

UNIVERSITE CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR



ECOLE INTER-ETATS DES SCIENCES ET
MEDECINE VETERINAIRES (EISMV)

Année 2011

N°16

**ETUDE DE LA COMMERCIALISATION DU POULET
LOCAL SUR L'AXE LOUGA – DAKAR AU SENEGAL :
Acteurs, marchés, circuits et systèmes de transport**

MEMOIRE DE MASTER II PRODUCTION ANIMALES ET DEVELOPPEMENT DURABLE
OPTION : Economie et Politiques d'Elevage

Présenté et soutenu publiquement le 21.Décembre 2011 à 15H à l'EISMV

Par

Fidèle Constant SIKANGUENG MBOUGA

Né le 23 Mai 1979 à Moumée (CAMEROUN)

MEMBRES DU JURY

- PRESIDENT** : **M. Louis Joseph PANGUI**
Professeur à l'EISMV de Dakar
- DIRECTEURS DE MEMOIRE** : **M. Djiby DIA**
Chercheur à l'ISRA – BAME
- MEMBRES** : **M. Germain Jérôme SAWADOGO**
Professeur à l'EISMV de Dakar
- M. Bhen Sikina TOGUEBAYE**
Professeur à la FST (UCAD)
- M. Assane MOUSSA**
Professeur à l'EISMV de Dakar

-
- CO-DIRECTEUR** : **M. Adrien MANKOR**
Assistant à l'E.I.S.M.V. de Dakar

DEDICACES

A l'**éternel DIEU**, Je voudrais d'un cœur sincère te dire merci pour ce moment de joie. Merci pour toutes les étapes de la vie que tu m'as permis de franchir. Tu étais toujours là présent même quand le désespoir était là. Louange à toi mon Dieu.

A mes parents géniteurs **papa MBOUGA Simon** et **maman NOUDJEU Rita**, vous m'avez donné la vie, vous avez su alimenter ma motivation et mon ardeur à réussir par la source inépuisable de vos conseils. Votre protection et votre soutien indéfectible à mon égard ont contribué à mon éducation et à ma formation. Que Dieu fasse que vous ayez encore une longue Vie.

A **papa SAYAP Michel** et à **maman DEUGOUE Elisabeth**, je manque de mots pour extérioriser ma gratitude. Vous avez prouvé à travers ma modeste personne qu'un vrai père ou une vraie mère n'est pas toujours le géniteur. J'ai grandi dans vos bras, merci par ce que vous n'avez fait point de différence entre moi et mes cousins et frères. Je suis aujourd'hui le fruit de vos efforts. Merci papa et maman SAYAP, que le seigneur vous récompense pour cela et qu'il vous donne encore longue vie.

A mes frères et sœurs de **la famille MBOUGA** : **Clémence, Sylviane, Prudence, Fabrice, Charlie, Christian, Joel.**

A mes frères et sœurs de **la famille Sayap** : **Franck, Hermann, Gilchrist, Elysée, Sonia, Rita, Gorethi.**

A tous mes cousins et cousines : **Chantal, Carole, Madoudou, Kévine, Sandra, Lindsey, Lidwine, Alexandra, mami nou, Constant, Emile, et toutes mes nombreuses petites nièces nées pendant ces temps d'absence.**

A mon frère **Dr Jean Marc MFEUSSOM**, merci pour ton aide, tes conseils et tes encouragements. Tu as été et tu restes pour moi un exemple à suivre dans le travail.

A mon Amour **Annick Raïssa Ebengo**, juste pour te dire tout le bien que je pense de toi ; merci par ce que tu me rends fort devant les épreuves. Que Dieu nous aides à concrétiser nos projets.

A **Luc-Hardy** tu as été le premier à m'appeler papa, merci mon fils, je t'aime.

A mes prédécesseurs : **Dr Sandeu Maurice Marcel, Dr Miguir Kalandi, Dr Téo Gabriel, Kerbai Said Eroume.**

A **Kerbai SAID EROUME** je te remercie cher ami pour ton sérieux et ta grande fraternité, que Dieu te bénisse.

A mes amis et collègues **Dr Bello Hamann, Dr Walter Ossébi** nous sommes les frères de galère, merci pour votre grande amitié et votre soutien, collègues.

A l'**Eglise St Joseph de Médina** qui reste mon principal lieu de recueillement dans la prière depuis mon arriver à Dakar.

A mes compatriotes membres de la **Communauté des Etudiants Vétérinaires Camerounais du Vétro (CAVESTAS)** en particulier : **Carole, Franck, Mouhamed, Mazra** pour leur soutien et leur esprit de fraternité et de solidarité.

A toute la **communauté congolaise du Vétro**, merci pour votre grande fraternité et pour la confiance que vous me faites. Vive la **CEMAC**.

A ma très chère patrie le **Cameroun**.

A mon pays d'accueil le **Sénégal**.

REMERCIEMENTS

A toi **Dieu Père Tout Puissant et Miséricordieux**, merci pour tous tes bienfaits sans oublier la santé, la force et le courage sans lesquels ce travail n'aurait pas eu lieu.

Au Projet FNRAA-Volaille, à travers son coordonnateur le **Professeur Ayao Missohou** et à travers **Dr Djiby Dia**, pour m'avoir donné l'opportunité de réaliser ce mémoire.

Au Docteur Adrien Mankor, pour tout l'encadrement dont vous m'avez fait bénéficier dans le cadre de ce travail, mais aussi pour la simplicité, les conseils et l'abord facile qui vous caractérisent.

Au Docteur Djiby Dia, pour l'accueil, l'accompagnement et l'encadrement tout au long de ce travail. Trouvez ici mes remerciements et ma profonde reconnaissance.

A Monsieur **Moussa Sall** : Merci pour l'encadrement et l'appui que vous m'aviez accordés tout au long de ce travail et pour votre simplicité.

Aux Enseignants de l'EISMV et à tous les intervenants du master PADD option EPE, merci infiniment pour les enseignements reçus, mais aussi pour le sens particulier que vous avez voulu donner à notre formation, rassurez-vous que nous en ferons bon usage.

A tout le personnel de l'ISRA-BAME : Merci infiniment pour l'accueil dans vos structures et **l'ensemble des stagiaires** : **Waoundé, Yacine** merci pour votre assistance et votre amitié.

A NOS MAITRES ET JUGES

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

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

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

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

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

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

A notre maître et juge, Monsieur Assane MOUSSA, Professeur à l'EISMV de Dakar

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

A notre maître et Directeur de recherche, Monsieur Djiby DIA, Chercheur à l'ISRA – BAME

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

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

Vous nous avez suivis sans faille tout au long de ce travail. La disponibilité et le sens particulier que vous avez voulu donner à ce travail ont beaucoup contribué à sa valeur scientifique. Merci pour votre simplicité et vos conseils.

RESUME

La présente étude a pour but d'analyser le système d'approvisionnement et de commercialisation de la région de Dakar en poulet local. Une enquête a été réalisée auprès de 300 acteurs de la commercialisation dans 20 marchés de Louga et de Dakar. Au total, six (6) types d'acteurs ont été identifiés dans le circuit de commercialisation. Il s'agit du producteur, de l'intermédiaire I, de l'intermédiaire II, du grossiste, du détaillant et du consommateur.

Les commerçants sont pour la majorité des personnes dont l'âge est compris entre 30 et 72 ans, de l'ethnie Wolof, originaires pour la plupart de la région de Louga. La région de Louga de par sa constitution ethnique majoritairement Wolof, l'influence des Peuhls dans la production des poulets, et la grande quantité de poulets collectée, est la principale région qui approvisionne Dakar.

Dans les circuits d'approvisionnement, l'intermédiaire I parcourt les villages et collecte en moyenne 19 ± 11 poulets. L'intermédiaire II achète en moyenne 32 ± 19 poulets à 1819 ± 220 FCFA l'unité et se charge de ravitailler le grossiste à 2118 ± 256 FCFA. Les grossistes ruraux sont les principaux approvisionneurs du département de Dakar. Ils constituent 1 à 3 filets contenant chacun en moyenne 173 ± 54 poulets à 2100 ± 390 FCFA l'unité. Une fois à Dakar, ils livrent les poulets aux grossistes urbains et peuvent revendre aussi aux détaillants ou directement aux consommateurs. Les grossistes urbains entretiennent un réseau de redistribution basé sur des revendeurs détaillants ambulants et non ambulants. Les détaillants quant à eux, achètent en petits nombres de 25 ± 6 poulets à 2315 ± 263 FCFA et revendent aux consommateurs constitués par les ménages et les restaurants à 2844 ± 725 FCFA.

Il n'existe pas de moyen de transport spécifique. Le principal moyen est le transport en commun. 90% de grossistes utilisent le transport en commun pour acheminer les volailles sur Dakar. Les différentes charges moyennes mensuelles liées à l'activité sont les frais de gardiennage, les frais de location de l'emplacement, les frais d'alimentation et de vaccination, les frais de municipalité.

Chaque acteur fait un bénéfice mensuel et le producteur reste le principal bénéficiaire de l'activité avec un bénéfice net moyen de 299.207 FCFA par mois.

Mots clés : Poulet local, Commercialisation, Département de Dakar, Région de Louga, Sénégal

ABSTRACT

This study aims to analyze the system of supply and marketing of the region of Dakar in local chicken. A survey was conducted among 300 players in the market in 20 markets Louga and Dakar. A total of six (6) types of actors have been identified in the marketing channel. This is the producer of the intermediate I, intermediate II, wholesaler, retailer and consumer. Merchants are for the majority of people whose age is between 30 and 72 years of ethnic Wolof, originating mostly from the region of Louga. In supply chains, I traveled through the villages and collect an average of 19 ± 11 chickens. The intermediate II buys an average of 32 ± 19 1819 ± 220 chickens FCFA unit and is responsible for the wholesaler to supply 2118 ± 256 FCFA. Wholesalers are the main purveyors rural department of Dakar. They are 1-3 nets each containing on average 173 ± 54 chickens 2100Fcfa unit. Once in Dakar, they deliver the chickens to wholesalers and urban can also sell to retailers or directly to consumers. Urban wholesalers maintain a system of redistribution based on retail dealers and not street vendors. Retailers in turn, buy in small numbers of 25 ± 6 2315 ± 263 chickens FCFA and resell to consumers made by households and restaurants in 2844 ± 725 FCFA. There are no specific means of transport. The primary means is the public transit. 90% of wholesalers use public transit to transport poultry in Dakar. The various charges related to the mean monthly activity are the costs of keeping the cost of renting the location, the cost of feeding and vaccination, costs municipality.

Each player makes a monthly profit and the producer is the main beneficiary of the activity with an average net profit of 299.207 FCFA per month.

Keywords: Chicken Local Marketing, Department of Dakar, Louga Region, Senegal

LISTE DES ABREVIATIONS

OCDE : Organisation de coopération et de Développement Economique

E.I.S.M.V.: Ecole Inter-Etats des Sciences et Médecine Vétérinaires

FAO: United Nations Organisation for Food and Agriculture

UEMOA: Union Economique et Monétaire Ouest Africain

BAME : Bureau d'Analyses Macro-Economiques

CNA : Centre National avicole

DIREL : Direction de l'Elevage

PIB : Produit Intérieur Brut

ISRA : Institut Sénégalais de Recherches Agricoles

FCFA : Franc de la Communauté Financière Africaine

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

M.R.A Ministère des Ressources Animales

D.G.P.A : Direction Générale des Productions Animales

MYF : Médina Yoro Foula

ONG : Organisation Non Gouvernementale

ONU : Organisation des Nations Unies

CILSS : Comité Inter-États de Lutte contre la Sécheresse au Sahel

Liste des tableaux

Tableau 1 : Evolution des effectifs du cheptel national de la volaille locale de 2000 à 2009 (en millions).....	5
Tableau 2 : Evolution des prix du kg de poulet local au Sénégal entre 2006 et 2009	6
Tableau 3: Revenus moyens par mois tiré de l'aviculture traditionnelle dans la région de Kolda	7
Tableau 4: Marchés et nombre d'acteurs enquêtés à Louga	11
Tableau 5: Différents marchés enquêtés à Dakar et nombre d'acteurs.....	12
Tableau 6: Effectif enquêté par type d'acteurs	13
Tableau 7: Répartition des acteurs de l'échantillon en fonction de l'origine	14
Tableau 8: Répartition des acteurs de l'échantillon en fonction de l'Ethnie	14
Tableau 9: Répartition de l'échantillon selon l'âge	15
Tableau 10: Répartition de l'échantillon selon la situation matrimoniale (%) ...	16
Tableau 11: Répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction	16
Tableau 12: Effectif collecté, vendu par acteur et mortalité moyenne	22
Tableau 13: Prix moyens pratiqués par type d'acteur à l'achat et à la vente.....	22
Tableau 14: Moyens de transport et différents coûts par déplacement.....	24
Tableau 15: Différentes charges mensuelles liées à l'activité (FCFA).....	25
Tableau 16: Compte d'exploitation chez le grossiste	25
Tableau 17: Compte d'exploitation chez l'intermédiaire I	26
Tableau 18 : compte d'exploitation chez l'intermédiaire II.....	26
Tableau 19 : Compte d'exploitation chez le détaillant	26

Liste des figures

Figure 1: Circuit de commercialisation des volailles familiales au Sénégal	8
Figure 2: Carte administrative de la région de Louga.....	11
Figure 3 : Circuit d’approvisionnement et de commercialisation du poulet local sur l’axe Louga-Dakar.....	17
Figure 4 : grossistes rural et intermédiaire II dans le marché de Louga	19
Figure 5 : Détaillants non ambulants sur le marché.....	20
Figure 6 : Transport poulet local	23

