1 263

Source : ONS

Ceci signifie qu'en moyenne, une quantité de 8 kg de lait ou de produits laitiers est importée par chaque habitant et par année. Les pays bénéficiaires sont surtout l'Allemagne, les Pays-Bas et la France. Les importations de lait, à elles seules représentent un élément très important dans l'équilibre de la balance commerciale du pays. C'est dire l'importance des actions à entreprendre, en vue de combler ce grand déficit.

## III. CONCLUSION :

Pour ce faire, il convient d'abord de procéder à une étude globale des potentialités exploitables, des moyens humains et matériels nécessaires à la collecte, la conservation et la commercialisation du lait et des produits laitiers mauritaniens.

D'ores et déjà, l'accent doit être mis sur les petites unités industrielles, dont le coût n'est pas très élevé, et qui peuvent assurer une partie importante de la consommation des grands centres urbains en lait et dérivés. De même, les coopératives d'éleveurs en milieu sylvopastoral peuvent à leur niveau créer de petites unités de production et de commercialisation. L'encouragement des privés ou collectivités ayant des périmètres irrigués à associer à leurs activités un volet élevage pour la production laitière est une nécessité.

Une véritable stratégie visant à couvrir la totalité des besoins du pays dans cette denrée doit être recherchée. La sécurité alimentaire de la Mauritanie en dépend beaucoup.

### III. Analyse des données statistiques :

Comme nous l'avons fait remarquer au niveau de l'introduction, les statistiques d'une manière générale sont quasiment inexistantes à l'heure actuelle. Certaines données ( estimations ) qui existent mériteraient d'être approfondies telles que les effectifs du cheptel et les données sur les productions animales de même que les paramètres dynamiques des troupeaux ( taux de croit, taux d'exploitation, composition des troupeaux dans toutes les espèces animales ).

C'est donc à partir des données existantes et d'hypothèses que nous ferons nos différents calculs et analyse.

#### III. 1. Evolution des effectifs de 1980 à 1990 ( en milliers de têtes )

Année	Bovins	Petits ruminants	Camelins
1980	1.200	7.000	770
1981	1.400	8.300	770
1982	1.300	8.000	750
1983	1.200	7.200	760
1984	1.100	6.500	780
1985	1.200	7.000	790
1986	1.200	7.200	820
1987	1.220	7.300	840
1988	1.260	7.700	870
1989	1.300	8.100	910
1990	1.350	8.500	950

#### II.2 Estimation des paramètres utilisés (taux d'exploitation, Poids carcasses des animaux, consommation per capita/an en viande)

Avec les conditions d'élevage du pays et le manque d'enquêtes suivis sur ces paramètres, nous ne pouvons qu'émettre des hypothèses, en fonction, d'études déjà réalisées, notre expérience en la matière, nos discussions avec les producteurs et les informations obtenues par le service de l'élevage.

C'est pourquoi, nous avons choisi deux périodes correspondant chacune à des paramètres qui lui sont spécifiques. Chaque période tient compte de la situation pastorale et sanitaire durant cette époque.

### III. 2.1. Période de 1980 à 1985

#### Taux d'exploitation du cheptel

Bovins	=	11 %
Petits Ruminants	=	25 %
Camelins	=	9 %

#### Poids moyen des Carcasses

Bovins	=	130 kg
Petits Ruminants	=	14 kg
Camelins	=	160 kg

#### Consommation de viandes rouges Per capita/an

consommation	:	30,5 kgs	repartis comme suit :
Bovins	=	8, 14	
Petits Ruminants	=	12, 20	
Camelins	=	10, 16	

### III.2.2. Période de 1986 à 1990

#### Taux d'exploitation

Bovins	=	9 %
Petits Ruminants	=	30 %
Camelins	=	11 %

#### Poids moyen des carcasses

Bovins	=	140 kg
Petits Ruminants	=	16 kg
Camelins	=	190 kg

#### Consommation viandes rouges Per Capita/an

Consommation	:	22,5	repartis comme suit :
Bovins	=	6	
Petits Ruminants	=	6,5	
Camelins	=	10	

### III.3. Estimation des Productions en Viande

#### III.3.1. Période de 1980 à 1985

#### Production Viande bovine

Année	effectifs (1/1000 têtes)	taux d'exploit.	Pds carcasse	Prod.viande
1980	1.200	11 %	130 kgs	17.160 T
1981	1.400	"	"	20.020 "
1982	1.300	"	"	18.590 "
1983	1.200	"	"	17.160 "
1984	1.100	"	"	15.730 "
1985	1.200	"	"	17.160 "

Production Viande Ovine et Caprine

Année	effectifs (1/1000 têtes)	taux d'exploit.	Pds carcasse	Prod.viande
1980	7.000	25 %	14 kgs	24.500 T
1981	8.300	"	"	29.050 "
1982	8.000	"	"	28.000 "
1983	7.200	"	"	25.200 "
1984	6.500	"	"	22.750 "
1985	7.000	"	"	24.500 "

Production Viande Cameline

Année	effectifs	taux d'exploit.	Pds carcasse	Prod.viande
1980	770	9 %	160 kgs	11.088 T
1981	770	"	"	11.088 "
1982	750	"	"	10.800 "
1983	760	"	"	10.944 "
1984	780	"	"	11.232 "
1985	790	"	"	11.376 "

II.3.2. Période 1986 à 1990Production en Viande Bovine

Année	effectifs	taux d'exploit.	Pds carcasse	Prod.viande
1986	1.200	9 %	140 kgs	15.120 T
1987	1.200	"	"	15.372 "
1988	1.260	"	"	15.876 "
1989	1.300	"	"	16.380 "
1990	1.350	"	"	17.010 "

Production Viande Ovine+ Caprine

Année	effectifs	taux d'exploit.	Pds carcasse	Prod.viande
1986	7.200	30 %	16 kgs	34.560 T
1987	7.300	"	"	35.040 "
1988	7.700	"	"	36.960 "
1989	8.100	"	"	38.880 "
1990	8.500	"	"	40.800 "

Production Viande Cameline

Année	effectifs	taux d'exploit.	Pds carcasse	Prod.viande
1986	820	11 %	190 kgs	17.138 T
1987	840	"	"	17.556 "
1988	870	"	"	18.183 "
1989	910	"	"	19.019 "
1990	950	"	"	19.855 "

**III. 4. Estimation de la Production de Viande  
de 1980 à 1990 ( Tonnes )**

Année	Bovins	Ovins/Caprins	Camelins	Total
1980	17 160	24 500	11 088	52 748 T
1981	20 020	29 050	11 088	60 158 "
1982	18 590	28 000	10 800	57 390 "
1983	17 160	25 200	10 944	53 304 "
1984	15 730	22 750	11 232	49 712 "
1985	17 160	24 500	11 376	53 036 "
1986	15 120	34 560	17 138	66 818 "
1987	15 372	35 040	17 556	67 968 "
1988	15 876	36 960	18 183	71 019 "
1989	16 380	38 880	19 019	74 279 "
1990	17 010	40 800	19 855	77 665 "

**III. 5. Estimation Consommation en Viande**

Période de 1980 à 1990 : Total et par Espèce (1)

Année	Population	CPC	Consommat. Totale	Bovins	P. Rumint.	Camel.
1980	1.480.447	30,5	45 154 T	12 051	18 062	15 041
1981	1.524.618	"	46 500 "	12 410	18 600	15 490
1982	1.570.108	"	47 888 "	12.780	19 156	15 952
1983	1.616.954	"	49 317 "	13 162	19 727	16 428
1984	1.665.198	"	50 788 "	13 555	20 315	16 918
1985	1.714.882	"	52 304 "	13 959	20 921	17 424
1986	1.766.048	"	39 736 "	10 596	11 479	17 661
1987	1.818.740	22,5	40 929 "	10 912	11 822	18 188
1988	1.864.236	"	41 945 "	11 185	12 117	1 864
1989	1.919.858	"	43 196 "	11 519	12 479	19 198
1990	1.975 533	"	44 450 "	11 853	12 841	19 756

\* C.P.C. : Consommation per capita en kgs/an

1 : Consommation per capita en kg/an et par espèce

**III. 6. Estimation du deficit ou du disponible en  
Viande de 1980 à 1990 ( Tonnes )**

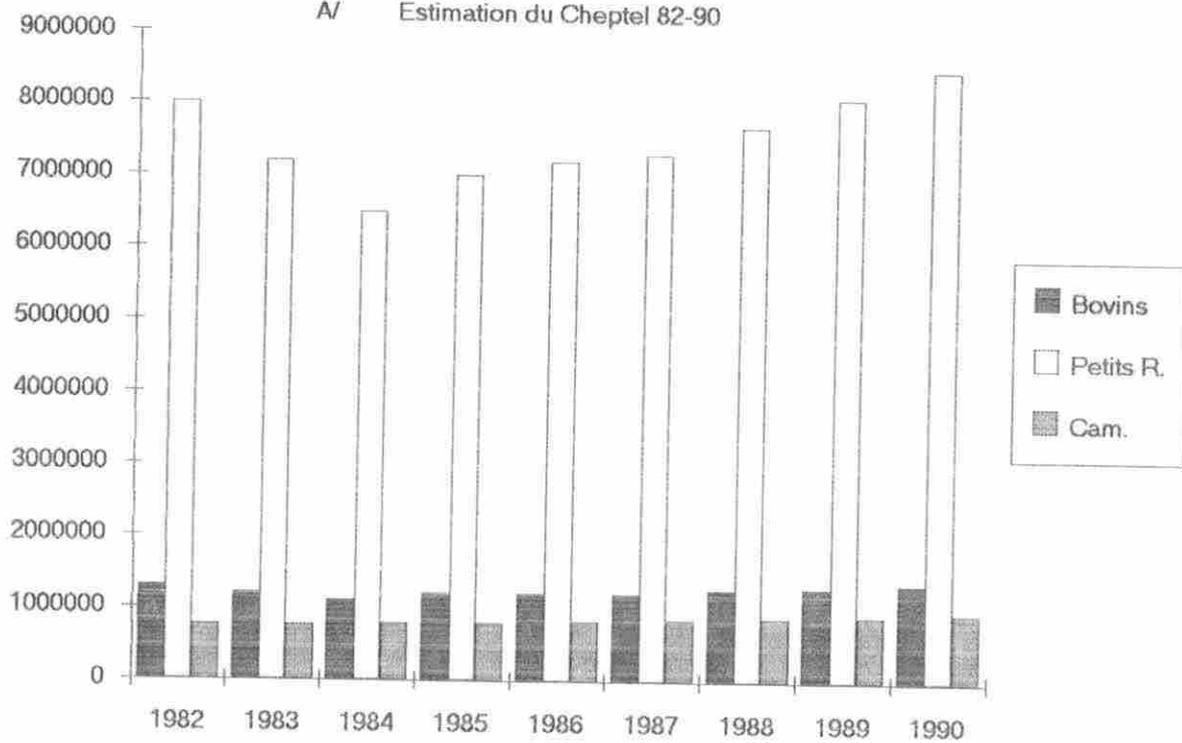
Année	Consommation Nle	Production Nle	Disponible/Deficit
1980	45 154	52 748	+ 7 594 Tonnes
1981	46 500	60 158	+ 13 658 "
1982	47 888	57 390	+ 9 502 "
1983	49 317	53 304	+ 3 987 "
1984 (1)	50 788	49 712	- 1 076 "
1985	52 304	53 036	+ 732 "
1986	39 736	66 818 (2)	+ 27 082 "
1987	40 922	67 968	+ 27 046 "
1988	41 945	71 019	+ 29 074 "
1989	43 196	74 279	+ 31 083 "
1990	44 450	77 665	+ 33 215 "

- (1) = année très difficile sur le plan des productions animales: sècheresse aussi sinon plus importante que celle de 1973.
- (2) = Production Nationale importante : Cela peut être expliquée par le désir de vendre et donc de destocker le plus le bétail par peur de la persistance de la sècheresse de 1983-1984.
- A partir de 1986. Le pays a connu une situation pluviométrie satisfaisante par rapport aux années précédentes : Il y a eu un production de biomasse végétale assez importante et une amélioration sensible des productions animales.