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : GENERALITES SUR L'AVICULTURE TRADITIONNELLE	2
CHAPITRE I : – APERCU SUR LA FILIERE AVICOLE TRADITIONNELLE	2
I.1 – Les productions avicoles en Afrique au Subsaharienne	2
I.2 – Systèmes d'avicultures traditionnelles.....	2
I.3 – Importance de l'aviculture traditionnelle	2
I.3.1. - Importance socio-culturelle et religieuse	2
I.3.2 - Importance économique	3
I.3.3 - Importance nutritionnelle	3
I.4. - Les contraintes de l'aviculture traditionnelle.....	4
I.4.1 - Contraintes alimentaires	4
I.4.2 - Contraintes zootechniques	4
I.4.3 - Contraintes sanitaires	4
I.4.4 - Contraintes commerciales.....	4
CHAPITRE II : COMMERCIALISATION DE LA VOLAILLE LOCALE	5
II.1 – Evolution du cheptel et des prix.....	5
II.1.1 – Evolution du cheptel avicole traditionnel au Sénégal	5
II.1.2 - Evolution des prix de volailles traditionnelles.....	6
II.2 – Contribution de la volaille locale à l'amélioration du revenu des ménages	6
II.3 – Analyse de la commercialisation	7
II.3.1 – Circuits de commercialisations et les différents acteurs au Sénégal	8
II.3.2 - Rôles des acteurs en fonction des sexes	9
II.4 - Système de transport	10
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DU SYSTEME D'APPROVISIONNEMENT ET DE COMMERCIALISATION DU POULET LOCAL SUR L'AXE LOUGA-DAKAR.	10
CHAPITRE I : METHODOLOGIE DE RECHERCHE	10
I.1 - Echantillonnage	10

I.2 - Zones d'étude	10
I.2.1 – Zone d'approvisionnement : Région de Louga	11
I.2.2 – Zone de commercialisation : Région de Dakar	11
I.3 - Déroulement de l'enquête	12
I.3.1 - Enquête exploratoire.....	12
I.3.2 - Enquête transversale.....	12
CHAPITRE II : RESULTATS, DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS	13
II.1- RESULTATS ET DISCUSSION	13
II.1.1 – Différents types d'acteurs de l'activité commerciale.....	13
II.1.2 – Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon	14
II.1.2.1 – Structure de l'échantillon en fonction de l'origine.....	14
II.1.3 - Circuit de commercialisation et rôle des acteurs dans l'activité commerciale.....	16
II.1.3.1 – Circuit de commercialisation	16
II.2 - Analyse du système d'approvisionnement et de vente	21
II.2.1 - Analyse du système d'approvisionnement	21
II.2.2 - Analyse du système de vente.....	22
II.3 - Analyse du système de transport sur l'axe Louga-Dakar	23
II.3.1 – Moyens de transports empruntés.....	23
II.3.2 - Circuits et conditions de transport.....	24
II.4 - Charges liées à l'activité	25
II.7 - ANALYSE DE LA RENTABILITE COMMERCIALE.....	25
II.8 – RECOMMANDATIONS.....	27
II.8.1 – Aux producteurs	27
II.8.2 – Aux commerçants.....	27
II.8.3 – Au pouvoir public et privés.....	27
II.8.4 – Aux chercheurs	27
CONCLUSION	28

BIBLIOGRAPHIE..... 29

INTRODUCTION

Au Sénégal, en plus des ruminants, le secteur avicole, prédominé par le système traditionnel en plein essor. Le cheptel avicole national a été estimé à 34.840 millions en 2009, dont 22.302 millions de têtes pour l'aviculture traditionnelle. Ce qui représente près de 70% du cheptel avicole national (**DIREL, 2009**). Ce système traditionnel occupe une place importante dans les activités et le patrimoine des paysans, d'où son importance capitale sur le plan socio-économique et sur le plan stratégique de lutte contre la pauvreté (**TRAORE, 2006**). La vente des volailles permet au paysan de boucler le cycle annuel de l'économie familiale en période de transition où les greniers sont vides, afin d'acheter des céréales pour nourrir sa famille (**GBAGUIDI, 2001**).

Bien qu'étant un sous-secteur qui ne bénéficie pas suffisamment d'appui de l'Etat, la production avicole traditionnelle contribue à la sécurité alimentaire au Sénégal. Ce type d'élevage permet donc à l'exploitant pauvre d'avoir un revenu, luttant ainsi contre le chômage des jeunes et contribuant à la promotion des femmes (**GUEYE, 2000**).

Les études réalisées par (**Buldgen et al. 1992 ; Ly et al., 1999 ; Missohou et al., 2002**) ont montré qu'à part la faible productivité qui la caractérise, l'aviculture joue un rôle important dans la création des revenus et constitue une source de protéines animales facilement mobilisables. Mais, toutefois, son essor reste faible. L'étude de **TENO, (2010)** sur la commercialisation du poulet local à Dakar a montré que l'approvisionnement de Dakar en poulet local reste insuffisant. Cette étude a mis en évidence des problèmes éventuels liés à la collecte des sujets dans les zones de production et aux conditions de transport. La même étude a montré que les régions de Louga, de Thiès et de Diourbel sont les principales zones de production de poulet local qui alimentent le marché de Dakar.

L'intérêt de notre étude est de remonter la sous-filière afin de fournir des informations économiques sur les aspects relatifs à l'organisation de l'approvisionnement et la commercialisation sur l'axe Louga-Dakar ceci, à travers l'identification des acteurs, des circuits et marchés, des types de transport et les différents prix à chaque niveau de la commercialisation.

L'objectif global est d'analyser le marché d'approvisionnement et de commercialisation du poulet local au Sénégal sur l'axe Louga-Dakar. Il s'agit plus spécifiquement d'identifier et de caractériser les différents marchés et circuits de commercialisation, d'identifier et de caractériser les acteurs, les moyens de transport, de reconstituer les circuits d'acheminement du poulet local à Dakar et de calculer et analyser la rentabilité commerciale de cette activité.

Ce travail comporte deux grandes parties. Une première partie consacrée à une synthèse des travaux déjà effectués sur l'aviculture traditionnelle. Une deuxième partie qui présente la méthodologie de travail, les résultats obtenus sur le terrain et une discussion de ces résultats, enfin des recommandations.

PREMIERE PARTIE : GENERALITES SUR L'AVICULTURE TRADITIONNELLE.

CHAPITRE I : – APERCU SUR LA FILIERE AVICOLE TRADITIONNELLE

I.1 – Les productions avicoles en Afrique au Subsaharienne

L'aviculture africaine repose dans sa plus grande majorité sur des systèmes traditionnels. En Afrique au Sud du Sahara, 85% des ménages élèvent des volailles, dont la propriété dépend des femmes à 70 % (GUEYE *et al*, 1999). Dans cette partie de l'Afrique, l'Afrique du Sud reste le plus grand producteur de volaille et détient 60% de la production. Le Nigéria est le plus grand producteur pour l'Afrique de l'Ouest. Dans ce pays, l'aviculture traditionnelle représente approximativement 94% de l'élevage avicole total. Toutefois, il est à noter une désorganisation de la filière qui limite le développement des élevages modernes. En Éthiopie, la volaille rurale concourt à 99% de la production nationale totale de viande de poulet et d'œufs. Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire et le Sénégal pour l'Union Economique et Monétaire de l'Afrique de l'Ouest (UEMOA), et le Cameroun pour l'Afrique centrale sont les principaux producteurs de volaille (TADELLE, *et al*. 2000).

I.2 – Systèmes d'avicultures traditionnelles

Selon la FAO, on distingue 03 systèmes d'aviculture traditionnelles, à savoir :
-le système d'élevage en plein air ou de la basse-cour non-amélioré : ici les animaux sont en divagation, il n'y a pas de distribution régulière d'eau ou d'aliment ;

- Le système d'élevage en basse-cour améliorée : dans ce système, il y a une distribution régulière d'eau et d'aliment complémentaire, un abri amélioré, et un suivi sanitaire permanent des volailles.

- Le système d'élevage semi-intensif : c'est un système d'élevage en basse-cour mais, avec des races génétiquement améliorées et des rations équilibrées (FAO, 2004).

Une enquête menée par MANDIAMY, (2002) au niveau de 150 ménages périurbains de Dakar a révélé que les systèmes d'élevage pratiqués ont été les suivants : élevage en plein air dans 84,6% de ménages et élevage en basse-cour amélioré dans 15,4% de ménages.

I.3 – Importance de l'aviculture traditionnelle

L'aviculture traditionnelle présente une grande importance sur plusieurs plans, notamment sur le plan socio-culturel et religieux, nutritionnel, socioéconomique.

I.3.1. - Importance socio-culturelle et religieuse

Le système dit traditionnel, pratiqué surtout en milieu rural, joue un rôle social de premier plan. Selon la forme et la couleur du plumage, un sujet peut être

destiné au sacrifice, à l'offrande ou à être abattu pour la réception d'un hôte. Ainsi, en milieu peuhl du « Fouladou » (en Haute Casamance), le sacrifice d'un coq de couleur blanche symbolise l'amitié, la sincérité et la considération vis-à-vis de son hôte. En pays mandingue, le premier repas que la femme prend après l'accouchement est à base de poulet (SAVANE, 1996).

La volaille familiale est étroitement liée à la vie religieuse et socioculturelle. Les coqs sont utilisés comme sacrifices aux divinités. De plus, les volailles peuvent avoir des fonctions mystiques. Dans certaines communautés locales, il est pensé qu'un mauvais sort peut être dévié vers les volailles et les petits ruminants (GUEYE, 2002). La volaille locale intervient aussi dans certaines pratiques culturelles telles que la dot ou les cérémonies funèbres.

I.3.2 - Importance économique

L'aviculture traditionnelle constitue une importante composante de l'économie des ménages. La possession de volailles assure des degrés variables d'exploitation durable et de stabilité économique pour des millions de petits producteurs généralement démunis (GUEYE, 2002). C'est une activité financièrement rentable car même si la productivité reste modeste, quelques volailles vivantes et les œufs constituent pratiquement un bénéfice net pour les aviculteurs à cause des coûts de production très faibles (GUEYE, 2000 ; BUZA et MWAMUHEHE, 2001). Une enquête menée dans 150 ménages en zone périurbaine de Dakar (GUEYE, 2002) a révélé que l'argent généré par l'aviculture traditionnelle est utilisée comme suit : Riz 45,3%, thé/café 10,7%, sucre 10%, manuel scolaire 4,7%, épargne communautaire (tontine) 9,4%, habillement 30%, huile 21,3%, savon/médicament 10%, autres besoins 12%. Ainsi, la volaille traditionnelle est un bon moyen de lutte contre la pauvreté surtout chez les couches sociales les plus vulnérables. Une autre enquête réalisée par (MISSOHOU ET DIEYE, 2003) à Kolda a montré la forte contribution de cette activité aux revenus des ménages.

La volaille traditionnelle est également un moyen d'accumulation de capital. Elle est employée dans le système de troc par les sociétés où la circulation monétaire est limitée. En Gambie, 5 poules adultes peuvent être échangées pour un mouton et 25 poules adultes pour une tête de bœuf (GUEYE, 1998). Dans le sud du Sénégal, les agriculteurs échangent souvent de 5 à 8 poulets adultes contre une chèvre (Ly et al., 1999). Dans les régions rurales de l'Ouganda, une poule unique est l'équivalent d'une barre de savon, d'un kilogramme de sel et d'un litre de paraffine de cuisson. Les échanges entre les éleveurs sont possibles. Ainsi, 5 à 8 poulets locaux contre une chèvre font l'objet des échanges (MUKIIBI-MUKA, 1992). Le «taux de troc» peut varier en fonction de différents facteurs tels que des circonstances socio-économiques des ménages, le niveau de l'offre par rapport à la demande, l'emplacement géographique, les conditions climatiques et à haut risque ou la survenance de la maladie (GUEYE, 2000).

I.3.3 - Importance nutritionnelle

Sur le plan nutritionnel, l'aviculture traditionnelle reste une alternative pour réduire le déficit protéino-calorique (BULDGEN et al., 1992). En effet, ses produits

sont plus facilement mobilisables comparativement à ceux des ruminants ou des porcs qui font parfois l'objet d'interdits. De plus, la production avicole type rural (viande et œufs) constitue une importante source de protéines d'origines animales, permettant de prévenir certaines maladies d'origine nutritionnelle telles que le marasme et le kwashiorkor chez les enfants ainsi que d'autres affections aiguës ou chroniques chez les adultes (BRES *et al.* 1991). Selon TRAORE, (2005), sur la périphérie de Dakar, l'aviculture traditionnelle, bien qu'étant une source importante de protéines d'origine animale pour les populations, contribue peu à la formation des revenus.

I.4. - Les contraintes de l'aviculture traditionnelle

L'aviculture traditionnelle fait face à de nombreuses contraintes qui sont alimentaires, zootechniques, sanitaires et les contraintes commerciales.

I.4.1 - Contraintes alimentaires

L'alimentation de la volaille locale est insuffisante en quantité et en qualité car, sa teneur en matières protéiques est faible et surtout pendant la saison sèche (GOROMELA *et al.*, 2006). Les volailles se promènent toute la journée à la recherche de nourriture et l'alimentation est essentiellement constituée de verdure, d'insectes, de grains ou de son de céréales que l'animal picore au niveau de la concession (BOYE, 1990 ; SONAIYA *et SWAN*, 2004).

I.4.2 - Contraintes zootechniques

Sur le plan zootechnique, la race locale qui est dominante en aviculture traditionnelle, est de faible productivité. Son poids moyen à 1 an est de 1,8 kg chez les mâles et de 1,35 kg chez les femelles, ceci se justifiant par la faible complémentation alimentaire en dessous des besoins nutritionnels des oiseaux (BULDGEN *et al.*, 1992). L'âge à l'entrée en ponte est de 25 semaines et le nombre d'œufs par couvée est de 8 à 9 pour une production annuelle de 40 œufs (SALL, 1990; BULDGEN *et al.*, 1992 ; MISSOHOU *et al.*, 2002).

I.4.3 - Contraintes sanitaires

L'élevage traditionnel de poules paie un lourd tribut aux maladies qui déciment parfois tout le troupeau dans certaines exploitations. Par ailleurs, du fait du manque d'assistance vétérinaire, de la divagation permanente des animaux, cet élevage est en proie non seulement à des épizooties et aux maladies de toute sorte dont la plus ravageuse reste la newcastle (GUEYE, 1998). Elle constitue également un véritable véhicule de maladies. De plus les normes de biosécurité ne sont pas respectées (FAO, 2000).