III. 7. TABLEAUX ET DIAGGRAMMES SUR  
LES STATISTIQUES. (Service de l'Elevage)

Nombre de têtes

A/ Estimation du Cheptel 82-90



## B COMPOSITION DU TROUPEAU BOVIN

### 1. Par type et région

	Taureaux	Boeufs	Vaches	Jeunes < 6mois	Jeunes > 6 mois	Total Ef. contr.
H.Charki	6043	7063	62739	22922	14019	112786
%	5,36	6,26	55,63	20,32	12,43	100,00
H.Gharbi	2769	4739	48444	17141	6501	79594
%	3,48	5,95	60,86	21,54	8,17	100,00
Assaba	2975	9668	38633	11400	11848	74524
%	3,99	12,97	51,84	15,30	15,90	100,00
Guidimaka	1332	10797	26707	24029	2229	65094
%	2,05	16,59	41,03	36,91	3,42	100,00
Gorgol	1520	2744	22978	7061	4391	38694
%	3,93	7,09	59,38	18,25	11,35	100,00
Brakna	913	1888	8462	2588	892	14743
%	6,19	12,81	57,40	17,55	6,05	100,00
Trarza	228	228	4251	951	594	6252
%	3,65	3,65	67,99	15,21	9,50	100,00

Total 1990	15780	37127	212214	86092	40474	391687
%	4,03	9,48	54,18	21,98	10,33	100,00

Rappel 1989	4,07%	7,72%	57,56%	20,51%	10,13%
Rappel 1988	3,40%	6,80%	57,9%	20,30%	12,50%
Rappel 1987	3,30%	7,9%	54,40%	22,90%	12,40%
Rappel 1986	3,9%	6,30%	57,30%	22,20%	11,10%
Rappel 1985	3,60%	8,9%	52,10%	24,10%	12,20%
Rappel 1984	3,20%	8,40%	51,20%	23,40%	13,70%

C. ABATTAGES CONTROLÉS

1. Par région

REGIONS	BOVINS	OVINS	CAPRINS	CAMELINS
H.CHARKI	3953	5116	7709	1189
H.GHARBI	4439	1064	2062	248
ASSABA	8117	1326	4002	170
GUIDIMAKA	1831	1176	1543	9
GORGOL	2549	1824	2255	23
BRAKNA	2118	3330	1938	246
TRARZA	1949	2649	1870	1671
TAGANT	519	328	726	559
NOUAKCHOTT	7611	35437	16618	6579
INCHIRI	NC	NC	NC	NC
ADRAR	8	205	586	2812
NOUADHIBOU	5	4270	621	3601
TIRIS-ZEMOUR	4	402	536	2532
<b>TOTAL 1990</b>	<b>33103</b>	<b>57127</b>	<b>41006</b>	<b>19639</b>
Rappel 1889	32525	50931	38979	17260
Rappel 1988	28081	36552	38368	26803

2. Entre 1981 et 1990 dans le pays

Année	BOVINS	PETITS RUM.	CAMELINS	TOTAL (Têtes)
1981	37825	49679	17381	104685
1982	30949	55571	23415	109935
1983	32281	55790	22177	110248
1984	35281	71951	25292	132391
1985	37105	49528	33118	119751
1986	27985	37306	35305	100396
1987	24693	52613	31154	108460
1988	28081	74920	26803	129804
1989	32525	89910	17260	139395
1990	33103	98133	19639	150875

3. Entre 1981 et 1990 à Nouakchott

Année	BOVINS	PETITS RUM.	CAMELINS	TOTAL (Têtes)
1981				49127
1982	14065	23201	10050	47316
1983	12601	25713	7956	46270
1984	13484	30207	8226	51917
1985	13680	17317	12462	43459
1986	10891	13371	14493	38755
1987	8157	18053	15243	41453
1988	8117	26012	11865	45994
1989	6920	33531	6656	47107
1990	7611	52055	6579	66245

## D. COMMERCE INTERREGIONAL ET LOCAL

### 1. - Par Région

REGIONS	EXP. INTER.REGIONALES				MARCHES LOCAUX			
	BOVINS	P.RUM.	CAMEL.	AS.EQ	BOVINS	P.RUM.	CAMEL.	AS.EQ
H.CHARKI	2477	93813	5389	11	11578	198141	8309	643
H.GHARBI	4360	66883	3023	15	6781	39794	593	83
ASSABA	3604	24898	1626	78	5341	10700	409	214
GUIDIMAKA	1597	4640	35	50	2001	4349	20	130
GORGOL	579	8165	123	154	797	15130	50	231
BRAKNA	464	10553	702	138	1042	53352	87	28
TRARZA	88	1076	65		2754	69908	1605	2
TAGANT		4			338	8,446	790	35
NOUAKCHOTT		13813			7148	173650	16530	
INCHIRI								
ADRAR					11	2227	2366	101
NOUADHIBOU						51300	4780	93
TIRIS-ZEMOUR		3			4	486	1723	
TOTAL 1990	13169	223848	10963	446	37795	627483	37262	1650

### 2. - Entre 1981 et 1990

Année	EXP. INTER.REGIONALES			MARCHES LOCAUX		
	BOVINS	P.RUM.	CAMEL.	BOVINS	P.RUM.	CAMEL.
1981	15043	88923	1928	45653	205660	17414
1982	9179	135903	3391	44163	395050	33199
1983	11243	231820	7231	47497	539543	34035
1984	9044	251740	6308	40660	566123	35968
1985	9570	169922	12673	44279	433620	33626
1986	7819	186620	13505	35319	447207	35379
1987	7456	223991	14989	32515	684254	42378
1988	9811	242820	13459	38197	424560	49159
1989	5840	203520	10312	52471	463760	33972
1990	13169	223848	10963	37795	627483	37262

## E. - MERCURIALES

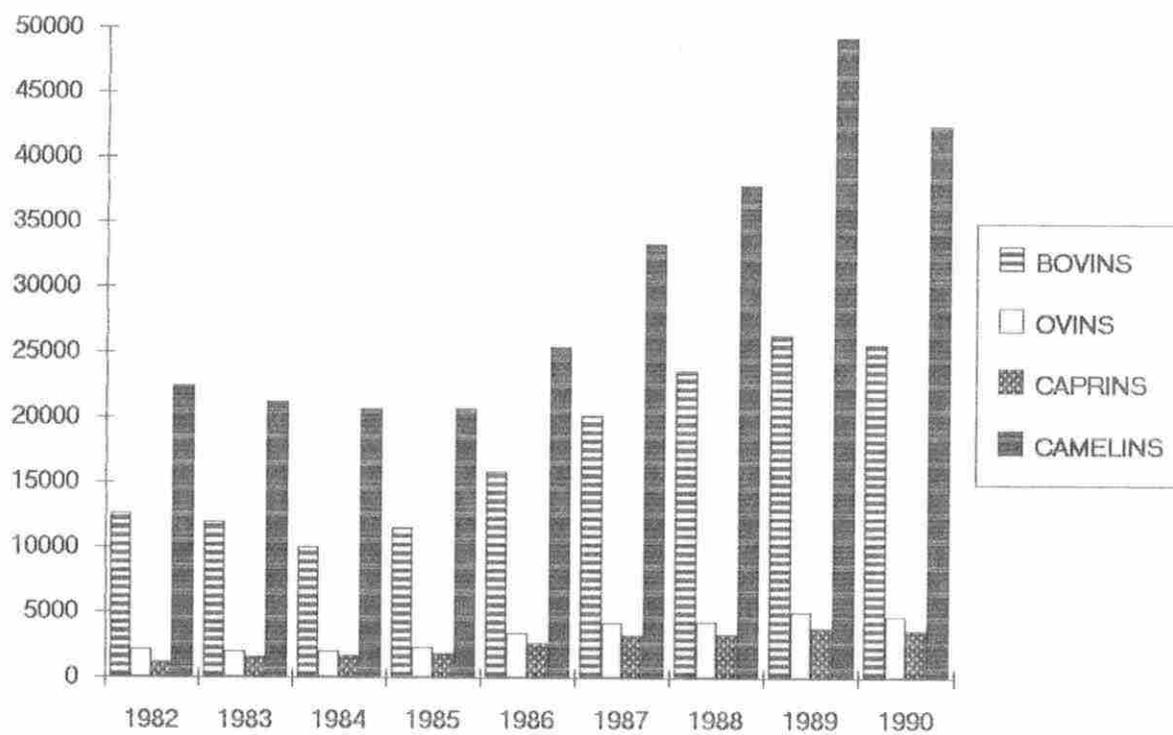
### 1. - Prix des animaux sur pied ( moyenne par région)

REGIONS	BOVINS	OVINS	CAPRINS	CAMELINS
H.CHARKI	21.500	3.000	2.460	31.650
H.GHARBI	19.900	3.200	2.440	35.900
ASSABA	21.000	3.100	2.490	38.350
GUIDIMAKA	17.500	2.700	1.990	26.400
GORGOL	26.500	3.700	2.620	42.500
BRAKNA	23.300	3.500	2.980	41.000
TRARZA	21.300	4.200	3.530	31.850
TAGANT	20.400	3.700	2.900	39.350
NOUAKCHOTT	30.000	5.900	4.160	52.900
INCHIRI	NC	NC	NC	NC
ADRAR	20.000	5.500	4.210	50.300
NOUADHIBOU	34.000	10.000	6.860	58.200
TIRIS-ZEMOUR	52.500	8.000	6.400	62.000
Moyenne 1990	25.660	4.700	3.590	42.550
Moyenne 1889	26.400	5.000	3.800	49.500

### 2.- Evolution des prix 1982 - 1990

	BOVINS	OVINS	CAPRINS	CAMELINS
1982	12.600	2.150	1.170	22.430
1983	11.900	1.980	1.565	21.140
1984	10.000	2.000	1.590	20.620
1985	11.529	2.257	1.756	20.635
1986	15.817	3.333	2.593	25.344
1987	20.135	4.173	3.236	33.324
1988	23.586	4.284	3.318	37.910
1989	26.389	5.021	3.792	49.428
1990	25.660	4.700	3.590	42.550

Prix en Milliers UM



### III. 6. CONCLUSIONS :

Il ressort des tableaux ci-dessus que de 1980 à 1990, la République Islamique de Mauritanie a connu au niveau des productions animales et de la consommation des produits carnés deux périodes bien distinctes :

- La période de 1980 à 1985 correspondant à une période de sécheresse, un cheptel relativement affecté, une exploitation importante pour les bovins (moins rustiques), assez pour les petits ruminants et moyenne pour les camelins (animaux plus rustiques, donc à conserver le plus par rapport aux autres espèces). Cette période correspond aussi à une grande consommation de viandes rouges ( le poisson ne l'était que faiblement). Le prix du bétail était très bas ( voir tableau évolution des prix de 1982 à 1990) et les producteurs avaient tendance à destocker à cause de la peur de pertes liées à la misère physiologique des animaux et pour l'acquisition des produits de première nécessité (céréales, thé, sucre etc...).

- La période de 1986 à 1990, correspond à une période assez clémente sur le plan de la pluviométrie avec une augmentation sensible des productions animales particulièrement au niveau des petits ruminants et des camelins (animaux en meilleur état et taux d'exploitation plus important).

On note une tendance à garder les bovins (reconstitution de cette espèce encore très touchée). Cette période correspond aussi à un développement important de la pêche artisanale qui a donné jusqu'à 6 kg de consommation de poisson per capita/an. Cette production a certes connu une baisse significative en 1989-1990 (baisse liée au conflit Sénégal-Mauritanien). A cause de ce qui précède, la consommation de viande rouge est tombée à 22,5 kg Per Capita/an. La différence avec la période précédente correspond à peu près à l'augmentation de la consommation du poisson.