I.4.4 - Contraintes commerciales

Les études de Ly *et al.* (1999) montrent que l'aviculture traditionnelle est une activité à très fortes potentialités et qu'une réduction des pertes pourrait contribuer à une amélioration de sa contribution à la fourniture de protéines et de revenus aux populations. TENO, (2009), révèle que dans la région de Dakar, il y a une absence d'organisation des commerçants sur le marché. La provenance

des animaux, les marchés, les circuits de transport, de commercialisation dans le pays sont encore mal connus d'où une désorganisation de la filière.

CHAPITRE II : COMMERCIALISATION DE LA VOLAILLE LOCALE

Ce chapitre aborde l'évolution des marchés de volailles locales, du cheptel et des prix pratiqués dans cette activité. Par ailleurs, ce chapitre traite aussi de l'aviculture traditionnelle comme source de richesse du pauvre et enfin, donne des indications sur le système de commercialisation et de transport.

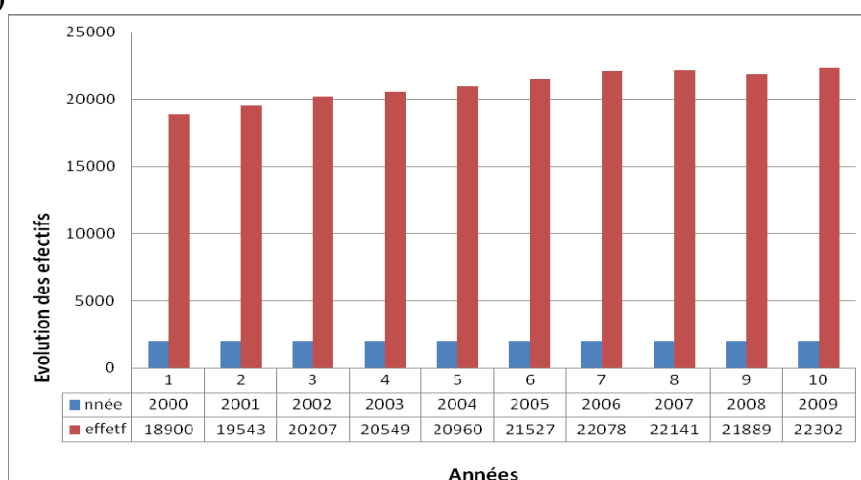
II.1 – Evolution du cheptel et des prix

Le cheptel et les prix des volailles locales en Afrique de l'Ouest et du Centre ont subi quelques fluctuations.

II.1.1 – Evolution du cheptel avicole traditionnel au Sénégal

Au Sénégal, avant l'interdiction des importations de cuisses de poulets congelés, l'aviculture traditionnelle en 2004 représentait près de 80% du cheptel avicole national (DIREL, 2005). Depuis l'interdiction des importations, on note un repli, non liée à une quelconque baisse de production de la part de l'aviculture traditionnelle dans le cheptel avicole national. En effet, l'application de l'embargo sanitaire a, depuis 2005 permis le développement de l'aviculture moderne. Selon les données statistiques du Centre National d'Aviculture (CNA), 72% des ménages au Sénégal possèdent des volailles. Le cheptel de la volaille traditionnelle au Sénégal est passé de 18900 têtes en 2000 à 22302 millions de têtes en 2009 contre 12538 millions de têtes de volaille industrielle à la même année, soit une différence de 9764 millions de têtes en faveur du cheptel avicole traditionnel national en 2009 (DIREL, 2010). Ce rapport statistique présenté ci-dessous présenté, ne fait pas une distinction entre les différentes espèces de volailles au niveau villageois. On peut estimer que plus de 90% des effectifs sont des poulets (DIREL, 2009).

Tableau 1 : Evolution des effectifs du cheptel national de la volaille locale de 2000 à 2009 (en millions)



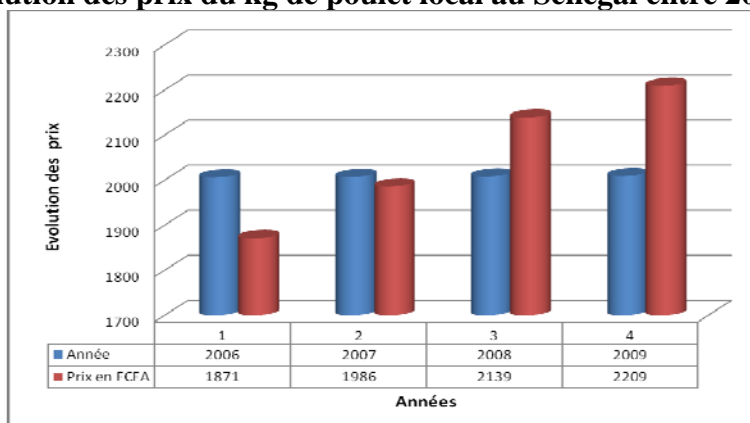
Source : DIREL, 2010

Le cheptel avicole traditionnel Sénégalais est moins développé comparé à ceux de certains pays grands producteurs de volailles en Afrique, à l'exemple du Cameroun où l'effectif en 2006 était déjà de 25 000 000 poulets locaux (NGATCHOU et TELEU, 2006) et du Burkina Faso où à la même année, elle était de 26644518 têtes (MRA, 2008).

II.1.2 - Evolution des prix de volailles traditionnelles

Le rapport statistique de la CNA présenté dans l'histogramme ci-dessous, renseigne sur l'évolution des prix du kg du poulet local entre 2006 et 2009 au Sénégal.

Tableau 2 : Evolution des prix du kg de poulet local au Sénégal entre 2006 et 2009



Source : DIREL, 2010

Le prix du poulet traditionnel a varié de façon croissante entre 2006 et 2009 soit une différence de 338 FCFA entre ces deux années. Selon TENO (2010), dans le département de Dakar, le consommateur achète un gros poulet en moyenne à 2960 FCFA. Au Burkina Faso, le prix moyen du poulet local sur les marchés au premier trimestre 2010 est de 1752 FCFA (M.R.A/D.G.P.A, 2010) soit une différence de 1208 FCFA entre le prix du poulet pratiqué en 2010 au Sénégal et celui du Burkina Faso à la même année. Cette différence de prix est influencée par le niveau de la production et de la disponibilité aux consommateurs car, selon KONDOBO, (2007) cité dans le document **revue du secteur avicole-Burkina Faso, 2007**, contrairement à ce qui se passe dans certaines villes d'Afrique de l'Ouest (Dakar et Abidjan) où la production industrielle de poulets de chair est en plein essor, la filière volaille burkinabè reste largement influencée par le mode de production traditionnel, le secteur urbain ne pourvoyant que 0,8 % seulement des effectifs totaux élevés.

II.2 – Contribution de la volaille locale à l'amélioration du revenu des ménages

Du fait de ses nombreuses potentialités, l'aviculture traditionnelle peut contribuer à améliorer la sécurité alimentaire et réduire la pauvreté au Sénégal. Cette contribution des volailles et de leurs produits dans les revenus monétaires des ménages est en général difficile à évaluer. Néanmoins, une étude menée dans la région de Kolda par SALL, (2010) montre que dans cette région,

l'aviculture traditionnelle est pratiquée par les femmes âgées en moyenne de 40 ans, faiblement scolarisées. Avec l'appui des ONG et des structures de développement étatiques, ces femmes sont organisées en groupement bien structuré au sein d'un même village ou entre villages voisins. Bien qu'ayant des conditions de vie précaires, ces femmes pratiquantes de l'aviculture traditionnelle disposent de revenus faibles. A travers ces revenus, les femmes arrivent à faire face à certaines charges primordiales surtout en rapport avec les besoins familiaux et de plus en plus à celles liées à la scolarisation des jeunes filles et garçons.

Tableau 3: Revenus moyens par mois tiré de l'aviculture traditionnelle dans la région de Kolda

Département	Kolda	MYF	Vélingara
Revenus moyens en FCFA	24813,9±13573,8	12571,4±18122,2	14479,2±16462,2

Source : SALL *et al.*, 2010

MYF = Médina Yoro Foula

Les calculs de **CHITUKURO ET FOSTER (1997)** ont révélé qu'un troupeau de 5 poulets adultes (2 mâles et 3 femelles) permet aux femmes dans le centre de la Tanzanie d'avoir un revenu équivalent à 38 \$ US en un an, soit 9,5% de la moyenne annuelle. Ainsi, l'aviculture traditionnelle est une activité à très forte potentialité et une réduction des pertes pourrait contribuer à une amélioration de sa contribution à la fourniture de protéines et de revenus aux populations Africaines en général.

II.3 – Analyse de la commercialisation

II.3.1 – Système de commercialisation au Sénégal et compétitivité

Au Sénégal, les travaux portant sur la commercialisation des animaux ont surtout été menés chez les ruminants et en aviculture moderne (**DOUMBIA 2002**). Dans la filière traditionnelle, une enquête ponctuelle réalisée à Kolda (**MISSOHOU et DIEYE, 2003**) a montré la forte contribution de cette activité aux revenus des ménages. Elle s'oppose, cependant, à une étude longitudinale menée dans la zone périurbaine de Dakar dans laquelle, l'aviculture traditionnelle constitue une importante source de protéines d'origine animale pour les populations mais contribue peu à la formation des revenus (**TRAORE, 2006**). Les études de **LY *et al.*, (1999)** montrent pour autant que l'aviculture traditionnelle est une activité à très fortes potentialités et qu'une réduction des pertes pourrait contribuer à une forte amélioration de sa contribution à la fourniture de protéines et de revenus aux populations. Les études de **DUTEURTRE *et al.*, (2004)** montrent une segmentation importante du marché traduisant une valorisation du poulet local dont les prix augmentent en dépit de la chute des prix de la viande de volaille importée.

II.3.1 – Circuits de commercialisations et les différents acteurs au Sénégal

Les informations économiques sur l'organisation de la sous-filière avicole traditionnelle au Sénégal et les acteurs sont très insuffisamment connues. Selon le **COTAVI**, (sité par **BA, 2010**), le circuit de commercialisation de la sous-filière avicole traditionnelle au Sénégal est très complexe. Telle que montré dans le schéma ci-dessous, les zones focales de la commercialisation des volailles locales sont les marchés hebdomadaires et des marchés primaires. De ces marchés, les volailles passent par les marchés intermédiaires et convergent vers les grands marchés urbains terminaux. Dans ces circuits on trouve différents types d'acteurs dont les rôles ne sont pas bien définis : les producteurs, les collecteurs primaires et secondaires, les grossistes et les détaillants. Selon **TENO (2010)**, Louga est la principale région qui approvisionne Dakar en poulet local.

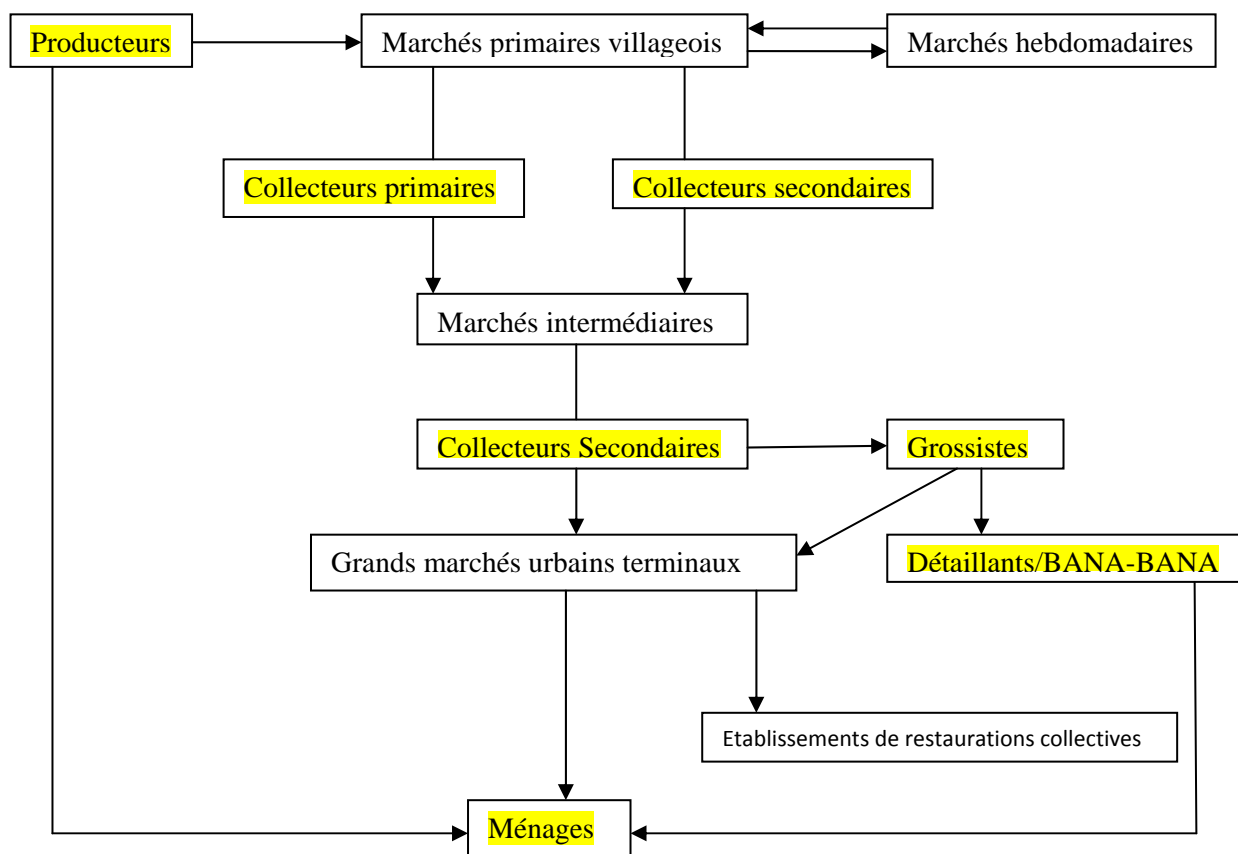


Figure 1: Circuit de commercialisation des volailles familiales au Sénégal

Source : COTAVI, 2010

II.3.3.1.1 – Cas du Burkina Faso

Au Burkina Faso, **KONDOBO (2007)** ont décrit deux types de circuits de commercialisation :

- un circuit traditionnel interne

Ce circuit permet d'assurer la commercialisation rapide d'un grand nombre de volailles provenant des zones rurales. Ce circuit comprend cinq acteurs qui lui sont propres, à savoir les producteurs, les grossistes urbains, les collecteurs villageois, les revendeurs urbains, les détaillants et deux autres acteurs qu'il partage avec la sous filière aviculture urbaine moderne que constituent les ménages et les restaurants-bars et hôtels.

Les collecteurs villageois parcourent les villages et les marchés ruraux pour acheter les poulets auprès des producteurs et les revendent aux grossistes. Chaque grossiste a ses collecteurs-livreurs. A l'entrée des villes, se trouvent les revendeurs urbains qui rencontrent les grossistes et prennent le produit pour le revendre aux détaillants, aux hôtels-bars-restaurants et aux grilleurs. C'est seulement dans le cas où le produit n'est pas entièrement acheté par les revendeurs urbains que le grossiste peut lui même le vendre aux grilleurs et aux restaurateurs.

- un circuit d'exportation

Ce circuit permet des échanges avec les autres pays de la sous région tels que la Côte d'Ivoire et le mali.

En plus des acteurs propres de ce circuit, deux autres types d'acteurs que la sous-filière traditionnelle partage avec la sous-filière aviculture moderne ont été décrits : il s'agit des ménages et des restaurants-bars et hôtels. En plus de tous ces acteurs, **KOMPAORE, (1988)** a découvert dans le même circuit un sixième acteur qui est le détaillant enfant.

II.3.2 - Rôles des acteurs en fonction des sexes

Dans le Sud Sénégal, **LY et al. (1999)** signale que la vente de poulets relève de la compétence du chef de ménage dans 79,1% des ménages, les femmes étant responsable de cette activité que dans 5,8% des ménages. Les hommes et les enfants (garçons) sont plus impliqués dans la commercialisation de la volaille traditionnelle. L'étude de **NDAYISENGA, (2010)** dans la région de Saint Louis a montré que dans cette activité, 82% des femmes sont des productrices, les activités de commercialisation n'intéressant que les hommes.

Une enquête menée en Gambie par **BONFOH, (1997)** auprès de 110 ménages a montré que la commercialisation des poulets à 53,8% des cas est sous la responsabilité des enfants, à 13% par les hommes, par les femmes dans 5% de cas et par toute la famille dans une proportion de 28,2%. En Tanzanie, une étude de marché concernant les acheteurs de poulet dans 102 villages a montré que les hommes dominant à la fois dans la vente et l'achat de poulets dans les marchés de village. 76% sont des hommes, 15% des femmes et 9% d'enfants (**KITALYI, 1998**). Au Nord du Bénin, la décision sur la vente des poulets du ménage revient à l'homme, que le cheptel appartienne à l'homme ou à sa femme. C'est à lui de décider du sujet à vendre et de s'occuper également de la vente. Contrairement au Nord, au Sud du Bénin, c'est la femme qui peut décider du moment de vente et du sujet à vendre (**SODJINOUE et al., 2006**)

II.4 - Système de transport

L'étude de TENO (2010) montre que les moyens de transport utilisés par les commerçants pour se ravitailler en poulet du pays sont les moyens de transport commun et le plus utilisé est le car « Ndiaga Ndiaye » dans 64,3% la majorité de ces cars provenant de la région de Louga.

Au Burkina, différents moyens de transport des volailles existent. À Ouagadougou, le producteur vient sur les marchés soit à pied, soit à bicyclette. Pour s'approvisionner, les rôtisseurs et les grilleurs se déplacent à mobylette dans un rayon de 30 km. De même, les collecteurs se déplacent à bicyclette ou à vélomoteur, ceux-ci attachent les sujets par les pattes, en grand nombre (jusqu'à 120 poulets sur une motocyclette) à leur guidon et parcourent des distances de 30 à 100 km. D'autre part, les volailles sont entassées dans des cageots sur le toit des automobiles ou des camions pour de longs voyages. Au cours de ces voyages, elles ne sont ni alimentées ni abreuvées (OUEDRAOGO et ZOUNDI, 1999). Les volailles destinées à l'exportation sont conditionnées dans les cages. Prévu pour 70 volailles, ces cages peuvent en contenir près de 150. Elles sont placées sur les toits des camions ou empilées les unes sur les autres sur les wagons pour leur expédition vers la Côte-d'Ivoire. Les transports occasionnent des pertes de 10 à 20 % environ et quelquefois 40 % en temps de chaleur (KAMPETE, 2002).

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DU SYSTEME D'APPROVISIONNEMENT ET DE COMMERCIALISATION DU POULET LOCAL SUR L'AXE LOUGA-DAKAR.

Cette partie de l'étude est consacrée aux travaux de terrain. Ces travaux se sont déroulés dans les régions de Louga et de Dakar. Elle est structurée en deux chapitres. Le premier présente la méthodologie de recherche. Le deuxième présente les résultats obtenus, la discussion des résultats et les recommandations.

CHAPITRE I : METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Ce chapitre présente l'échantillonnage, les différentes zones d'étude, les caractéristiques socio-économiques de ces zones, les marchés enquêtés et le déroulement de l'enquête.

I.1 - Echantillonnage

Un échantillon de 300 acteurs a été enquêté dans l'ensemble à Louga et à Dakar. Le choix des marchés, fait de façon aléatoire et raisonnée. Le choix du nombre de commerçants s'est également fait de façon aléatoire. L'étude s'appuie sur un échantillonnage aléatoire avec un objectif d'interroger le maximum d'acteurs dans un marché ou point de vente.

I.2 - Zones d'étude

L'étude sur le terrain s'est déroulée dans les régions de Dakar et de Louga. Le choix de ces deux régions se justifie par le fait que Louga constitue le principal

pôle d’approvisionnement en volaille et Dakar le principal pôle de demande en produits alimentaires au Sénégal.

I.2.1 – Zone d’approvisionnement : Région de Louga

Le système d’approvisionnement a été étudié dans la région de Louga. Cette région sur le plan administratif comprend trois départements (Louga, Linguère, Kébémér), onze arrondissements et 46 collectivités locales (**Figure 1**).

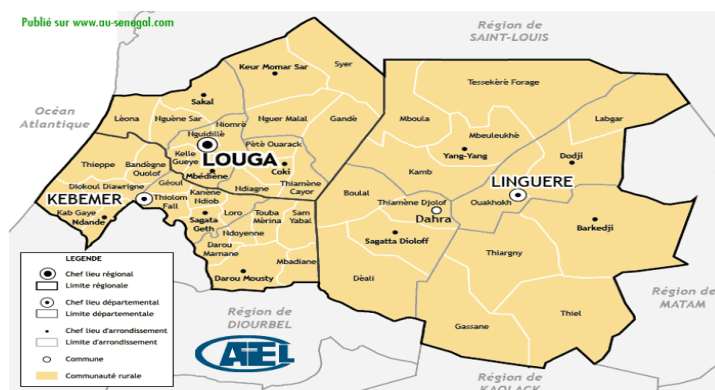


Figure 2: Carte administrative de la région de Louga

I.2.1.1 - Différents marchés enquêtés dans la région de Louga

Dans la région de Louga, l’enquête a été menée dans huit marchés et 190 acteurs de la commercialisation (Tableau IV).

Tableau 4: Marchés et nombre d’acteurs enquêtés à Louga

Département	Marchés	Jour de marché	Nombre d’acteurs
Louga	Thiaméne	Jeudi	24
	Keur Momar Sarr	Vendredi	25
	Louga	Tous les jours	28
	Goye Mbeuth	Lundi	20
Kébémér	Sagatta gueth	Mardi	26
	Ndande	Vendredi	19
	Darou Mousty	Samedi	26
Linguère	Dahra	Dimanche	22
Total	8 marchés	/	190

Source : Nos enquêtes, 2011

Ces marchés sont des marchés officiels et se tiennent hebdomadairement sauf le marché central de la ville de Louga qui se tient journalièrement.

I.2.2 – Zone de commercialisation : Région de Dakar

L’étude de la commercialisation a concerné douze marchés journaliers de la région de Dakar. Dix de ces marchés sont des marchés officiels, un marché informel (marché de Wakhinane) et un point de vente (point de vente Blaise Senghor). L’enquête a concerné aussi 71 consommateurs qui résident dans le département de Dakar.

Tableau 5: Différents marchés enquêtés à Dakar et nombre d'acteurs

Noms de marché	Localisation	Nombre d'acteurs
Marché Castor	Castor	2
Marché Fass	Fass	2
Marché de Gueule tapée	Gueule tapée	2
Marché Tilène	Médina	4
Place Blaise Diagne	Centenaire	3
Marché de Rufisque	Rufisque	2
Marché de Keur Massar	Keur massar	4
Marché de Pikine	Pikine	3
Marché de Thiaroye	Thiaroye	5
Marché de Guédiawaye	Guédiawaye	2
Marché Wakhinane	Colobane	8
Marché de Yoff	Yoff	2
Total des marchés = 12	/	39 commerçants
Consommateurs	Département de Dakar	71 consommateurs
Total enquêté dans la région de Dakar		110 acteurs

Source : Nos enquêtes, 2011

I.3 - Déroulement de l'enquête

L'enquête s'est déroulée en deux grandes phases : une phase d'enquête exploratoire et une phase d'enquête transversale.

I.3.1 - Enquête exploratoire

Cette phase consiste à faire des entretiens auprès des personnes ressources au moyen d'un guide d'entretien. Au cours de cette phase dite de pré-enquête, une prise de contact avec les différents chercheurs travaillant dans le domaine de l'aviculture traditionnelle a été faite ainsi que certaines personnes responsables dans des structures publiques comme la Direction de l'Elevage, le Centre Avicole de Mbao, l'ISRA, l'E.I.S.M.V. et toutes autres personnes suffisamment informées au sujet de l'aviculture traditionnelle. Ceci a permis de réaliser un questionnaire, de répertorier les marchés à l'avance et d'avoir une idée sur les différents circuits régionaux où ont lieu l'approvisionnement et d'avoir une idée sur les moyens de transports utilisés. Le questionnaire réalisé a été testé auprès de cinq acteurs dans les marchés et corrigé en vue d'une enquête transversale.

I.3.2 - Enquête transversale

Elle constitue la partie d'enquête qui se fait sur les lieux où l'activité se déroule c'est-à-dire à Louga et à Dakar. Elle est basée sur les résultats de l'enquête exploratoire. Les questionnaires sont spécifiques à chaque catégorie d'acteur.

I.3.2.1 - Organisation du questionnaire

En fonction des informations recueillies lors des entretiens et enquêtes préliminaires, un questionnaire comprenant sept sections correspondant à chaque type d'acteur a été élaboré. Les questions sont adressées au producteur, à l'intermédiaire villageois I, l'intermédiaire villageois II, au grossiste, au transporteur, au commerçant détaillant, et au consommateur.

I.3.2.2 - Recueil, traitement et analyse des données

Les données ont été recueillies auprès de 300 personnes issues de la région de Dakar et de la région de Louga. Ce recueil de données s'est fait au moyen des fiches d'enquêtes. Des ressources humaines (dont un traducteur) ont été utilisées. Le traitement et l'analyse statistique des données ont été réalisés sur les logiciels Sphinx, SPSS et Excel.

CHAPITRE II : RESULTATS, DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS

Dans ce chapitre, sont présentés et discutés les résultats de l'analyse du système d'approvisionnement dans la région de Louga et la commercialisation à Dakar. Des recommandations sont par la suite formulées sur la base de ces résultats.

II.1- RESULTATS ET DISCUSSION

Les résultats sont présentés et discutés en même temps selon les données recueillies et traitées. Ici, sont présentés les différents types d'acteurs, les caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon, la description de l'activité commerciale et l'analyse financière.

II.1.1 – Différents types d'acteurs de l'activité commerciale

Six types d'acteurs ont été rencontrés dans le circuit d'approvisionnement et de commercialisation. Selon, les pourcentages, il s'agit des producteurs (6,33%), des intermédiaires I (25%) et intermédiaires II (25,33%), des grossistes ruraux et urbains (13%), des détaillants (6,67%) et des consommateurs (23,67%). Par la suite, on a les consommateurs représentant 23,67% de l'effectif (Tableau VI).

Tableau 6: Effectif enquêté par type d'acteurs

Types d'acteurs	Nombre	Pourcentage (%)
Producteur	19	6,33
Intermédiaire I.	75	25
Intermédiaire II	76	25,33
Grossiste	39	13
Détaillant	20	6,67
Consommateur	71	23,67
Total	300	100

Source: Enquêtes, 2011

La typologie des acteurs de la commercialisation au Sénégal ressemble à celle décrite dans plusieurs pays Africains, notamment au Burkina Faso par (KOMPAORE, 1998 ; OUEDRAOGO et ZOUNDI, 1999). Les intermédiaires sont les plus nombreux dans le circuit et représentent 50,22% de l'ensemble; ceci a pour conséquence l'allongement du circuit qui influence sur le coût du produit aux consommateurs. Dans les différents marchés enquêtés, les grossistes ne représentent que 13% de l'échantillon; ceci est un élément qui explique les résultats de (TENNO, 2010) qui trouve que le département de Dakar est insuffisamment approvisionné en poulets locaux.

II.1.2 – Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon

La structure de l'échantillon en fonction de l'origine, l'ethnie, le sexe, l'âge, le niveau d'instruction et la situation matrimoniale sont décrits. Ces caractéristiques permettent de connaître la nature des acteurs sur le marché.

II.1.2.1 – Structure de l'échantillon en fonction de l'origine

L'ensemble des acteurs de l'échantillon sont majoritairement originaires de Louga. Tous les producteurs rencontrés sont originaires de Louga. Les intermédiaires I représentent 96,1% de l'échantillon, les intermédiaires II 94,7%, les grossistes 65%. Quant aux détaillants, nos analyses révèlent que 20% sont originaires de Louga, 55% de Dakar, et 25% de Thiès (Tableau VII).