Le tableau de l'estimation du disponible en viande de 1980 à 1990 confirme le rôle de pays producteur de viande de la République Islamique de Mauritanie : ce disponible est estimé pour 1990 à plus de 33 000 Tonnes correspondant à plus de 170.000 VGBT. Cet effectif proviendrait essentiellement des petits ruminants et des bovins car on peut considérer que même s'il y a possibilité importante d'exportation de camelin vers le Nord, l'écrasante majorité de la production de viande cameline est auto-consommée.

## iv. Propositions d'éléments de politiques commerciales à moyen et long terme

### IV.I Stratégie

Pour influencer positivement sur l'offre du bétail, le gouvernement doit non seulement persévérer dans ses efforts dans le domaine de la santé et des productions animales (augmenter la part de l'élevage dans les investissements futurs) mais il doit aussi oeuvrer pour garantir des débouchés et procéder à un encadrement encore plus rapproché des éleveurs traditionnels afin de les amener par des mécanismes qu'ils approuvent (parce que plus avantageux) à destocker davantage. Il doit aussi organiser et assister tous les opérateurs travaillant dans le secteur depuis la reproduction des animaux jusqu'à la commercialisation de la viande. C'est ainsi que la Mauritanie pourra continuer à dégager un excédent plus important, régulier, commercialisable dans les pays de la sous-région. Il devra aussi inciter à l'émergence de producteurs modernes en vulgarisant l'embouche sous toutes ses formes et en accordant aux éleveurs intéressés les crédits nécessaires au démarrage de telles activités. Les associations de coopératives pastorales ou agropastorales doivent être l'élément moteur de toute nouvelle politique de commercialisation du bétail et des produits d'élevage car elles garantissent et sauvegardent l'intérêt des éleveurs.

Les éléments suivants doivent être pris en considération, à notre avis, pour une politique commerciale à court moyen et long termes.

#### IV. 1.1. Au niveau des producteurs

- Il est important d'organiser les éleveurs dans le cadre d'associations de coopératives pastorales ou agropastorales dans l'optique de mise en place de groupements d'intérêt économique devant prendre en charge pour eux et par eux, la gestion du domaine pastoral, la conduite des troupeaux, la commercialisation du bétail de la coopérative, l'information, la formation (avec l'aide des services techniques) et la sensibilisation de l'ensemble de leurs éleveurs sur toutes les questions de développement.

Ce processus, de création de coopératives pastorales, déjà amorcé dans le cadre du Projet Elevage II (15 coopératives créées) devra être généralisé dans tout le pays. Chaque coopérative devra être l'unité de base de

développement d'une zone connue et d'amélioration des conditions de vie des éleveurs concernés. Elle devra aussi être l'interlocutrice privilégiée des autorités communales, administratives et techniques de la zone concernée. Cette coopérative (ou groupement d'intérêt économique) doit gérer les investissements physiques réalisés, avec elle ou sans elle, par l'Etat : marché de bétail, abattoirs, puits pastoraux, parcs à vaccination; mares aménagées etc...

- La création d'un marché de collecte, au niveau de chaque coopérative pastorale, s'impose. La réalisation de ce marché pourrait être fait par l'Etat avec nécessairement la participation des éleveurs de la coopérative. Cette coopérative créera en son sein un petit comité de gestion de ce marché. Il devra être régulièrement informé sur les besoins et réalités des différents autres marchés (intermédiaires et terminaux). (Une Coopérative pastorale en Mauritanie peut compter entre 1500 à 2000 éleveurs et peut couvrir toute une commune rurale).

- La décision de vendre n'est pas souvent liée à un raisonnement économique mais surtout à la satisfaction d'un besoin immédiat ( plus de 50 % des producteurs enquêtés sont encore attachés à cette tradition). Ce grand problème qui mérite d'être étudié de façon exhaustive, limite l'augmentation du bétail à commercialiser même durant les bonnes années : Une solution partielle est de créer plus de besoins monétaires aux éleveurs ( participation au frais que nécessitent leurs troupeaux, taxe sur une partie du capital bétail, paiement de l'eau pour l'abreuvement etc etc...). Cependant le mécanisme de mise en place de création de ces besoins monétaires doit être régulièrement évalué en fonction de l'évolution des systèmes de production. La création des besoins monétaires doit donc être gérée de façon continue, réaliste et réalisable et l'on doit s'assurer à ne pas porter préjudice à la longue aux producteurs et surtout aux plus petits d'entre eux.

- Il est important, pour palier à cette forme de thésaurisation du bétail que pratique l'éleveur non seulement pour des raisons sociales mais aussi comme garantie aux risques environnementaux ( sécheresse, épidémie, feux de brousse), d'étudier les moyens de lui apporter d'autres formes de garantie plus sûres et plus modernes : cela pourrait être la création en milieu rural de structure s'occupant de l'épargne monétaire tout en essayant de respecter les coutumes et sensibilités religieuses des producteurs en la matière : L'éleveur peut vendre le maximum de bétail s'il le desire, épargner le surplus financier non utilisé qui lui rapportera davantage et plus sûrement que l'animal thésaurisé. Cet argent épargné pourrait, une fois le besoin exprimé, être utilisé pour acheter aussi des animaux.

IV. I.2. Au niveau des circuits de commercialisation interne.

Il faut organiser les circuits de collecte et d'acheminement, avoir des informations rapides sur les cours du bétail, équiper les marchés assister financièrement les marchands de bétail et les bouchers qui seront organisés au niveau local, départemental, régional et national. On mettra l'accent sur les points suivants :

- Le nombre de courtiers et collecteurs est devenu très nombreux ( la grande majorité peut être simplement qualifiée de commissionnaires). L'organisation et la limitation du nombre au strict nécessaire de ces courtiers doivent être une préoccupation des autorités chargées du sous-secteur.

- Les marchés à bétail (collecte et intermédiaire) doivent être équipés (enclos, abreuvoirs, fourrages, abris etc...) et avoir un attrait commercial afin qu'il joue un rôle d'approvisionnement en intrants de production et des denrées de première nécessité pour les consommateurs locaux.

- Il est nécessaire d'étudier les voies et moyens d'organiser un système de credit dans toute la chaîne de commercialisation depuis les bouchers jusqu'aux collecteurs locaux.