Tableau 7: Répartition des acteurs de l'échantillon en fonction de l'origine

Acteurs	Nombre	Origine (%)				
		Louga	Dakar	Thiès	Fatick	Touba
Producteur	19	100	0	0	0	0
Intermédiaire I	75	96,1	3,9	0	0	0
Intermédiaire II	76	94,7	3,9	0	0	1,3
Grossiste	39	65	30	5	0	0
Détaillant	20	20	55	20	5	0

Source : Nos enquêtes, 2011

Au vue des ces résultats, nous pouvons dire que la majorité des acteurs de l'approvisionnement en poulets locaux sont originaires de Louga et confirment ceux obtenus par TENO (2010) qui trouve que Dakar est approvisionnée à 67,6% par les commerçants originaires de Louga. La différence est que nous avons catégorisé les acteurs et on se rend compte qu'à Dakar, les détaillants sont d'origines diverses dont 55% sont de Dakar, 20% de Louga, 20% de Thiès et une minorité originaire de Fatick.

II.1.2.2 – Structure de l'échantillon en fonction de l'ethnie

L'ensemble des acteurs est représenté par trois ethnies (wolof, Sérér, Peulh). Parmi les différents groupes d'acteurs représentés dans le tableau 8, les Wolofs sont largement majoritaire. Cette ethnie est représentée par 84,4% d'intermédiaires I, 81,5% d'intermédiaires II, 95% de grossistes. La plupart des producteurs interrogés sont des Peuhls et représentent 68,5% de l'échantillon contre 31,6% de Sérers. Les détaillants sont représentés par deux groupes ethniques, les Wolofs à 70% et les Sérers à 30% (Tableau VIII).

Tableau 8: Répartition des acteurs de l'échantillon en fonction de l'Ethnie

Acteurs	Nombre	Ethnie (%)		
		Wolof	Sérér	Peulh
Producteur	19	31,6	0	68,5
Intermédiaire I	76	84,4	11,7	3,9
Intermédiaire II	75	81,5	14,3	4,2
Grossiste	39	95	5	0
Détaillant	20	70	30	0

Source : Nos enquêtes, 2011

Ces résultats confirment qu'au Sénégal, cette activité est pratiquée essentiellement par les Wolofs. Ceci peut être dû au fait que la structure ethnique de la région de Louga en générale et surtout du département de Kébémér est majoritairement constituée des Wolofs. Les résultats des travaux de **DIEYE et al. (2010)** obtenus dans la région de Kolda ont montré que les intermédiaires dans la commercialisation du poulet local étaient en majorité les hommes de l'ethnie Wolof connus aussi sous le nom de Dioula. De même, **TENO (2010)**, trouve dans ses travaux à Dakar que les 2/3 des commerçants de son échantillon sont d'ethnie wolof soit 85,3% de l'ensemble des commerçants. Un autre constat est que les plus grands producteurs à Louga sont les Peulh, or, chez ces derniers, le taux d'autoconsommation calculé 5% est très bas, ces derniers préférant consommer du lait de vache et sont aussi végétariens. La dominance du groupement ethnique Peulhs dans la production du poulet local et la majorité des acteurs étant des wolofs pourra être l'une des raisons fondamentales expliquant pourquoi la région de Louga est la plus grande zone de production avicole locale au Sénégal.

II.1.2.3 – Structure de l'échantillon en fonction du sexe

L'enquête révèle que la production du poulet local dans la région de Louga est une activité menée dans la grande majorité par les femmes d'ethnie Peuhl, propriétaire à 72%, les hommes ne représentant que 28% de l'échantillon. Dans la région de Saint louis, la proportion de femmes dans l'activité représente 82% donc, est plus élevée (**NDAYISENGA, 2010**). Dans plusieurs marchés du Sénégal, seuls les hommes sont impliqués dans la commercialisation pourtant, les femmes sont reconnues généralement comme des spécialistes du marketing. Ceci peut être dû à l'implication des femmes dans la vente des produits de première nécessité comme le sel, le sucre, le savon et l'huile et aussi elles doivent s'occuper du ménage.

II.1.2.4 – Structure de l'échantillon en fonction de l'âge

Parmi les différents acteurs, les intermédiaires II sont les plus âgés et leur moyenne d'âge est de 56 ± 11 ans. Par contre, les plus jeunes sont les intermédiaires I avec une moyenne d'âge de $33 \pm 12,5$ ans. Entre les deux classes d'âges, on a les grossistes et les détaillants dont les moyennes d'âges sont respectivement de $47 \pm 7,8$ ans et de 49 ± 13 ans.

Tableau 9: Répartition de l'échantillon selon l'âge

Acteurs	Moyenne d'âge
Producteur	43 ± 9 ans
Intermédiaire I	$33 \pm 12,5$ ans
Intermédiaire II	56 ± 11 ans
Grossiste	$47 \pm 7,8$ ans
Détaillant	49 ± 13 ans

Source : Nos enquêtes, 2011

La commercialisation du poulet local est une activité qui regroupe très peu de jeunes. Sur le marché, on a l'impression que c'est une activité réservée aux personnes adultes. L'âge moyen des différents acteurs de notre échantillon est 48 ± 14 ans, et pouvant atteindre 72 ans. La présence des jeunes dans le circuit

peut s'expliquer par le volume d'activités car, ceux-ci peuvent parcourir les villages ou les différents marchés pour rassembler le maximum de volailles. La forte présence des personnes âgées dans le circuit est la preuve que la plupart ont hérité cela de leurs grands parents.

II.1.2.5 – Structure de l'échantillon en fonction de la situation matrimoniale

Dans l'échantillon, on remarque qu'il y a très peu de célibataires, la majorité étant mariée (Tableau X).

Tableau 10: Répartition de l'échantillon selon la situation matrimoniale (%)

Acteurs	Marié	Célibataire
Producteur	95	5
Intermédiaire I	65,8	34,2
Intermédiaire II	85,5	9,2 et 5,3 veufs
Grossiste	90,8	9,2
Détaillant	80	20

Source : Nos enquêtes, 2011

Ces acteurs sont pour la plupart des responsables de famille et sont mariés donc, font face à de nombreuses charges familiales. Cette activité pourra donc contribuer à l'augmentation du revenu des ménages.

II.1.2.6 – Structure de l'échantillon en fonction du niveau d'instruction

Trois niveaux d'instruction ont été identifiés. Les non instruits et ceux de niveau primaire sont les plus nombreux. Quelques acteurs du niveau secondaire sont présents dans le circuit. Parmi les non instruits, les producteurs représentent 78,9%, suivis des détaillants 53% et des intermédiaires I et II avec des proportions respectives de 57,7% et de 59,3%. Les grossistes, à 70% ont atteint le niveau primaire suivis des intermédiaires I représentant 40,7%. (Tableau XI).

Tableau 11: Répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction

Acteurs	Niveau d'instruction (%)		
	Non instruit	Primaire	Secondaire I
Producteur	78,9	15,8	5,3
Intermédiaire I	57,7	40,7	1,6
Intermédiaire II	59,3	36,8	3,9
Grossiste	30	70	0
Détaillant	65	35	0

Source : MBOUGA, 2011

Si le circuit de commercialisation continu d'exister à nos jours, c'est grâce à la présence de la majorité non instruite et âgée car, ce sont eux qui s'intéresse à cette activité. Sans eux, la sous filière avicole traditionnelle serait inexistant.

II.1.3 - Circuit de commercialisation et rôle des acteurs dans l'activité commerciale.

II.1.3.1 – Circuit de commercialisation

Le circuit commercial du poulet local entre Louga et Dakar se présente comme suit :

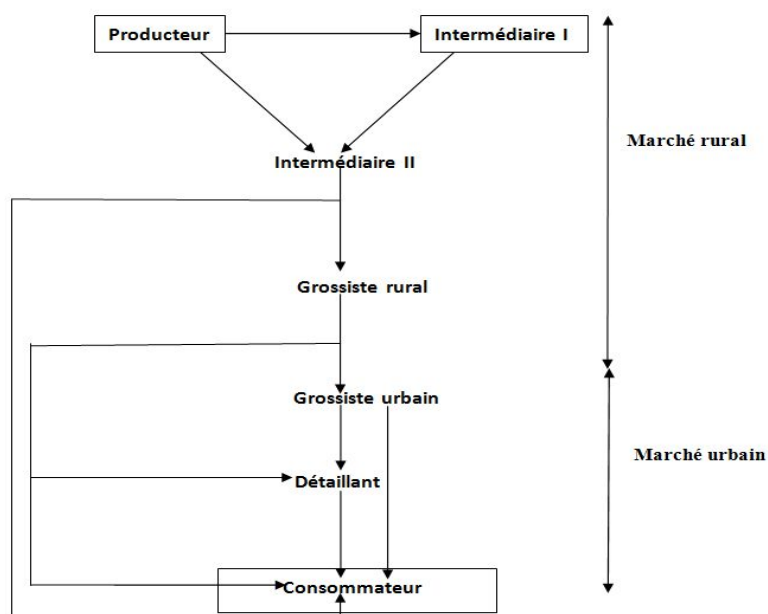


Figure 3 : Circuit d’approvisionnement et de commercialisation du poulet local sur l’axe Louga-Dakar

Source: MBOUGA, 2011

L’intermédiaire villageois collecte auprès des producteurs les poulets qu’il cède à l’intermédiaire II. Plus souvent, ce dernier est un oncle ou un cousin de famille. Sur le marché, l’intermédiaire II a l’avantage de se ravitailler chez plusieurs collecteurs villageois et même directement chez les producteurs. Le grossiste rural vient sur le marché et s’approvisionne auprès des intermédiaires I et II et aussi chez les producteurs. Suite à un arrangement, le grossiste rural livre au grossiste urbain de Dakar le nombre des poulets dont il a besoin. A Dakar, c’est le grossiste urbain se chargeant de la redistribution des poulets aux détaillants et aux consommateurs. Ils sont à la fois grossistes et détaillants. Les détaillants quant à eux sont soit ambulants, soit non ambulants et vendent aux consommateurs de toutes catégories.

Il existe à chaque niveau de la commercialisation une relation entre les différents acteurs. Entre les intermédiaires, il existe des relations de proximité géographique et de parenté; entre les grossistes, des relations de confiance et souvent de parenté. Le nombre d’intermédiaires dans le circuit sénégalais est élevé. Le poulet local, pour arriver aux consommateurs de Dakar, passe par plusieurs intermédiaires, chacun à son niveau voulant se faire un bénéfice d’où son prix élevé à Dakar.

II.1.3.2 – Rôles des acteurs dans l’activité commerciale

Six (6) types d’acteurs sont décrits dans le circuit entre Louga et Dakar

II.1.3.2.1 – Les producteurs

La production des poulets locaux est une activité principale dans la région de Louga. Après avoir stocké une bonne partie de leur production réservée à la

consommation familiale lors des fêtes et aussi pour les dons, 75% de producteurs préfèrent aller eux-mêmes sur les marchés hebdomadaires pour vendre leurs produits et expliquent que c'est pour avoir un meilleur profit. D'autres sont en contact direct avec les intermédiaires I qui viennent chercher les volailles à domicile.

Comme principale activité, 68,4% sont des éleveurs, 26,3% des agriculteurs et 5,3% des commerçants. Pour les raisons d'exercer cette activité, 65% de producteurs interrogés soutiennent qu'ils exercent cette activité parce qu'elle leur permet de faire face aux charges et dépenses familiales, 20% l'ont hérité des parents et 15% la pratiquent par passion.

II.1.3.2.2 – Les intermédiaires I ou simples collecteurs

Les intermédiaires I sont des jeunes hommes qui ont une bonne connaissance du terrain et des producteurs. Ces derniers font au moins une fois par semaine le tour des différents villages avec pour objectif de rassembler le maximum de volailles pour ensuite les céder à l'intermédiaire II. 80% des collecteurs agissent pour leur propre compte. Ils disposent de leur propre capital et parcourent les villages et les autres marchés pour rassembler les volailles qu'ils vont céder à l'intermédiaire II. Le collecteur peut être au service de l'intermédiaire II. Dans ce cas, il reçoit de l'argent de l'intermédiaire II, regroupe des poulets en petits lots et les transfère à l'intermédiaire II moyennant une commission. Selon les résultats de cette étude, 20% agissent de façon indirecte.

Les lieux d'approvisionnement sont différents d'un intermédiaire à l'autre. La grande majorité (73,7%) s'approvisionne dans les élevages familiaux et sur les voies de passage des marchands et 27,3% dans les différents marchés. Pour la fréquence, 57,9% se ravitaillent 2 à 3 fois par semaine ; 38,2% une fois par semaine, et 4,9% tous les jours.

II.1.3.2.3 – Les intermédiaires II ou Banas banas

Désigné encore sous le nom de "Bana bana", les intermédiaires II sont dans l'ensemble des hommes, en majorité des adultes âgés de 45 à 72 ans, installés dans les différents marchés. Ceux-ci s'occupent du groupage de volailles. Ils sont en étroite relation avec les grossistes et les intermédiaires I et se différencient de ces derniers par leurs effectifs plus importants de poulets. Les intermédiaires II sont les principaux agents qui approvisionnent les grossistes. Ils jouent également le rôle de détaillant rural.

Concernant les raisons d'exercer l'activité, 92% répondent que c'est une activité qui leur permet l'achat des vivres et d'assurer les dépenses familiales, 8% ont hérité cette activité de leurs parents.

II.1.3.2.4 – Les grossistes

Au total, 20 grossistes ruraux, tous des hommes ont été rencontrés à Dakar comme à Louga. Ceux-ci travaillent sur des effectifs allant de 100 à 300 volailles approvisionnement. Leur principal rôle est de faire venir les volailles de la région de Louga où elles sont abondantes et bon marché pour alimenter le

département de Dakar où elles sont relativement chères, ceci dans le but d'équilibrer les disponibilités du marché de Dakar en fonction de la demande. L'ensemble des grossistes interrogés s'approvisionnent dans les marchés hebdomadaires de la région de Louga. Des rendez-vous de livraison sont pris les jours du marché entre les intermédiaires du village et environnants et les grossistes. Ces derniers peuvent aussi s'approvisionner chez les producteurs qui viennent vendre dans les marchés. Dans 55% des cas, l'approvisionnement a lieu deux fois par semaine. Dans ce cas, le grossiste fait deux voyages par semaine et la collecte se fait sur deux à trois jours. Il fait le tour de quelques marchés hebdomadaires de la région. Dans 40% des cas, la collecte se fait une fois par semaine. Une minorité (5% des cas) fait trois voyages par semaine.



Rencontre sur le marché hebdomadaire entre l'intermédiaire II (BABAKAR à gauche) et le grossiste MORE LO à droite

Figure 4 : grossistes rural et intermédiaire II dans le marché de Louga

Source : Enquête, 2011

Les grossistes ruraux se relaient dans le circuit d'approvisionnement. On retrouve 2 à 3 grossistes par marché. Ces derniers expliquent que cette organisation leurs permet de ne pas se retrouver tous en même temps dans les mêmes marchés hebdomadaires. Il existe donc dans le circuit d'approvisionnement une étroite relation entre les différents grossistes.

L'ensemble des volailles collectées en région est totalement livré dans différents marchés de Dakar au bout d'une journée dans 55% des cas et au bout de 2 à 3 jours dans 45 % des cas. Les marchés Thiaroye, Tilène et Colobane constituent les grands points terminaux d'acheminement des produits.

A Dakar, 19 grossistes urbains ont été enquêtés. A la différence des grossistes ruraux, les grossistes urbains ne voyagent pas pour l'approvisionnement en région mais, possèdent des emplacements fixes dans les marchés avec des petits hangars de stockage des volailles. Ceux-ci rencontrent les grossistes ruraux à l'entrée du marché et achètent les volailles soit à crédit dans 70% des cas, soit au comptant dans 30% des cas pour ensuite les revendre aux détaillants, et aux consommateurs (ménages, restaurants, sacrificateurs).

80% de grossistes de l'échantillon résidant à Dakar sont originaires de Louga ce qui contredit les résultats de **TENO (2010)** pour qui, seulement 32,4% des grossistes qui ravitaillent Dakar proviennent la région de Louga. Cette différence est dû au fait que nous avons étudié les grossistes à la fois dans la région de Dakar et de Louga alors que cet auteur s'est limité à Dakar.

II.1.3.2.5 – Les détaillants

Les détaillants sont les acteurs que l'on retrouve plus précisément au niveau des différents marchés de Dakar, ceux-ci ont pour principaux fournisseurs les grossistes urbains et ruraux. Ils vendent à diverses catégories de consommateurs. Dans cette catégorie d'acteurs, deux types de détaillants ont été identifiés :

- **Les détaillants non ambulants** qui forment un groupe très représenté à la fois à Louga et à Dakar et constituent 70% du nombre total des détaillants. Ces derniers s'installent en petits groupes de 2 à 4 personnes à un endroit précis du marché et étalent les poulets à même le sol.



Groupe de quatre détaillants non ambulants sur une place du marché Tiléne à Dakar, les poulets au sol en attente des acheteurs

Figure 5 : Détaillants non ambulants sur le marché

Source : Nos enquêtes, 2011

- **Les détaillants ambulants** sont ceux qui s'approvisionnent chez les grossistes urbains. Ils achètent au comptant ou à crédit 4 à 5 volailles et parcourent tout le marché et les zones environnantes pour vendre leurs produits au hasard des rencontres. Ce groupe représente 30% de l'ensemble des détaillants. Les détaillants que l'on trouve à Dakar se ravitaillent principalement chez les grossistes urbains dans 70% des cas et dans 30% de cas chez les grossistes ruraux. La fréquence de ravitaillement dépend du rythme d'écoulement des volailles sur le marché. Ainsi, la fréquence moyenne de ravitaillement par semaine est de trois fois pour les détaillants ambulants et de deux fois pour les non ambulants.

- II.1.3.2.6 – Les consommateurs

Les consommateurs sont repartis en deux groupes : les ménages qui représentent 70% de l'échantillon et constitués de personnes de toutes catégories sociales, d'origines et de revenus très diversifiés. Les restaurants représentant 30% de l'échantillon. Le faible taux de consommation dans les restaurants de Dakar peut être dû aux habitudes alimentaires car, les poulets de chairs modernes sont les plus prisés. Ce résultat peut être biaisé par ce que nous n'avons parcouru que 10 restaurants à Dakar. Parmi les consommateurs interrogés, 63,4% répondent qu'ils s'approvisionnent au niveau des marchés officiels, 19,5% des cas au niveau des marchés informels, 17,1% des cas au niveau des points de vente (Place Blaise Senghor). La plupart de ces consommateurs préfèrent s'approvisionner dans les marchés hebdomadaires des villages essentiellement à l'occasion des divers déplacements, des fêtes religieuses ou cérémonies traditionnelles.

Si le consommateur préfère acheter dans les marchés hebdomadaires, c'est à cause du coût car, un même poulet acheté à Louga à 1800 FCFA peut coûter 2750FCFA à Dakar soit différence assez large de 950FCFA entre les prix. Acheter un poulet local au retour d'un voyage au village a une portée symbolique assez grande pour la consommation traditionnelle africaine.

II.1.3.3 – Les raisons de consommer le poulet local

A la question de savoir pourquoi les consommateurs de différentes classes sociales préfèrent le poulet local, trois grands groupes de réponses ont été recueillies : 65% répondent que c'est à cause de la fermeté de la chair, sa sapidité et son goût ; 25% affirment que c'est surtout pour des raisons de santé car, l'élevage traditionnel se fait avec de l'aliment naturel; 10% répondent que c'est pour conserver les valeurs traditionnelles de l'alimentation.

La FAO, (2004) aborde le sujet de la consommation dans le même sens que les consommateurs de notre échantillon à savoir que la viande de poulet local est dépourvue des produit chimiques, et est plus savoureuse et plus succulente que celle du poulet de chair. Mais, nous ne pouvons pas affirmer que cette viande est saine car, en dehors de toutes ces qualités citées, les consommateurs ne cernent ni les autres composantes de la qualité hygiénique de la viande, ni la maîtrise et le respect des normes d'hygiène d'abattage. Selon NDIAYE (2002), le fait que l'abattage soit fait par un personnel non qualifié peut entraîner une dissémination des germes au cours des opérations.

II.2 - Analyse du système d'approvisionnement et de vente

Cette analyse permet de faire ressortir les quantités collectées, les quantités vendues et les taux de mortalité et les modes de règlement.

II.2.1 - Analyse du système d'approvisionnement

Parmi les différents acteurs, ce sont les grossistes qui collectent le plus grand nombre de poulets, en moyenne 173 ± 54 poulets par grossiste et par approvisionnement, soit un minimum de 100 et un maximum de 300 poulets. Les grossistes ruraux préfèrent plus souvent acheter par lot de 3 à 4 poulets. Après marchandage, ils achètent le lot à un prix moyen de 2000 FCFA quelque soit la taille et le sexe. Les intermédiaires II quant à eux collectent 32 ± 19 poulets et peuvent en vendre 29 ± 11 poulets en moyenne. Parmi les petits collecteurs, on retrouve les intermédiaires I qui collectent 19 ± 11 poulets et peuvent en vendre 17 ± 6 poulets par marché et les détaillants (ceux qui achètent le moins de poulets soit 25 ± 6 poulets). Le producteur ne vend en moyenne que trois poulets par marché par ce qu'une partie de la production est réservée à l'autoconsommation et aussi à cause de l'augmentation des mortalités (pour une bande de 20 poulets, le nombre moyen de mortalités est de 09 morts à la fin du cycle de production).

Les mortalités sont plus élevées chez les grossistes qui, pour un voyage on peut compter en moyenne 12 ± 3 morts par filet. Les moyennes les plus basses sont enregistrées chez les collecteurs villageois ($2 \pm 1,5$ morts) et les détaillants (2 ± 1) morts (tableau XII).

Tableau 12: Effectif collecté, vendu par acteur et mortalité moyenne

Acteurs	Effectif moyen	Moyenne de mortalité	Effectif moyen vendu
Producteur	20 ± 14	9 ± 2	3 ± 2
Intermédiaire I	19 ± 11	2 ± 1,5	17 ± 6
Intermédiaire II	32 ± 19	3 ± 2	29 ± 11
Grossiste	173 ± 57	12 ± 3	161 ± 28
Détaillant	25 ± 6	2 ± 1	23 ± 5

Source : Nos enquêtes, 2011

Du producteur jusqu'au détaillant, on se rend compte d'une certaine variation du nombre de volailles achetées et du nombre vendu.

Selon les résultats de notre étude, les 39 grossistes interrogés font chacun 8 voyages par mois et peuvent ravitailler Dakar de 53976 têtes de poulets par mois soit 647712 têtes par an pour les 39 grossistes interrogés dans la région de Louga alors que la production nationale qui était de 22302000 têtes en 2009 (CNA, 2010). Ceci explique pourquoi Louga est le principal pôle d'approvisionnement en poulet local au Sénégal. Mais, la quantité produite à Louga reste inférieure au 1 102 629 têtes produites dans la région de l'Extrême-Nord du Cameroun ou au 3 538 510 têtes produites dans le Centre-Est du Burkina Faso (MRA, 2006). Nous pouvons croire que si Dakar n'est pas suffisamment approvisionné en poulets locaux, cela est dû au niveau de production très bas dans d'autres régions du Sénégal qui ne permet pas de satisfaire la demande.

II.2.2 - Analyse du système de vente

Les prix moyens enregistrés par unité à l'achat et à la vente du poulet local sont présentés dans le tableau XIII. Le producteur propose son poulet à 1960 ± 239 FCFA. Après marchandage, l'intermédiaire I l'achète à 1695 ± 296 FCFA pour le revendre sur le marché en moyenne à 1986 ± 303 FCFA. Suivant le rythme des échanges, l'intermédiaire II achète à 1986 ± 303 FCFA l'unité et revend soit au grossiste, soit au consommateur au prix de 2118 ± 256 FCFA. Le grossiste quant à lui, collecte les volailles sur les marchés hebdomadaires à un prix moyen de 2100 ± 390 FCFA pour les revendre à 2355 ± 250 FCFA au grossiste urbain de Dakar ou directement aux détaillants et aux consommateurs. Le détaillant achète à 2315 ± 263 FCFA pour proposer au consommateur à 2844 ± 725 FCFA l'unité. Les détaillants de notre échantillon affirment qu'ils achètent le poulet sur le marché de Dakar en moyenne à 2736 ± 212,2 FCFA.

Tableau 13: Prix moyens pratiqués par type d'acteur à l'achat et à la vente

Acteurs	Prix moyen d'approvisionnement	Prix moyen proposé à la vente
Producteur	/	1960 ± 239 FCFA
Intermédiaire I	1695 ± 296 FCFA	1986 ± 303 FCFA
Intermédiaire II	1819 ± 220 FCFA	2118 ± 256 FCFA
Grossiste	2100 ± 390 FCFA	2355 ± 250 FCFA
Détaillant	2315 ± 263 FCFA	2844 ± 725 FCFA
Consommateur	2736 ± 212,2 FCFA	/

Source : Nos enquêtes, 2011

Nous constatons à chaque niveau de la commercialisation une forte variation des prix à l'achat et à la vente entre les différents acteurs. Un poulet acheté au producteur à 1960 FCFA peut être revendu au consommateur à 2736 FCFA soit une différence de prix de 776 FCFA. Plus la chaîne de commercialisation est longue, plus les prix augmentent. A chaque niveau, chaque acteur recherche un profit. Un consommateur qui achète un poulet sur le marché de Louga à 2118 FCFA alors qu'à Dakar il l'achèterait à $2736 \pm 212,2$ FCFA soit une différence de 618 FCFA. Cette différence de prix est due au fait que le produit qui quitte du producteur au consommateur passe par plusieurs intermédiaires. Il y a allongement du cycle de commercialisation.

II.2.3 - Mode de règlement

Le mode de règlement dépend des relations de confiance qui existent entre les différents acteurs. Selon les résultats obtenus, les règlements se font à crédit dans 69,5% et au comptant dans 30,5% des cas entre les intermédiaires ; au comptant dans 60,2% des cas et à crédit dans 39,8% des cas entre les grossistes urbains et ruraux; comptant dans 73% des cas et à crédit dans 27% des cas entre grossistes et détaillants.

II.3 - Analyse du système de transport sur l'axe Louga-Dakar

Tout au long de l'enquête, 4 transporteurs de métier ont été interrogés ainsi que les grossistes sur les moyens de transport et les circuits de transport.

II.3.1 – Moyens de transports empruntés

Dans l'ensemble, les transporteurs affirment qu'il n'existe pas de transport spécialisé pour les poulets locaux. Les moyens de transport qu'ils utilisent pour acheminer leurs produits à Dakar sont les transports communs. Selon nos enquêtes, 75% de transport se font par les cars de marque Hiace, communément appelé « car Ndiaga Ndiaye ». Chaque transporteur fait en moyenne 3 rotations par semaine et parcourt les marchés hebdomadaires à la recherche des clients.



Le chauffeur du car « Ndiaga ndiaye » et le grossiste MOR LO chargeant les filets de poulets sur le porte bagage

Figure 6 : Transport poulet local

Source : Nos enquêtes, 2011

Par voyage, ils embarquent en moyenne 6 filets contenant 113 ± 26 volailles par filet. Le prix moyen d'un filet est fixé à 2250 FCFA. D'autres moyens très peu

utilisés existent tels que les voitures de marque Mercedes (sept places), et les bus (Tableau XIV).