Le niveau très bas de mobilisation financière des bouchers se repercute tout au long du circuit et atteint le producteur qui souvent accepte d'être payé partiellement en espèce et même en nature ( les courtiers empreignent aussi souvent des marchandises. (Céréales, thé, sucre, tissu, sels) - aux commerçants de la place). Cette situation ralentit de façon sensible les transactions et permet une augmentation superflue des marges de commercialisation. Il nous semble que la solution à porter sur ce plan passe d'abord et avant tout au niveau du règlement du problème des bouchers en tout en ce qui concerne le circuit interne de commercialisation.

Sur ce plan la fixation du prix de la viande au détail par une commission au niveau des structures politiques et administratives est à revoir . Cet élément prix de la viande, déterminant sur tout le circuit de commercialisation, doit être pris en considération. Même si l'on ne va pas jusqu'à la libération totale du prix de la viande ( qui dépendrait alors de l'offre et de la demande) son prix doit être fixé en tenant compte de tous les éléments entrant en jeu.

- la création de marchés intermédiaires dignes de ce nom est acutellement une nécessité en Mauritanie : Ces marchés intermédiaires peuvent jouer un rôle de rationalisation et permettre, non seulement, l'approvisionnement à partir des zones de production par les coopératives, collecteurs etc..., mais aussi de distribution pour l'exportation ou la commercialisation interne . Une étude plus approfondie doit pouvoir proposer les meilleurs sites pour ce genre de marché. Il est déjà évident que Kiffa ( capitale régionale de l'Assaba à mi-chemin entre Néma - Nouakchott ) peut jouer le rôle de grand marché intermédiaire central. En plus les marchés suivant doivent être organisée et équipés : Marché terminal de Nouakchott ( le plus important au niveau des pôles de consommation), le plus grand marché de collecte ( peut être aussi un marché intermédiaire) dans les zones de production qui est celui de Adel Bagrou et qui est aussi actuellement la principale porte de sortie du bétail vers le Mali, le marché de Timbedra, Néma, Tintane, Kaédi et Rosso.

#### IV. 1.3. Circuit externe

La première action à faire à notre avis est de revoir complètement la politique de l'Etat qui donne exclusivement le monopole de l'exportation du bétail et de la viande à la SOMECOB. Dans le cadre de l'organisation de l'exportation du bétail, la suppression de ce monopole s'impose. Comme phase intermédiaire avant la libéralisation totale du sous-secteur qui est à notre avis indispensable, l'on pourrait créer une Société d'Etat qui s'occuperait comme le desireraient certains éleveurs, de la collecte et aussi de la commercialisation du bétail, sans avoir le monopole. Elle doit organiser au mieux cette filière avec les producteurs et les commerçants du bétail tout en se desengageant petit à petit au profit de ces derniers.

Cette société devra assurer en collaboration avec les producteurs et commerçants l'approvisionnement des grands centres urbains ( Nouakchott- Nouadhibou - Zouératt) pendant la saison pluvieuse (surtout).

- la création et l'équipement des pistes de bétail ( avec gites d'étapes) pour le bétail qui devra être exporté via le Mali sont nécessaires ;

- Il y'a lieu de faciliter la circulation du bétail tout en respectant la réglementation des pays Hôtes au niveau des législations inter-étatiques.

#### IV.1.4. Filière Cuirs et Peaux

Afin d'augmenter la quantité et la qualité des peaux et cuirs les recommandations suivantes doivent être prises en considération :

- rehausser le prix d'achat des peaux et cuirs afin de créer un intérêt plus grand à ce sous produit ;
- disponibiliser du bon matériel (couteaux ciseaux etc...) aux bouchers pour mieux habiller les animaux après l'égorgeage et ne pas abimer les peaux avec leurs mauvais matériels.
- sensibiliser les éleveurs aux meilleurs endroits pour leur marquage au feu afin de ne pas amoindrir la qualité des peaux ;
- organiser la collecte des peaux et cuirs
- à court terme réaliser une étude de faisabilité d'une tannerie à Nouakchott à partir de l'unité déjà existante de la SOCOMETAL qui a une très grande expérience de collecte et de commercialisation de ce sous produit.

#### IV.1.5. Filière lait ( voir conclusions du chapitre précédent)

#### IV.1.6. Au niveau institutionnel :

- Il est impératif de revoir le cadre juridique relatif à l'octroi du monopole de l'exportation du bétail à la SOMECOB. Une nouvelle législation en la matière réglementant la commercialisation du bétail doit être élaborée. Elle doit être de tendance libérale même si l'on doit prévoir des mesures de contrôle et de suivi rigoureux de l'exportation du bétail.

- La création d'une division de commercialisation du bétail au sein du service de la production animale est nécessaire. Cette division doit s'occuper de toutes les questions relatives à la commercialisation du bétail, de la viande et des sous produits de l'élevage. Elle doit assister les producteurs et les commerçants de bétail, former des contrôleurs des marchés qui seront affectés dans les marchés et auront comme tâches : le suivi des marchés, la diffusion des informations sur les statistiques (quantités, prix etc...). Cette division doit organiser et réglementer les différentes professions agissant sur les filières bétail et viande elle doit faire évoluer les cours du bétail en introduisant dans les marchés la notion de poids (équipement de pesage) et l'adoption d'une classification d'animaux en fonction de leur qualité.

- Il est indispensable de faire une étude de faisabilité de création d'un abattoir frigorifique à Néma : Cet abattoir aura comme vocation essentielle l'exportation des viandes vers les pays de l'UMA ( Algérie, Lybie etc...).

L'abattoir de Nouakchott qui sera financé dans le cadre du Projet Elevage II peut être utilisé pour l'exportation des viandes vers les pays côtiers de l'Afrique de l'Ouest et du Centre et sera un appui non négligeable à l'abattoir de Kaédi qui devra être rendu fonctionnel.