Tableau 14: Moyens de transport et différents coûts par déplacement

Acteurs	Moyen de transport	%	Coût (FCFA)
Producteur	Charrette	30	250±100
	La marche	70	100
Intermédiaire I	Charrette	52	250 ±.150
	Car « Ndiaga ndiaye »	29,3	1200 ± 630
	Moyen personnel (charrette)	3,9	200
	La marche	14,8	100
Intermédiaire II	Charrette	50	400 ±.150
	Moyen de transport personnel	33,9	200
	La marche	13 ,2	100
Grossiste	Car « Ndiaga ndiaye » ou bus	80	10575± 2450
	Voiture Mercedes (7places)	30	2000±975

Source : Nos enquêtes, 2011

Les moyens de transport utilisés pour l'acheminement des volailles sont différents d'un pays à l'autre, c'est le cas du Burkina Faso où les motocyclettes et les bicyclettes sont les moyens les plus utilisés d'où le nom commun « poulet bicyclette » (OUEDRAOGO et ZOUNDI, 1999).

II.3.2 - Circuits et conditions de transport

Les routes dans leur ensemble forment un réseau cohérent et hiérarchisé. Les transporteurs qui convergent vers Dakar affirment qu'ils peuvent emprunter divers axes suivant les localités où ils se trouvent.

L'axe Louga - kébémer – Thiès - Dakar est le plus emprunté pour l'acheminement des volailles sur Dakar soit un total de 258 km à parcourir. La durée normale du voyage est de 5 heures de temps. L'axe Dahra-Touba - Kébémèr – Thiès - Dakar est emprunté pour les transports en provenance du marché de Dahra soit environ 350 Km de route à parcourir en 6h.

Pour rejoindre Dakar et même les autres centres urbains, les poulets sont entassés dans des grands filets contenant en moyenne 113 sujets et placés sur le porte bagage des cars« Ndiaga Ndiaye » ainsi que d'autres baguages. Le circuit de transport est très long et les conditions précaires de stockage sont très pénibles pour les volailles. Depuis les lieux de collecte jusqu'aux lieux de commercialisation, les poulets sont soumis à l'action du soleil, de la pluie, du choc et du vent et tous ces facteurs sont responsables de pertes assez lourdes.

Le nombre moyen de mortalités au cours du voyage est de 12 ± 3 morts par filet, le minimum de mortalité enregistré est de 5 morts pour un maximum de 25 morts par filet par voyage. L'augmentation de la mortalité est due à plusieurs facteurs tels que les conditions de transport et de stockage, l'étouffement des volailles, les maladies, la chaleur ou les vents. Ceci est la preuve qu'il y a un réel problème des moyens de transport. Plus la distance à parcourir du lieu d'approvisionnement au lieu de livraison est longue, plus le nombre de mortalité est élevé. L'augmentation du nombre de morts entraîne une hausse des prix de vente.

Les pertes enregistrées sont à la charge du grossiste sauf en cas des mortalités due au mauvais rangement de bagages, dans ce cas, l'erreur est imputée au chauffeur et ce dernier l'assume.

II.4 - Charges liées à l'activité

A côté des frais de transport, existent d'autres frais liés à l'activité que sont les frais d'alimentation et de vaccination, de location, de perception municipale et les frais de gardiennage (Tableaux XV).

Tableau 15: Différentes charges mensuelles liées à l'activité (FCFA)

	Frais de vaccins et d'alimentation	Frais de location	Frais de Perception municipale	Frais de gardiennage	Coûts moyen de transport
Producteur	16100/cycle	0	0	0	300
Intermédiaire I	13980	0	0	0	3390
Intermédiaire II	10500	1500	3000	1500	1500
Grossiste	22050	1500	3000	2000	25200
Détaillant	6000	1000	3000	1000	4630
Coûts moyens	15827	1375	3000	1456	10706

Source : Nos enquêtes, 2011

II.7 - ANALYSE DE LA RENTABILITE COMMERCIALE

L'analyse de la rentabilité se fait à travers les comptes d'exploitation. Les marges brutes et marges nettes par poulet vendu sont calculées chez chaque acteur. La marge brute se définit comme étant la différence entre le prix unitaire moyen à la vente et le prix unitaire moyen à l'achat. La marge nette est la différence entre la marge brute par poulet vendu et le total des charges d'exploitation. Ces différentes marges permettront de connaître ce que chaque commerçant du poulet local pourrait gagner en moyenne par mois, connaissant le nombre d'approvisionnement par mois et le nombre moyen de poulets vendus.

Tableau 16: Compte d'exploitation chez le grossiste

Charges	Valeurs moyennes	Produits	Valeurs moyennes
Achat de poulet	2100	Vente des poulets	2355
Marge Brute = (produits – charges)			255
Frais de location	1,08		
Alimentation des animaux	15,93		
Frais de perception municipale	2,16		
Frais de gardiennage	1,44		
Frais de transport	18,20		
Total charges par poulet vendu	38,81	Marge brute	255
Marge nette par poulet vendu (Marge brut – charges d'exploitations)			216,19 FCFA

Source : Nos enquêtes, 2011

Par poulet vendu, les différentes charges s'élèvent à 38,81 FCFA, la marge brute unitaire étant de 255 FCFA et la marge nette unitaire de 216,19 FCFA. Le grossiste fait 2 voyages par semaine soit 8 voyages par mois, revient à Dakar avec 173 poulets par voyage soit 1384 poulets par mois. Le bénéfice mensuel du grossiste (1384 x 216,19 FCFA) est de 299.207 FCFA par mois.

Tableau 17: Compte d'exploitation chez l'intermédiaire I

Charges	Valeurs moyennes	Produits	Valeurs moyennes
Achat de poulet	1695	Vente des poulets	1986
Marge Brute= (produits – charges) 1986-1695 =			291
Frais d'alimentation	68,52		
Frais de transport	16,61		
Total charges par poulet vendu	85,13	Marge brute	291
Marge nette par poulet vendu (Marge brut – charges d'exploitations)			205,87

Source : Nos enquêtes, 2011

Par mois, l'intermédiaire I vend en moyenne 204 poulets. Il a une marge brute de 291FCFA par poulet et après avoir payé les différentes charges, son bénéfice net peut s'élever à 205,87FCFA par poulet soit 42000 FCFA par mois.

Tableau 18 : compte d'exploitation chez l'intermédiaire II

Charges	Valeurs moyennes	Produits	Valeurs moyennes
Achat de poulet	1819	Vente des poulets	2118
Marge Brute (produits – charges)			299
Frais de location	4,31		
Frais alimentation des animaux	30,17		
Frais de perception municipale	0,62		
Frais de gardiennage	4,31		
Frais de transport	4,31		
Total charges par poulet vendu	43,72	Marge brute	299
Marge nette par poulet vendu (Marge brut – charges d'exploitations)			255,28

Source : Nos enquêtes, 2011

L'intermédiaire II vend en moyenne 348 poulets par mois, fait une marge brute de 299FCFA et une marge nette de 255,28FCFA par poulet, soit un bénéfice total de 88837,44FCFA par mois.

Tableau 19 : Compte d'exploitation chez le détaillant

Charges	Valeurs moyennes	Produits	Valeurs moyennes
Achat de poulet	2315	Vente des poulets	2844
Marge Brute = (produits – charges)			529
Frais de location	5,43		
Alimentation des animaux	32,60		
Frais de perception municipale	16,30		
Frais de gardiennage	5,43		
Frais de transport	25,30		
Total charges par poulet vendu	85,06	Marge brute	529
Marge nette par poulet vendu (Marge brut – charges d'exploitations)			443,94

Source : Nos enquêtes, 2011

Par poulet vendu, les différentes charges chez le détaillant s'élèvent à 85,06 FCFA, la marge brute unitaire étant de 529FCFA et la marge nette unitaire est de 443,94 FCFA. Le détaillant achète 8 fois par mois 23 poulets par approvisionnement soit 184 poulets par mois. Le bénéfice mensuel du détaillant (184 x 443,94 FCFA) est de 81684,96 FCFA par mois.

Le producteur quant à lui peut vendre par marché 3 poulets, donc 12 poulets par mois à un prix unitaire moyen de 1960 FCFA, les frais de nutrition et de

vaccination s'élevant à 16100 FCFA/cycle soit 2683,33FCFA par mois pour un cycle de 6 mois ($1960 \times 12 = 23520 - 2683,33 = 20836,67$ FCFA / mois). La marge nette moyenne par mois chez le producteur est de 20836,67 FCFA / mois.

La rentabilité de la commercialisation du poulet local dépend du type d'acteur et des quantités vendues. D'après l'analyse de la rentabilité, nous constatons que chaque acteur fait à son niveau un bénéfice. Cette activité est plus rentable pour le grossiste qui a une marge bénéficiaire de 299.207 FCFA par mois. Les producteurs obtiennent une faible part des marges soit 20836,67 FCFA/mois. Ceci est dû à la présence dans le circuit de plusieurs intermédiaires, d'où la nécessité de s'organiser pour que chaque acteur tire profit du marché.

II.8 – RECOMMANDATIONS

Les différentes recommandations formulées seront adressées à l'endroit des pouvoirs publics et des acteurs de la commercialisation.

II.8.1 – Aux producteurs

Les producteurs doivent former des groupements d'intérêts économiques (GIE) et créer des marchés primaires pour la vente des volailles. Ceci leur donnera plus de contrôle sur les prix, la réduction des charges, l'augmentation des marges bénéficiaires par la vente directe aux grossistes et élimination des intermédiaires.

II.8.2 – Aux commerçants

Les commerçants des poulets locaux devront pour une meilleure gestion de leur activité et la défense de leurs intérêts se regrouper en organisation structurée et reconnue. Ils doivent plaider auprès de l'Etat afin que leurs soit assuré l'encadrement technique nécessaire pour la réorganisation des circuits commerciaux. Cette réorganisation des circuits pourra favoriser la mise en place des moyens de transport spécialisés avec un système de ventilation et doté de cages grillagées pour le stockage des volailles.

II.8.3 – Au pouvoir public et privés

Il serait nécessaire de créer un partenariat entre les pouvoirs publics et privés. Ce partenariat permettra d'envoyer les agents sur le terrain qui vont se charger de booster la sous-filière à travers de la formation et le suivi des acteurs sur le terrain et la création à Louga et à Dakar d'un marché unique à volaille bien structuré, doté d'infrastructures d'accueil et de stockage, une aire de vente avec possibilité de nettoyage et de désinfection et un abattoir moderne.

II.8.4 – Aux chercheurs

Cette thématique doit faire l'objet des recherches plus intensifier dans les autres régions du Sénégal afin d'apprécier les différentiels sur les prix appliqués dans ces en région et dans la région de Dakar. Ceci permettra de réduire à la longue les contraintes à la commercialisation du poulet local.

CONCLUSION

Au Sénégal, la commercialisation des poulets locaux contribue à la satisfaction des besoins en viande de la population rurale et urbaine. L'étude a été menée dans le but de fournir des informations économiques sur les aspects relatifs à l'organisation de l'approvisionnement et la commercialisation sur l'axe Louga-Dakar.

Il en ressort de cette étude que le circuit d'approvisionnement est constitué de six principaux acteurs: les producteurs, l'intermédiaire I, l'intermédiaire II, le grossiste, le détaillant et le consommateur. Ces acteurs sont pour la majorité des personnes dont l'âge est compris entre 35 ans et 72 ans, de sexe masculin, originaire de Louga, d'ethnie Wolof et plus souvent non scolarisée.

Les analyses ont confirmé que la région de Louga reste le principal pôle d'approvisionnement de Dakar d'une part par sa constitution ethnique majoritairement Wolof représentant 70% des acteurs et la grande majorité des producteurs d'ethnie Peuhl représentant 68,5% de producteurs. D'autre part par le nombre de poulets qui entrent à Dakar provenant de Louga soit 53976 poulets par mois pour les 39 grossistes enquêtés.

Dans les circuits d'approvisionnement, 70% des producteurs préfèrent aller écouler leurs poulets sur les marchés, 30% vendent directement à l'intermédiaire I. L'intermédiaire II achète en moyenne 32 ± 19 poulets à 1819 ± 220 FCFA l'unité et se charge de ravitailler le grossiste à 2118 ± 256 FCFA. Les grossistes ruraux sont les principaux approvisionneurs du département de Dakar et peuvent collecter 173 ± 54 poulets par grossiste à 2122 ± 121 FCFA. Ils entretiennent un réseau de redistribution basé sur des revendeurs détaillants fixes ou ambulants. Les détaillants quant à eux, achètent en petits nombres de 25 ± 6 poulets à 2315 ± 263 FCFA et revendent au consommateur à 2844 ± 725 FCFA. Les consommateurs achètent le poulet à $2736 \pm 212,2$ FCFA en moyenne. Le coût moyen de transport est de 10700 FCFA par déplacement. Le grossiste achète 113 poulets en moyenne par ravitaillement et le nombre moyen de mortalités par voyage est de 12 ± 3 morts par filet.

Différentes charges moyennes mensuelles sont liées à l'activité. Selon les acteurs, il s'agit des frais de gardiennage, de location de l'emplacement, d'alimentation et de vaccination et les frais de municipalité.

Le grossiste est l'acteur qui fait plus de bénéfice avec une marge nette de 299.207 FCFA par mois. La plus petite marge est enregistrée chez le producteur qui gagne en moyenne 20836,67 FCFA par mois. Chaque acteur à une marge nette moyenne: l'intermédiaire I 42000 FCFA/mois, l'intermédiaire II 88837,44 FCFA par mois, le détaillant 81684,96 FCFA par mois.

En somme, la réorganisation des circuits commerciaux et des acteurs, l'amélioration des conditions de transport, et l'organisation des acteurs constituent les éléments clés pour un meilleur système d'approvisionnement et de commercialisation du poulet local au Sénégal. Le système de commercialisation bien que primaire, constitue un excellent moyen de lutte

contre la pauvreté et demande l'intervention des pouvoirs publics pour assurer le développement durable de l'activité.