## PROGRAMME D'ACTION

Action	court terme	Moyen terme	long terme
-Création de Coopératives pastorales dans toutes les zones agrosylvopastorales du pays (Par Projet Elevage II)	+	+	
-Création d'un marché de collecte au niveau de chaque coopérative		+	+
-Création d'une division de commercialisation du bétail viande et sous produits d'élevage au sein de la Direction de l'Elevage	+		
-Formation des contrôleurs des marchés	+	+	
-Etude pour mise en place d'une structure en milieu rural concernant l'épargne monétaire aux éleveurs		+	
-Organisation de la profession des marchands de bétail	+	+	
-Création des marchés intermédiaires		+	+
-Création du marché intermédiaire central de Kiffa		+	
-Equiperment des principaux marchés de bétail		+	+
-Suppression du monopole de la SOMECOB	+		
-Etude et Création d'une Société mixte de commercialisation du bétail intégrant les producteurs et le marchand de bétail		+	+
-Création d'un Groupement national des des coopératives d'éleveurs		+	
-Création de l'abattoir de Nouakchott		+	

- Réhabilitation de l'abattoir  
de Kaédi +
- Etude de faisabilité et créa-  
tion de l'abattoir frigorifique  
de Néma +
- Etude pour la minimisation des  
taxes tout au long de la chaîne  
de commercialisation du bétail et  
de la viande +
- Etude sous régional (Mauritanie-  
Mali) pour la création de pistes  
à bétail aménagées +
- Etude sur les besoins en matière  
de bétail et viande des pays de l'UMA  
et quelques pays de l'Afrique de  
l'Ouest ( Par Projet Elevage II) +
- Etude pour mise en place d'une stra-  
tégie de production et de commercia-  
lisation du lait et sous produits  
laitiers +
- Recensement du cheptel et étude sur  
les paramètres dynamiques des trou-  
peaux +
- Nouvelle législation en matière de  
commercialisation du bétail et de la  
viande +

ANNEXES

ETUDE DES CIRCUITS - CILSS/CEBV  
ENQUETE PRODUCTION LAITIERE-NOUAKCHOTT

- |  |  |
|--|--|
| 1 Date :   | 2 Nom                                      |
| 3 Espèce :   | 4 Date demarrage                           |
| 5 Lieu provenance<br>animaux                       | 6 Nombre animaux: M<br>: F                 |
| 7 Durée lactation :<br>(moyenne)                   | 8 Quantité obtenue<br>/jours :             |
| 9 Quantité vendue                                  | 10 Prix du litre<br>- frais :<br>-caillé : |
| 11 Charge financière : a<br>b<br>c<br>d            |  |
| 12 Que faite-vous quand le femelle ne produit plus |  |
| 13 Etes-vous satisfait économiquement              |  |
| 14 Problèmes                                       |  |
| 15 Suggestions - Rôle pouvoirs publics             |  |

## LISTE DES PERSONNES RENCONTREES

### A/ Nouakchott :

Dr. MOHMAED EL MOCTAR OULD EL MOUSTAPHA, Directeur de l'Elevage  
 Dr. DIALLO BOUBACR CISSE, Directeur du C.N.E.R.V.  
 MM. ZEINI OUD SIDI MOHAMED, Chef de Service des Statistiques  
 Agricoles

SARR OUMAR, Chargé EPCV-ONS  
 ISSELMOU OULD ABDATT, Inspecteur d'Elevage  
 AIME RAKOTO, Expert d'Elevage FAO  
 AHMED OULD DEYE, Secrétaire Général Fédération du Commerce  
 Mme NANJI ABEDERAHMAN, Directrice Laitière de Mauritanie

MM - CHEICKH AHMED ABEID (tous Commerçants de bétail)  
 - SAADNA OULD EL MAMY  
 - BILAL OULD M'BOIRIK  
 - ABD EL WADOUD OULD SIDI BABA

MM. PATHE KANOUTE, Chargé inspection des viandes

MR. MAHMOUD, Département cuirs et peaux Socometal  
 - HATAT OULD MOHAMEDOU, Eleveur, ceinture laitière Nouakchott  
 - MOHAMEDOU OULD MOUSTAPHA, Eleveur " " "  
 - KHOUNA OULD MDRAMEDER " " " "

### KAEDI

MM. ABDERRAHMANE OULD DAH, Gouverneur Gorgol  
 MOHAMEDOU OULD SEYED, Inspecteur d'Elevage  
 MOCTAR OULD HMEYADA, Directeur Général Somecob  
 MAMADA OULD SOUEIDI, Chef Service vétérinaire Somecob  
 M'HAMED OULD ABEIBEK, Commerçant bétail  
 GODI CISSOKO, Boucher  
 FAH OULD ABEIMED, Commerçant bétail  
 KAR OULD ABDEL MALICK, " "  
 MOUSTAPHA DILLO, Eleveur, fonctionnaire retraité  
 SIDNA OULD BLAL, Eleveur  
 BA ALIOU MAMBAYE, "  
 DIALLO ABOU HAMADI, "  
 MAMADOU DIAWA HAMADI, "  
 CHEIBANI OULD BEYATT, "  
 EL BECHIR OULD MOHAMEDEN SIDI, Collecteur d'impôts

### MONGUEL

MR. TANDIA ISSAGHA, Chef opérateur

### ALEG

MR. SIDI BABA OULD YEDICH, Inspecteur Brakna

### KIFFA

Dr. DIARRA IDRISSE, Inspecteur Elevage Assaba  
 Dr. NIANG AMADOU, Inspecteur Elevage Guidimaka  
 Mr. MOHAMED VALL SALECK, Courtier de bétail

TIMBEDRA

MM. YARBA OULD G'NEIT,	Chef S/Secteur Elevage
MOHAMED YAHYA,	Eleveur
MOHAMED OULD AGUOU,	"
SIDNA OULD EL HADJ,	"
MOHAMED MAHMOUD CHORFA,	"
MOHAMED O/ MOULAYE MOHAMED	"
YAHYA MOCTAR CHEIKH	"
MANETOULAH OULD SAGHIR	"
HAMAHOULA OULD CHORFA	"
HAMOUDI TALEB AMAR	"
MOHAMEDOU OULD CHORFA	"