BIBLIOGRAPHIE

1. **BONFOH, B.** (1997) Les dominantes pathologiques et les contraintes sur la productivité des poulets dans les systèmes avicoles extensifs en Gambie: propositions et solutions. Thèse Doct. 3^e Cycle, No. 26, Dakar, Sénégal
2. **BRES P., LECLERCQ P. et PAGOT J., 1991.** Aviculture en zone tropicale.- Montpellier: CIRAD-E.M.V.T.- 186p.
3. **BURKINA FASO. MINISTERE DES RESSOURCES ANIMALES, 2010 :** Diagnostic de la filière de l'aviculture traditionnelle.- Ouagadougou : DGPA.117p.
4. **BULDGEN A., DETERMINAN F., SALL B. et COMPERE R., 1992.** Etude des paramètres démographiques et zootechniques de la poule locale du bassin arachidier sénégalais. *Rév.Elev.Méd.Vét. Pays Trop.*, **45** (3-4) : 341-347.
5. **BUZA, J.J and MWAMUHEHE, H.A. (2001) :** Country report : Tanzania. ACIAR proceedings NO 103 (Alders, R.G. and Spradbrow, P.B., Eds.), Canberra, Australia, pp. 38-42
6. **CHITUKURO, H.R. and FOSTER, H.A., 1997:** Methodologies for enabling women to improve poultry productivity through better husbandry and disease control., Addis Ababa, Ethiopia, pp. 108-111
7. **CILSS, CEDEAO, MRA, MAHRH, FEWS NET/USAID, 2006.** Impacts socio économiques de la grippe aviaire en Afrique de l'Ouest: « Etude de cas au Burkina Faso » Draft. Burkina Faso. 69 p.
- 8 - **DUTEURTRE G., DIEYE P. N., DIA D., 2004.** The Crisis of the Senegalese Poultry Sub-sector : Competition of Imports and Trade-offs in Public Policy. Poster 85th EAAE Seminar "Agricultural Development and Rural Poverty under Globalization: Asymmetric Processes and Differentiated Outcomes". Florence, Italy, 8-11 September 2004.
8. **DIEYE P. N., MISSOHOU A. et FAYE A., 2010 :** L'aviculture familiale: un levier pour améliorer les revenus des éleveurs pauvres au Sud du Sénégal (En cours / In : Faye B., Duteurtre G. « L'élevage : richesse des pauvres »), Chapitre 13. p. 191-201. Editions Quae/Paris.
9. **GBAGUIDI, L., M. 2001 :** Étude de la filière avicole au Bénin: situation actuelle et perspectives de développement. Thèse Méd. Vét.- **12. 102p**
10. **GUÈYE, E.F., 2002:** Family poultry research and development in low-income food-deficit coun-tries: approaches and prospects. *Outlook on Agriculture* **31(1)**: 13-21
11. **GUÈYE, E.F., 2000:** The role of family poultry in poverty alleviation, food security and the promotion of gender equality in rural Africa. *Outlook on Agriculture.-* **29(2)**: 129-136
12. **GUEYE, E.F., 1998 :** Village egg and fowl meat production in Africa. *World's Poultry Science Journal* **54** (1), 73-86.
13. **KAMPETE A., 2002.** Approvisionnement de la ville de bobo-dioulasso en volailles: cas de grandes marches. Mémoire de fin de cycle d'étude d'Ingegnerie de développement rural à l'I.D.R. 69p.
14. **KITALYI, A.J., 1998:** *Village chicken production systems in rural Africa: household food security and gender issues.* FAO Animal Production and Health Paper 142, Rome, Italy.

15. **KOMPAORE F.M. C., 1988.** Contribution à l'étude de la commercialisation des œufs et de la volaille au Burkina Faso. Mémoire de fin de cycle d'étude d'ingénierie de développement rural. à l'I.D.R. 69p.
16. **KONDOMBO S. R., 2007.** Importance et perspectives du secteur avicole au Burkina Faso. Publication dans Revue du secteur avicole. 33p.
17. **LY C., SAVANE M., SECK M. T. et FAYE A, 1999:** L'aviculture rurale au Sud du Sénégal. *Cahiers Agriculture*, **8** : 123-125
18. **MANDIAMY, D. (2002)** : productivité des poulets dans les conditions d'élevage familiales en zones périurbaine de Dakar (Sénégal). Mémoire DEA N°157, Université Cheikh Anta Diop, Dakar, Sénégal
19. **MINISTERE DES RESSOURCES ANIMALES (MRA), 2010.** Diagnostic de la filière de l'aviculture traditionnelle au Burkina Faso. Rapport provisoire.-Burkina Faso: DGPA 117 p.
20. **MISSOHOU A., DIEYE PN, FAYE A. ; 2003** : Potentialités et contribution de la volaille locale aux revenus agricoles des ménages ruraux des villages polarisés par les ECB dans les communautés rurales de l'arrondissement de Dabo au sud du Sénégal. Bureau de Coopération Sénégal-Suisse ; Sénégal, Juillet 2003.
21. **MOPATE L. Y., 2009.** La filière volaille locale dans l'approvisionnement en viande des villes :cas de la ville de N'Djaména au Tchad. Atelier pour le Développement de l'aviculture professionnelle au Tchad.-N'Djamena.
22. **MUKIIBI-MUKA, 1992** : Epidemiology of Newcastle disease and the need to vaccinate local chickens in Uganda. ACIAR Proceeding NO 39 (Spradbrow, P.B.,Ed.), Canberra, Australia, pp. 155-158.
23. **NDAYISENGA.F., 2010:** Socio-économie de l'aviculture traditionnelle dans la région de Saint Louis (Sénégal) Mémoire master II No 31 pp30
24. **NDIAYE M. L., 2002.** Contribution à l'étude des conditions hygiéniques de l'abattage des volailles à Dakar. Mémoire de DEA, Université CHEIK ANTA DIOP.-Dakar, Sénégal (12) 66p
25. **NGATCHOU A. et TELEU N.E., 2006.** Evaluation du secteur avicole au Cameroun. Publication dans Revue du secteur avicole. 46p
26. **OUEDRAOGO S. et ZOUNDI S.J., 1999.** Approvisionnement de la ville de Ouagadougou en poulet de chair Édition Catalogue Agriculture urbaine en Afrique de l'Ouest Burkina Faso. 13 p.
27. **SALL M., 2010:**Les systèmes de production dans la région de Kolda (Sénégal) : Dynamique des innovations à travers l'aviculture villageoise. Mémoire de Master II en économie rural.-Dakar : 95p
28. **SALL B.; 1990:** Contribution à l'étude des possibilités d'amélioration de la production en aviculture traditionnelle : mesure du potentiel de la race locale et des produits d'un croisement améliorateur.-Thiès : INDR.- 32p.
29. **SAVANE M., 1996.** L'aviculture rurale au Sénégal, contraintes et perspectives zoo économiques : Cas de la haute Casamance. Thèse: Méd Vét: Dakar; 9p.
30. **SENEGAL. MINISTERE DE L'ELEVAGE ET CENTRE NATIONAL D'AVICULTURE, 2010.** Statistique 2009 filière avicole d'élevage.-Dakar : DIREL / CNA.
31. **SENEGAL. MINISTERE DE L'ELEVAGE, 2009** : Statistiques d'élevage en 2009.-Dakar : DIREL.
32. **SENEGAL. MINISTERE DE L'ELEVAGE, 2005** : Statistiques d'élevage en 2005.-Dakar : DIREL
33. **SONAIYA E. B. et SWAN S. E. J., 2004:** Small-Scale Poultry Production. Technical guide. FAO Animal Production and Health Manual.-Rome: FAO.

34. **TADELLE, D., ALEMU, Y., et PETERS, K.J. 2000.** Indigenous chickens in Ethiopia: genetic potential and attempts at improvement. *World Poultry Science Journal*, 56(1): 45- 54.
35. **TENO G., 2009.** Etude des déterminants de la consommation du poulet du pays : Cas de la région de Dakar (Sénégal). Thèse : Méd. Vét. : Dakar ; 36. 100p
36. **TENO G., 2010.** Analyse du système de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar (Sénégal). Mémoire de Master II Production Animales et Développement Durable E.I.S.M.V. Dakar 29p.
37. **TRAORE E. H., 2006.** Première évaluation de la structure et de l'importance du secteur avicole commercial en Afrique de l'Ouest.-Rapport FAO.52p

WEBOGRAPHIE

38. **GUÈYE, E.F., NDIAYE, A. and BRANCKAERT, R.D.S., 1999:** Prediction of body weight on the basis of body measurements in mature indigenous chickens in Senegal. *Livestock Research for Rural Development* **10(3)**: <http://www.cipav.org.co/lrrd/lrrd10/3/sene103.htm> (page consulté le 22 Août 2010).
39. **GOROMELA E.H., KWAKKEL R.P., VERSTEGEN M.W.A. et KATULE A.M., 2006.** Strategies to optimize the use of scavengeable feed resource base by smallholders in traditional poultry production systems in Africa: A review 54 [En ligne]. *African Journal of Agricultural Research*, 1(3), 091-100. Accès internet: <http://www.academicjournals.org/AJAR> (page consulté le 17 Août 2010).
40. **FAO, 2000 :** Aviculture source de profit et de plaisir (Contributions de l'aviculture aux moyens d'existence durables). [En ligne], accès internet :<http://www.fao.org/docrep/008/y5114f/y5114f00.htm> (consulté le 09 Janvier 2011)
41. **FAO, 2004 :** **Production en aviculture familiale.** [En ligne], accès internet :<http://www.fao.org/docrep/012/y51k.htm> (consulté le 21 Septembre 2011).
42. **MISSOHOU. A., DIEYE P.N. et TALAKI E, 2002:** Rural poultry production and productivity in southern Senegal 2002. [En ligne]. Accès internet :<http://www.lrrd.org/lrrd14/2/miss142.htm> (consulté le 17 Août 2010).
43. **SODJINOUE E., CHRYSOSTOME C. ET HOUNDETONDJI D., 2006.** Des stratégies commerciales de la production avicole à petite échelle en Afrique de l'Ouest, avec un accent sur les femmes. [En ligne]. Accès internet :<http://www.lrrd.org/lrrd14/2/miss142.htm> (consulté le 26 Septembre 2010).

**ETUDE DE LA COMMERCIALISATION DU POULET LOCAL SUR L'AXE
LOUGA - DAKAR AU SENEGAL : Acteurs, marchés, circuits et systèmes de transport**

RESUME

La présente étude a pour but d'analyser le système d'approvisionnement et de commercialisation de la région de Dakar en poulet local. Une enquête a été réalisée auprès de 300 acteurs de la commercialisation dans 20 marchés de Louga et de Dakar. Au total, six (6) types d'acteurs ont été identifiés dans le circuit de commercialisation. Il s'agit du producteur, de l'intermédiaire I, de l'intermédiaire II, du grossiste, du détaillant et du consommateur.

Les commerçants sont pour la majorité des personnes dont l'âge est compris entre 30 et 72 ans, de l'ethnie Wolof, originaires pour la plupart de la région de Louga.

Dans les circuits d'approvisionnement, l'intermédiaire I parcourt les villages et collecte en moyenne 19 ± 11 poulets. L'intermédiaire II achète en moyenne 32 ± 19 poulets à 1819 ± 220 FCFA l'unité et se charge de ravitailler le grossiste à 2118 ± 256 FCFA. Les grossistes ruraux sont les principaux approvisionneurs du département de Dakar. Ils constituent 1 à 3 filets contenant chacun en moyenne 173 ± 54 poulets à 2100 Fcfa l'unité. Une fois à Dakar, ils livrent les poulets aux grossistes urbains et peuvent revendre aussi aux détaillants ou directement aux consommateurs. Les grossistes urbains entretiennent un réseau de redistribution basé sur des revendeurs détaillants ambulants et non ambulants. Les détaillants quant à eux, achètent en petits nombres de 25 ± 6 poulets à 2315 ± 263 FCFA et revendent aux consommateurs constitués par les ménages et les restaurants à 2844 ± 725 FCFA.

Il n'existe pas de moyen de transport spécifique. Le principal moyen est le transport en commun. 90% de grossistes utilisent le transport en commun pour acheminer les volailles sur Dakar. Les différentes charges moyennes mensuelles liées à l'activité sont les frais de gardiennage, les frais de location de l'emplacement, les frais d'alimentation et de vaccination, les frais de municipalité.

Chaque acteur fait un bénéfice mensuel et le producteur reste le principal bénéficiaire de l'activité avec un bénéfice net moyen de 299.207 FCFA par mois.

Mots clés : Poulet local, Commercialisation, Département de Dakar, Région de Louga, Sénégal

ABSTRACT

This study aims to analyze the system of supply and marketing of the region of Dakar in local chicken. A survey was conducted among 300 players in the market in 20 markets Louga and Dakar. A total of six (6) types of actors have been identified in the marketing channel. This is the producer of the intermediate I, intermediate II, wholesaler, retailer and consumer.

Merchants are for the majority of people whose age is between 30 and 72 years of ethnic Wolof, originating mostly from the region of Louga.

In supply chains, I traveled through the villages and collect an average of 19 ± 11 chickens. The intermediate II buys an average of 32 ± 19 1819 ± 220 chickens FCFA unit and is responsible for the wholesaler to supply 2118 ± 256 FCFA. Wholesalers are the main purveyors rural department of Dakar. They are 1-3 nets each containing on average 173 ± 54 chickens 2100 Fcfa unit. Once in Dakar, they deliver the chickens to wholesalers and urban can also sell to retailers or directly to consumers. Urban wholesalers maintain a system of redistribution based on retail dealers and not street vendors. Retailers in turn, buy in small numbers of 25 ± 6 2315 ± 263 chickens FCFA and resell to consumers made by households and restaurants in 2844 ± 725 FCFA.

There are no specific means of transport. The primary means is the public transit. 90% of wholesalers use public transit to transport poultry in Dakar. The various charges related to the mean monthly activity are the costs of keeping the cost of renting the location, the cost of feeding and vaccination, costs municipality.

Each player makes a monthly profit and the producer is the main beneficiary of the activity with an average net profit of 299.207 FCFA per month.

Keywords: Chicken Local Marketing, Department of Dakar, Louga Region, Senegal

SIKANGUENG MBOUGA FIDELE CONSTANT
TEL: 00221 775686578 ou 0023777616629

S/C famille SAYAP BP 8088 Yaoundé (Cameroun)
E.MAIL : constantsiko@yahoo.fr