BOUSTEILA

- Adjoint Maire	
- ELY, Chef de poste Elevage	
- ISSELMOUD OULD ABEIBEK,	Eleveur
- MALICK OULD IGNITI,	"
- BEKAYE ELY,	"
- BABA AHMED AHMEDOU,	"
- CHEIKH SID AHMED,	"
- ALI OULD AHMED HAJ,	"
- SIDI OULD ELY,	"
- BABA OULD MAHSENE,	"
- ALENS OULD ALEYAT,	"
- SEIGA KEITA,	"
- TOURAD MOHAMED,	"
- MOHAMED M'BOIRIK,	"
- ZAYED OULD ISTAM,	"
- MODIBO DIALLO,	"
- BABA ABDOURRAHMANE,	"
- DAH OULD BOUNENA,	"
- MOHMOUD OULD BARKA,	"
- ELY SOW,	"
- DIADIE SOW,	"
- MOHAMED BOUGREIM,	"
- ZAYED ABEID,	"
- BOUYAGUI SYLLA,	"
- MAHMOUD SABNA,	"
- MOHAMED M'BAREK,	Commerçant bétail
- ABOU OULD BOUKHARI,	" "
- DIDI OULD KHAYI,	" "

ADEL BAGROU - AMOURJ

MM. HAMADA,	chef S/Secteur
MOHAMED AHEIMED,	" "
CHEICK GHADFI,	" "
MAHFOUDH WELWEL,	" "
DIH OULD MOULAYE,	" "

MOHAMDI CHEIKHNE,	"	"
MOULAYE ZEIN BECHIR,	"	"
YOUBA OULD BOUYA,	"	"
CHEIKHNA OULD SEYLOUM,	"	"
ALI OULD BOUSSEIF,	"	"
AHMEDINE OULD BIYE,	"	"
MOHAMED MOULAYE,	"	"
BOUHAD OULD BOUH,	"	"
NEMA OULD YOUBA,	"	"
ODAA OULD SIDI,	"	"
SAGHIROU OULD BAni,	"	"
AHMED OULD TIAMA,	"	"
MOHAMED FADEL,	"	"
MOHAMED OULD BAYE,	"	"
YOUBA ABDOULLAH,	"	"
KHOUNA MAHFOUDH,	"	"
HMATI ELIMINE,	"	"
BABOU OULD MOCTAR,	"	"
MOHAMED HAMENI,	"	"
DAH MOHAMED MOUSTAVA,	"	"
ELI OULD ABBA,	"	"
MOULAYE ISMAIL OULD SIDI,	Eleveur	
CHEIKH MOHAMED LEHBIB,	"	
CHEIKH OULD WAGHA,	"	
SIDI HAIBALLA,	"	
MAMADOU OULD NEZIR,	Commerçant de bétail	
MOHAMED AHMED JIDDOU,	"	"
WENI CHEIKH MOHAMED,	"	"
HAMADI OULD EBOKAR,	"	"
MOULAYE ELY OULD BOUNA,	"	"

## BIBLIOGRAPHIE

- 1971 - Etude des problèmes posés par la Commercialisation de la viande à Kaédi (SEDES).
- 1972 - Analyse financière de l'abattoir frigorifique de Kaédi et de la Compagnie de commercialisation des viandes de Mauritanie (COUIMA).
- 1979 - Commercialisation de bétail en Mauritanie (GERGELY).
- 1980 - Etude RAMS - Production survey (USAID).
- 1981 - Etude de factibilité d'un abattoir à Nouakchott (AGROPROGRESS).
- 1983 - Second Projet Développement de l'Elevage dans le Sud-Ouest Mauritanien (BDPA).
- 1986 - Proposition d'une méthodologie statistique pour la collecte des données sur l'élevage (SOMEA).
- 1988 - Etude de faisabilité de l'abattoir de Nouakchott (Projet Elevage II.)
- 1989-1990 - Annuaire statistiques (Office Nationale des Statistiques).
- 1990 - Résultats Enquête permanente sur les conditions de vie des ménages en Mauritanie.
- 1990 - Résultats des enquêtes ménages et enquêtes localités (Projet Elevage II)
- 1990 - Rapport annuel de la Direction de l'Elevage.
- 1991 - Résultat de l'enquête - Pilote - Prix et circuits de commercialisation du bétail (Projet Elevage II).

ITINERAIRE DE LA MISSION

Date	Activité/ Lieu
le 13 Mai 1991	: Première séance de travail. Examen des documents préparés à Ouagadougou.
les 14-15-16-17-Mai	-Réunion et contacts divers avec organismes extérieurs et cadres du MDR -Enquête auprès des commerçants du bétail -Préparatifs de voyage.
18 Mai	: Enquête sur la commercialisation du lait à Nouakchott et enquête en dehors du District de Nouakchott sur arrivée bétail de l'intérieur.
19 Mai	: Arrivée à Kaédi - Contact avec le Wali de la région - Contact avec l'Inspecteur d'Elevage - Visite de la SOMECOB : consultation des archives - Visite du marché : enquête de quelques commerçants de bétail et quelques éleveurs.
le 21 Mai	: Enquête dans des localités de la Moughataa de Kaédi
le 22 Mai	: Arrivée à Bousteïla - Contact avec Adjoint du Maire - Choix de commerçants et d'éleveurs et administrations des questionnaires au marché à bétail
le 23 Mai	: Arrivée à Adel Bagrou - Enquête commerçants et producteurs - Consultation des archives du sous -secteur d'élevage
le 24 Mai	: Arrivée à Amourj - Enquête de quelques éleveurs de l'association pastorale d'Amourj
le 25 Mai	: Arrivée à Timbédra - Choix d'éleveurs de l'association de Timbédra Est - Consultation des archives
le 26 Mai	: Passage par Aïoun et Kiffa et discussion avec les inspecteur d'élevage et quelques courtiers
le 27 Mai	: Arrivée à Nouakchott continuation travail hors du District de Nouakchott - Contact avec directrice laitière de Mauritanie
Du 28 au 31 Mai	: Rédaction du rapport final - Contact avec Dr. Bâ Oumar (consultant DIAPER II)
Du 1er au 5	: Mise en frappe du rapport final en vue de son envoi.

